



PRESSENS  
FAGLIGE UTVALG

## PFU-SAK NR. 050AB/17

**KLAGER:** A: Erik Haaland, B: Nina Rose  
**PUBLIKASJON:** TV 2  
**PUBLISERINGSDATO:** 27.02.2017  
**STOFFOMRÅDE:** Næringsliv  
**SJANGER:** Aktualitet  
**SØKERSTIKKORD:** Redaksjonell troverdighet, interessekonflikter, rolleblanding, åpenhet om bakenforliggende forhold, skille kommersielt og redaksjonelt, skjult reklame, sponning  
**REGISTRERT:** 27.02.2017 (klage A), 18.04.2017 (klage B)  
**BEHANDLET I PFU:** 29.08.2017: forenklet innstilling av klage A avvist, klage B ble utsatt; 26.09.2017  
**BEHANDLINGSTID:** 211 dager  
**KLAGEGRUPPE:** Privatperson  
**PFU-KONKLUSJON:**  
**HENVISNING VVP.:**  
**OMTALE/ANONYM.:**  
**MERKNADER:**

### SAMMENDRAG:

TV 2 publiserte **mandag 27. februar 2017** et 45 minutters langt program, «**Rå fisk og sylskarpe knivar**», der programleder Arne Hjeltnes reiste til Japan «**for å lære mer om japansk matkunst og møter noen av verdens fremste sushikokker**», som det het i programomtalen.

Innledningsvis og avslutningsvis i programmet (og i delene av programmet, før/etter reklamepauser), het det i voice over:

«**Programmet presenteres av laks.no fra Sjømatrådet**»

Samtidig ble det vist frem en plakat med påskriften «**laks.no**».

Selve programmet åpnet med at programleder Arne Hjeltnes, som sto ved havna i Oslo, sa:

«**Er du glad i fisk? Kanskje er du ein av hundretusenvis av nordmenn som har lagt sin elsk på rå fisk på japansk vis, sushi. I dette programmet skal me ta deg med til Japan og vise deg den ekte sushien, og ikkje minst handverket, tradisjonen og innsatsen som ligger bak det som må være verdas mest populære mattrend. For å toppa alt saman, skal me ta med oss ein ekte sushi-meister heim att, og la han få lov å boltra seg med dei norske delikatessene frå det norske havet vårt. Det skal bli**

**ein fest for auga og mage, og blir du ikkje svolten av dette, så skjønar eg ingenting.»**

Første stopp på Hjeltnes' tur til Japan var byen Osaka. Hjeltnes presenterte Osaka, og sa blant annet:

**«Reisa vår startar i Osaka. Ikkje den største byen i Japan, men 20 millionar bur det her. I Japan er tradisjon og kultur utruleg høgt verdsett. Når det gjeld mat, legg dei lista for kokkekunsten høgt. (...) Eit japansk ordtak er at dei seier om folk i Kyoto at dei ruinerer seg på å bruke alle pengane sine på kler, og folk i Osaka ruinerer seg på å bruke alle pengane på mat.»**

Mens det ble vist bilder av Osaka og sushi, samt programlederen som spiser sushi – noe som for øvrig gikk igjen flere steder i programmet – fortalte programlederen:

**«Japanarane er i ein eigen divisjon når det gjelder sjømat. Dei fleste japanarar et om lag si eiga vekt i delikatesser frå havet kvart år. Sjømatkonsumet er over 53 kilo per innbygger per år. Medan me, havets nordmenn, berre et om lag halvparten. For norsk sjømat er Japan den sjette største marknaden, og saman med USA er Japan ein av dei to marknadene som aukte mest i 2016.»**

Deretter fulgte en kort sekvens hvor programlederen satt i en sushirestaurant, som det ble opplyst var et sted mange lærlinger i hele Japan kommer til for å lære å bli den ultimate sushikokken.

Etter dette fortalte programlederen om verktøyet sushikokkene bruker, og programlederen besøkte en som lager sushikniver (kjøkkenkniver). Det ble i den forbindelse fortalt om tradisjoner knyttet til knivkunsten, og Hjeltnes besøkte også et knivmuseum.

