

Kultur- og kirkedepartementet
Postboks 8030 Dep

0030 OSLO



Straume, 31. august 2007

HØRING OM ALLMENNKRINGKASTINGSPLAKAT FOR NRK

Det vises til departementets høringsbrev av 18. mai 2007.

Familie & Medier er en lytter- og seerorganisasjon som representerer 31 trossamfunn/organisasjoner og har rundt 25.000 personlige medlemmer. Vi er medlem av den europeiske sammenslutningen av lytter- og seerorganisasjoner, EURALVA (www.euralva.org). Arbeidet vårt omfatter informasjon, mediepolitikk/lobby, undervisning, stipendprogram og annet. Gjennom vårt arbeid i Norge og internasjonalt har vi vært *en sterk forsvarer for allmennkringkasting*.

Vi setter pris på forslaget til plakat for NRK. Det innebærer en garanti overfor publikum, og det er en utfordring og forpliktelse for NRK. Vi ønsker å konsentrere vår uttale om to punkter, tro/livssyn og kommersialisering.

TRO OG LIVSSYN

Forslaget fra KKD nevner *språk, identitet og kultur*, men ikke sentrale begrep som *livssyn og religion*. Norge er livssynsmessig et av de mest homogene land i Europa. Den norske Kirke står meget sterkt i folket, i det politiske miljø og i samfunnsbildet generelt. Det har vært sendt andakter og gudstjenester fra radioens barndom, og dette er en verdi vi mener også bør reflekteres i allmennkringkastingsplakaten. Det er også i tråd med praksis i en rekke land i Europa. Det *kan* uttrykkes på denne måten:

- NRK skal gjenspeile den religionsutøvelse vi finner i landet, gjennom forkynnende programmer (andakter/gudstjenester) og gjennom vanlig journalistisk arbeid.

Vi har i dag et samfunn mange karakteriserer med ordet flerkulturelt. For mange blir resultatet av dette at vi skal tone ned vårt eget verdigrunnlag av respekt for det nye som kommer. Vi mener det motsatte: det er nettopp i slike situasjoner viktig at vi konstruktivt reflekterer vår egen arv, både det som har med språk, kultur og religion å gjøre. Et glimrende eksempel på dette er debatten rundt "Jul i Svingen" der NRK lager en julekalender uten julebudskap. Det var en meget bred kritikk av dette i en rekke sekulære medier landet over.

Det å prioritere eget språk, kultur og religion må ikke sees som en motsetning til kravet om at alle skal komme til orde. Vi må ikke få en situasjon der vi av frykt for å diskriminere noen ender opp med å diskriminere alle. Vi har selv en rekke ganger understreket hvor viktig det er at det også skal være tilbud i NRK og andre medier, som gir et bredt bilde av nye kulturer i Norge. Vi har særlig framhevet Migrapolis som et godt eksempel i denne sammenheng.

Når det gjelder religionsutøvelse reflektert gjennom forkynnende program, mener vi det er viktig ikke å blande religioner og livssyn i en og samme programpost. Et program som Morgenandakten, som har meget store lyttertall, kan ødelegges dersom en skal inkludere ikke-kristne religioner og livssyn. Det samme gjelder gudstjenesten som er lagt til Den norske Kirkes faste samlingstid søndag formiddag. Det er noe helt annet at en kan skape *nye rom* for det religiøse Norge.

Vi ønsker at KKD tar med en formulering på dette punktet der en klarer å forene kjærlighet til vårt eget som en positiv bakgrunn for kulturmøtet i forhold til andre.

KOMMERSIALISERING

KKD klarer ikke å rydde i det tette forholdet mellom etikk og butikk i NRK. Det er umulig å komme bort fra at kommersialiseringen vil få stadig ny kraft om en ikke foretar en tydeligere markering av NRK som ikke-kommersiell aktør. NRK er den mest kommersielle allmennkringkasteren i Norden. Søsterinstitusjonene i Sverige og Danmark har, på linje med BBC, ingen reklame på nettet, og de fremstår i sterkere grad som klart reklamefrie alternativer til det store utbudet av kommersielle kanaler.

Vi går inn for at NRK skal være reklamefri på alle plattformer. Det er ikke holdbart med nettreklame i en situasjon der plattformene veves inn i hverandre. Mange av oss hører radio og ser tv gjennom nrk.no, og der blandes det reklamefrie med det reklamefinansierte på en uholdbar måte.

Det må også legges klare føringer når det gjelder lisensiering og produktplassering i NRK. Dette siste vil komme sterkere i fokus med den revisjon av det europeiske fjernsynsdirektivet som nå er i slutfasen i EU. Vi ønsker å eksemplifisere dette:


Det er forbud mot reklame rettet mot barn i fjernsyn, et forbud som får stor støtte fra foreldre som blir spurt om det i ulike undersøkelser. Dette forbudet omgår NRK i barneproduksjoner som *Jul i Blåfjell*, *Jul på Månetoppen*, *Jul i Svingen* og andre. Her kjører NRK rått mot barn i et kommersielt kjøp som inkluderer lisensiering og produktplassering. I den siste serien var det "bare" 30 produkter som ble solgt på lisens fra NRK, i følge Kampanje. Det dreide seg om "alt fra kalender, puslespill og sangbok via PC-spill og Odd Nordstoga-CD til matbokser, ski, boblevester og sengesett. Aktører som Cappelen, Universal, Åsnes Ski og Buena Vista er lisenstakere. Bare når det gjelder julekalendere er 80.000 enheter sendt ut til butikker landet rundt." Inntektene til NRK Aktivum fra de to første seriene nærmer seg 20 millioner kroner.

På tross av at disse seriene for barn er *kvalitetsproduksjoner*, representerer de en uheldig utvikling i NRK. Kommersielle tv-kanaler som sender fra Norge må rette seg etter reklameforbudet. NRK bryter ikke dette forbudet i juridisk forstand, men programmene fungerer i praksis som lange reklameinnslag. NRK reklamerer ikke direkte i egne sendinger, men de kjører reklame for produktene sine i andre medier.

Allmennkringkastingsplakaten må understreke NRK i rendyrket, ikke-kommersiell profil. Når kommersielle hensyn blir viktige, utfordrer dette den redaksjonelle uavhengighet. Det er i bunn og grunn NRKs troverdighet det står om. Det utfordrer også publikums syn på lisensfinansieringen. Vi foreslår derfor at avsnittet **NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt** blir strammet inn til en generell bestemmelse om et reklamefritt NRK. Det bør også settes klare grenser for forvaltningen av de kommersielle verdier som ligger i NRKs programmer, særlig av hensyn til barn og unge.

Vi takker for at KKD inviterte oss med i høringsrunden og vil notere seg våre synspunkter.

Med vennlig hilsen



Geir Magnus Nyborg
generalsekretær