



PRESSENS
FAGLIGE UTVALG

PFU-SAK NR. 242 /17

KLAGER: Aksel Stave Ervik
PUBLIKASJON: TV 2
PUBLISERINGSDATO: 2017: 21.09, 26.09, 02.10, 8.10
STOFFOMRÅDE: Fiksjon
SJANGER: Programreklame/promo
SØKERSTIKKORD: Skillet reklame/journalistikk
REGISTRERT: 22.10.2017
BEHANDLET I PFU: 22.03.2018
BEHANDLINGSTID: 140 dager
KLAGEGRUPPE: Privatperson
PFU-KONKLUSJON:
HENVISNING VVPL.:
OMTALE/ANONYM.:
MERKNADER:

SAMMENDRAG:

TV 2 startet å sende en ny dramaserie i 6 episoder den **5. oktober 2017**. Promoteringen av serien foregikk i slutten av september/start oktober i sosiale medier, på nett og på TV.

På TV 2s Facebook-side «Hvor er Thea?» ble videoen publisert **26. september 2017**, med følgende tekst:

«Har du sett bestevenninnen min? Hun heter Thea Vinger, og ble sist sett på Parkteatret på Grünerløkka i Oslo fredag **15. september**. Hun kom aldri hjem igjen slik hun skulle, og jeg er redd det har skjedd noe. Om du vet noe, så kontakt meg. Og om du ønsker å hjelpe, så del denne videoen, og følg med på bloggen min www.hvorerthea.no, der jeg legger ut alt jeg finner ut av fremover. «Hvor er Thea?» er en spenningsserie laget for TV 2 Sumo. Alt i serien er fiksjon, og ingen har forsvunnet på ekte. Følg serien gratis på bloggen.»

Trykket du på videoen, så startet en jente «Liv» og snakke rett i kamera:

«Hei. Jeg heter Liv, og jeg trenger din hjelp fordi jeg tror det har skjedd noe med bestevennen min. Hun har vært borte siden fredag **15. september**, da hun bare ikke kom hjem fra byen. Så jeg lurte på om noen der ute har sett Thea. Thea Vinger. Hun er 23 år gammel. Hun har langt, mørkt hår. Hun er ca 1.78. Veldig pen. Så hvis noen vet noe, eller har sett Thea. Please ta kontakt- og bare del denne videoen.
Og Thea hvis du ser det - ring meg, okey? Ellers så finner jeg deg.»

Det ble også vist flere bilder av Thea.

På TV 2s instagram-konto «**Hvor er Thea**» stod det i bio:

«Hvor er Thea?» er en fiktiv spenningsserie laget for TV 2 Sumo. Følg serien gratis på bloggen. www.hvorerthea.no»

På TV 2 Sumo's instagram-konto stod bio slik: «**Mer serier- Mer film - Mer sport**». Her ble det lagt ut et klipp av videoen over, med teksten «**Kommer *stjerne-emoiji***»

Bloggen «**Hvor er Thea?**» hadde url: «<https://live.tv2.no/hvor-er-thea>». Det første innlegget hadde tittelen: «**Har du sett Thea?**» etterfulgt av følgende tekst:

«Bestevenninnen min har vært borte siden fredag 15. september. Hun heter Thea Vinger, og ble sist sett på Parkteatret på Grünerløkka i Oslo. Jeg har opprettet denne bloggen for å finne henne igjen, og kommer til å dokumentere alt jeg gjør for å finne henne her. Jeg kommer også til å poste oppdateringer på Instagram-kontoen min @hvorerthea når det skjer noe nytt.

Om du som ser dette har sett Thea, vet noe om henne, eller bare ønsker å hjelpe: Vær så snill å dele, tipse, snakke om det, se ekstra godt rundt dere når dere sitter på bussen ... Jeg vil så gjerne se henne igjen.

På forhånd takk for hjelpen.»