Programmet og ferden gikk videre derfra til togstasjonen, der programlederen illustrerte kvaliteten på den japanske sushien, ved å kjøpe fastfood-sushi fra kiosken på stasjonen. Idet Hjeltnes gikk om bord på et tog til Tokyo og pakket opp sushien inne på toget, fortalte han:

**«Eigentleg betyr sushi 'sur smak'. Tradisjonen går minst et par tusen år attende. Då pakka dei fisk inn i ris for at den skulle halda seg. Risen vart etter kvart fermentert, men fisken inni heldt seg. Metoden var til for å sikra at fisken heldt seg godt, og fjerna bakteriane. Rett og slett gode praktiske løysingar fordi dei ikkje hadde kjøleskap eller trygg lagring og transport.»**

I Tokyo besøkte Hjeltnes den «regjerende sushikokk-verdensmesteren» (han som vant Global Sushi Challenge 2015). Han jobber på en familierestaurant som serverer sushi på samlebånd, og det ble fortalt hva som må til for å bli en så god sushikokk. Det ble i denne sammenheng også sagt at laks ikke alltid har vært på samlebåndene til slike sushi-steder:

**«Det er faktisk 30 år sidan me nordmenn lærte japanarane å bruka laks i sushien. Det er en norsk oppfinnelse.»**

Deretter ble historien om hvordan dette skjedde fortalt. Personer som var involvert i prosjektet på 80-tallet uttalte seg i korte sekvenser. Programlederen møtte også japaneren som skal ha åpnet dørene for Norge:

**«Etter mykje hardt arbeid med å overbevisa japanarane om kvifor norsk oppdrettslaks passa så godt rå i sushi, fekk dei endeleg napp hjå ein av Japans stjernekokkar, Yutaka Ishinabe.»**

Ishinabe fortalte om hvorfor han begynte å bruke laksen. Han sa blant annet:

**«Den kunne brukes til alt, så jeg begynte straks å bruke den.»**

Programlederen kommenterte:

**«Takka være innsatsen for 30 år sidan (...) har laksen vorte ein viktig passasjer i den japanske sushibølga, som stadig vinn nye venner. Når dei mest kresne fiskeelskarane i verda godkjenner vår laks, så set det standarden over heile verda.»**

Deretter gikk turen til enda en sushi-restaurant, en folkelig type, i en bydel i Tokyo. Her fortalte programlederen at ikke bare maten, men også stemningen er viktig på japanske sushi-restauranter, og at kokken på slike folkelige steder pleier å rope til gjestene for å ønske dem velkommen. Det er også her på disse folkelige stedene at laksen er vanlig, sa programlederen samtidig som han fikk servert en tallerken med laksesushi.

Etter dette kom en sekvens hvor programlederen besøkte det berømte fiskemarkedet i Tokyo, «**sjømatens mekka**», der handelen starter grytidlig om morgenen. Hjeltnes sa:

**«Japanarane er om mogleg ennå meir interessert i sjømat enn oss nordmenn. Hvis du lukkas her med produkta dine, så kan du lukkas overalt. Og det har me nordmenn gjort.»**

På fiskemarkedet møtte Hjeltnes en fiskehandler, som det ble fortalt var blant de første som fikk øynene opp for den norske laksen. Fiskehandleren fortalte kort om fiskemarkedets historie. Programleder Hjeltnes forklarte seeren at laksen ikke er blant fisketypene sushimesterne bruker og serverer, før han oppsøkte «den klassiske sushien», på en av Tokyos eldste sushirestauranter, der en av de mest kjente sushikokkene i Japan jobber. Kokken fortalte om restaurantens historie, og om maten som serveres der.

