



NORSK JOURNALISTLAG

Kulturdepartementet  
Medieavdelingen  
Postboks 8030 Dep  
0030 Oslo

16.06.2010

Deres referanse: 2009/00269 ME/ME3 LPO:elt

Vår referanse: 10-2010

## Høring - endringer i reklameavbruddsregler i fjernsyn - overgang til bruttoprinsippet

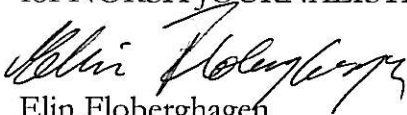
Norsk Journalistlag (NJ) er organisasjonen for redaksjonelle medarbeidere og frilansere som har journalistikk som hovedyrke. Medlemmer i NJ forplikter seg til å utøve sitt yrke på grunnlag av retten til fri informasjon og hensynet til faglig integritet. NJ arbeider for å verne om ytringsfriheten, den redaksjonelle uavhengighet og medlemmenes journalistfaglige interesser.

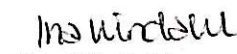
For Norsk Journalistlag er det avgjørende for spørsmålet om reklameavbruddsregler på fjernsyn, at det etableres et klart skille mellom journalistisk virksomhet og reklame, sml. lov om redaksjonell fridom i media § 2 annet ledd. Det må stilles de samme prinsipielle krav til journalistisk integritet og uavhengighet for de redaksjonelle produktene som tidligere. Tillatelse til reklame skal ikke gå på bekostning av det presseetiske grunnforbudet mot tekstreklame, jf. Tekstreklameplakaten og Vær Varsom-plakatens punkter 2.6 og 2.7:

2.6. "Avvis alle forsøk på å bryte ned det klare skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold. Avvis også reklame som tar sikte på å etterligne eller utnytte et redaksjonelt produkt, og som bidrar til å svekke tilliten til den redaksjonelle troverdighet og pressens uavhengighet."

2.7. "Gi aldri tilsagn om redaksjonelle motytelser for reklame. Det som offentliggjøres, skal være et resultat av en redaksjonell vurdering. Sørg for å opprettholde det klare skillet mellom journalistikk og kommersiell kommunikasjon også ved bruk av pekere og andre koplinger."

Med vennlig hilsen  
for NORSK JOURNALISTLAG

  
Elin Floberghagen  
leder

  
Ina Lindahl  
advokat