Også her lå den samme videoen som omtalt over. Trykket men på meny-knappen på denne bloggen fikk man opp et nytt vindu hvor det stod «**Om serien**», «**Har du tips?**» og «**Se episodene kronologisk**». Trykket man på «Om serien»- knappen stod det:

«Om serien

«Hvor er Thea?» er en spenningsserie laget av TV 2 der vi følger Liv sin jakt etter bestevenninnen sin, Thea, som har forsvunnet. Alt i serien er fiksjon og ingen har forsvunnet på ekte. Du kan følge serien på www.hvorerthea.no og du kan følge karakterene på sosiale medier. Hver torsdag samles alle ukens videoer til en lengre episode som kan sees på TV 2 eller på TV 2 Sumo. Serien er produsert med støtte fra Nordisk Film og TV fond og NFI. Anbefalt målgruppe er minimum 12 år»

I TV 2 18.30-nyhetene mandag 2. oktober 2017 ble et savnet-innslag publisert sist i sendingen. Innslaget gikk rett etter en utenriksreportasje og like før sporten. Innslaget ble innannonsert fra nyhetsanker Arill Riise (AR) i studio:

«Takk skal du ha, Fredrik Græsvik. Hjem igjen. Du har kanskje sette denne savnet-plakaten i sosiale medier de siste dagene.

Det vises en plakate av en jente og følgende tekst over «**Har du sett denne svanet-plakaten. Se tv 2.no**» og AR sier på voice:

«Etter en kveld på byen i Oslo forsvant Thea sporløst i september. Nå har venninnen Liv satt i gang et stort prosjekt for å finne samboeren. Hva denne mystiske leteaksjonen går ut på, kan du lese å Tv 2.no»

Under plakaten vises TV 2-nyhetene logo, og en «nyhetsvarsel»- stripe, samt klokkeslett. AR tilbake i studio:

«Da er det klar for sporten, Ingrid. Hva har du å by på?»



Lenke til nyhetssendingen her: <https://sumo.tv2.no/nyheter/nyhetene/nyhetene-2017-episode-275-1231111.html?showPlayer=true> Spol til 38.20.

På TV 2.no ble det mandag 2. oktober 2017 publisert følgende henvisninger til serien: «NY SERIE: Har du sett denne savnet-plakaten?» og «Hvor er Thea? Følg TV 2s nye spenningsserie her.» Trykket man på disse gikk man videre til en artikkel som fortalte om serien.

Det ble publisert flere innlegg og nye klipp på Instagram og Facebook ved oppstart av serien.

«Jeg har fått tilgang til overvåkingsmateriale fra kvelden Thea forsvant (med litt hjelp fra min gode venn Guttorm). Nytt blogginnlegg ute nå på www.hvorerthea.no «Hvor er Thea?» er en fiktiv spenningsserie laget for TV 2 Sumo. Følg serien gratis på bloggen.»

Instagram med teksten: «Hvem er Thea på date med? Se nytt klipp på hvorerthea.no nå! *detektiv-emoji*»

På TV 2s Sumo's landingside der første episode ble lagt ut 5. oktober 2017 stod det:

«Serier, 1 sesong, 10 episoder, Norge, 12 år»
 «Hvor er Thea»
 «Episoder» og «om hvor er Thea»

«Sesong 1/10 episoder» og teksten:

«Liv og Thea har bodd sammen i kollektiv det siste året, men en dag i september kom Thea aldri hjem etter en kveld på byen. Nå har Liv startet en videoblogg for å få hjelp til å finne henne. Se nye episoder torsdager kl. 22.30 på TV 2 og TV 2 Sumo og følg Liv sin jakt etter bestevenninnen på hvorerthea.no.»

KLAGEN:

Klager er en vanlig seer som anser seg selv som «en svært oppegående og kritisk person som i stor grad kan sile ut falske nyheter og reklame fra reelle nyhetsartikler». Men nå føler han seg lur av TV 2 på grunn av måten de har promoterte dramaserien «Hvor er Thea?» på.

Han opplyser at han først «i dag», den 22. oktober, forstod at dette var fiksjon: «Det jeg trodde var en nyhetssak har vært et markedsføringsstunt for en ny dramaserie på TV 2.»