Avslutningsvis i programmets første del (før pause), møtte programlederen mesterne i det japanske sushi-lauget, som har ansvar for opplæring, kvalitet, og for å bringe tradisjonen videre og spre sushikunnskapen ut i verden. En av mesterne ble i denne sammenheng invitert med til Norge, og programlederen varslet:

**«I neste del av vårt sushieventyr skal vi heim att, til Noreg, der sushimeisteren Ogawasan, skal få boltre seg i vår fantastiske sjømat frå det kalde, reine, klare vatnet langs kysten (...) Du skal også få møte superkokken Øyvind Nesheim (...) som lagar nydeleg japansk mat av fisk ingen vil ha. Om eit øyeblikk altså.»**

I Norge gikk turen til Stavanger, der programlederen tok med sin «**nye japanske ven for å visa han norsk fisk på sitt aller beste**». Her besøkte de Fisketorget, der daglig leder Karl Erik Pallesen, viste frem noen norske fiske-råvarer. Deretter møtte de den norske kokken Øyvind Nesheim, som har jobbet for Nobu, verdens mest kjente sushi-kjede, og som startet en egen japansk restaurant, Kita, da han kom hjem til Norge. Han fortalte om sin «filosofi», å lage mat av fisken som vanligvis blir kastet og som ingen andre vil ha. Det ble i denne

sammenheng vist bilder av kokken Nesheim som tilbereder retter til programlederen og den japanske mesterkokken. De besøkende skrøt av maten.

I neste sekvens ble den japanske mesterkokken tatt med ut på kråkebolle-fangst sammen med oppdretter Brynjar Berg og programleder Hjeltnes. Her fikk Ogawasan smake på fangsten direkte fra havet, hvorpå han skrøt av kvaliteten og smaken.

Turen gikk så innover fjordene i Ryfylket til «**verdens største kveiteoppdretter**», Magnus Skretting, som viste og fortalte den japanske mesterkokken om oppdrettsfisken og anlegget. Etter besøket kommenterte programlederen:

**«Den japanske meisterkokken har no sekken full av havets godsaker. Eg har utfordra han til å visa kunstene sine på eit utandørs kjøkken på den historiske øya, Natvigs Minde, midt i havna i Stavanger. (...) Han er klar til å bruka dei gode norske råvarene han har vorte kjent med. Men knivane og utstyret hans er ikkje lokalt. Det er med han uansett kvar i verda han er.»**

Deretter ble det vist en sekvens der den japanske kokken var i aksjon med et bord fullt av norske råvarer. Programlederen sto ved siden av og spurte kokken om maten, samtidig som han kommenterte:

**«Det er utruleg kva ein mann kan få til på eit par timar med ein skarp kniv til 70.000 og mange års utdanning.»**

Etterpå smakte de to på maten og kommenterte smakene, og programlederen sa:

**«Det beste frå vår flotte kyst og ein meister i sushi frå Japan er verkeleg ein smakfull kombinasjon. Dette må vel vere noko av det betre som har vore servert her i havna. Ogawasan skal likevel få oppleva at dei er ikkje heilt borte vekk på sushifronten i matbyen Stavanger. Her ligg nemleg Sabi Omakase, som er kåra til ein av Nordens beste restaurantar.»**

I den siste delen av programmet besøkte de to den anerkjente restauranten. Etter at grunnleggeren av Sabi sushi, Njål Gaute Solland, var intervjuet, fikk vi se programlederen og den japanske mesterkokken sittende i restauranten, der en kokk, som har fått utmerkelse, lagde og serverte gjestene noe av det restauranten har å by på. Programlederen kommenterte:

**«I Japan tar det mange år å verta ein skikkeleg sushikokk. Så sjølv om me har dei beste råvarene i havet vårt, så er det ikkje mange som har komme på Roger sitt nivå. Han serverer den eine delikatessen etter den andre. Eg må seia at det dei har fått til i Stavanger, ikkje står noko attende til det me fekk i Osaka eller Tokyo. Men, kva min japanske sushimeister syns, det er eg veldig spent på.»**

Det viser seg at han er veldig fornøyd, og programmet avslutter med følgende kommentar:

**«Det er imponerende, og ikkje minst velsmakande, kva dei beste sushikokkane klarer å gjere med godsakene frå havet. Å få oppleva kor høgt dei verdsett håndverk, råvarene og atmosfæra kring måltidet i Japan, er ei stor oppleving. Viss du er glad i sushi, må du ein gong i livet reisa til Japan. Og medan du planlegg turen til sushiens heimland, er det liten tvil om at det er mykje god sushi du og eg kan eta her i vårt eige sjømatland. Sunt er det òg.»**

I slutten av rulleteksten, like før logoen til Parkas Production dukket opp, sto det:

«Creuna  
TV 2 AS»

#### KLAGENE:

**Klager A** mener programmet må anses som «ren reklame fra Norsk eksportråd for sjømat (Seafood)». Klager mener programmet mangler merking og at det handler om en sammenblanding som er «svært uheldig».

I klagen er det henvist til en pressemelding fra Norges sjømatråd, der det blant annet heter: «Programmet 'Rå fisk og sylskarpe knivar' som sendes på TV 2 mandag 27.02 klokken 20.00 er en del av Sjømatrådet sin omdømmesatsing for norsk laks. Vi i Norges Sjømatråd er stolte over at denne viktige og imponerende fortellingen blir fortalt på vegne av den norske laksenæringen på riksdekkende TV. Vi har støttet programmet faglig og økonomisk og jeg gleder meg til å se resultatet mandag kveld, sier markedsdirektør i Norges sjømatråd (...)»

Slik klager A ser det, bryter programmet med flere punkter i Vær Varsom-plakaten (VVP): 2.6, om å skille reklame fra journalistikk, 2.7, om journalistisk omtale av produkter, og 2.8, om skjult reklame, produktplassering og sponsing.

**Klager B** mener det påklagede programmet ser ut som et reklameinnslag, og at programlederen Arne Hjeltnes blander roller. Klager skriver: «Programmet handler om sushi, med fokus på norsk laks. Det er PR-byrået Creuna som står bak, sammen med TV 2 AS. (...) Programleder er Arne Hjeltnes, som har jobbet som programleder i TV 2, og som nå er konsernsjef i kommunikasjonsselskapet Creuna AS, der laksenæringen er en av kundene (2017).»

Videre finner klager plakaten som vises før/etter programmet (pausene) problematisk: «Sponsorplakater er ofte for noe helt annet enn det programmet handler om. Så her vil ikke seeren automatisk forstå at det er laksenæringen som står bak programmet.»

For øvrig etterlyser klager en P for produktplassering i programmet, og skriver: «Programmet føles som 'hvit propaganda'. Det er mange, både norske og japanske, som i dette programmet snakker varmt om norsk sjømat, og laks spesielt. Flere japanske sushikokker synes at den norske sjømaten er bedre enn den japanske, og laks blir fremhevet som et eksempel. Noen uttalelser høres skriptet ut.»

Slik klager ser det, bryter publiseringen med følgende punkter i Vær Varsom-plakaten (VVP): 2.2, om redaksjonell uavhengighet, troverdighet og integritet, 2.3, om åpenhet om bakenforliggende forhold, og 2.6, om å skille reklame fra journalistikk.

**Sekretariatet** ba TV 2 om en kortfattet redegjørelse, innen klagegrunnlaget ble realitetsvurdert.

**FORENKLET SAKSBEHANDLING:**

**Sekretariatet** underrettet partene om at **klage A** ville bli forelagt PFU med forslag om forenklet saksbehandling.

**Pressens Faglige Utvalg** avviste i møtet 29.08.2017 den forenklete innstillingen, og sendte klagesaken tilbake til sekretariatet for full behandling.

**TILSVARSRUNDEN:****KLAGE A:**

**TV 2** viser til sin tidligere redegjørelse samt svarene avgitt i parallell klagesak (sak 050B/17, se under). Videre presiserer redaksjonen at det påklagede programmet ikke er noen reportasje, men «et lett underholdnings-program produsert eksternt, hvor TV 2 har en begrenset visningsavtale».

