

Referat fra møte i Kringkastingsrådet 09.06.05

Publisert: 25/8-2005 14:30 - Oppdatert: 25/8-2005 14:34

Kjellaug Nakkim ledet møtet, som ble holdt i lokalene til NRK Sogn og Fjordane i Førde.

Dagsorden:

09.00: Akseptabel produktomtale eller skjult reklame? Bidrag til en presisering av foreslåtte endringer i kringkastingsloven.

Ved rådgiver Ingvil Conradi Andersen, Medietilsynet

11.00: Identitetsbygging i programvirksomheten

Innledning ved Magni Øvrebotten, leder ved Nynorsk mediesenter

12.00: Lunsj

13.00: Presentasjon av NRK Sogn og Fjordane

ved distriktsredaktør Kai Aage Pedersen og Nynorsk mediesenter ved Magni Øvrebotten.

Til stede fra rådet: Kjellaug Nakkim, Thorbjørn Bratt, Roy Jacobsen, Solveig Torsvik, Hallgrim Berg, Geir Mo, Bård Vegar Solhjell, Nancy Porsanger, Kine Hellebust (vara for Kjellbjørg Lunde), Astri Marie Wessel (vara for Paul Leer-Salvesen) og Bjørg Brusevold (gjestende vara).

Til stede fra NRK: Kringkastingssjef John G. Bernander, kringkasterdirektør Kari Werner Øfsti, programdirektør Tormod Kjensjord, juridisk direktør Olav Nyhus, distriktsredaktør Kai Aage Pedersen, leder Nynorsk mediesenter Magni Øvrebotten og journalist Hans T. Wiig.

Til stede fra sekretariatet: Rådssekretær Leif Stavik og førstekonsulent Margareth Humlen.

Akseptabel produktomtale eller skjult reklame? Bidrag til en presisering av foreslåtte endringer i kringkastingsloven

Ingvil Conradi Andersen redegjorde for forslag til endringer i kringkastingsloven. Se vedlagte dokumenter.

- Dette er et vanskelig og skjønnspreget tema, sa Kjellaug Nakkim, og åpnet for debatt om temaet.

- Både medieforvaltningen og PFU behandler saker som gjelder skjult reklame, samtidig som Kringkastingsrådet fra tid til annen tar opp saker som gjelder dette, sa Olav Nyhus, som understreket at NRK aktivt har støttet forbudet mot skjult reklame. Vi mener det er en uting. Det vi synes er vanskelig, er den formulering som er foreslått fra regjeringen. Den går for langt og rammer budskap det ikke er meningen å ramme. Forbudet skal altså utvides til å ramme ethvert markedsfremmende tiltak, også når det ikke er noen bindinger til de som nyter godt av det salgsfremmende utsagn. For eksempel hvis man spiller en artist som har konsert samme dag, og man opplyser om at det er billetter igjen. Dette vil da bli rammet av den nye presiseringen. Man blir prisgitt et skjønn fra Medietilsynet, selv om de jo sier at de ikke vil slå ned på det. PFU bør ta seg av slike saker og ikke forvaltningstjenestemenn, sa han.

- Som jurist må jeg si det er eiendommelig at man ønsker å innta en slik hjemmel i loven. Vi frykter bestemmelsens ordlyd, og at den ikke skaper en slik klarhet som myndighetene ønsker.

- Vi er enige i det man ønsker å slå ned på, men vi finner ikke at loven gir kvalifiserte beviskrav, sa John G. Bernander. – Vi frykter at loven nå gir adgang til å slå ned på saker uten kvalifiserte beviskrav. Vi er selvsagt enige i at der det er bindinger som kan dokumenteres, er det ulovlig, sa han. – Vi har et eksempel der vi ble beskyldt for Kvikk Lunsj-promotering i Nitimen, hvor det ikke var noen form for binding. Dette kunne vi bli dømt for etter den nye loven. Jeg tror det er synd hvis vi ikke kan rose et produkt eller den siste boka til Roy Jacobsen uten å bli dømt for det, sa han.