Han skriver: «Gjennom hele Oktober har jeg via bruk av seriøse apper og i forkant av program-titting fått opp en spesifikk video med jevne mellomrom. Dette er en kort video av en jente som etterlyser sin venninne, og fremviser et bilde av henne. Hun forteller når hun forsvant, og ber om hjelp til å finne henne. Jeg tenkte de første gangene at dette er noe uvanlig, og det er første gang jeg opplever det har blitt satt inn såpass mye ressurser i en forsvinnings sak at man kjøper reklameplass. Likevel, i lys av flere tidligere forsvinnings saker som mottar mye økonomisk støtte, så jeg ikke på dette som et tegn på noe unormalt.»

Han skriver videre at denne videoen ble diskutert på jobb, sammen med kollegaene, og «vi gikk inn på linken for å lese om saken. Vi kommenterte at det var litt rart at ikke personen var meldt savnet gjennom de store mediene som aviser, men kom til konklusjonen at sosiale medier i dag er så sterkt og raskt i å spre informasjon at dette heller ikke var uvanlig. Vi ble sendt rett til en blogg der venninnen beskriver hvordan "Thea" forsvant, og hvordan saken arter seg videre.»

Han forteller videre at siden hendelsen ikke fant sted i området der han bor, Bergen, så engasjerte han seg ikke noe mer, men hadde videoen likevel i bakhodet, og skriver: «Vi tar oss i å se etter henne på bussen, og dette påvirker oss som en seriøs sak over lengre tid i det hele tatt».

Videre: «Forsvinnings saken har også noe irriterende kommersielt pågående over seg med den gjentatte masingen fra jenten om å oppsøke tv-2 sin side, og vi setter på dette tidspunktet spørsmål til hvorfor akkurat TV2 har involvert seg så mye i denne spesifikke saken. Vi tenker at det nok er TV2 som har blitt betalt av pårørende for å kjøre saken så voldsomt, og ingen av oss forstår ennå hva det dreier seg om.»

Det gikk opp for han att dette var fiksjon når han så en sosial medie-post, der en komiker hadde postet et bilde av "hvor er Thea" sammen med et bilde av en rekke bokser fra Europris som står "Thea" (som i drikken Te) på, sammen med teksten "jeg har funnet henne".

Han skriver: «Vi reagerer umiddelbart, dette er jo respektløs harselering med en alvorlig forsvinnings sak. Så begynner diskusjonen, og ting å demre. Vi gjør grundige undersøkelser, leser gjennom TV-2 siden, og der kommer det frem. Dette er FIKSJON».

Han skriver: «Vi føler oss ekstremt dumme, men samtidig betrådt. Telefonene går. Det dreier seg altså om en serie som har benyttet seg av reklameplass for å promotere en tilsynelatende ekte forsvinnings sak, som på ingen måte fremkommer er fiksjon. Vi blir veldig opprørt, og kan ikke forstå at dette er lov. Vi har på ingen måte lest reklamen som reklame for et produkt, men som en reell etterlysning. Vi mener dette er svært langt inne i gråsonen, og ønsker en offentlig debatt om temaet og denne markedsføringsmåten! Dette er absolutt med på å svekke troverdigheten til andre som står i reelle forsvinnings saker, og en svært sludende måte å hente seg et større publikum på. Vi trykket på linken første gang fordi vi reelt trodde en person var forsvunnet og ønsket å hjelpe, og overhodet ikke fordi vi var interessert i at TV2 skulle tjene penger på oss! Nå er TV2's troverdighet betydelig svekket fra vår side som et seriøst medie. Tv-2 live-lenken kan også fremstå som en live-kanal for nyhetssending om man ikke er kritisk nok, og absolutt med på å underbygge alvorlighetsgraden av det gjeldende innslaget».

Klager skriver at han ønsker både å klage på både måten TV 2 har valgt å sende reklamen på sin egen plattform/digitale kanaler (som vedheng til nyheter). Klager viser også til at han senere har sett at flere har reagert: <https://journalisten.no/2017/10/dette-skulle-aldri-skjedd-sier-karianne-solbraekke-som-er-uenig-i-journalistens-begrepbruk>

Han skriver: «Jeg mener at denne markedsføringsmåten, samt tilgjengelig informasjon på seriens side klart bryter med 2.6, skillet mellom journalistikk og reklame. For oss fremstår dette som journalistikk og en nyhetssak, mens det egentlig er kommersiell reklame. Det bryter også med 2.8, sponing eller produkt plassering i nyhets- og aktualitetsjournalistikk eller journalistikk rettet mot barn. Problemet her er at TV2 selger sitt eget produkt, og TV2 er både en nyhetskanal og en underholdningskanal. De velger å spille på sin rolle som nyhetskanal mens de egentlig selger et underholdningsprodukt som noen tjener penger på.»