TV 2 skriver: «Temaet filmprodusenten ønsket å belyse var den gjensidighet eller den crossover-effekt man har sett de siste årene mellom japansk sushi-tradisjon og norsk sjømat. (...) For TV 2 var det vektlagt at programmet både var underholdende, feel-good-fokusert, men også korrekt hva gjaldt faktaopplysningene.»

Med hensyn til finansieringen av programmet, forklarer TV 2 at de fleste underholdnings-programmer henter delfinansiering utenfra, og at alle reguleringer knyttet til dette er fulgt: «både hva gjelder sponing, innholdets utforming og når publikum er opplyst om at produksjonen er sponset. Det forekommer ikke produktplassering i det aktuelle programmet. Alt som vises er valgt av redaksjonen, og det er heller ikke mottatt noen betaling for å ta noe med i innholdet.»

TV 2 opplyser videre: «Gitt programmets tema var det derfor naturlig for produksjonen først å henvende seg til sponsorer innenfor fiske-/næringsmiddel-området. Noen av disse pekte til Sjømatrådet som en potensiell sponsor. Det ble således tatt kontakt dit i begynnelsen av mai 2016, med en kort beskrivelse av ideen og Parkas' løselige anslag over produksjonens kostnader. (...) Etter det (...) sa Sjømatrådet seg i prinsippet villig til å gi økonomisk støtte til et slikt prosjekt. Redaksjonen konkretiserte deretter dette nærmere og la dette frem i midten av juni 2016 (understøttet av vedlagte skisse 'Sushi Soga'). TV 2 ble så tilbudt en avtale om visning. TV 2 vurderte prosjektet og etter en gjennomgang sa man seg villige til å inngå avtale. Produksjonen meldte TV 2s beslutning tilbake til Sjømatrådet sammen med en mer konkretisert angivelse av hvilke[n] finansiering som var nødvendig for å gjennomføre produksjonen. Det ble deretter endelig enighet om at Sjømatrådet skulle sponse produksjonen og ferdigstillelse av den, med det nødvendige beløp (ut over TV 2s kjøp av visningsrett). Dette var basert på ordinære prinsipper og forutsetninger, i tråd med lovgivning og god presseskikk.»

TV 2 skriver: «Sponsoren fikk ikke - og krevde heller ikke - noen mulighet til påvirkning. Det ble ikke satt noen vilkår knyttet til programmets innhold og innretning, ut over at støtten forutsatte at programmet faktisk ble produsert og at sponsoren ble identifisert/kreditert for deltagelsen som sponsor i tråd med lovgivningen.»

For øvrig skriver TV 2 at det ble satt «en programredaktør fra TV 2 som skulle følge prosjektet og evaluere programmet ved levering», og at «hennes medvirkning er skjedd uten noen påvirkning eller rammer fra sponsoren (eller andre utenfor produksjonen)». TV 2 opplyser at programredaktøren har fokusert «på de forhold som nevnes i VVP 2.6, 2.7 og 2.8»: «Programredaktøren fremholder at hun underveis har stilt de relevante spørsmålene for å sikre at prosjektet og produksjonen var innenfor gjeldende regelverk, fra den dagen oppdraget ble overlevert henne. Videre opplyses at 'merkingen er også kvalitetssikret internt, og det har aldri vært tvil om at dette er en sponset produksjon, men uten produktplassering'. Etter dette er det – når det ikke er kommersielle eller reklameelementer i programmet – åpenbart for publikum hva som er redaksjonelt og hva som er 'kommersielt' innhold. VVP 2.6 er således ikke relevant.»

Videre avviser TV 2 også at VVP 2.7 skulle være brutt. Det understrekes at redaksjonen har betalt sine egne restaurantregninger, og TV 2 skriver: «Det er gitt et generelt sponsorbidrag til dekning av utgifter ved produksjon av prosjektet. Dette opplyses det om i tråd med og innenfor grensene av gjeldende lovgivning (som sammenfaller med VVP på dette punkt). Det er ikke konkrete elementer i programmet som er 'finansiert av utenforstående interesser'.»

