



PRESSENS FAGLIGE UTVALG

PFU-SAK NR. 321/15

KLAGER: Espen Eilertsen
ADRESSE: Lervigbrygga 211, 4014 Stavanger
PUBLIKASJON: Stavanger Aftenblad (papir)
PUBLISERINGSDATO: 26.10.2015
STOFFOMRÅDE: Reklame
SJANGER: Annonse
SØKERSTIKKORD: Skillet mellom journalistikk og reklame
REGISTRERT: 26.10.2015
BEHANDLET I PFU: 17.12.2015
BEHANDLINGSTID: 50 dager
KLAGEGRUPPE: Privatperson
PFU-KONKLUSJON:
HENVISNING VVPL.:
OMTALE/ANONYM.:
MERKNADER:

SAMMENDRAG:

Stavanger Aftenblad hadde mandag 26. oktober 2015 følgende saker på side 20 og 21. Artikkelen på side 20 er en redaksjonell artikkel, mens artikkelen på side 21 er annonse:



Pressens Faglige Utvalg (PFU) er et klageorgan oppnevnt av Norsk Presseforbund. PFU behandler klager mot mediene i presseetiske spørsmål. Adresse: Rådhusgata 17, Postboks 46 Sentrum, 0101 Oslo E-post: pfu@presse.no

KLAGEN:

Klagen er en vanlig leser. Han skriver: «Jeg mener publiseringen / annonsen ikke er tilstrekkelig merket og det fremgår som Aftenbladet har skrevet artikkelen. Jeg sover til tider dårlig og når man da er trøtt så er det spesielt vanskelig å legge merke til at teksten/ artikkelen er en annonse. Les tittelen. Plasseringen av annonsen tilsier at det er solgt inn med formål om å fremstå som at Aftenbladet har skrevet den. Skrifttype + mer ligner mye på resten av avisen.» Klager mener publiseringen er et brudd på VVP punkt 2.6.

TILSVARSRUNDEN:

Stavanger Aftenblad skriver innledningsvis: «Denne klagen går inn i en lang diskusjon om forholdet mellom redaksjonelt stoff og betalt innhold, blant annet aktualisert av den pågående diskusjonen om digital content marketing (annonsørinnhold) som også har vært behandlet i PFU tidligere (f.eks. den omdiskuterte innholdsmarkedsføringen av filmen «Bølgen».) Problemstillingen er altså ikke ny - denne type annonser har vært til stede i norske aviser ofte og i lang tid.»

Deretter «Vi sa nei til første versjon av annonsen, der skrifttyper og fargevalg liknet mer på våre. Den innklagede annonsen har farge- og skriftvalg som skiller seg tydelig fra Aftenbladets (grotesk skrift i versaler – mot våre antikvatitler i minuskler). I tillegg er annonsen merket med «Annonse» i øverste høyre hjørne.»

Til slutt skriver avisen «Vi kan legge til at vi har merket denne annonsen enda tydeligere i senere innrykk, og også flyttet det visuelle inntrykket enda lenger bort fra vårt eget – noe vi gjorde før klagen fra Eilertsen. Vår konklusjon er at vi ikke har brutt god presseskikk.»

Klageren opprettholder klagen, og svarer: «Ettersom jeg oftere blir oppmerksom på denne type "annonser" så mener jeg det er viktig at det blir stadfestet hva som er innenfor og hva som er utenfor. "Annonser" i Aftenbladet mener jeg er et prakt eksempel på noe som ikke burde vært trykket i papiravisen. I elektronisk variant ville det vært noe helt annet. [...]

Jeg ønsker at PFU legger vekt på følgende:

- Plassering av annonsen, sidetallet.
- Skrifttypen er ikke lett å se hvorvidt den skiller seg ifra resten av det redaksjonelle innholdet, med mindre man er skriftekspert.
- Annonsen henvender seg til folk som ikke sover godt, anta at leseren er trøtt.
- Det er lite vesentlig hva som er avtalt med annonsøren før den kom på trykk.

Jeg regner med at denne typer annonser dør ut om noen år slik at problemet forvitrer i fremtiden.»

Stavanger Aftenblad «Det er viktig for oss å merke denne type betalt innhold, og vi mener det er samme problemstilling digitalt (selv om klageren mener det forholder seg annerledes på digitale plattformer). Utover dette har vi ingen ytterligere kommentarer.»