

BM 19.03.2009

**Lytternes og seernes  
redaktør**

DR Byen  
Emil Holms Kanal 20  
DK-0999 København C  
T +45 3520 3040  
www.dr.dk/etik

**Jacob Møllerup**

D +45 3520 8020  
E [jmol@dr.dk](mailto:jmol@dr.dk)  
23. marts 2009

## **Lytternes og seernes redaktør i DR Redaktørberetning for 2. halvår 2008**

### **Sammenfatning**

Når DR har en lytter- og seerredaktør, er det et led i mediets selvkontrol. Som DRs egen "vagthund" har jeg mulighed for at rejse sager og komme med kritik, men det er altid op til DRs ledelse, om man vil følge mine indstillinger eller ej. På to områder - skjult kamera og sponsorering - har man i 2008 i flere tilfælde valgt ikke at følge min kritik. De to første afsnit i redaktørberetningen omtaler eksemplerne. Afsnit III omtaler kort nogle af halvårets aktiviteter og diskussioner. Afsnit IV ajourfører forrige beretnings oversigt vedr "*åbenhed, dialog og seriøs klagebehandling*". Her meldes om fremskridt vedr. fejlretning! Samtidig med denne beretning udsendes den faktuelle rapport: *Henvendelser til DR om programvirksomheden, 2. halvår 2008*.

### **I. Skjult kamera - igen**

Alle kan enes om, at skjult kamera kun må bruges med stor forsigtighed - og kun efter en nøje afvejning af menneskelige og journalistiske hensyn. Det beskrives da

også omhyggeligt i DRs programetiske retningslinjer. Men det er uundgåeligt, at der ofte er diskussioner om den konkrete afvejning.

Det sidste par år har jeg i tre klagesager - på et tidligt tidspunkt - kritiseret DRs brug af skjult kamera. Dels i sagerne om optagelserne fra hhv. plejehjemmet *Fælledgården* og bocentret *Ringbo* (mine klummer herom ligger på [www.dr.dk/etik](http://www.dr.dk/etik)) og senest i en mindre sag fra magasinet *Kontants* dækning af et hussalg.

I de to første sager var problemet især, at man ikke vægtede hensynet til de mennesker man optog med skjult kamera tilstrækkelig tungt. En plejehjemsbeboer fra *Fælledgården* følte med rette private situationer udstillet på urimelig vis og på *Ringbo* handlede det om optagelser, der over et halvt år var gennemført blandt psykisk syge mennesker.

I alle sager var der samtidig tale om, at redaktionerne overspillede, hvad de skjulte optagelser rent faktisk kunne dokumentere.

I alle de tre tilfælde gik klagerne til *Pressenævnet*. Nævnet udtalte i alle tre sager kritik af DR (de seneste næser er fra det forløbne halvår og omtalt i *Henvendelsesrapporten* afsnit 4.b.).

Jeg synes, det er beklageligt, at DR ikke selv har været i stand til at sætte grænserne på dette område.

Nogle har i debatten talt for, at DR helt burde opgive brugen af skjulte optagelser. Det er jeg uenig i. Det er vigtigt, at bevare muligheden for at bruge dette journalistiske redskab, når der ikke er andre muligheder for at dokumentere en væsentlig og samfundsrelevant historie. Et aktuelt eksempel herpå er dokumentaren om *Prostitutionens bagmænd* (se *Henvendelsesrapporten* afsnit 4.b.).

## II. Sponsorering og skjult reklame

DRs praksis på dette område er igen omdiskuteret. De sidste tre år har jeg skrevet en klumme om emnet - og peget på uheldige gråzoner. Det har bl.a. handlet om serierne *Sommerzonen* og *Under åben himmel*, hvor forskellige byer rundt om i landet i praksis kunne købe sig sendetid og profilering. Senest har jeg kritiseret serien *Smag på Danmark*. DR har købt serien af den norske producent *Tellus Works* - der igen arbejder for det skandinaviske fællesprojekt *New Scandinavian Cooking*. I en af udsendelserne kan man bl.a. opleve venlig omtale af *Carlsberg*, *DFDS Seaways* og *Linie Aquavit*. De er samtidig blandt sponsorerne for *New Scandinavian Cooking*.

Men der må selvfølgelig ikke i et DR-program være firmaer, der i praksis har bidraget økonomisk til omtale af sig selv (og loven har til overflod et særligt forbud

mod øl- og spiritusproducenter som sponsorer). At der her er et led mellem DR og sponsorpengene løser - efter min vurdering - ikke problemet.

