NR etterlyser tekstreklame-eksempler

Tekstreklamen utfordrer oss på nye måter. NRs tekstreklameutvalg skal forberede diskusjon om dette og kanskje også foreslå oppdateringer i reglene. For å få en god debatt trenger vi gode eksempler.

Utvalget har i sitt arbeid en foreløpig liste over kategorier for slike nye utfordringer. Til alle disse kategoriene trenger vi gode eksempler som viser problemene i praksis. Derfor ber vi NR-medlemmer om å sende oss slike. Premie for beste bidrag vil være hederlig omtale i rapportens forord…

Her er den foreløpige listen hvor vi trenger konkrete eksempler som illustrasjoner:

* Noe som Google eller Facebook kan gjøre, men som norske medier under Tekstreklameplakaten ikke kan gjøre. Eller enda bedre, noe som illustrerer gråsonen.
* Relevant plassering av reklame i nettavisene, kanskje for ”relevant”?
* Kjøpeknapper, for eksempel til nettbokhandel under bokanmeldelser.
* Lenker: Er det noen som selger ord i teksten? Eller enkeltord som fører til annonseprodukter?
* Andre kommersielle elementer i teksten i digitale medier (utover lenker og knapper)?
* Bloggere: De praktiserer ting, særlig produktomtale, vi ikke kan gjøre journalistisk. Eller har vi eksempler på at vi påvirkes av slik type blogging? Har vi eksempler på redaksjonelle bloggere som skriver om produkter? Og hvordan trekker de grenser?
* Tekstlike annonser: Temabilag i nettavisene?
* Partner-aktiviteter: Enkelte arrangører/samarbeidskonstellasjoner vil ha med en mediebedrift fordi vi kan å kommunisere. Dette medfører bl.a. kommunikasjonsprodukter (annonsebilag?) i gråsonen.
* Konsernstyrte produkter: Er det problemstillinger når reklameprodukter utformes langt unna den lokale ansvarlige redaktør, og når disse gjennom konsernsamarbeid går rett inn i produktene?
* PR: ”Pakker” med PR-materiell som er blitt publisert direkte. Eller eksempler på noe som redaksjonen har mottatt og stoppet, noe som viser PR-bransjens praksis.
* Sponsing: Er kjøpte navn som ”Kiwi-cupen” noe problem? Eksempler på bruk.
* Sponsing av ideelle formål for å få omtale. Norsk Tipping har sponset 100 lokale stipender som er blitt delt ut lokalt gjennom Norsk Kulturskoleråd (<http://www.kulturskoleradet.no/Nyheter/Siste%20nytt/S00E02B5C?Plugin=Nyheter>). Dette har gitt god uttelling med mye hyggelig omtale i lokalpressen. Lignende eksempler?
* Flere kategorier for eksempler er hjertelig velkommen.

 SEND eksemplene til NR-sekretariatet: post@nored.no

På forhånd takk!

Vennlig hilsen fra NR

Nils E. Øy, generalsekretær

Medlemmer av NRs tekstreklameutvalg er:

Sjefredaktør Trine Eilertsen, Bergens Tidende

Sjefredaktør Gunnar Stavrum, Nettavisen

Redaktør Ine Thereze Granseter, Aller Internett

Redaktør Jo Randen, Dagbladet

Sjefredaktør Lars Kise, Varden

Som sekretær for utvalget er engasjert Jens Barland