|  |
| --- |
| **PFU-SAK NR. 011/19** |
| **KLAGER:**  | KFUK-KFUM Global |
| **PUBLIKASJON:** | Aftenposten |
| **PUBLISERINGSDATO:** | 27.10.2018 |
| **STOFFOMRÅDE:** | Diverse |
| **SJANGER:** | Annonse |
| **SØKERSTIKKORD:** | Saklighet og omtanke, konsekvenser for barn, samtidig imøtegåelse, opplysningskontroll og kildebredde, rettelse |
| **REGISTRERT:** | 21.01.2019 |
| **BEHANDLET I PFU:** | 23.10.2019 |
| **BEHANDLINGSTID:** | 272 dager |
| **KLAGEGRUPPE:** | Organisasjon |
| **PFU-KONKLUSJON:** |  |
| **HENVISNING VVPL.:** |  |
| **OMTALE/ANONYM.:** |  |
| **MERKNADER:** | **Beskjed fra sekretariatet:** Ni medier er klaget inn. To (VG og Fædrelandsvennen) har inngått minnelig ordning med klager. De ni mediene har i alt publisert fire ulike annonser. I tilsvarsrundene er det av og til forvirring rundt hvilket medium som har publisert hvilken annonse. Dere bør derfor forholde dere til denne oversikten:* Variant 1 har Dagsavisen og Vårt Land publisert
* Variant 2 har Stavanger Aftenblad, VG (minnelig ordning) og Fædrelandsvennen (minnelig ordning) publisert
* Variant 3 har Adresseavisen, Aftenposten og Bergens Tidende publisert
* Variant 4 har Dagen publisert

Klager har levert én klagetekst, og sekretariatet har valgt å skrive ett sammendrag av denne selv om enkelte klagepunkter ikke gjelder alle mediene. I tilsvarsrunden er det imidlertid ulike tilsvar i hver enkelt sak. |

**SAMMENDRAG:**

**Aftenposten** publiserte **27. oktober 2018** en annonse fra organisasjonen Med Israel for fred (MIFF). Annonsen var et angrep på Operasjon Dagsverk, som i 2018 ga pengene til ungdom i Palestina.

MIFF hadde flere varianter av annonsen, og Aftenposten publiserte en variant som har fått nr. 3 i denne PFU-saken.

**KLAGEN:**

**Klager** er KFUK-KFUM Global, som stod bak Operasjon Dagsverk i 2018. To palestinske jenter har samtykket til klagen.

Ifølge klager har de innklagede mediene brutt følgende punkter i Vær Varsom-plakaten:

* Punkt 2.6, om skillet mellom reklame og journalistikk
* Punkt 4.1, om saklighet og omtanke
* Punkt 4.3, om stigmatiserende omtale
* Punkt 4.7, om identifisering
* Punkt 4.8, om konsekvenser for barn
* Punkt 4.10, om bilder i en annen sammenheng
* Punkt 4.13, om å rette feilaktige opplysninger
* Punkt 4.14, om samtidig imøtegåelse
* Punkt 4.15, om tilsvarsrett

Klager mener det var brudd på god presseskikk å publisere navnene til de palestinske jentene, som var 17 og 12 år gammel ved publisering.

Klager skriver:

«Begge jentene blir nevnt med fullt navn i variant 1-3, mens variant 4 kun omtaler Janna. Med unntak av AP, BT og Adresseavisen, bruker alle annonsene også et lett identifiserbart bilde av Janna tatt fra den sør-afrikanske organisasjonen Two Suns – Shamsaan, sitt materiell.»

Klager mener identifiseringen av barna er satt i sammenheng med sterke, falske anklager, noe klager mener kan være farlig for jentene:

«Når Ahed og Janna blir frontet med fullt navn og i Janna sitt tilfelle, bilde, kan dette være farlig. Særlig fordi annonsøren skriver om alvorlige falske anklager som ikke enkelt kan frikobles fra Janna eller Aheds navn. Dette gjelder i særlig grad i annonsen trykket i (…) SA (…) (variant 2) hvor det står at Ahed oppfordrer til knivstikking og terrorbombing. Dette er svært alvorlige anklager å legge på en mindreårig, og heller ikke noe Ahed har blitt dømt for.