Klager ønsker også å klage på «reklamen isolert sett, uavhengig av publiseringsplattform». Han skriver: «Jeg er klar over at «forseggjorte» og nøye uttenkte reklamer for krimserier figurerer hele tiden, også i etterkant av nyhetssendinger. Jeg vet at andre kanaler reklamerer bredt i beste sendetid med sine serier, og også ønsker å gjøre mest mulig for å trekke seere. Grunnen til at jeg mener TV2 i dette tilfellet gjør noe helt nytt, uakseptabelt, og forvirrende som jeg aldri har sett før, og som må vurderes, er at de benytter seg av en direkte formidlingsmåte der de lar en skuespiller tale direkte til publikum. I alle andre reklamer for spenningsserier med forsvinnings saker og drapsmysterier ser man en dialog mellom skuespillerne, som setter seerne på sidelinjen, som betraktere. Skuespilleren i denne episoden ser derimot seerne rett inn i øynene, og snakker til de som om hun har et viktig budskap å meddele via TV2. Dette skaper enorm forvirring til når vi som tv-tittere er betraktere av underholdning, og når noe blir direkte formidlet med øyekontakt fordi det angår oss. Jeg ber dere derfor innstendig om å tenke gjennom måten denne reklamen bryter med konvensjonene rundt tv-titting på. Bør det ikke være retningslinjer for hvilke typer tv-innslag som skal nå rett ut til tv-titterne fra øyne til øyne? Bør ikke dette være forbeholdt saker med et visst innhold av alvor? Jeg mener at denne reklamen ikke hører hjemme noe sted, med mindre den er tydelig merket med REKLAME/UNDERHOLDNING. Det er ingenting med virkemidlene som tilsier at dette er fiksjon, tvert imot. Måten «Liv» henvender seg til det norske folk via nyhetsplattformen TV2 er på alle måter å lese som et desperat og ekte rop om hjelp, og et grovt tillitsbrudd fra tv2 ovenfor sine seere.»

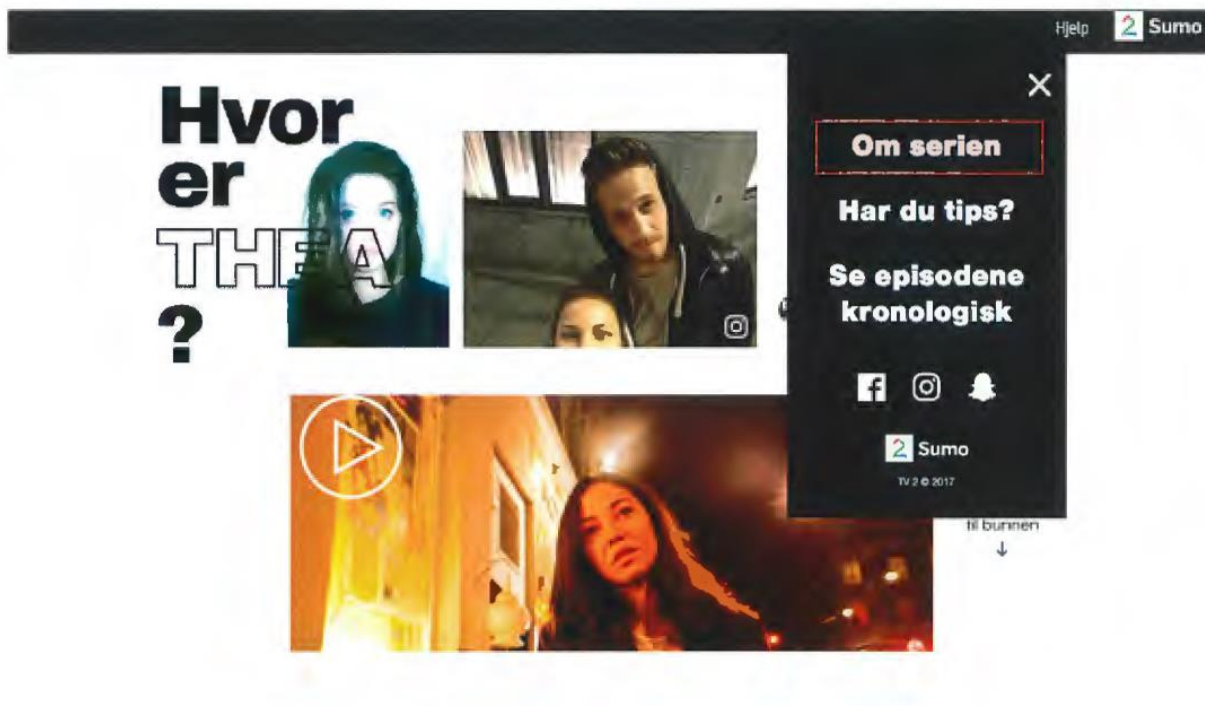
TILSVARSRUNDEN:

TV 2 avviser brudd på god presseskikk. Kanalen mener at alle som fatter interesse for denne dramaserien, raskt vil oppfatte at dette er en regissert fiksjonsserie.

TV 2 skriver at serien ble markedsført som en dramasatsning, med visse interaktive elementer. Serien er et multimedialt prosjekt rettet mot ungdom og baserer seg på den «velkjente SKAM-vinkelen» hvor serien utvikler seg i flere medieformer og over tid. Den ble også omtalt som en dramasatsning i andre medier.

Se vedlagte artikler fra september 2017, blant annet Side 2 og Kampanje.

TV 2 skriver at det ved lansering av serien var viktig for TV 2 «å sikre at premissene for de som kom til å følge serien skulle bli klargjort». Det vises til følgende merking i live-senteret til serien, videobloggen som ligger under TV 2 Sumo: <https://live.tv2.no/hvor-er-thea>



Under menyen stod det «Om serien» og «Se episodene kronologisk».

Under «Om serien» var det forklart hva det var «en spenningsserie laget av TV 2 der vi følger Liv sin jakt etter bestevenninnen sin, Thea, som har forsvunnet. Alt i serien er fiksjon og ingen har forsvunnet på ekte». TV 2 viser også til at hovedrollen Liv, spilles av en av tidens mest kjente yngre skuespiller.

På hovedplattformen, TV 2 Sumo, var innholdet markert med både «Sesong» og «Episoder». Ifølge TV 2 er det ikke mulig å misforstå at dette er en dramaserie.

Det vises også til hvordan serien ble promotert ved oppstart på Facebook og Instagram. TV 2 skriver: «Ved oppstart av serien ble videoen på Facebook og Instagram markert slik: [...] «Hvor er Thea?» er en fiktiv spenningsserie laget for TV 2 Sumo. Følg serien gratis på bloggen.»

Hvor er Thea?
Published by Marte Sunde [?] · 26 September · €

Har du sett bestevenninnen min? Hun heter Thea Vinger, og ble sist sett på Parkteatret på Grünerløkka i Oslo fredag 15. september. Hun kom aldri hjem igjen slik hun skulle, og jeg er redd det har skjedd noe. Om du vet noe, så kontakt meg. Og om du ønsker å hjelpe, så del denne videoen, og følg med på bloggen min www.hvorerthea.no, der jeg legger ut alt jeg finner ut av fremover.

«Hvor er Thea?» er en spenningsserie laget for TV 2 Sumo. Alt i serien er fiksjon, og ingen har forsvunnet på ekte. Følg serien gratis på bloggen.



9,757 people reached

Boost Unavailable

12k Views

Det opplyses for øvrig at serien også ble sendt på danske TV 2, og kanalen skriver at «et raskt søk vil-om det skulle være tvil- avklare seriens natur og formål».

