

Motion till riksdagen

1988/89:Kr348

av Larz Johansson och Jan Hyttring (båda c)

Reklamfinansierad närradio

1979 fattade riksdagen beslut om försöksverksamhet med närradiosändningar. 1986 blev verksamheten permanentad och har nu nått en betydande omfattning.

Trots detta och trots att verksamheten fortlöpande expanderar måste man konstatera att närradion har många problem. Främst kan detta avläsas i de låga lyssnarsiffrorna som i sin tur beror på den oftast mycket låga kvaliteten på programmen. Visserligen är närradion avsedd att vara ett medium för det lokala föreningslivet men detta behöver ju inte innebära att programmen måste vara amatörmässiga till sin utformning.

Denna amatörmässighet bottnar i en dålig kunskap om radio som medium och bristande utbildning. Denna bristande utbildning beror i sin tur på att de sändande föreningarna har svaga ekonomiska resurser och får till följd en låg uthållighet bland dem som tagit på sig uppgiften att göra program. Med täta byten bland medarbetarna sjunker programkvaliteten ytterligare.

I vårt östra grannland Finland har man valt en annan väg. Där har man tillåtit att de sändande närradioföreningarna får finansiera en del av sin verksamhet med reklam. Reklamintäkterna som går till närradion, (eller lokalradio som de heter i Finland) tas i första hand från marknaden för annonsblad och direktreklam medan däremot dagstidningarna inte påverkas i någon märkbar utsträckning.

Även i Norge har man nu efter en period av försöksverksamhet fattat beslut om reklamfinansiering av närradioverksamheten. För att utjämna skillnader mellan närradiostationer som har lätt att få reklamintäkter och sådana som på grund av sin geografiska belägenhet inte har samma möjligheter har man inrättat en särskild närradiofond. Till denna fond får de sändande föreningarna betala in 20 % av sina reklamintäkter varigenom fonden får resurser att stödja de ekonomiskt svaga föreningarna.

Reklamen begränsas till 10 % av sändningstiden. Den måste vara klart åtskild från programmen med en ton före och efter reklaminslaget. Reklam får inte göras för alkohol eller tobak. Den får inte heller vara speciellt riktad till barn. Större helger som jul, påsk, och pingst är helt reklamfria.

Danmark har följt efter Norge och tillåter reklam i närradion. Regeringens förslag till ny lag antogs av folketinget i juni förra året och reklamfinansierade sändningar startade under hösten.

Reklamen maximeras till sex minuter per timme och måste ligga i block klart åtskilda från programmen. Stationerna skall avsätta 10 % av sina reklaminkonster till en central fond vars uppgift är att vidarebefordra dessa

pengar till stationer som inte kan dra in egna reklamintäkter eller av ideologiska skäl vill driva sin verksamhet utan annonser.

Mot. 1988/89
Kr348

Mot denna bakgrund och för att höja kvaliteten i den svenska närradio-verksamheten, föreslår vi att närradionämnden får i uppdrag att inleda försöksverksamhet med reklamfinansierad närradio. De närmare reglerna för verksamheten bör kunna utformas av närradionämnden.

Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

att riksdagen beslutar att hos regeringen begära förslag till försöksverksamhet med reklamfinansierad närradio.

Stockholm den 25 januari 1989

Larz Johansson (c)

Jan Hyttring (c)