Norsk Redaktørforening

Styremøte 2015-11-01 Oslo

RKN

**Sak 2015-43: Veileder i innholdsmarkedsføring - orientering**

Under gjennomgangen av NRs handlingsplan i styremøtet 16. september, påpekte styret behovet for en veileder om innholdsmarkedsføring og understreket at dette også må være tema på høstmøtet.

I ukene etter styremøtet har temaet ikke blitt mindre aktuelt. Snarere tvert imot. Det har vært atskillig debatt og medieomtale omkring nye former for annonsesamarbeid. Flere debattmøter er også arrangert. Oslo Redaktørforening arrangerte frokostmøte om temaet 27. oktober. [Opptak finnes her.](http://livestream.com/aktivdebatt/events/4457335) Oslo Journalistklubb hadde dette som faglig tema på sitt årsmøte 8. oktober. Oslo Redaktørforening sponset streaming fra møtet. [Opptak finnes her.](http://livestream.com/aktivdebatt/events/4405884)

Pressens Faglige Utvalg har i høst behandlet flere saker om skillet mellom journalistikk og reklame. 27. oktober behandlet utvalget tre slike saker. VGs kommersielle reportasje "En norsk tsunami" fikk kritikk fra PFU. De to NR-medlemmene i utvalget tok dissens og konkluderte med at VG etter en samlet vurdering ikke hadde brutt god presseskikk. PFU konkluderte i tillegg med at VG ikke hadde brutt god presseskikk i en artikkel med statistkk og fakta tilknyttet VGs tippetips. TV2 fikk kritikk for en publisering på sin nettportal "Sport og Spill". [Se uttalelsene her.](http://presse.no/np-nyhet/pfus-uttalelser-i-vg-og-tv-2-sakene/)

NR-sekretariatet har også fått en del henvendelser fra medlemmer som tyder på at dette er et tema som diskuteres i redaksjonene og at dette er et krevende landskap for mange.

Sekretariatet har startet arbeidet med en veileder i innholdsmarkedsføring. Underveis i arbeidet ønsker sekretariatet å hente inn synspunkter fra medlemmer som er tett på problemstillingen. Sekretariatet har laget følgende skisse for veilederen:

SLIK SKILLER DU JOURNALISTIKK OG REKLAME

- en veileder fra Norsk Redaktørforening

1. **Innledning - Hvorfor en veileder?**
2. Hva er egentlig innholdsmarkedsføring?
* Et forsøk på å rydde opp i forvirringen rundt begreper som content marketing, native advertising, branded content, sponsing, produktplassering etc
1. **Dette sier lovverket**
* Kringkastingsloven og - forskriften (sponsing og produktplassering)
* Markedsføringsloven (skjult reklame)
1. **Dette sier Vær Varsom-plakaten**
* De aktuelle punktene i VVP
* Informasjon om revisjonen der Tekstreklameplakaten er tatt inn i VVP.
1. **Et klart skille - organisering**
* Råd om hvordan man organiserer kommersiell innholdsproduksjon i forhold til redaksjonell innholdsproduksjon
* Råd om bruk av stillingstitler
1. **Et klart skille - merking**
* Råd om begrepsbruk ved merking
* Råd om bruk av fonter og farger som sikrer at det er åpenbart for publikum hva som er redaksjonelt og hva som er reklame
* Hvordan sikre skillet også ved lenking og deling på sosiale medier og ulike plattformer
1. **Et klart skille – sponsing**
* Sponsing som ikke påvirker det redaksjonelle – journalistikk
* Sponsing som påvirker det redaksjonelle – må merkes (reklame)
1. **Dette sier PFU**
* Oversikt over PFU-kjennelser på dette området de siste to årene
* Oppdateres fortløpende med nye PFU-saker

Sekretariatet arbeider med mål om at veilederen er klar så snart som mulig og seinest innen utgangen av november. Underveis vil sekretariatet rådføre seg med medlemmer med erfaring fra denne typen problemstillinger. Veilederen sendes ut til alle medlemmene samt spres via pressemelding, kronikk og en oppfordring til regionforeningene om å sette temaet på dagsorden.

Forslag til vedtak: Styret tar utkast til veileder i innholdsmarkedsføring til etterretning. Sekretariatet arbeider videre med veilederen ut fra de innspillene som kom i styremøtet. Endelig forslag legges fram i styremøtet 1. desember.