

Skikkelig innhold

– en etisk veileder for innholdsprodusenter

Innledning og bakgrunn for initiativet

Tilliten til innholdet i ulike medier trues av både falske nyheter, dårlig kvalitet og skjulte avsendere. Det er i både publikums og avsendernes interesse at det er tydelig hvem som står bak innholdet, og at innholdet er troverdig og holder en god etisk standard.

Bedrifter og organisasjoner lager stadig mer innhold av redaksjonell karakter, som en del av sin kommunikasjon med kunder, medlemmer og befolkningen for øvrig. Dagens teknologi og sosiale nettverk gir denne typen innhold en potensielt bred og rimelig distribusjon, og omfanget vil derfor øke. Denne utviklingen kan gjøre det vanskelig for publikum å se forskjell på innhold fra ulike avsendere.

Debatten rundt merking og tydeliggjøring av hva som er reklame eller sponset innhold, og hva som er uavhengig journalistikk, har de siste årene ført til en klarere merking av innholdsmarkedsføring som er produsert av mediene selv.

«Skikkelig innhold» skal bidra til en tilsvarende tydelighet overfor publikum når bedrifter og organisasjoner kommuniserer med omverden i redaksjonelle former, utenfor de tradisjonelle mediernes flater.

«Skikkelig innhold» er laget med utgangspunkt i DNBs egne retningslinjer, og er en selvpålagt veiledning for bedrifter og organisasjoner som produserer eget innhold i en redaksjonell form. Retningslinjene skal bidra til at avsender er tydelig og at publikum kan ha tillit til det de leser.

Se for øvrig Markedsføringsloven for det juridiske rammeverket rundt innholdsmarkedsføring:

https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-01-09-2#KAPITTEL_1

1. God merking

1.1 Tydelig avsender

Det skal fremgå tydelig hvem som er avsender.

1.2 Samarbeid med tredjepart

Samarbeid med tredjepart skal merkes tydelig. Dette gjelder for eksempel hvis en tredjepart betaler for lenking eller innhold.

2. Korrekt og troverdig innhold

2.1 Merverdi for leseren, ikke bare avsender

Artikler bør ha som mål å gi en merverdi til leseren, enten i form av kunnskap, nytte eller underholdning – i tillegg til avsenders ønske om å få ut et budskap eller selge et produkt.

2.2 Sjekk fakta

Sjekk alltid fakta før publisering. Påstander bør så langt det er mulig begrunnes.

2.3 Ansvar

Det skal komme tydelig fram hvem som har ansvar for innholdet som publiseres, som for eksempel en navngitt redaktør, ansvarlig utgiver eller annet. Det bør være mulig for publikum å kontakte vedkommende. Åpen byline kan bidra til å styrke troverdigheten til stoffet ytterligere.

3. Redelighet

3.1 Kildehenvisninger

Vær redelig ved bruk av informasjon som andre har produsert. Innholdet skal gjengis korrekt, og kilden skal oppgis.

3.2 Intervju med tredjepart

Hvis en person intervjues, skal meningsinnhold og sitater gjengis riktig. Det skal fremgå tydelig hvem intervjuobjektet er og hvorfor denne har en relevant rolle i saken. Det bør som hovedregel gis mulighet til sitatsjekk for eksperter og andre som er intervjuet i artiklene.

3.3 Kritikk av tredjepart

Det er dårlig skikk å angripe konkurrenter i eget innhold. Hvis en tredjepart eller produkt utsettes for direkte anklager i en artikkel, skal vedkommende få rimelig mulighet til å komme med tilsvar før publisering.

4. Privatvernet

4.1 Respekter privatvernet

Respekter menneskers rett til privatvern. Som en hovedregel skal privatpersoner samtykke til medvirkning.

4.2 Vær hensynsfull i møte med privatpersoner

Skikkelig innhold skal ikke utnytte privatpersoner, og innholdsprodusent har ansvar for å vurdere om det å stille opp kan være til en vesentlig ulempe. Ved involvering av barn skal de foresatte samtykke.

4.3 God bildeskikk

Innhent tillatelse til å bruke bilder, fra både fotograf og bildeobjekter. Opplys hva de skal brukes til, og bli enig om de kan brukes i flere sammenhenger. Det er god skikk å opplyse om tiltenkt bruk av bilde, og om det kan brukes ved flere anledninger. Følg generelle retningslinjer for bildebruk og personvern, som beskrevet i [Åndsverkloven kapitel 6 § 45c](#).

5. Mangfold

5.1

Som ansvarlige samfunnsaktører ønsker vi som innholdsprodusenter å bidra til økt respekt for det etniske og kulturelle mangfoldet i Norge. Vi vil derfor legge vekt på å synliggjøre dette mangfoldet i det norske samfunnet i innholdet vårt.