- Dette er komplisert. Jeg trenger en avklaring når det gjelder begrepet "produkt" – hvor er avgrensningen mellom produkt, tjeneste og budskap? spurte Thorbjørn Bratt. Bård Vegar Solhjell mente at dette med produkt plassering er noe som kommer til å utvikle seg mye framover. – For eksempel

kjøpte IKEA seg plass i "Friends". Norske kanaler vil også få kjenne dette presset. Jeg tror at det å ikke ha produktplassering vil bli et kvalitetsstempel. God film har ikke så mye produktplassering. Men NRK har en særstilling pga Aktivum. Dere ønsker jo å tjene penger på en del produkter, og dette åpner for problematiske situasjoner. Hva som er redaksjonelle og hva som er kommersielle vurderinger kan bli veldig flytende, sa han. Kjellaug Nakkim fulgte opp: - Hvem er det som vurderer hva som er redaksjonelle vurderinger? Er det en saksbehandler? Hva er beviskravet?

- Det vi er bekymret for er at vi får en institusjon som skal overprøve våre redaksjonelle vurderinger, presiserte Olav Nyhus. – Betalte promoteringer eller innslag er vi enige om skal rammes. Når det gjelder vurderingen av tilfellene der det ikke er bindinger, mener vi at Medietilsynet ikke er det rette organet til å ivareta dette. Vi mener PFU bør virke også på dette området.

- Vi mener at det skal mer enn sannsynlighetsovervekt til for å slå fast at det er kommersielle bindinger. EØS-avtalen krever at vi følger det som er slått fast i fjernsynsdirektivet, og der er det ikke noe slikt endelig krav til at man skal bevise godtgjøring, sa Ingvil Conradi Andersen. – Det står ikke at det har markedseffekt, men at det har markedsmotiv. Og det er her vi finner kravet om kvalifisert bevis. Men dette er skjønnspregede regler, og det kan være momenter som kommer til i framtida som kan være med på å styrke slike vurderinger.

- Er det ikke problematisk at alle utenlandske programmer ikke er omfattet av dette? spurte Kjellaug Nakkim.

- Jeg synes Bård Vegar Solhjell har en interessant betraktning, sa John G. Bernander. – Det er klart et vanskelig område. Dette har vi gått gjennom i rådet før. Lisensieringen skjer gjennom de programmene som allerede er laget. Da er det viktig at vi selv har hånd om det og ikke outsourcer det til rene kommersielle bedrifter. Bernander gjentok at det NRK skal forholde seg til, må være nedfelt i lov og ikke være basert på skjønn fra Medietilsynets side.

- Det er ikke vanskelig å se logikken i det Bernander tar opp, men hva er den prinsipielle forskjellen på om det er NRK som selger Månetoppen-produkter eller om det er noen andre som gjør det? spurte Geir Mo.

- Det er ikke alltid et redaksjonelt eller et kommersielt motiv – ofte er det begge deler. Derfor er det vanskelig for oss å slå ned på, sa Ingvil Conradi Andersen. – Vi må se på om dette er en eksponering der den kommersielle verdien er langt større enn den redaksjonelle. Dessuten er det viktig å se på hva som kommer først – produktet eller programmet.

- Det er ingen prinsipiell forskjell om det er NRK eller et forlag som selger produktene, men når det skjer i NRK-regi føler jeg meg tryggere fordi det er jeg som må stå til ansvar når det kommer trussel om sanksjoner, sa John G. Bernander. – For øvrig er det ikke alltid rekkefølgen er viktig. Når det gjelder for eksempel Smurfene, kom musikken først og så tegnefilmen. Men igjen, vi gir gjerne Medietilsynet adgang til alle dokumenter, men kan ikke godta at vi får sanksjoner på bakgrunn av mistanke, sa han.

- Uten å blande seg i det juridiske, er jeg glad for at det settes søkelys på dette med skjult reklame, sa Astri Marie Wessel. – Jeg er heller glad for en regel som går for langt enn en som går for kort, sa hun. – På den annen side - i lovteksten står det både vare, tjeneste, sak eller ide, og da kan jo skjult reklame være veldig mye.