(…)

I annonsene står det at Janna og Ahed *kjemper for ‘å fjerne’* (variant 1 og 3) eller ‘å utslette’ (variant 2 og 4) Israel. Dette er ikke dokumenterte påstander, men antagelser som bygger på et vanlig palestinsk frihetsrop ‘frigjøre Palestina fra elven til havet’ (*from the river to the sea*). Å rope dette er ikke ensbetydende med å ville utslette staten Israel.»

Klager opplyser for øvrig at 17-åringen så å si ikke var en del av OD-kampanjen. OD nevnte aldri hennes navn, og et bilde av henne fremkom kun i én video blant en rekke andre bilder av palestinske barn og ungdommer.

Klager mener at annonsene feilaktig kobler KFUK-KFUM Globals standpunkt om boikott av Israels okkupasjon med jødehat.

Klager skriver videre:

«I variant 4, kulepunkt tre i høyre kolonne hevdes det at ‘[d]e støtter alle ekstreme politiske krav som vil *fjerne verdens eneste jødiske stat*’. Det er uklart hvem MIFF mener ‘de’ er, men ingenting i årets OD kampanje eller i KFUK-KFUM Globals profil har noen gang ytret et ønske eller målsetning om å fjerne verdens eneste jødiske stat. Tvert imot har OD-kampanjen og KFUK-KFUM Global gjentatte ganger uttalt at de anerkjenner og støtter fullt og helt Israels rett til å eksistere.»

Videre reagerer klager på formuleringen «Du må ikke sove!» i variant 1 og 2. Klager mener formuleringen henviser til Arnulf Øverlands dikt av samme navn, og at MIFF med det sammenligner menneskene bak fjorårets operasjon dagsverk med nazistene under andre verdenskrig.

Klager mener også formuleringen «indoktrinering» til sist i variant 1, 2, og 3 bryter med god presseskikk:

«Siste setning: ‘*OD er en gedigen anti-israelsk kampanje som indoktrinerer seks årskull skoleelever til [et negativt syn på] (*variant 1 og 3*) [hat mot] (*variant 2*) Israel spesielt og jøder generelt*’. Antagelsen om at årets OD aksjon bidrar til hat og et negativt syn mot Israel og jøder er en grov anklage og på ingen måte dokumentert.»

Slik klager ser det, burde avisene ha rettet det de mener er feilaktige opplysninger og beklaget annonsen. Klager opplyser at det bare er Fædrelandsvennen og VG som har beklaget (Disse to mediene har inngått MO med klager, sekr.anm.).

Klager opplyser videre at hverken de to palestinske jentene, Operasjon Dagsverk eller KFUK-KFUM Global fikk muligheten til samtidig imøtegåelse. «Vi fikk heller aldri beskjed om at OD-kampanjen ville motta denne type beskyldninger», forteller klager.

Når det gjelder anførselen om brudd på tilsvarsretten, jf. VVP 4.15, skriver klager:

«(…) ingen av aktørene som ble angrepet i saken fikk mulighet til et tilsvar av rimelig omfang. KFUK-KFUM Global og OD fikk riktignok mulighet til korte tilsvar i enkelte av avisene i dagene etterpå, men dette var kun etter forespørsel og ikke på like fordelaktig og omfattende plass i avisen som de betalte annonsene.

Selv om enkelte av avisene i ettertid publiserte artikler hvor Janna, KFUK-KFUM Global og OD ble intervjuet kan ikke dette sees på som et tilsvar.»