Der er ellers stærkt brug for en klar og sammenhængende kurs på området: DR står løbende overfor konkrete valg m.h.t. sponsorater. Og forbuddet mod skjult reklame medfører også løbende diskussioner om, hvor grænsen går. Et bageprogram (*Boller af stål*) med en vært der brugte (og anpriste) melet fra sin egen gård, gik f.eks. for vidt i følge *Radio- og tv-nævnet* - også selvom værten bl.a. var valgt, fordi hun lavede sit eget mel. Her er man ude i den finere grænsedragning, men den skal DR selvfølgelig også mestre - og hver gang være agtpågivende og forudse problemerne.

Det er ikke altid nogen let opgave i en tid, hvor firmaer og reklamebureauer udvikler nye veje til at få deres reklamebudskab ud (og ind). Men uanset om det er et haveprogram, et nyhedsmagasin eller en dramaproduktion, skal det, der offentliggøres, være et resultat af en redaktionel vurdering. Samtidig må sponsorpenge aldrig komme fra firmaer, der har økonomiske interesser i udsendelsens indhold. Det arbejdes der ofte ihærdigt med at sikre i DRs egne produktioner, men når man accepterer konstruktioner som den bag *Smag på Danmark*, er det svært at skabe klarhed om DRs linje.

### **III. Det løbende arbejde**

Som vanligt har lytter- og seerredaktøren håndteret tusindvis af henvendelser af vidt forskellig karakter - og deltaget i debatter, undervisning og foredrag. Jeg har kommenteret programetiske spørgsmål i medierne og bl.a. skrevet klummer med kritik af Jønkes optræden i Aftenshowet og dækningen af *IT Factory*-sagen. Ligeledes skrev jeg et længere indlæg, da DR lod en dokumentar om en selvmordturist stå alene.

I de 16 ankesager jeg har behandlet (se gennemgangen i afsnit 4.c i rapporten *Henvendelser til DR om Programvirksomheden, 2. halvår 2008*) er mine indstillinger blevet fulgt af generaldirektøren i alle sager. I DRs svar på de ovenfor nævnte pressenævns-sager er min kritik derimod ikke blevet fulgt.

### **IV. Åbenhed, dialog og seriøs klagebehandling - hvordan går det?**

I den konkrete klagebehandling og i etikdebatten vurderes det løbende, hvorvidt DR lever op til sin egen programetik. Men lever DR i praksis op til de målsætninger

om åbenhed, dialog og klagebehandling, der blev fremhævet, da stillingen som lytter- og seerredaktør blev oprettet.

I forrige redaktørberetning blev opstillet syv punkter, som samlet skal give et overblik over udviklingen på disse felter. Status er i hovedsagen uændret - derfor er tendenserne på de enkelte områder i herværende beretning kun omtalt ganske kort:

1. Er der fokus på programetikken?

Det kører fortsat antageligt. Arbejdet med en revision af retningslinjerne er godt i gang, men det er vigtigt at resultatet udbredes til hele organisationen og at man mere systematisk overvåger, om retningslinjerne overholdes. -

2. Er der en konstruktiv dialog med lyttere og seere?

Ja, meget fungerer rimeligt. Men der er ingen aktuelle initiativer m.h.t. bedre svarsystemer og mange programmer kunne let sikre en bedre dialog.

3. Gives der effektiv information om programmer og teknik?

Det kan stadig gøres en hel del bedre. Trods mange gode websites og svar fra *Programservice* og *Teknikinfo* er der stadig for mange, der ikke finder den information, de søger.

4. Er der størst mulig åbenhed om journalistik og arbejdsmetoder?

Det går langsomt fremad - bl.a. beretter *DR Nyheder* lidt mere om omdiskuterede sager på det nye *Fejl og fakta*-site.

5. Rettes fejlene?

Der er stadig problemer, men i *DR Nyheder* diskuteres "rettekulturen" og man er begyndt at rette noget mere, ligesom man giver løbende indblik i en del rettelser på *Fejl og fakta*-sitet.

6. Er klagebehandlingen fair?

Der er stadig for mange huller i systemet og der mangler et systematisk overblik over hele klagehåndteringen. Problemet med sene svar er blevet reduceret noget, men er dog stadig betydeligt - bl.a. i *DR Nyheder*.

7. Er lytter- og seerredaktørens rolle synlig og kendt?

Det er blevet en smule bedre - bl.a. har lytter- og seerredaktøren deltaget i fem radioprogrammer i halvåret - og der arbejdes på en tv-plan.

-----