- Det hele starter med ytringsfriheten, og så snakker vi om hva slags restriksjoner man skal legge på den. Skal man lage en særskilt lovregel for kringkasting? Vi har allerede dette i markedsføringsloven, sa Olav Nyhus, som minnet om Pokemon, hvor dataprogrammet ble så populært at man utviklet det videre til TV-markedet. – Noen land har strengere regime, og det synes vi ikke er forbilledlig. For eksempel at man i en værmeldingsending i Danmark omtalte filmen "The Day After". Det var i strid med dansk lov. Men man kunne ikke påvise bånd mellom filmselskapet og TV-selskapet. Dette mener vi det skal være adgang til ut fra en redaksjonell vurdering.

- Det er viktig at NRK bruker den makten man har til å hindre reklame. En liten redaksjon kan bli smurt som bare det, sa Kine Hellebust. – Jeg tror folk vil være NRK evig takknemlig hvis dere klarer å holde kanalen reklamefri, også når det gjelder sponsede programmer. Mye av dette er planlagt ned til minste detalj, og hvis vi ikke gjør noe med dette, kommer enhver småredaksjon til å bli rundsmurt, sa hun.

- Det store skillet må gå på hva som er en redaksjonell vurdering, sa Geir Mo. – Det er ikke nok med skjønn, man må ha objektive kriterier for å slå fast hva som er terskelen, sa han.

- Er det ikke en regel i USA at produktplassering i film og litteratur alltid må offentliggjøres? spurte Roy Jacobsen. – Dette ligger i den norske markedsføringsloven også, svarte Olav Nyhus.

- Det er sjelden jeg reagerer på produktplassering, men jeg reagerte nylig på at Lars Monsen trakk fram utstyr i et av sine programmer. Har han vært oppe til vurdering? spurte Nancy Porsanger. – Den saken har vært diskutert hos oss, sa Ingvil Conradi Andersen, som tok opp spørsmålet om eksterne produsenter som bryter reglene. – Det skal være en viss mulighet for kringkaster til å sikre seg mot dette, og det skal være kringkasters ansvar når det gjelder bestilte produksjoner. Når det gjelder skillet mellom vare/tjeneste/sak eller ide, er det mest tydelige produktplassering. Men det kan også handle om tjenester. Når det gjelder sak eller ide, vil regjeringen ikke gå lenger enn til at det må være et krav om godtgjøring. Her skal vi ikke slå ned på noe ut fra indisier, men her må det bevises, sa Andersen, som presiserte at Medietilsynet ikke har noen agenda når det gjelder innholdet i reglene, men at reglene skal være klare.

- Monsen-saken tar vi opp her i rådet senere, sa John G. Bernander, som fortalte at saken har vært drøftet internt.

Identitetsbygging i programvirksomheten

Se Magni Øvrebottens [innlegg](#) vedlagt.

I diskusjonen som fulgte fulgte Nancy Porsanger opp parallellen til samisk. – Det er veldig likt, det å slite med å få forståelse for behovet for nyheter og barne-TV på samisk. Det samme blir nok nynorsk møtt med. Dessuten – hvordan skal man klare å formidle sin egen kultur på et annet språk? Det lar seg ikke gjøre, sa hun.

- Det har blitt sagt at i 2020 så er det engelsk som gjelder, og norsk er nesten helt ute. Vi ser at engelsk brukes mer og mer, men jeg tror det ikke det går så ille med norsken. Nynorsken, derimot, tror jeg er mer i faresonen, sa Astri Marie Wessel, og viste til at flere og flere skolekretser går over fra nynorsk til bokmål som målform. – Det er viktig med mangfold. Jeg håper vi som land klarer å ta vare på forståelsen for at man skal kunne bruke sitt eget språk. Det er flott at NRK klarer å ivareta nynorsken såpass bra. Ikke slutt med det!

