

mindre än i press exempelvis och även i radio, där man ju har det talade ordet renodlat.

Därmed är jag till sist inne på i vilken form sådan här information över huvud taget skall spridas. Jag tror på paketylösningen. Det kan knappast vara rimligt, att man belastar ett visst medium — TV eller film — med all den här informationen, bara därför att man inbillar sig att samklang mellan bild och ljud ger den absolut bästa informationskapaciteten, den absolut bästa effekten. Jag återknyter till vad jag sade i början

om, att stegringen ligger i den emotionella påverkan, inte i faktakapaciteten.

Man måste i stället fråga: "Hur får människor en åsikt?" De hämtar den från den näraliggande referensgruppen. De hämtar den ur tidningar, radio, film och TV i olika proportioner. Det kan faktiskt vara värt att studera vilka dimensioner av ett och samma budskap, som påverkar människorna genom de olika medierna, innan man knakar på hos vart och ett av dem och emfatiskt kräver något som just det mediet inte kan föra vidare.

Informationsåtgärder

David och Goliat

Bernt Bernholm

Redaktör Bernt Bernholm, Expressen, Stockholm, ger synpunkter på tidningarnas möjligheter att informera om och motverka rökning.

På senare år har jag fått en mer intolerant inställning till rökning. Nu som förr tycker jag att den som inte begriper bättre kan få röka ihjäl sig om han vill. Men jag vill inte att han ska göra det i mitt sällskap. Åtminstone inte utan att först fråga om han får försämla den luft som jag ska andas.

Fråga först — rök sen.

Det tror jag är en slogan att ta fasta på för dem som vill minska cigarrettkonsumtionen genom information i tidningarna.

Informationsvägar — innehåll

I en tidning kan det bli fråga om *textinformation* och *annonsinformation*. Annonsinformationen i

syfte att motverka rökning förekommer praktiskt taget inte alls i Sverige så vitt jag vet.

Textinformation förekommer dels i form av nyhetsförmedling, framförallt nyheter om medicinska rön som ger nya belägg för cigaretternas skadlighet.

Nya rön om tobakens skadlighet eller oskadlighet är bra nyheter och alltså är det ingen redaktionschef som kastar dem i papperskorgen.

Nyheter som kommer från svenska forskningslaboratorier eller kliniker får mer publicitet i svenska tidningar än utländska nyheter, men de flesta nyheterna kommer utifrån.

Utländska rön underställs ofta svensk expertis med begäran om kommentar. Om kommentatorn själv röker brukar han uttrycka sig försiktigt.

Kanske så här: "Det är tämligen väl fastslaget att frekvensen av lungcancer stiger om man röker. Det amerikanska undersökningsresultatet verkar inte osannolikt."

Här var det chefen för vårt cancerregister som kommenterade.

En annan form av textinformation i tidningarna förekommer när någon inflytelserik person på tidningen bestämmer att det ska skrivas en artikelserie om hur man slutar röka. Eller när man som Aftonbladet kommer på den utmärkta idén att göra ett praktiskt försök med rökavvänjning för ett helt samhälle.

Då kan det under en tid skrivas ganska mycket om tobaksrökning i tidningen.

Annonser

På tidningarnas annonsutrymmen står det som sagt ingenting om cigarrettrökningens vådor och om hur man bör sluta röka. Där presenteras ett material vars hela syfte är att få läsarna att röka så mycket som möjligt.

Jag gjorde en anspråkslös undersökning och såg efter hur annonser och informativ text utanför annonserna fördelade sig i de sex största svenska dagstidningarna och de 13 största veckotidningarna under en vecka i vår.

Resultatet blev 25 annonser och 3 artiklar. Om den veckan vore representativ för hela året skulle man få närmare 1.300 annonser, varav många helsidor, för tobaksrökning och ca 150 artiklar saklig information, d. v. s. artiklar som *borde* ha en restriktiv effekt men som troligen inte har det.

Statistik

All eller nästan all information om rökningens skadlighet bygger på statistik och jag tror inte folk låter sig skrämmas eller förnuftsmässigt övertygats av statistik till att sluta röka.

Men självklart är det ändå nödvändigt att sådan information ges kontinuerligt i tidningarna som en sorts bakgrundsmaterial till en mer slagkraftig påverkan.

På föreningsstämman i november 1969 deklarerade NTS att föreningen i största möjliga utsträckning ska försöka få sina synpunkter fram-

förda i press, radio och TV.

Det är en bra deklaration. Men hur ska den genomföras? Får jag ge några synpunkter?

NTS får så vitt jag vet en fortlöpande rapportering från det vetenskapliga fältet. Här bör finnas material som kan erbjudas tidningarna och accepteras om det är "betat" med en aptitlig nyhet.

Personliga kontakter med journalister ger naturligtvis bättre utdelning än att bara skicka materialet till tidningen och hoppas på att någon ska "tända" på det.

Detta bakgrundsmaterial är en viktig förutsättning för en attack längs en annan linje; moteld mot tobaksannonseringen.

Där gäller det som jag ser saken dels att skapa ett slags tabu som jag antydde i början med frasen "fråga först — rök sen" och som går ut på att det inte är "fint" eller "inne" eller "demokratiskt" eller "samhällstillvänt" att öka luftföroreningarna.

För det andra gäller det att haka på den stora motionsvågen, att hålla upp den goda konditionen som en morot med alla dess välsignelser i form av bättre arbetsförmåga, större sexuell kapacitet, större fysisk attraktionskraft o. s. v.

David och Goliat

Dvärgen David, alltså NTS, måste ge sig in i någon sorts annonsenvig med jätten Goliat, alltså Tobaksbolaget och de utländska tobaksfirmorna.

Ekonomiskt blir det inte lätt eftersom hela NTS' budget är några procent av vad cigarrettannonserna i svensk press kostar årligen.

Men psykologiskt bör det bli god utdelning även av en "nålsticksstrategi" i småannonser i omedelbar anknytning till de stora tobaksannonserna.

Mölnlycke har redan använt metoden. Under en annons för cigaretten Marlboro hade de en liten annons med texten: "Två lakan och ett örngott kostar ungefär som ett paket cigaretter. Tänk på det när du ska sova över hos någon i pingst."

Det finns en ovanligt fånig cigarrettannons som visar en ung pojke och en ung flicka med cigarett i mun, en Prince. Flickan har dessutom nån