

PRESSENS FAGLIGE UTVALG UTTALER:

Klagen gjelder et reklameinnslag for Norsk Tipping/Lotto på TV 2. I hele innslaget ligger stemmen til en sportskommentator/reporter i TV 2 som «voiceover». I reklamefilmen sitter en TV-seer og følger en fotballkamp. I pausen kommer kommentatorstemmen inn med det som etterhvert viser seg å være en melding til ham fra hans ektefelle. Klageren mener bruken av kommentatorstemmen var i strid med god presseskikk. Han anfører brudd på flere av Vær Varsom-plakatens bestemmelser. I plakaten kreves det at mediet skal avvise alle forsøk på å bryte ned skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold, og at redaksjonelt ansatte må unngå dobbeltroller som kan svekke deres troverdighet. I tillegg mener klageren TV 2 ikke har vernet om sin integritet og troverdighet. Videre for å ha gitt tilsagn om motytelser for reklame, og dessuten for å ha latt sponning påvirke innhold og presentasjon.

TV 2 avviser klagen på alle punkter. Tv-kanalen viser til at det ble gjort en grundig vurdering, på høyeste nivå i virksomheten, og at man kom til at reporterens deltagelse i reklamefilmen for Lotto ikke var i strid med bestemmelsene verken i Vær Varsom-plakaten eller i Tekstreklameplakaten. Det anføres at det ikke er noen forbindelse mellom reklameinnslaget og reporterens og/eller redaksjonens virksomhet. Det anføres også at det er skilt klart mellom det redaksjonelle og reklameinnslaget.

Pressens Faglige Utvalg registrerer at klagen handler om at TV 2s redaksjon har lånt ut en kjent kommentatorstemme til et reklameinnslag hvor dramatiseringen ligger nær inntil det reporteren redaksjonelt arbeider med. Utvalget finner ikke grunnlag for klagers anførsel om at reklameinnslaget innebærer motytelser for reklame, eller at det skal være noen form for sponning inkludert. Heller ikke er det spor av avhengighet i den forstand at Norsk Tipping som annonsør, skulle ha noen form for innflytelse på det redaksjonelle produktet TV 2 leverer.

Utvalget vil generelt minne om at bestemmelsene om integritet og ansvar slik de er nedfelt i pressens etiske regler, er laget for å beskytte journalistikken som fag og profesjon. Redaksjonell omtale av ulike former for sport og idrett er naturligvis ikke unntatt fra reglene for god presseskikk. Reglene skal synliggjøre for publikum at det er forskjell på redaktørstyrte medier og all annen informasjon i samfunnet, ulike former for reklame inkludert. Vær Varsom-plakatens punkt 2.6 krever at det klart skilles mellom kommersielt materiale og redaksjonelt stoff.

Utvalget mener at TV 2 ikke har oppfylt pålegget i vær varsom plakaten punkt 2.6, om å avvise forsøk på å utnytte et redaksjonelt produkt, ved at TV 2 har lånt ut stemmen til en redaksjonell medarbeider som arbeider med sport, til et reklameinnslag der reklamens bærende idé er å sette medarbeideren i en rolle han arbeider i til daglig.

Vær Varsom-plakatens punkt 2.2 handler om at redaksjonen må verne om sin egen og den enkelte medarbeiders integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig. For utvalget er det klart at TV 2 ikke skulle ha latt kommentatorens stemme bli brukt i reklameinnslaget, nettopp fordi det kan svekke den redaksjonelle troverdigheten. At andre tv-kanaler gjør eller har gjort lignende ting, har ikke hatt betydning for utvalgets vurdering.

Ved å låne ut en profilert medarbeiders stemme og kommentatorrolle til Norsk Tipping og Lotto spesifikt, bidrar TV 2 til å undergrave medarbeiderens uavhengighet overfor en sentral kommersiell aktør innenfor idrettsverden. Pressen har etiske regler mot bindinger og

dobbeltrøller fordi publikum aldri skal være i tvil om at det redaksjonelle innholdet er uavhengig og fritt. Ved å bidra i en spillaktørs reklame, mener utvalget at TV 2 bidrar til at det kan stilles spørsmål ved om medarbeideren er uavhengig i saker og innslag som angår Norsk Tipping i fremtiden. Utvalget vil også mene at det er en forskjell på å bruke redaksjonelle elementer i fiksjonssammenheng, som i TV-serier, og å medvirke i ren reklame, som i det foreliggende tilfellet.

Videre mener utvalget plakats punkt 2.3 også kommer til anvendelse. Der heter det at redaksjonelle medarbeidere ikke må ha oppdrag eller verv som kan skape interessekonflikter i sammenheng med deres redaksjonelle oppgaver, og at de må unngå dobbeltrøller som kan svekke deres troverdighet. Ved å låne ut en kjent og karakteristisk kommentatorstemme til et reklameinnslag, uansett produkt eller tjeneste, har TV 2 gjort nettopp det dette punktet advarer mot.

TV 2 har brutt god presseskikk.