TV 2 tar imidlertid selvkritikk på «teaseren» som ble publisert til slutt i TV 2-nyhetene den 2. oktober, og viser til at denne har de gått ut og beklaget: «Bortsett fra det av TV 2 selv, sterkt kritiserte forsøket på «krysspromotering» i TV 2s 18.30-sending den 2. oktober som jo ble behandlet umiddelbart etterpå, for «åpent hus» og beklaget fra TV 2s toppledelse, kan vi ikke se at det er noe grunnlag for å hevde at god presseskikk er overtrådt. I den grad dette innslaget den 2. oktober skal vektlegges må omtalen og diskusjonen etter dette ha fjernet all tvil hos publikum om seriens natur og karakter.»

Det opplyses også at «Hvor er Thea» er klippet og programsatt som en regulær dramaserie på TV 2s hovedkanal, med sendetid hver torsdag klokken 22.40, noe som fremgår og har fremgått av alle publiserte programtablåer både ukes- og dagoversikter. Serien er også i denne form tilgjengelig på den regulære TV 2 Sumo-plattformen. TV 2 mener det ikke kan være klanderverdig at TV 2 har benyttet reklameplass for å reklamere for serien.

Etter klagers mening, er det ikke grunnlag for å hevde at denne dramaserien og interaksjonen med publikum, skulle «fremstå» som «journalistikk» og bryte med VVP 2.6.

TV 2 mener videre at markedsføring og presentasjonen av serien, ikke kan sies å falle inn under VVP 2.8 og skriver: «TV 2s reklamesendinger er klart adskilt. Regulær praksis for TV 2s promotering av egne sendinger og underretning om egne tilbud er også fulgt her.»

Når det gjelder selve innholdet i serien, som klager ønsker vurdert, skriver TV 2: «At dramaserien er gitt en kreativ/kunstnerisk innretning som en videoblogg er åpenbart et grep som Pressens Faglige Utvalg ikke kan eller skal overprøve. Seriens funksjon med en dramaform som gjennom publiseringstakten integrerer seg over tid i hverdagen, har den felles med tradisjonelle performance-forestillinger som nettopp fremtrer i og spiller på tilstedeværelsen hos publikum. At man viderefører denne kunstneriske uttrykksformen i underretninger om serien kan og bør ikke PFU kunne overprøve.» For TV 2 er det åpenbart at PFU ikke kan slå ned på det som klager omtaler som «nye grep og lar skuespillere tale direkte til publikum». Dette er å klage inn et rent tv-drama-prosjekt som ligger utenfor VVPs område.

Oppsummert: «Utsendelsen klokken 18.20 den 2. oktober er som nevnt kritisert, håndtert og behandlet med stor oppmerksomhet i det offentlige rom og det finnes ikke noe grunnlag eller rimelig hensikt ved å felle TV 2, eller i det hele tatt behandle klagen på dette punkt.»

Klager mener denne dramaserien ble markedsført som en ekte forsvinningssak: «I alle de kanaler jeg og mine venner har fått denne (serien, markedsført) er det ingenting som tilsier at det er en fiktiv serie. Den informasjonen får man kun tilegnet seg ved aktivt å klikke seg videre til nettsiden og lese tekstinformasjon. Det faktum at realitetene rundt serien kun forekommer skriftlig, er også problematisk for alle i samfunnet med lese- og skrivevansker, som må belage sin tillit til den informasjonen som fremkommer verbalt og via filmatiske, auditive grep. Først og fremst er det mest problematiske at det ikke er mulig å forstå at dette er en fiktiv serie *kun* basert på videoklippet som reklamen består av. At det informeres om dette på TV2 sin hjemmeside, holder ikke, da dette er et sekundærledd i markedsføringen, og ikke slik seerne primært ser det. Se forøvrig vedlegg for bekreftelse på dette.»

At serien er rettet mot ungdommer mener klager «er et ugyldig argument, av den årsak at TV2 ikke har mulighet til å styre hvem som får opp denne reklamen. Reklamen sendes ut av eksterne reklamedistributører TV2 kjøper reklameplass av, og kan like gjerne havne sammen med mer alvorlige reklamer, og i kanaler der fiktive forsvinningssaker ikke er noe å spøke med. Den mottas også av alle aldersgrupper, og man kan ikke forvente at alle har den samme kritiske, analytiske evnen man må ha for å skjønne at dette er reklame».