**FORSØK PÅ MINNELIG LØSNING:**

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

**TILSVARSRUNDEN:**

**Aftenposten** mener klager bruker Vær Varsom-plakaten på feil måte ettersom den påklagede publiseringen er en annonse. Avisen skriver:

«Når plakaten tar for seg annonser, handler det om å beskytte journalistikkens integritet,

uavhengighet og lojalitet til leseren mot kommersielle krefter. Grunnleggende krav til

journalistikken er ikke anvendbare på annonser. Hvordan skal man for eksempel praktisere

krav om kildebredde og saklighet i en annonse for potetgull?

Det er ubestridt at redaktøransvaret også gjelder for annonser, men etter Aftenpostens oppfatning innebærer dette først og fremst et juridisk ansvar.»

Aftenposten opplyser at de vurderte nøye om det var forsvarlig å navngi de to palestinske barna før avisen godtok publiseringen:

«Begge har i flere år vært profilerte palestinske ungdomsaktivister, og Janna (…) var en forgrunnsfigur i Operasjon Dagsverk 2018. Ahed (…) ble brukt i markedsføringen på Facebook.»

Avisen mener det er urimelig å hevde at annonsen som Aftenposten publiserte, har utgjort en type ekstra eksponering som setter barnas liv i fare.

Aftenposten opplyser at avisen stilte krav overfor annonsøren om at annonsen måtte endres før den kunne publiseres:

«●Vi krevde at annonsøren redigerte bort bildet av Janna for dempe fokuset på henne.

● Vi krevde at annonsøren redigerte bort de konkrete påstandene om oppfordring til

knivstikking og terror.

● Vi krevde at annonsøren redigerte bort påstanden om utsletting av staten Israel.

● Vi krevde at annonsøren redigerte bort påstanden om indoktrinering til hat mot Israel

og jøder.»

Aftenposten skriver også:

«Etter at annonsøren tok ut faktiske påstander Aftenposten vurderte det ikke

kunne føres dokumentasjon for, samt bildet av Janna, mener vi det både var riktig og

forsvarlig å tillate navnet deres i annonsen.»

Videre påpeker avisen at det må være legitimt å publisere annonser med politisk meningsinnhold:

«Vi ønsker stor takhøyde innenfor disse rammene, både redaksjonelt og på annonseplass. Det innebærer blant annet at vi lar diametralt motsatte meninger få komme til uttrykk, i tråd med pressens samfunnsoppdrag.»

Aftenposten ønsket ikke å redigere annonsens meningsinnhold eller sette krav om at annonsør skulle ha flere nyanser i budskapet så lenge ytringene var innenfor «akseptable rammer».

Det kan ikke stilles samme krav til kildebredde, nyanser og balanse til en annonse med et politisk budskap som til redaksjonelt innhold, mener avisen.

Aftenposten understreker videre at det er forskjell på de innklagede annonsene. Det var ingen feilaktige opplysninger i varianten som Aftenposten publiserte, mener avisen:

«[I] annonsen Aftenposten publiserte, er innholdet som klager beskriver som det alvorligste bruddet, bildebruken og beskrivelsen av Janna (…) og Ahed (…), redigert bort.»

Aftenposten opplyser at de tillot å bruke tolkningen av begrepet «frigjøre Palestina fra elven til havet» som et uttrykk for å fjerne Israel. «Aftenposten tar ikke stilling til hvilken

tolkning eller hvilket politisk syn som er rett eller galt», skriver avisen.

Påstanden om at «de» vil fjerne verdens eneste jødiske stat er et politisk, generelt

synspunkt, mener Aftenposten, som skriver videre:

«Vi mener det er innen ytringsfrihetens rammer at MIFF får hevde at OD-kampanjen

indoktrinerer skoleelever til et negativt syn på Israel. Vi krevde at annonsøren

redigerte bort uttrykket ‘hat mot’»

At det i Aftenpostens annonse-variant (variant 3) stod at OD indoktrinerer skolelever til *et negativt syn* på Israel, må ifølge Aftenposten må aksepteres: «Det er hverken falsk informasjon eller faktiske påstander som stiller krav til dokumentasjon.