- Nærhet, språk og dialekt er viktige faktorer for en lokal identitet, sa Randi Karlstrøm. – Vi har en jobb å gjøre med å utvikle en positiv identitet som likestiller oss med fransk, engelsk og tysk. Engelsk blir en hindring for å utvikle en norsk, trygg selvforståelse. Engelsk blir fort en barriere som skaper skiller, sa hun. – Dialektrøkt er også en viktig lokal oppgave. Tror du oppblomstringa med "Typisk norsk" og Odd Nordstoga er en varig trend? spurte hun.

- Det å ha forbilder er viktig, og det som presenteres fra NRK er absolutt forbilder. Derfor er det viktig med bl.a. nynorsk barne-TV, sa Trude Brosvik, leder for distriktsprogramrådet i Sogn og Fjordane. – Du er nødt til å være trygg på dine egne verdier hvis du skal åpne deg for andre. Lytteropplutningen i Sogn og Fjordane er ekstremt god. Det er ingen nettsider som har så mange treff. Folket her er opptatt av å velge NRK Sogn og Fjordane. Derfor var det klokt å ikke slå sammen med Bergen, sa hun, og la til: – Distriktsprogramrådet mener for øvrig at NRKs hovednettside har tapt seg voldsomt i forhold til den lokale.

- Kjernespørsmålet er identitet, sa Kine Hellebust. – Vi blir hele tiden påvirket. Noen føler at deres identitet blir tråkket på, politiske ungdomsorganisasjoner går med t-skjorter med "Jeg hater nynorsk", og det er en sånn vankunne at jeg begynner å svette oppover når jeg tenker på det, sa hun. – Det skjer overgrep mot nynorsken hele tida. Hvordan skal vi forhindre dette? Jo, vi må bruke språket. Derfor er det bra det dere gjør her, sa Kine Hellbust.

- Ikke noe sted er språkbruken viktigere enn i radio, sa Kjellaug Nakkim. – Om de snakker nynorsk eller bokmål er hipp som happ for meg. Det jeg synes det blir mer og mer av er at folk snakker fort og sluker en del av endelsene. Det reagerer jeg mer på, bruk gjerne dialekter, men vær klare i målet. Den språkutviklingen gjør meg skeptisk til framtida. Der har NRK en stor oppgave.

- Vi er stolte av at vi fikk til Nynorsk mediesenter, sa Kari Werner Øfsti. – NRK har en spesiell stilling når det gjelder å ta vare på mangfoldet i språket. Vi har lagt bak oss den tida da dialekter var flaut på radio. Når det gjelder "Typisk norsk", har vi hatt en fantastisk opplevelse av det. Ikke bare har programmet fabelaktig oppslutning, men det er mange unge som liker programmet. Det er oppmuntrende. Vi har nettopp gjennomført en undersøkelse om ungdom og nyheter, og det som er artig er at 6 av 10 sier at de er ganske eller svært interesserte i nyheter. Det er ikke så viktig for dem at det er så kjapt og innenfor "deres" verden. De er mer opptatt av at det er troverdig og viktig og forståelig. Og så har de Einar Lunde som helt! sa Øfsti.

- Vi kan ikke overvurdere NRK når det gjelder hvor viktig institusjonen er for holdninger til språket, sa Hallgrim Berg. – Jeg lurar på begrepet identitet – hva knytter meg til landet, fylket eller lokalsamfunnet? Det er først og fremst språket, men også musikken, maltølet, maten, mange ting, sa han. - Dialekter har blitt sett på som stygge; når folk fra indre Østfold stiger i lønnsklasser, forsvinner dialekten. Mange unge synes ikke dialekten deres er kul nok. Men posisjonen til dialekter er formidabel i Norge i forhold til kontinentet. Uten målreisinga og nynorsken ville det stått dårligere til på mange områder i distriktene, mente han.

- Jeg kan ofte irritere meg over velmenende og politisk korrekte mennesker som synes nynorsk er utrolig bra til lyrikk, sa Bård Vegar Solhjell. – Men denne debatten er ekstremt politisk korrekt i forhold til hva folk der ute, for eksempel i Oslo, sier om nynorsk. Det er en helt annen verden. Dialekt blir ansett som bra, men nynorsk er ekstremt negativt. Dette er det ikke først og fremst NRK som kan gjøre noe med, men nynorsk barne-TV og ungdomsprogram er noe NRK burde satse mer på. Jeg mener at vi skal tvangsføre den gruppa med nynorsk, sa Solhjell. – Når det gjelder oppslutningen til lokalsendinga, har Sogn og Fjordane en svært sterk fylkesidentitet. Dessuten har distriktskontoret her svært høy kompetanse og lager radio som er godt tilpasset fylket, sa han.