Etter TV 2s mening foreligger det heller ingen form for «skjult reklame» i programmet: «At produkter eller virksomheter etter redaksjonens vurdering omtales som fremragende eller svært gode, er naturligvis ikke i strid med god presseskikk. (Redaksjonen er heller ikke alene om vurderingen her, virksomhetene har vært omtalt i samme retning av andre). Sponsing er tydelig merket, og direkte utgifter er betalt av redaksjonen selv, også dette er i tråd med 2.8.»

For øvrig mener TV 2 at det forhold at Sjømatrådet «etter redaksjonens ønske, hjelper redaksjonen med å komme i kontakt med relevante virksomheter og få anledning til å gjøre de opptak i Japan, som redaksjonen ønsker å gjøre, er ikke en situasjon som faller innenfor 2.8». TV 2 kommenterer: «Dette er en enkel og svært liten tjeneste som virksomheter av denne typen har som formål å yte til alle medier når de kan, og som alle medier og journalister benytter seg av.»

Hva gjelder valg av programleder, bemerker TV 2 at dette «er et forhold som i første hånd ligger til produsenten/redaktøren for programmet», og at dette «er åpenbart en redaktørbeslutning». TV 2 viser også til hva produsenten har opplyst om sitt programledervalg; det fremgår at produksjonsselskapet lenge har hatt «et meget godt samarbeid med Arne Hjeltnes», og at han er «førstevalg (...) når det gjelder å lage infotainment programmer (faktaunderholdning)».

#### **KLAGE B:**

**TV 2** avviser påstandene om brudd på god presseskikk. TV 2 opplyser at det er Parkas Production som har produsert programmet, ikke PR-byrået Creuna, og at TV 2 har kjøpt visningsrett til programmet. TV 2 skriver: «Programmet har fokus på sushi og norsk sjømat, ikke laks alene slik klager synes å mene.»

TV 2 skriver også: «Det er også helt feil å hevde at 'laksenæringen står bak programmet'. Det korrekte er at det er det bredere Sjømatrådet som har sponset produksjonen. Ut over sponsorbidraget og at Sjømatrådet (...) har vært behjelpelig med å organisere besøk for opptak i Japan, har 'laksenæringen' – naturligvis – ikke hatt noen påvirkning på produksjon

eller innhold.» Ifølge TV 2 er «[v]inkling og andre redaksjonelle avgjørelser (...) også redaksjonens». Det avvises dessuten at det er laget noe «skript» for det som blir sagt.

For øvrig påpekes det at det ikke er gjort avtaler om produktplassering, og at det følgelig heller ikke skal P-merkes. TV 2 skriver: «Hva gjelder innholdet er det naturligvis vanskelig å omtale mat basert på norske råstoffer uten å omtale råstoffene eller vise dem. Norske råstoffer, norske produsenter av sjømat og norske serveringssteder må nødvendigvis – når man omtaler råstoffene/produsentene eller serveringsstedene – fremtre. (...) At berettiget god omtale i mediene – etter gode prestasjoner – gir 'reklame' for den omtalte er naturligvis ikke i strid med god presseskikk.»

Med hensyn til innvendingene knyttet til programlederen og hans roller, opplyser TV 2 at det er lenge siden Arne Hjeltnes var ansatt i TV 2: «Som for alle andre mediepersoner er hans posisjon et naturlig vurderingspunkt når TV 2 vurderer innkjøpte programmer. TV 2 gjør sine vurderinger innenfor rammene av og i tråd med god presseskikk (2.1, 2.2 og 2.3). Hjeltnes posisjon og kvaliteter vurderes på samme måte som man gjør for alle andre eksterne ikke-journalistiske medvirkende (...) Hjeltnes varierte bakgrunn og posisjon kan man naturligvis ikke se bort fra, tvert om er det på denne bakgrunn han foretrekkes som deltager i gitte sammenhenger og ikke i andre. Dette kan ikke føre til at han (og TV 2) klages inn for PFU fordi klageren mener at 'Hjeltnes blander roller'. Det ville jo tilsi at Hjeltnes illegges et 'yrkesforbud' som underholder og presentatør i norske underholdningsprogrammer og samtidig være et klart inngrep i redaktørens rett etter 2.1 og Redaktørplakaten.»

