

PRESSENS FAGLIGE UTVALG UTTALER:

Klagen gjelder en nettartikkel på Adresseavisens Økonomi-sider, der en samfunnsøkonom ved NTNU kritiserer ordningen med subsidier og støtte til elbil. Artikkelen var opprinnelig skrevet og publisert av NTNUs vitenskapsmagasin Gemini.no.

Klager er miljøstiftelsen Bellona som mener Adresseavisen ukritisk har formidlet pr-stoff. Slik klager ser det, bidrar dette til å oppheve skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold, noe som i sin tur svekker den redaksjonelle troverdigheten og pressens uavhengighet. Klager opplyser at den påklagede artikkelen er en ordrett kopi av Geminis sak, «uten tilsvar eller andre kilder», og at det på Adresseavisens forside ikke fremgikk at det var noen andre enn Adresseavisen som hadde skrevet artikkelen. Etter klagers mening skulle Adresseavisen, både på forsiden og inni artikkelen, tydeligere merket at artikkelen var levert av Gemini.no og at dette er et pr-produkt.

Adresseavisen avviser å ha brutt god presseskikk, og påpeker at det av artikkelens byline fremgår at den påklagede artikkelen er laget og levert av Gemini. Adresseavisen er imidlertid enig i at man kan vurdere om det også burde vært opplyst hva Gemini er, men Adresseavisen er ikke enig i at artikkelen er en pressemelding eller en kamuflert pr-tekst. Slik Adresseavisen ser det, er artikkelen et helt alminnelig journalistisk intervju med en fagperson som har meninger om den offentlige støtten til elbiler. Avisen opplyser også at artikkelen har vært gjennom en selvstendig redaktørvurdering, og at den ble fulgt opp samme dag med en artikkel som inneholdt motargumentasjon. Etter redaksjonens mening behandler artiklene et tema av stor samfunnsmessig interesse.

Pressens Faglige Utvalg mener klager har satt søkelys på noen sentrale spørsmål gjennom klagen; hvordan verner mediene om sin integritet og troverdighet og er seg bevisste grensene for hva og hvordan man kan videreformidle stoff fra eksterne pr- og kommunikasjonsavdelinger? Og hvor tydelig må slikt stoff merkes? Når det er sagt, er utvalget imidlertid, som Adresseavisen, uenig i at artikler levert av Gemini.no kan sidestilles med rent pr-stoff. Den påklagede artikkelen egner seg derfor ikke like godt til å belyse spørsmålene klager har reist.

Utvalget konstaterer at Gemini.no formidler stoff om forskning og nyskaping ved NTNU og Sintef, og slik sett ikke er en uavhengig kilde. Selv om det altså handler om stoff fra en ekstern kilde med bindinger til konkrete institusjoner, har utvalget vanskelig for å definere dette som ikke-journalistisk materiale av den typen tekstreklamebestemmelsene er ment å dekke.

Videre merker utvalget seg at Adresseavisen har lenket til Gemini.no tidlig i artikkelen, at det av bylinen fremgår at den er skrevet av en journalist i Gemini.no, samt at det også er lagt inn en lenke og henvisning til flere artikler fra Gemini.no helt til slutt i artikkelen. Slik utvalget ser det, fremgår det derigjennom hvor redaksjonen har hentet artikkelen, selv om utvalget er enig med klager i at merkingen kunne vært noe tydeligere. Likevel mener utvalget at kildehenvisningen er innenfor det presseetisk akseptable (jf. siste setning i Vær Varsom-plakatens punkt 4.4.). Etter utvalgets mening er det altså i denne sammenheng tilstrekkelig at merkingen kun skjedde i artikkelen, selv om det ikke hadde gjort noe om leserne også ble gjort oppmerksom på opphavet til artikkelen på Adresseavisens forside.

Videre vil utvalget på generelt grunnlag også minne om at åpenhet om kilder og eventuelle bindinger både redaksjonen og kildene kan ha, bidrar til at leserne kan stille seg kritisk til innholdet og vurdere troverdigheten i det som formidles, samt ettergå opplysningene. I denne sammenheng mener utvalget at Adresseavisens lenking til Gemini.no bidrar til at leseren enkelt kan orientere seg om hva Gemini.no er.

Man kan selvsagt også etterlyse og ønske seg flere kilder i enhver publisering, men det er heller ikke nødvendigvis i strid med god presseskikk å basere seg på én eller få kilder. I denne sammenheng mener utvalget det også er av betydning hvordan stoffet formidles.

Utvalget noterer seg at det i den påklagede artikkelen tydelig fremgår at det er samfunnsøkonomens meninger som formidles, ikke fakta. Videre blir det også opplyst at flere er kraftig uenig i hans synspunkter, for eksempel miljøstiftelser som klager representerer. Det blir også lenket til en artikkel skrevet av Adresseavisens redaksjon, der samfunnsøkonomens synspunkter blir imøtegått. I lys av dette har utvalget også vanskelig for å se hvordan publiseringen kan fremstå som et pr-produkt, slik klager anfører.

Adresseavisen har ikke brutt god presseskikk.