- Et av de sterkeste kulturarrangementer i Trondheim er Adresseavisas nyttårskonsert. Der er det om å gjøre å bli sett, og i år var det Odd Nordstoga som var høydepunktet der blant det borgerlige Trondheim. Fordi han er så bra! Poenget i forhold til distriktskultur og –journalistikk er at det må være bra, det må svinge. Jeg har ingen tro på kvotering og tvang. Det må være kvalitet i bunn. Derfor er dette mediesenteret et bra tiltak, sa Thorbjørn Bratt.

Roy Jacobsen fortalte om den gangen han anmeldte nye lærebøker i norsk for VG. – Gang på gang kom jeg fram til at Samlaget hadde de beste bøkene. Også når det gjaldt bokmålsbøker. Hva kommer dette av? Jeg tror at nynorskbevegelsen har et fokus på språkbevissthet som savnes på bokmål, sa han.

- Når Program Oslo og Program riks skal slåss om å levere programmer, er det en myte hos Program riks-folk at de beste og fleste talentene finnes i Oslo, mente Tormod Kjensjord. – Det er nemlig mange slags vet utenfor Oslo. Derfor er det viktig at vi fortsetter å levere programmer til riksnettet. Vi merker at vi må komme opp med originale og gode ideer, og får vi til det, er vi der vi skal være.

- Her var det mye å ta tak i, men jeg vil ta tak i det med kvalitet. Det er grunnleggende viktig, og dette har nynorskbrøsla skjønt. Hvis vi ikke er gode, har vi ikke sjans, sa Magni Øvrebotten. – Det middelmådige holder ikke. Det at vi har denne bevisstheten, gjør at Sylfest Lomheim er mest bekymret for bokmålet når norskslaget skal stå. Bokmålsfolket er ikke vant til å ha ryggen mot veggen. Det er bokmålet som taper terreng når norsk taper terreng. Dessuten er partiene her i landet svært lite opptatt av språkpolitikk, og det må gå galt på et tidspunkt hvis vi ikke tar skikkelig tak, mente hun.

Presentasjon av NRK Sogn og Fjordane og Nynorsk mediesenter

Distriktsredaktør Kai Aage Pedersen orienterte om organisasjonen og arbeidet ved NRKs distriktskontor i Sogn og Fjordane.

- Journalistyrket er 90 % selvtilitt. Dette jobber vi mye med – å gi journalistene en ballast som gir dem den rette selvtilitten til å gå løs på oppgavene de er satt til å gjøre. Ikke bare de enkle nyhetssakene, men også det som er mer viktig, sa han.

Distriktsredaktøren presenterte blant annet levende bilder fra nynorsk barne-TV som ikke har vært sendt enda. – Det er viktig å vise at vi ikke bare kan drive med nyheter, sa han. Pedersen fortalte også at NRK Sogn og Fjordane har vært offensive når det gjelder videojournalister. - Men vi er forsiktige med det når det gjelder litt mer komplekse saker. Vi skal ikke levere fra oss noe som ikke holder god nok kvalitet.

Hovedkontoret ligger i Førde, ett lokalkontor ligger i Sogndal og ett er lagt til Måløy. Måløy-kontoret er opprettet for å kunne følge fiskerinæringa tettere. Når det gjelder fjernsynssendingene, blir de ikke avvirket herfra, men fra Bergen, altså Vestlandsrevyen. Men vi lager to innslag hver dag. Tidligere laget

vi mer, men en stilling ble flyttet til Bergen, og alt i alt har vi nedbemannet med seks stillinger i 2004, fortalte Pedersen, som håpet å få på plass en permanent barne-TV-ordning ved kontoret. - I tillegg lager vi Ut i naturen, og vi har et eget fylkesleksikon på nett. Vårt mantra er at vi skal være best i NRK på nyheter. Vi mener at gjennomslag i de sentrale nyhetssendingene er grunnleggende for vår videre eksistens. Vi er stolte av at vi i 2004 leverte over 200 saker til Dagsrevyen.