For øvrig viser TV 2 til redegjørelsen som ble gitt i sak 050A/17, når det gjelder merkingen av programmet (se vedlegg). Her het det blant annet: «TV 2 var ved inngåelse av avtalen med produsent, orientert om at produksjonen i tillegg til TV 2s betaling for visningsrett, ble støttet av Norges Sjømatråd. Filmen er derfor – hos TV 2 – merket så omfattende som grensene av i Kringkastingsloven gir rom for. På dette punkt er som kjent kringkasterområdet særskilt regulert. Det ble i tråd med dette sendt sponsorplakater med angivelse av at 'Programmet presenteres av laks.no fra Sjømatrådet' på de steder loven anviser (inn og ut av hver programdel).»

TV 2 la også til: «For helhetens skyld bemerkes at eventuelle henvisninger til eller annen markedsførings av filmen som Sjømatrådet gjør, ikke angår TV 2s virksomhet, TV 2s konkrete rettigheter og det skjer heller ikke koordinert med TV 2. At andre – også sponsorer – viser til produksjoner sendt på TV 2 må man akseptere.»

**Klager A** har ikke hatt ytterligere kommentarer.

**Klager B** bemerker at seeren «skal være trygg på at det redaksjonelle stoffet springer ut av en selvstendig og uavhengig journalistisk vurdering, og at innhold og presentasjon er uten bindinger til utenforstående interesser». Slik klager ser det, er det «rart at sjømatrådet, som betalte for programmet, hadde sponsorplakat på akkurat dette programmet, og ikke noen andre», dersom det ikke var et reklameprogram.

Klager skriver: «Sjømatrådet betalte et kommunikasjonsbyrå (Creuna) til å lage et program om fisk. Jeg mener dette programmet krysser grensen fra å være uavhengig journalistikk til å være et pr-innslag. Programlederen jobber selv i kommunikasjonsbyrået.»



Videre opplyser klager også at programlederen «tok personlig skriftlig kontakt med meg etter at jeg hadde sendt inn klagen». Her skrev han: «Sjømatrådet har betalt for å få laga eit program som fortel om den opprinnelege sushi, korleis norsk laks og sjømat har funne sin rolle i denne trenden, samt invitera ein japansk kokk til Noreg/Stavanger for å prøva seg på norske råvarer.» Etter klagers mening bekrefter Hjeltnes at han «fikk i oppdrag å lage et pr-innslag om fisk».

**TV 2** presiserer i sitt andre tilsvaer til **klage B** at redaksjonen «ligger hos produksjonsselskapet Parkas», og ikke Sjømatrådet eller Creuna. Videre bemerker TV 2 at Sjømatrådet har sponset selve produksjonen, ikke TV 2s innkjøp.

TV 2 skriver: «Sjømatrådet ble naturligvis informert om Parkas' redaksjonelle prosjekt før det der ble besluttet å gi pengestøtte. Det er en nødvendig forutsetning for å kunne innhente sponsormidler, det innebærer ikke – slik klager oppfatter det – at det gis et 'oppdrag å lage et pr-innslag om fisk' for Sjømatrådet. Det er verken stillet eller gitt noen redaksjonelle konsesjoner eller motytelser til sponsoren. Redaksjonen har stått helt fritt med hensyn til innhold og vinkling. (...) Programmet og øvrige innhold er også gjennomgått ved levering (før publisering), av en egen programredaktør[.]»

For øvrig opplyses det at TV 2 ikke var kjent med Hjeltnes henvendelse til klager. TV 2 skriver: «Vi har imidlertid nå fått opplyst at dette ble gjort i all vennlighet for å opplyse klager om saken.»