Aftenposten avviser at annonsen setter barna i sammenheng med voldelige og ekstreme ytringer.

Aftenposten beskriver også nærmere avisens beslutning om å tillate bruken av barnas navn:

«Janna (…) og Ahed (…) er profilerte aktivister med hundretusenvis av følgere i sosiale

medier. De to opptrer sammen i en rekke videoer på Youtube. Janna (…) ble av

Operasjon Dagsverk selv brukt som en sentral frontfigur i kampanjene før innsamlingsaksjonen i november 2018.

Vi vurderte nøye om det var forsvarlig å tillate bruk av navnene på de to i annonsen,

gjennom flere runder med MIFF. Etter at annonsøren luket ut de konkrete påstandene

knyttet til de to, og sett opp mot den eksponering de selv har utsatt seg for gjennom sitt

sterke engasjement i offentligheten, også før Operasjon Dagsverk-kampanjen, vurderte vi

det slik at annonsen ikke kunne få nye, uønskede konsekvenser for Janna og Ahed.»

Aftenposten avviser også at annonsen inneholder anklager som utløste retten til samtidig imøtegåelse.

**Klager** fastholder alle argumentene i klagen.

Klager er enig i at det kan være utfordrende å bruke VVP på kommersielt innhold «som ikke involverer seg i aktuelle samfunnsspørsmål eller når det ikke gjelder alvorlige påstander». Når annonsen derimot inneholder dette, mener klager at annonsen må kunne vurderes basert på VVP.

Klager skriver:

«Den omtalte annonsen kobler klager til meget alvorlige anklager ved at den nevner forhold som ‘*jødehat*’, ‘*demonisering av Israel*’, ‘*ramming av millioner av israelske barn*’, ‘*fjerning av verdens eneste jødiske stat*’, og at ‘*OD er en gedigen anti-israelsk kampanje som indoktrinerer seks årskull skoleelever til negativt syn på Israel spesielt og jøder generelt*’. Dette er ikke påstander som fremmes i normale annonser, og kan derfor ikke sammenlignes med sakligheten eller kildebredden til en potetgull-reklame som Aftenposten forsøker i deres tilsvar.»

Klager mener påstanden om indoktrinering er en påstand om rasisme.

Slik klager ser det, etterlater varianten som Aftenposten publiserte et inntrykk av de palestinske jentene er voldelige aktivister som ønsker å fjerne Israel fra kartet.

Klager opplyser at 12-åringen selv har sagt at hun føler hennes sikkerhetssituasjon er forverret som følge av annonsene.

Når det gjelder spørsmålet om samtidig imøtegåelse, skriver klager:

«Vi som klagere stiller oss undrende til at Aftenposten ikke klarer å se noen grove beskyldninger i følgende setning hentet fra annonsen: ‘*MIFF mener derfor at årets OD er en gedigen anti-israelsk kampanje som indoktrinerer seks årskull skoleelever til negativt syn på Israel spesielt og jøder generelt*’. (…) At klager skal ha bidratt til indoktrinering av skoleelever til negativt syn på jøder er en meget grov anklage som ikke bygger på fakta. Det er en falsk påstand av meget alvorlig karakter som utløser rett til samtidig imøtegåelse.»

**Aftenposten** avviser at varianten de har publisert lager en kobling mellom klager og jødehat. Avisen gjentar at en formulering indoktrinering til *hat mot Israel* ble fjernet.

Aftenposten avviser også at formuleringen om indoktrinering til *et negativt syn på Israel* kan oppfattes som rasisme.

I tillegg skriver avisen:

«Klager har ikke grunnlag for å hevde at annonsen i Aftenposten fremstiller Janna

(…) og Ahed (…) som voldelige aktivister.»

Og til slutt:

«Klager gjentar påstanden om at sikkerhetssituasjonen til Janna (…) og Ahed (…) er forverret etter annonsen i Aftenposten. Begge er høyt profilerte aktivister, kjent gjennom sosiale medier, folkemøter og ODs egne kampanjer. I dette tilfellet var det i tillegg stilt ekstra krav til annonsøren om i større grad å ta hensyn til de to.