Når det gjelder personalsituasjonen, er det stor gjennomtrekk i NRK Sogn og Fjordane. - Vi sier opp folk, folk slutter, folk har permisjoner og dette er en kontinuerlig utfordring for oss. Vi er en opplæringsanstalt. Det gir oss en unik mulighet til å få inn friskt blod, sa Pedersen. - Nå har vi fått god drahjelp fra Nynorsk mediesenter, hvor journalister kommer til oss i praksis, sa distriktsredaktøren. Han trakk også fram distriktskontorets nettsider, som var de første lokale sidene på nrk.no. Vi hadde 5 millioner treff i 2004 på 100 000 innbyggere. - Nå sitter vi og lur på hva nytt vi kan finne på for å beholde forspranget på resten av NRK, sa han.

Magni Øvrebotten orienterte deretter om Nynorsk mediesenter.

"Stolt nynorsk" er visjonen til Nynorsk mediesenter. Vi skal gjøre nynorskbrukere stolte av språket sitt slik at de bruker det, og det finnes ingen bedre måte å gjøre dette på enn å gi dem dyktige nynorskbrukere i radio, fjernsyn og på nett, sa hun i sin innledning. - Vi skal være dyktige, frodige og framfuse. Vi skal gi nynorsken innpass på nye områder. Det kan ikke lenger være slik at det er lyrikk og nyheter nynorsken "passer" til. Det går an å chatte på nynorsk!

Det første kullet med fem nynorskpraktikanter begynte ved senteret i september i fjor. De er nå alle i arbeid, fortalte Øvrebotten, som hadde 62 søkere til det tredje kullet som begynner til høsten. - Nynorsk er i ferd med å bli et rent vestlandsmål, og det ønsker vi ikke å forsterke. Så vi leter med lys og lykte etter folk fra andre deler av landet. Opplæringen er en hestekur. Her får de to måneders innføring i journalistikk, språk og teknikk. Så blir de plassert nede i redaksjonen i NRK Sogn og Fjordane.

Svein Ove Hanslid fortalte om sine opplevelser som deltaker på senteret, og roste læringsopplegget. - Dette må være drømmeopplegget for en student, mente han.

Blant lærekreftene som bidrar i opplæringen er Sylfest Lomheim, Jon Peder Vestad og Are Kalvø. - Vi har fått gode tilbakemeldinger. En av de jeg er glad for, er tilbakemeldingen fra P3 Nå. Vi får høre at nynorskbrukerne har en originalitet som de andre journalistene ikke har, fortalte Øvrebotten. Hun orienterte også om senterets kommersielle virksomhet, som først og fremst innebærer kursvirksomhet for bedrifter, lag og organisasjoner.

Se vedlagte presentasjon, og finn mer informasjon her:

<http://www.nrk.no/sognogfjordane>

<http://www.nynorskmediesenter.no>

Bård Vegar Solhjell ville vite mer om innholdet i opplæringa. - Er det en opplæring i språk eller mest praktisk journalistikk? spurte han. Magni Øvrebotten kunne bekrefte at det først og fremst dreier seg om praktisk journalistikk for radio og fjernsyn, og internett. - Dessuten undersøker vi på forhånd hvilke holdninger studentene har til språket. De må ville dette selv, og de må ikke være lette å blåse av banen når de møter motbør mot språket sitt ute i redaksjonene, sa hun.

- Hva med forholdet mellom dialekt og nynorsk? spurte Hallgrim Berg. - Vi arbeider nært med nynorsk-konsulentene i NRK. Dialekt er viktig å ha i bunn, men man må normalisere når man jobber med nyheter. Men vi prøver med individuell tilpasning, svarte Øvrebotten.

20.07.05

Vetle Daler