Og argument om at man skulle forstå at dette er fiksjon fordi hovedrollen forøvrig spilles av en av tidens mest kjente yngre skuespillere, men klager er ugyldig: «Jeg har aldri hørt om henne. Etter å ha søkt opp serien og navnet hennes, finner jeg at det ikke står på noen av listene over kjente norske skuespillere. Påstanden er derfor svært overdreven, og dermed ugyldig.»

At TV 2 har tatt selvkritikk og innsett at de gjorde en grov feil ved å inkludere denne traileren som del av en reell nyhetssending mener klager viser at TV 2 forstår at det er langt over grensen å fremstille som en reell nyhet. Det vises også til vedlagt VG artikkel fra 4. oktober der TV 2 beklager.

Klager viser til TV 2s beklagelse, men mener det er begrenset hvor mange som fikk med seg denne beklagelsen: «Beklagelsen ble ikke tilgjengeliggjort i de samme kanalene som reklamene blir distribuert i (eksterne apper og medier) og det er derfor ingenting som tilsier at den fornærmede gruppen mottok kontrabeskjeden om at dette ikke stemte. TV 2 kan derfor ikke ta det for gitt at all tvil hos publikum om seriens natur og karakter er fjernet.»

Klager mener at grunnen til at dette *er* klanderverdig, «er at misvisende informasjon blir markedsført på kryss av egne kanaler». Slik klager ser det, har TV 2 et mål «om at dette skal fremstå som mest mulig reelt».

Klager mener dette er et brudd på VVP punkt 2.6: «Reklamen (som fremstår som en nyhetssak) og faktaene knyttet til den er publisert på ulike plattformer (sosiale medier vs tv2sumo), og dermed adskilt. Dette svekker helt klart skillet mellom journalistikk og reklame. Slik reklamen fremstår, er den et kommersielt innhold som kan forveksles med det enkelte mediums journalistiske presentasjon». Klager mener det ikke fremstår som åpenbart for publikum hva som er reklame.

Klager skriver at: «Hver eneste person jeg har snakket med i forbindelse med denne serien, har valgt å trykke den bort etter den er ferdig å spille. Dette fordi hendelsen det fremstår som har skjedd, foregår i en annen by, og fører seg inn i en rekke av andre, alvorlige forsvinningsaker man dessverre får gjort lite med. Man sitter igjen med et kaldt, hjelpeløst gufs, og en ekkel følelse av at nå har det forsvunnet enda en person. Det er helt naturlig å føle seg redd og utrygg om man kan identifisere seg med den forsvunne eller de tilsynelatende pårørende. Nå slike ting får rulle over mobilskjermen over lengre tid, skaper det naturligvis frykt og skepsis i et samfunn.»

Klager reagerer på at TV 2 ikke «forstår at hele markedsføringen av serien, fortsatt levert som en reell forsvinningsak, er meget problematisk, og viser lite innsikt ovenfor konsekvensene dette får for vår tillit til media. Det bør være klart at TV 2 har opptrådt i strid med god presseskikk, og må ta innover seg det. Den defensive holdningen som fremkommer i tilsvaret, viser nettopp at de ikke gjør det».

TV 2 viser til tidligere tilsvare, og har kun følgende melding: «Ut over at TV 2 har gitt en klar uttalelse i diskusjonen rundt den formen «teasen» av dramaserien fikk i den aktuelle nyhetssendingen, ser ikke TV 2 at det foreligger noen «sammenblanding» i strid med Vær Varsom-plakaten. At man i en nyhetssending viser til f.eks. egne nettsider og forteller hva man kan finne der, er imidlertid ikke prinsipielt i strid med god presseskikk. Dramaserien fremstår ikke som journalistikk og markedsføringen ble klargjort. TV 2 mener fortsatt at det sammensatte og plattformvarierte dramaserie-prosjektet - og markedsføringen av det - ikke var i strid med god presseskikk.»