Resultatet ble en annonse som omtaler aktivistene i to setninger og i en sammenheng de allerede er kjent for. At annonsen påvirker deres sikkerhetssituasjon slik klager hevder, fremstår derfor som direkte usannsynlig.»

**SEKRETARIATETS FORSLAG TIL UTTALELSE:**

Klagen gjelder en annonse fra Med Israel for fred (MIFF) i Aftenposten. Annonsen var et angrep på Operasjon Dagsverk, som i 2018 ga pengene til ungdom i Palestina. I annonsen ble det påstått at to palestinske jenter – en 12-åring og en 17-åring – sier de «kjemper for å fjerne Israel (‘frigjøre Palestina fra elven til havet’)».

Klager er KFUK-KFUM Global, som i 2018 stod bak Operasjon Dagsverk. Ifølge klager har Aftenposten tillatt publiseringen av falske anklager mot både de to jentene og Operasjon Dagsverk. Klager mener beskyldningene mot jentene har gjort deres sikkerhetssituasjon i Palestina verre. Slik klager ser det, burde avisen gitt dem samtidig imøtegåelse til anklagene. Klager mener også at avisen burde rettet og beklaget annonsen.

Aftenposten avviser at god presseskikk er brutt. Avisen mener at annonsen ikke kan vurderes opp mot Vær Varsom-plakaten slik klager gjør, fordi de aktuelle punktene i plakaten er ment for redaksjonelt stoff. Aftenposten opplyser også at de krevde betydelige endringer i annonsen før den ble publisert. Avisen kan ikke se at annonsen inneholder falske anklager eller beskyldninger som utløser rett til samtidig imøtegåelse. Aftenposten mener det ville vært å nekte annonsøren å uttrykke sine meninger om saken.

Pressens Faglige Utvalg (PFU) påpeker at redaktøransvaret gjelder for alt innhold i redaktørstyre medier, inkludert annonser. Redaktøren har det etiske ansvaret for innholdet i den påklagede annonsen. PFU viser til VVP 2.1, der det står: «Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold (…)».

PFU mener det kom klart frem at annonsen var nettopp en annonse. Den var tydelig merket, og det er ingen tvil om at den inneholdt annonsørens meninger og politiske budskap. Utvalget understreker at det skal være stor takhøyde for sterke meninger i pressen. Kontroversielle utsagn og meninger som provoserer, må i mange tilfeller aksepteres selv om det oppleves krenkende. PFU kan ikke se at avisen har brutt god presseskikk overfor Operasjon Dagsverk eller organisasjonene bak.
PFU mener også at påstanden om to de palestinske jentene må aksepteres. Pressen skal ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtale kan få for barn, jf. VVP 4.8, og utvalget mener Aftenposten har tatt tilstrekkelig hensyn i dette tilfellet. Slik PFU ser det, kommer det klart frem av annonsen at påstanden er annonsørens *tolkning* av et slagord jentene skal ha brukt.

PFU merker seg for øvrig at jentene er profilerte aktivister, og utvalget understreker at de til tross for sin unge alder må tåle meningsangrep. PFU har tidligere uttalt at de som deltar aktivt i det offentlige ordskiftet i større grad må akseptere sterke meningsangrep enn de som ikke har søkt offentlighet.

Aftenposten har ikke brutt god presseskikk.

**Notater:**

**Hest 277-12**

Åpenbart udokumenterte påstander av en krenkende art,

Aftenposten mener de tikke kan stilles samme krav til …

Kanskje en setning om at den presseetiske krenkelsen må være stor.

Få frem tydeligere 4.8 med spesielt vern.

Annonser kan ikke vurderes på samme måte som redaksjonelt innhold. Like fullt har redaktøren det etiske ansvaret for annonser så vel som redaksjonelt innhold.