



PRESSENS  
FAGLIGE UTVALG

## PFU-SAK NR. 083/15

**KLAGER:** Agder Journalistlag ved leder Ole Dag Kvamme  
**ADRESSE:** Prestvikveien 12, 4631 Kristiansand  
**PUBLIKASJON:** Agderposten  
**PUBLISERINGSDATO:** 06.02,2015  
**STOFFOMRÅDE:** Forskning  
**SJANGER:** Featureartikkel  
**SØKERSTIKKORD:** Tekstreklame  
**REGISTRERT:** 12.03.2015  
**BEHANDLET I PFU:** 28.04,2015  
**BEHANDLINGSTID:** 46 dager  
**KLAGEGRUPPE:** Organisasjon  
**PFU-KONKLUSJON:**  
**HENVISNING VVPL.:**  
**OMTALE/ANONYM.:**  
**MERKNADER:**

### SAMMENDRAG:

Agderposten publiserte fredag 6. februar 2015 en fire sider lang artikkel om Havforskningsinstituttets stasjon Flødevigen på Hisøy i Arendal. På avisens førsteside denne dagen het det i en henvisning: «**Nå snakker de engelsk på jobben**», og slik tekst: «**Fagfolk fra hele verden strømmer til Flødevigen. Les hvorfor i dagens avis.**»

På helgesidene inne i avisen het det på inngangssiden: «**Lukket rom. Denne kjelleren på Flødevign er lukket for publikum. Akvariene er viktige i den marine forskningen.**»

Selve artikkelen hadde tittelen «**Verden strømmer til Flødevigen**». Ingress:

«**Torsk er blitt til «cod» og hummer er blitt til «lobster». Forskningsmiljøet i Flødevigen blir mer internasjonalt for hver dag som går og nå siktes det mot et senter som vil vekke internasjonal oppsikt.**»

Artikkelen omhandler i all hovedsak omtale av studenter/forskere fra en rekke land og de prosjekter de driver med på Flødvigen. Artikkelen var illustrert med tilsammen sju bilder.

Alle var merket:

«**Foto: Espen Bierud/Havforskningsinstituttet.**»

Til slutt i artikkelen heter det:

«**Artikkelforfatter: Espen Bierud, Havforskningsinstituttet.**»

Identisk artikkel var også publisert på avisens nettside.

#### **KLAGEN:**

**Klager** er Agder Journalistlag ved lagets leder. Det anføres brudd på Vær Varsom-plakatens punkt 2.6, der det heter:

«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.

Videre vises det til Tekstreklameplakaten, «de fleste punkter og hele dens intensjon».

Journalistlaget viser til at artikkelen i sin helhet er produsert av objektet selv, men at den framstår som redaksjonelt stoff, som en ordinær feature-artikkel, mens den ved nærmere ettersyn «neppe (kan) anses som annet enn en velrettet annonse fra en svært stor offentlig aktør». Klager mener byline i bunn ikke er tilstrekkelig for at artikkelen skal framstå som noe annet enn redaksjonelt produsert. Det anføres fra klagerens side at det ikke er kjent om Agderposten har betalt for artikkelen.

Videre heter det i klagen: «I den grad Agderposten inviterer ulike bedrifter til å skrive om egen virksomhet, må avisen ta ansvar for å gi dette en form som ikke bidrar til å svekke tilliten til den redaksjonelle troverdighet og pressens uavhengighet.»

Avslutningsvis anføres det at det også kan være brudd på Redaktørplakatens krav til redaktøren om å etterstrebe en journalistikk som gjør klart for mottakeren hva som er reportasje og formidling av informasjoner og fakta, og hva som er mediets egne meninger og vurderinger.

#### **FORSØK PÅ MINNELIG LØSNING:**

Partene har vært i kontakt med sikte på å løse saken i minnelighet, uten at dette har ført fram.

#### **TILSVARSRUNDEN:**

**Agderposten** avviser klagen. Avisen omtaler det påklagede som «en faktaartikkel skrevet og innsendt til avisen fra Havforskningsinstituttet, avdeling Flødevigen i Arendal». (Artikkelforfatteren er samfunnskontakt hos avdeling Flødevigen; sekr. anm.)

Agderpostens ansvarlige redaktør kommenterer klagers anførsel om at den påklagede artikkelen «framstår som redaksjonelt stoff», med at den ikke bare framstår som, men er redaksjonelt stoff. Avisen kan derfor ikke se at det anførte punktet i Vær Varsom-plakaten er relevant for klagen. «Den innklagede fagartikkelen er et ikke-honorert, uoppfordret innsendt bidrag, som redaksjonen på fritt og uavhengig grunnlag fant interessant å presentere for våre lesere.» Det anføres at tekst og bilder er redaksjonelt redigert og presentert av Agderpostens redaksjon og viser også til at både tekst og bilder er merket med forfatterens og fotografens navn og tilhørighet.

**Klageren** opprettholder klagen. Det vises til at klagen er basert på at journalistlaget mener leseren «forledes til å tro at den innklagede teksten er «journalistikk» og at dette er noe annet enn «redaksjonelt innhold», fordi begrepet «redaksjonelt» omfatter mer enn journalistiske tekster. Klageren peker på at det ikke er dokumentert noen dialog mellom artikkelforfatter og redaksjon før publisering. Videre:

«Når Agderposten anfører at «tekst og bilder er redaksjonelt redigert og presentert av vår redaksjon» innebærer det altså at stoffet er teknisk overført fra en fil til det redaksjonelle produksjonsprogrammet, dessuten lest og utsatt for et stavekontrollprogram. Agderposten argumenterer dermed at tekst og bilder som kommer til redaksjonen, per definisjon blir til redaksjonelt stoff idet man overfører tekst og bilder til redaksjonens produksjonssystem og publiserer dette. Den logiske utledningen av dette, er at Agderposten mener at ethvert innhold man velger å trykke, er redaksjonelt, fordi det er satt på trykk. Så langt går det an å følge Agderpostens argumentasjon.»

Men klager mener at dette resonnementet ikke tar høyde for hvem som har laget stoffet. «Problemet oppstår når Agderposten ser ut til å sidestille «det redaksjonelle» med «det journalistiske», i og med at den aktuelle teksten i sin presentasjon og layout inni avisen er fremstilt som journalistikk.»

Klager viser til at leserbrev til avisen ikke er journalistisk innhold, men tydelig merket som noe annet og derfor ikke i samme grad er underlagt det etiske regelverket som det som det diskuteres i for foreliggende tilfellet.

Klager mener også at man prinsipielt ikke kan forholde seg annerledes til en statlig etat som Havforskningsinstituttet enn til andre aktører i samfunnet.

Til slutt i tilsvaret: «Det avgjørende for oss blir at Agderposten innrømmer at det ikke var redaksjonel selv som igangsatte arbeidet med artikkelen. Man presenterer det for leseren som noe som ser ut som et journalistisk produkt.»

**Agderposten** hadde ikke ytterligere kommentarer: