

Etiske husregler i norske nyhetsmedier.

En undersøkelse av fremvekst, innhold og funksjoner.

Hilde Kristin Dahlstrøm

Masteroppgave i journalistikk

Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo/

Avdeling for journalistikk, bibliotek- og informasjonsfag, Høgskolen i Oslo

April 2007

Sammendrag: Tema for denne oppgaven er etiske husregler i norske nyhetsmedier. Tre forskningsspørsmål er sentrale: Hvor utbredt er etiske husregler? Hva handler de om? Hvilke funksjoner har reglene? Oppgavens teoridel trekker frem tre tilnæringsmåter som vektlegger ulike forklaringer på husreglernes fremvekst og funksjoner: profesjonsperspektivet, strategiperspektivet og biotopperspektivet. Oppgaven består av en kvantitativ spørreundersøkelse som kartlegger utbredelsen av husregler i 301 norske nyhetsmedier, en tekstanalyse av innholdet i husreglene og to caser og en ekspertstemme som belyser reglernes fremvekst og funksjoner. Undersøkelsen kan tyde på at husreglene har et litt annet fokus enn pressens felles etikkregler. Noe forenklet kan vi si at det er enkeltmennesket som er hovedfokus i Vær Varsom-plakaten (VVP), og journalistens yrkesrolle som utgjør det tematiske tyngdepunktet i husreglene. Dette fokuset passer godt sammen med reglernes tilsynelatende viktigste funksjon, som er å skape troverdighet.

Abstract: The topic of the thesis is in-house codes of conduct in Norwegian news media. Three research questions are central to the study: How widespread are in-house codes of conduct? What is the content of the codes? Which functions do they have? The theoretical part of the thesis identifies three perspectives to explain the development and functions of the codes of conduct: the professional perspective, the strategic perspective and the biotopic perspective. The thesis includes a quantitative survey which outlines the extent of codes of conduct in 301 Norwegian news media; a textual analysis of the content of the codes; and two cases and one expert voice who shed light on the developments and functions of the codes. The survey documents another focal point than the general codes. While it is the individual human being who is the focus of the Norwegian Press Association's Ethical Code of Practice for the Press, it is the journalist and his/her professional role which is the focus of the in-house codes of conduct. This focus point corresponds with the allegedly most important function of the code of conducts, which is to create confidence.

FORORD:

Endelig er oppgaven i mål, og det er takket være mange gode støttespillere som på ulike måter har bidratt på veien frem mot målstreken. Først og fremst takk til min veileder, Odd Raaum (H04-V07), for din genuine interesse for mitt prosjekt og for uvurderlige faglige innspill! Takk for inspirasjon og oppmuntring underveis. Takk også til alle informantene som sa ja til å bli med i oppgaven, og til Lokalradioforbundet som hjalp meg med å finne ut av hvilke norske radiostasjoner som har egne nyhetssendinger. Takk til kolleger på Mediehøgskolen som har "tvunget" meg til å fullføre oppgaven ved siden av hundre prosent jobb. En spesiell takk til Hans Olav Hodøl og Alf Kjetil Igland. Takk til Familie og Medier og Medielegatet for økonomisk støtte til oppgaven. Sist, men ikke minst, takk til alle gode venner og familien min for oppmuntring underveis. Kjetil, takk for at du tror på meg.

INNHold:

Kapittel 1: Innledning	7
Problemstilling og avgrensninger	8
Kapittel 2: Teoretiske perspektiver	10
To etiske utgangspunkt	11
Presseetikk	12
Plikt eller konsekvens i journalistisk etikk?	14
Journalisten – programmert eller fri aktør?	16
Journalistrollen – idealer i endring?	16
Journalistens kontekst	17
Ulike perspektiv på etiske regler	20
Nyttig verktøy eller tomt skalkeskjul?.....	20
Profesjonsperspektivet	22
Strategiperspektivet	24
Biotopperspektivet	27
Teoretiske regler og etiske valg	28
Kapittel 3: Metode	30
Utvalg og begreper	30
Norske nyhetsmedier	30
Mediehus - et eller fire medier?	31
Ethiske regler	32
Kvantitativ versus kvalitativ metode	34
Utbredelse: Kvantitativ metode	34
Metodiske utfordringer	35
Innhold: Komparativ innholdsanalyse	36
Metodiske utfordringer	37
Funksjoner: Hva skal reglene brukes til? To caser og én ekspert	38
Utvalg av informanter.....	38
Semistrukturerte intervju	40
Gjennomføring av intervjuene.....	40
Metodiske utfordringer	41
Anonymisering	42
Min rolle	42
Kapittel 4: Hvor utbredt er etiske husregler?	43
En firedel av norske nyhetsmedier	43
Mest utbredt i store aviser og riksdekkende medier	44
Små og forsiktede?.....	44
Når er reglene fra?	45
Kapittel 5: Hva handler reglene om?	47

22 aviser, ti mediehus og to radiokanaler	47
De vanligste temaene i reglene	47
Verv/medlemskap	48
Aksjer/økonomiske interesser.....	50
Sponsing.....	51
Anonyme kilder.....	52
Bilder og balanse.....	53
Regler som skiller seg ut.....	55
Aktuelle saker påvirker reglene	57
Hva er fokus i andre lands husregler?.....	58
Regler tilpasset medietype og størrelse?	59
Sjelden skreddersøm	61
Hvordan preger mediets størrelse innholdet i husreglene?	62
Typiske avisregler.....	63
- Viktig med felles plattform	65
Hjemmelagde og hemmelige?	66
Reglenes detaljnivå.....	66
Egen oppskrift.....	67
Festskrift! Dette er oss!.....	69
Skal ikke, bør ikke, kan ikke.....	71
Hemmelige regler	73
Journalistrollen i fokus	74
<i>Kapittel 6: Hvilke funksjoner har reglene?</i>	77
Journalisters etiske beslutningsprosess	77
Praktisk hjelp og erklæringer	77
Begrunnelser for husreglene	79
Troverdige og redelige.....	79
Utfylle og konkretisere VVP	81
Setter standard	82
Etisk legitimeringsverktøy?.....	83
Etisk rensning i Romerikes Blad.....	84
Regler uten sanksjonsmuligheter	86
Husregler i vinden.....	87
<i>Kapittel 7: Reglene i praksis</i>	89
Kan ikke reglene – men bruker dem	89
Journalisters ryggrad og mage.....	90
Proessen med å lage reglene viktigst	91
Forskyvning av makt og ansvar	93
Etikk og juss.....	93
Signal fra EMK: utvidet ytringsfrihet	95
Etikk viktigere rolle	97
Saksøkt for egne husregler?	98
<i>Kapittel 8: Oppsummering og konklusjon</i>	101

<i>APPENDIX:</i>	<i>105</i>
LITTERATURLISTE.....	105
VEDLEGG 1: Statistikk med svar	110
VEDLEGG 2: Kodeskjema for analyse av husreglene	117
VEDLEGG 3: Når er husreglene fra?	119
VEDLEGG 4: NJs utkast til etiske husregler	120
VEDLEGG 5: Spørsmål til journalistene i Stavanger Aftenblad.....	123
VEDLEGG 6: Spørsmål til mediehuset Romerikes Blad.....	124
VEDLEGG 7: Spørsmål til advokat Cato Schiøtz	125

”God latin her på berget”

- etter Hofberg.

Kapittel 1: Innledning

Denne oppgaven er et resultat av nysgjerrighet. Norske medier har et tilsynelatende velfungerende selvjustisapparat forankret i pressens eget regelverk Vær Varsom-plakaten (VVP) og Pressens Faglige Utvalg (PFU). VVP revideres relativt hyppig. Den ble endret senest i november 2005, og i mars i år ble en komité nedsatt for å vurdere om VVP skal få nye regler om betaling av kilder. Revisjonene i VVP er en demokratisk prosess med høringer i Presseforbundets 13 medlemsorganisasjoner¹, og det er nærliggende å tro at den kontinuerlige oppdateringen av plakaten ikke skulle etterlate etiske tomrom. Det er også mye som tyder på at PFU er et velfungerende ris bak speilet, og at journalistene ønsker å unngå en fellelse her (Brurås 2006:26, Brurås 2001, Oltedal 2001:91). I USA har nasjonale etikkregler og presseetisk utvalg aldri fått samme oppslutning, fordi disse i større grad regnes som en måte å begrense ytringsfriheten på (Brurås 2006:25). Der er lokale etikkregler mer vanlig. Det kan tyde på at behovet for lokale regler blir større dersom man ikke har et felles selvjustisystem.

På tross av et tilsynelatende velfungerende felles norsk selvjustisapparat viser denne undersøkelsen at det de siste årene har vært en oppblomstring av egne, lokale etiske regler - også kalt husregler. Norsk Journalistlag (NJ) og Norsk Redaktørforening (NR) har vært pådrivere i denne prosessen². I gjeldende NJ-program punkt 8 heter det at NJ ”skal arbeide for at redaksjoner utformer egne etiske regler som supplement til Vær Varsom-plakaten”. NR oppfordret for kort tid siden

¹ <http://www.kampanje.com/medier/article54430.ece>

² Norsk Journalistlags etikkutvalg utarbeidet et utkast til etiske husregler våren 1992. Norsk Redaktørforening vedtok på landsmøtet i 1991 et etisk manifest som anbefalte sine medlemmer ”å lage interne regler tilpasset hver redaksjon om hvordan spørsmål med tilknytning til medarbeidernes integritet skal håndheves” (NR dokumentasjon 1993).

til en generell gjennomgang og oppdatering av husreglene, og jobber akkurat nå med en undersøkelse for å kartlegge hva som har skjedd på dette området³ (Øy, 10.04.07).

Sammenlignet med de sentrale selvjustisredskapene er husreglene lite kjent og omtalt. Likevel hender det at de blir trukket frem som eksempler på etisk arbeid i redaksjonene. Det gjør det interessant å undersøke hvor utbredt husreglene er, hva de handler om og hvilke funksjoner reglene har. Det siste spørsmålet er særlig interessant fordi undersøkelsen viser at en del medier betrakter husreglene som interne bedriftshemmeligheter. Det er et tilsynelatende stort paradoks.

For at det ikke skal være noen tvil: Jeg mener ikke at det er uetisk eller på annen måte kritikkverdig å ikke ha etiske husregler. Man kan selvsagt handle etisk uten slike. Det er ikke engang sikkert at etiske regler har noen betydning for praktisk journalistikk. Det er også noe av det jeg ønsker å se nærmere på i denne oppgaven.

Problemstilling og avgrensninger

Tema for oppgaven er de etiske husreglene, deres fremvekst, innhold og funksjoner. Jeg har tatt utgangspunkt i følgende problemstilling formulert som et spørsmål: Hvor utbredt er husregler i norske nyhetsmedier, og hva er reglenes innhold og funksjoner?

Jeg benytter tre overordnede forskningsspørsmål. De to første er hovedsakelig deskriptive, mens det tredje spørsmålet er mer analytisk.

1) UTBREDELSE: Hvor utbredt er etiske husregler? (kapittel 4)

- Hvor mange mediebedrifter har egne, nedskrevne etiske regler for journalistikken?
- Hvilke medier (medietype og størrelse) har husregler?

2) INNHOLD: Hva handler de etiske husreglene om? (kapittel 5)

- Hvilke temaer er mest vanlig i husreglene?
- Hvordan skiller husreglene seg fra pressens felles etiske regler?
- Hvordan preges reglene av medietype og bedriftens størrelse?

³ Resultatene skal etter planen presenteres i løpet av mai 2007.

- Hvilken form har reglene?

3) FUNKSJONER: Hvilke funksjoner har husreglene? (kapittel 6 og 7)

- Hvorfor ble arbeidet med reglene satt i gang?

- Hva sier husreglene selv om sine virkemåter?

- Hva sier reglene om brudd på reglene og eventuelle sanksjoner?

- Kan journalistene reglene?

- Hva mener journalistene om husreglene?

Kapittel 2: Teoretiske perspektiver

Etikk kan kort defineres som læren om rett og galt. Etikk kommer fra det greske ordet *ethos*, som betyr sed, skikk, sedvane. Moral er latin og betyr omtrent det samme (Wyller 1996:3f). I hverdagspråket brukes begrepene etikk og moral om hverandre, selv om etikk ofte refererer til teori (for eksempel nedskrevne regler) og moral refererer til praksis (Brurås 2006:10).

Journalistisk etikk er først og fremst en bransjeetikk der yrkesutøvelsen er integrert i en bedrift og en bransje med bedriftsøkonomiske og mediepolitiske mål (Raaum 2003:56). Bransjeetikken er definert i de yrkesetiske reglene i VVP, Redaktørplakaten og Tekstreklameplakaten. Det eksisterer en tilsynelatende utbredt konsensus om disse reglene, som omfatter både journalistikkens innhold og journalistens arbeidsmetoder. I denne oppgaven er hovedfokuset nedskrevne, etiske husregler. Dette er egne regler som fungerer som et supplement til de felles etikkreglene. De varierer fra mediebedrift til mediebedrift, og ikke alle medier har slike regler. I en undersøkelse av de etiske reglene er det naturlig å starte teorikapittelet med å plassere reglene inn i en større kontekst. Hvordan har reglene blitt til? Hvilke verdier ligger til grunn? Hvilken rolle spiller den sosiale konteksten? Hvilke virkemåter har reglene?

Jeg vil begynne med å skissere to hovedretninger de etiske reglene kan bygge på. Videre vil jeg se nærmere på presseetikken⁴ og de presseetiske reglenes funksjoner. Deretter vil jeg sette journalistens valg inn i en større kontekst og se nærmere på journalistrollen. Jeg vil også studere fremveksten av de etiske reglene med utgangspunkt i tre forskjellige perspektiver: profesjonsperspektivet, strategiperspektivet og biotopperspektivet. Avslutningsvis vil jeg samle trådene og se nærmere på hvilke funksjoner de etiske reglene kan ha.

⁴ Jeg bruker betegnelsen presse og presseetikk om journalistikk i alle kanaler. Dersom jeg mener avis, bruker jeg betegnelsen trykt presse.

To etiske utgangspunkt

I denne oppgaven har jeg valgt å nærme meg etikken på en praktisk, sosiologisk måte. Dette avsnittet er ikke et forsøk på å gjøre rede for ulike etiske tradisjoner. Målet er å gi et lite bilde av hvordan to hovedretninger innen etikken påvirker journalisters etiske tankegang og regler i dag. Jeg henviser til de svenske medieforskerne Ekström og Nohrstedt for å hente støtte til et slikt begrenset etikkperspektiv. De gjør det samme i sin innflytelsesrike bok "Journalistikens etiska problem", og kommer med en klar front mot den teoretiske skrivebordsforskningen (Ekström og Nohrstedt 1996). Det har hele tiden vært mitt ønske å dra ut i redaksjonene for å studere den praktiske siden av de etiske reglene.

Tradisjonelt er det vanlig å skille mellom to hovedretninger i etikken: pliktetikkk og konsekvensetikkk. **Pliktetikken** kjennetegnes av absolutte regler som sier hva som er rett å gjøre – uten å ta ansvar for konsekvensene av handlingen. De ti bud og menneskerettighetene er de mest berømte eksemplene på pliktetiske regler. Pliktetikken rommer handlinger andre eller vi selv har pålagt oss å gjøre, uten å ta hensyn til verdier og goder. Immanuel Kant med sitt kategoriske imperativ og John Rawls med sitt uvitenhetens slør er de mest berømte pliktetikerne. Ved å tenke at din handling skal kunne være et kategorisk imperativ (en allmenn regel), eller ved hypotetisk å ikle deg et uvitenhetens slør, er målet å sikre en moral som er allmenn og gyldig uansett omstendigheter.

Den andre hovedretningen i etisk tradisjon er **konsekvensetikken**, også kalt nytteetikkk eller teleologisk etikk. Her vektlegges de mulige konsekvensene som en handling kan ha. Konsekvensene er viktigere enn selve handlingen, og målet er størst mulig nytte for flest mulig personer. Jeremy Bentham og John Stuart Mill er viktige representanter for den utilitaristiske tradisjonen. Ut fra den konsekvensetiske tradisjon springer også nærhetsetikken. Denne vektlegger sterkt møtet mellom enkeltpersoner.

Denne todelingen er selvsagt ikke så enkel som den ser ut her. Kan det ikke være en plikt å tenke på konsekvensene? Og selv bak pliktnormene ligger det vel et moment av nytte? Plikten skal være nyttig for samfunnet. Dessuten er det flere som mener at dydsetikken må trekkes inn som et tredje perspektiv. Ifølge Karen Sanders har dydsetikken opplevd en vekkelse på slutten av 1900-tallet (Sanders 2003:32). Det kommer vi tilbake til under kapittelet "Plikt eller konsekvens i journalistisk etikk?". Men først vil jeg sette journalistens etikk i et større perspektiv ved å se på presseetikken.

Presseetikk

Den etiske offensiven i pressen er og har tradisjonelt vært viktig som et ønsket alternativ til ytre regulering. I Norge er det ingen egen presselov som regulerer pressens virksomhet⁵. I stedet har selvjustisen fått en helt sentral plass. Mens den personlige etikken varierer fordi den er basert på eget livssyn og egne erfaringer, er presseetikken først og fremst en institusjonalisert etikk formulert som etiske regler. De journalistiske reglene er noe man strekker seg mot for å samle seg om fagets sentrale verdier. De viktigste elementene i det presseetiske regimet er VVP, Tekstreklameplakaten, Redaktørplakaten, PFU, debatt og oppfølging i redaksjonene, interne etikkprosjekter, redaksjonelt samfunnsregnskap og etiske husregler. De første pressereglene internasjonalt kom i 1896. Da gav polske journalister seg selv en liste over plikter og "a court of honor". De første nasjonale reglene var franske "Charte des devoirs" fra 1918. Reglene til InterAmerican Press Association kom i 1926 (Bertrand 2000:44). Vår egen VVP kom i 1936, men Tekstreklameplakaten strekker seg tilbake til 1925. Redaktørplakaten kom i 1953.

PFU hadde sin spede begynnelse som "et konsultativt utvalg til å avgi uttalelser om kutymespørsmål", nedsatt av Norsk Presseforbund (NP) 28. september

⁵ Dette kommer jeg tilbake til i avsnittet "etikk og juss" i analysekapittelet.

1928⁶. Utvalget trådte formelt i funksjon året etter (Røsland 1999:60f). En av utvalgets viktigste oppgaver har i alle år vært å knytte sammen teori og praksis ved å tolke de yrkesetiske retningslinjene og definere hva som er god og dårlig presseskikk. Fra starten var det bare pressefolk i utvalget som vurderte det pressefolk gjorde. Fra 1972 kom de såkalte allmennhetsrepresentantene⁷ med. I dag har PFU syv medlemmer. To er fra NR, to fra NJ. De tre allmennhetsrepresentantene er valgt av NP. For tiden er Odd Isungset (fra TV 2) leder. Allmennrepresentantene har bidratt til at den journalistiske autoritetsbyggingen og defineringen av "god presseskikk" ikke lenger blir vurdert bare av pressefolk. Røsland mener det har ført til et større samsvar mellom måten presseskikken blir vurdert på og forståelsen av hva som er pressens og journalistens rolle. Journalistrollen er uløselig knytt til "de utenforstående", og "de utenforstående" regnes som kvalifisert for å vurdere hva som er god presseskikk (Røsland 1999:28).

Retningslinjene, slik de er nedskrevet i VVP, ble først og fremst skrevet ned som et svar på kritikken mot pressen, og særlig kriminaljournalistikken. Den første plakaten var så godt som en ren kriminalreportasjeplakat. Neste stoffkategori som ble innlemmet i VVP, var den politiske journalistikken (Ottosen 2004:36). Først i 1956 kom det inn mer generelle retningslinjer (Røsland 1999:157).

Som jeg allerede har vært inne på, har selvjustisen vært helt sentral for å holde ytre lovregulering på avstand. Signalene fra Den europeiske menneskerettighetskonvensjon (EMK) har vist at det juridiske perspektivet også har innflytelse på pressens etikk. EMK har gitt ytringsfriheten bedre kår juridisk sett, og setter pressen i en særstilling som kritisk formidler av ytringsfriheten (Jebens 2006). Når friheten blir større, blir pressens egen etikk viktigere. Dette kommer jeg tilbake til mot slutten av analysedelen.

Etikk er ingen statisk størrelse, men en kontinuerlig prosess der man samles om noen av fagets sentrale verdier. "God presseskikk" defineres ikke en gang for

⁶ Utvalget ble først kalt "Det faglige utvalget", og behandlet den første saken i 1930.

⁷ Det kan vel diskuteres i hvilken grad en teologiprofessor, en filosof og en tidligere kinodirektør kan kalles representanter for allmennheten.

alle. Det er ikke engang alle som er enige om hva etikk egentlig handler om. Etter en gjennomgang av PFU-kjennelser har Paul Bjerke funnet at tema, vinkling og kilder ikke er et tema for PFU (Bjerke 2005). Han mener det parallelt med pressens profesjonalisering og løsrivning fra de politiske partiene har skjedd en innsnevring i hvilke journalistiske valg som gjøres til gjenstand for etisk refleksjon i pressens selvdømmeorgan.

De viktigste etiske problemstillingene som journalister daglig kommer i kontakt med, nemlig hva skal jeg skrive om, hvordan skal jeg vinkle denne historien og hvem skal jeg gjøre til helt og til skurk, er følgelig ikke en del av den "offisielle" presseetikken. Tvert i mot er disse valgene gjort til rene journalistfaglige spørsmål (ibid 2005).

Min egen undersøkelse viser at regler om disse temaene også er fraværende i de etiske husreglene.

Plikt eller konsekvens i journalistisk etikk?

Den journalistiske etikken har både en pliktetisk og en konsekvensetisk side. Pressen har et selvpålagt informasjonsansvar⁸ (pliktetikk) og et ansvar for enkeltmennesker (konsekvensetikk). Journalist og jurist Helle Nissen Kruuse kaller journalistenes etikk en "tobent etikk". Journalisten kan selv velge hvilken fot hun vil legge vekten på (Kruuse 1991:16). Odd Raaum mener det er grunn til å tro at norske pressefolk ser det som en plikt å ta hensyn til konsekvensene av sitt arbeid (Raaum 1999:168). Han skriver at nyttebegrepet og dets fokus på konsekvenser tradisjonelt har stått sterkt i pressens legitimeringsretorikk (Raaum 1996). Svein Brurås er enig. Han mener presseetikken først og fremst må forstås som konsekvens- og formålsetikk. Han understreker samtidig at reglene også har en pliktetisk side. En kasuistisk presseetikk, med regler for alle tenkelige situasjoner, ville ifølge Brurås være både

⁸ Generalsekretær i Norsk Presseforbund, Per Edgar Kokkvold, skiller mellom informasjonsplikt, som pressen angivelig ikke har, og informasjonsansvar, som pressen selv påtar seg (Raaum 2003:207).

meningsløs og umulig (Brurås 2006). Utfordringen er at nyttebegrepet drar med seg en krevende bevisbyrde. På hvilken måte er journalistikken nyttig?

Hele paragraf 1 i VVP er gjennomsyret av pliktetik. Her understrekes pressens plikt til å gjøre jobben sin (Røssland 2007:61). Ekström og Nohrstedts svenske undersøkelse viser at det bare er i unntakssituasjoner at drivkraften bak et arbeid er av en slik karakter at spørsmålet om hensyn (konsekvenser, min tilføyning) aktualiseres (1996:111). De mener et konsekvensetisk utgangspunkt kan komme i konflikt med den liberale, frie massemedieideologien. Journalistikkprofessor John C. Merrill mener den journalistiske etikken er "full-disclosure reporting", altså en forpliktelse til nærmest en totalrapportering (sitert i Raaum 1999:167).

Vi har sett at dydsetikken kan trekkes inn som et tredje perspektiv. Den er opptatt av karakteren til den handlende. Dydsetikerne er kritiske til å behandle etiske problemer i lys av allmenne og universelle prinsipper. De legger vekt på at det vi oppfatter som godt og attraktivt, er knyttet til hvilken kultursammenheng vi hører hjemme i, og hvilke verdier denne kulturen er basert på (Henriksen og Vetlesen 2000:186f). I så måte kan husreglene forstås som lokale oppfatninger av hvilke dyder en bør strekke seg etter. Men egne dyder er ikke mye verdt dersom man ikke har publikums tillit. I mangel på tillit har jakten på troverdighet kanskje blitt en av de viktigste dydene? Men er troverdighet en dyd? Terje Rasmussen er skeptisk.

Troverdighet er ikke det samme som å si sannheten, ikke det samme som å være ærlig. Troverdighet er ingen dyd, men en måte å presentere seg på, en rolle som skal åpne øyne og ører for det som meddeles. Hvorvidt troverdigheten lykkes, er bare publikum dommer over (Rasmussen 2004:65).

Ifølge Rasmussen har det skjedd en dreining fra en etikk om gode egenskaper til en etikk om gode prosedyrer, det moralfilosofen kaller en dreining fra ontologisk til deontologisk etikk (ibid:66). Dette innebærer at fokus flyttes bort fra om det er plikt eller konsekvens som motiverer journalisten, til selve måten journalisten løser oppgaven på. Etikken blir lagt i fanget på publikum. Til syvende og sist er det bare de som kan avgjøre om journalisten er troverdig.

Etikkens to sider henger også sammen med forståelsen av journalistrollen. I kapittelet "Journalistrollen – idealer i endring?" vil vi se at endringene i rolleidealene også kan påvirke hvilken etisk fot journalisten velger å legge vekten på.

Journalisten – programmert eller fri aktør?

Vi har til nå sett på hva som kjennetegner presseetikken. I fortsettelsen skal vi se nærmere på journalistrollen og den sosiale konteksten der de etiske valgene tas.

Journalistrollen – idealer i endring?

Rolle handler om forventninger til oppførsel. Journalistrollen er ingen opplest og vedtatt rolle - men en rolle som formes av ytre krav og forventninger over tid.

Professor Rune Ottosen ser på journalistrollen som en prosess der sosiale relasjoner virker i et spenningsforhold mellom ytre forhold knyttet til strukturelle endringer i bransjen og samfunnet, og den indre drivkraft hos den enkelte journalist. Han definerer journalistrollen slik:

Et sosialt betinget sett av faglige standarder/yrkesetiske normer og sosiale atferdsmønstre som over tid skaper en kollektiv identitet. Denne identiteten har utviklet seg i spenningsfeltet mellom markedskreftenes objektive ytre rammebetingelser og journalistenes subjektive ønske om å skape et kollektivt, faglig fellesskap (Ottosen 2004:21).

Rollen er nært knyttet sammen med de journalistiske idealene og yrkesetikken, og det er mye som tyder på at det finnes mer enn én journalistrolle. Flere medieforskere har gitt navn til ulike journalistroller som eksisterer side om side. Ekström og Nohrstedt har videreutviklet Thuréns tre idealtyper og skiller mellom revolverjournalisten, håndverkeren, den samfunnsengasjerte, emnespesialisten, fortelleren, dramatikerens og nyhetsprodusenten (1996:127ff).

Raaum mener å ha sett en utvikling i det journalistiske rolleidealet, der avsløring har utviklet seg til å bli det mest attråverdige idealet (1999:95). Margreta

Melin-Higgins har gjort samme funn i sin doktoravhandling. Hun mener idealene har utviklet seg fra å skulle gjenspeile virkeligheten på en mest mulig nøyaktig måte, til et mer aktivistisk og avslørende ideal. Tyngdepunktet i journalistrollen har endret seg fra "håndverker" til "blodhund", for å bruke hennes egne ord (Melin-Higgins sitert i Ottosen 2004:79). Håndverkeren er trolig mer opptatt av konsekvenser enn blodhunden. Det kan tyde på at det har skjedd en vektforskyvning fra journalistens konsekvensetiske fot til den pliktetiske. På samme måte som de ulike rolleidealene påvirker journalisten, spiller også den sosiale konteksten journalisten opererer i en viktig rolle. Det er tema i neste kapittel.

Journalistens kontekst

De ulike faktorene som påvirker journalistrollen og journalistens etiske valg, kan deles i to kategorier 1) forhold utenfor journalistens kontroll og 2) forhold journalisten kan kontrollere. Tradisjonelt har det vært stort fokus på journalisten som selvstendig moralsk aktør. Med et slikt fokus kan man risikere å miste den sosiale konteksten journalisten er en del av. Amerikaneren Paul S. Voakes mener den sosiale konteksten er viktigere enn den personlige etikken når journalisten tar etiske beslutninger.

Verdier er den fundamentale basis for moralsk vurdering, men verdier alene leder ikke den moralske aktør. De bare beskriver aktørens sosiale og moralske referanser. Verdiene må filtreres gjennom ett eller flere sosiale determinanter før de leder ut i en avgjørelse (Voakes 1997:19f).

Hans undersøkelse basert på en telefon-survey med 118 journalister utfordrer den tradisjonelle oppfatningen av journalister som autonome moralske aktører som opererer ut fra sine egne etiske verdier. Voakes har identifisert syv faktorer med innflytelse på journalistens etiske valg:

- 1) Individet: personlig moral og verdier, tro, oppførsel.

- 2) Liten gruppe: gruppen der journalisten utfører arbeidsoppgavene sine. Det er her de sosiale strukturene og interaksjonen kommer i kontakt med individet som til slutt må ta den etiske avgjørelsen.
- 3) Organisasjonen: policy, historie, slik gjør vi det hos oss.
- 4) Konkurransesituasjonen mediet står i.
- 5) Yrkesverdier: profesjonelle standarder, yrkesetikken (regler).
- 6) Ekstramedia: annonsører, forholdet til kilder, mediebrukere.
- 7) Loven: frykten for å bli saksøkt.

I den amerikanske undersøkelsen er hensynet til lovens grenser den sterkeste av de syv faktorene som påvirker journalistens valg. Organisasjonen spiller også en avgjørende rolle. Den individuelle etikken er den svakeste påvirkningsfaktoren (ibid 1997). Resultatene kan ikke uten videre overføres til norske forhold, men undersøkelsen utfordrer likevel vår tradisjonelle tenkning rundt journalistens indre motivasjon som avgjørende i de etiske valgsituasjoner.

Ekström og Nohrstedt har i sin svenske undersøkelse kartlagt tre faktorer som de mener i stor grad påvirker journalistens etiske beslutningsprosess: arbeidets organisering (grad av spesialisering og tidsrammer), nyhetsbedriftens overgripende normer (eier, husregler og medietype) og mediets egenart (produksjonsteknikk og fortellerspråk) (Ekström og Nohrstedt 1996:141). Dette samstemmer til en viss grad med Voakes fokus på punkt 3 - organisasjonen. Også den svenske undersøkelsen konkluderer med at journalistens personlige etikk spiller en mindre avgjørende rolle.

Siden organisasjonen (i utvidet betydning) spiller en så fremtredende rolle i både den svenske og den amerikanske undersøkelsen, er det interessant med et lite blikk på ansettelsesforholdene i medieorganisasjonene. Arbeidsmiljøundersøkelsen blant norske journalister i 2003 viser at 11 prosent av journalistene er midlertidig ansatt⁹. Frykten for å miste jobben er fremtredende i undersøkelsen.

Ansettelsesforholdene kan også påvirke journalistrollen og de etiske beslutningene. Gunhild Ring Olsen skriver i sin hovedfagsoppgave at det kan se ut

⁹ <<http://www.nj.no/Arbeidsforhold/Arbeidsmiljo/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=1523>>.

som om det er potensielt noe lettere for vikarer enn for fast ansatte journalister å havne i etiske gråsoner. Hun mener også å ha sett at det er noe vanskeligere for vikarer å leve opp til de journalistiske idealene (Olsen 2004). Nedbemanninger i redaksjonene og teknologiens krav om raske nyheter resulterer også i et sterkt nyhetspress. Kruuse mener nyhetspresset er etikkens verste fiende (Kruuse 1991:234f).

Eierforhold og stadig større krav om avkastning har selvsagt også stor betydning for organisasjonskonteksten. Frigjøringen fra de politiske bindingene har trolig gjort journalistrollen mer sårbar for økonomiske interesser. Ønsket om å begrense en enkelt aktørs eierskap i mediebedriftene (slik det kommer til uttrykk i eierskapsloven) skyldes selvsagt frykten for at eierstrukturene skal påvirke det journalistiske innholdet enda mer. Andrew Belsey er en av mange som bekymrer seg for en stadig økende grad av kommersialisering i journalistikken. I artikkelen "Journalism and ethics. Can they co-exist?" trekker han frem spenningen mellom journalistikk som industri og profesjon (Belsey 1998). Den kommersielle trusselen blir ofte enda større på nettet, fordi man her kan måle antall klikk på enhver sak til enhver tid. Den amerikanske medieprofessoren John McManus peker på at eiere (investorer), annonsører, kilder, publikum, myndigheter, mediekonsern, ledelse og diverse pressgrupper har innflytelse på journalistikken. Han er opptatt av at de presseetiske reglene må omformes slik at de bedre tar høyde for de reelle maktforhold i og i tilknytning til mediene (McManus sitert i Raaum 1999:186).

Journalistens kontekst påvirker selvsagt journalistrollen. Dersom rollen stadig blir utsatt for press, ikke minst fra markedet, kan det skape et behov for å klamre seg fast til de kritiske, journalistiske idealene. Dermed kan blodhundene og jegerne på jakt etter avsløring også forstås som en konsekvens av journalistens kontekst.

Vi har sett at journalistrollen og den sosiale konteksten påvirker de etiske valgene journalisten tar. Det er delte meninger om hvor stor rolle journalistens personlige etikk spiller i etiske valgsituasjoner. Voakes mener den sosiale konteksten har større betydning enn den personlige etikken. Med dette bakteppet skal vi nå

nærme oss husreglene fra tre forskjellige perspektiv. Men først er det på sin plass å spørre om etiske regler har noen funksjon.

Ulike perspektiv på etiske regler

Nyttig verktøy eller tomt skalkeskjul?

Medieprofessor Claude-Jean Bertrand gir husreglene tre begrunnelser: **menneskelig svakhet** gjør det nødvendig, **menneskelig nobelhet** gjør han/henne sensitiv på verdier og regler og **menneskelig ambivalens** gjør at regler kan avgjøre hvordan man handler (Bertrand 2000:107).

Medieforskere mener reglene har ulike funksjoner og vektlegger disse forskjellig. Karen Sanders trekker frem fire virkemåter: 1) beskyttelse (for kilder, publikum og journalist), 2) utdanning av reportere (lære etisk oppførsel), 3) public relations (skape et inntrykk av å være etisk bevisst), 4) skadebegrensning (unngå lovregulering) (Sanders 2003:142).

Odd Raaum trekker også frem fire funksjoner: 1) mediepolitisk funksjon (vise at bransjen selv tar ansvar), 2) deklarasjoner (av fagets egenart og kvalitetskriterier), 3) profesjonspedagogisk funksjon (disiplinering av avvikere, ryggdekning for faglig integritet) og 4) hjemmelsgrunnlag (i klagesaker). Han mener hver funksjon stiller spesifikke krav til reglenes innhold, form og adressering (Raaum 2003:68).

Steele og Black mener husreglenes to viktigste funksjoner er: 1) reklame (pr): ved at de legitimerer journalistenes aktiviteter og 2) utdanning: ved at de fremmer etisk tenkning og oppførsel, hjelper nybegynnere og minner traverne på etikken. De amerikanske forskerne har stor tro på reglenes betydning. Ifølge dem har prosessen med å lage reglene og å implementere dem også en god terapeutisk verdi i seg selv. Amerikanerne mener resultatet av tydelig formulerte prinsipper og solide etiske beslutninger blir et godt forhold til leserne (Steele og Black 1999).

Argumentene for etiske regler er delvis overlappende og oppsummert kan vi si at reglene har både interne og eksterne funksjoner. **Interne funksjoner:** klargjør verdier, felles idealer og fremmer etisk tenkning og oppførsel. **Eksterne funksjoner:** legitimerer journalistenes virke, skaper godt forhold til leserne og erstatter lovstyring.

Chris Frost er skeptisk til hyllesten av de etiske reglenes funksjon. Han mener etiske regler kan skape en aura av respekt og rettferdighet, uten at det dermed er sagt at man tar ansvar (Frost 2000:101). En av hovedinnvendingene mot den regulerte etikken er at regler ofte blir for generelle og vage. Frost peker på at dersom reglene skal være gyldige, må alle være klar over dem – og respektere dem. Nettopp derfor kan reglene bli avgrenset til områder med bred enighet og formuleres på en generell måte (ibid). Richard L. Johannesen støtter et slikt synspunkt i sin artikkel "What Should We Teach About Formal Codes of Communication Ethics?". Han er bekymret over at reglene ofte blir så vage og generelle at de til slutt blir uten substans (Johannesen 1988). Odd Raaum peker på at konkrete regler kan ha sine fordeler som klagehjemmel, men understreker at konkrete regler kan bidra til at det som ikke er detaljregulert, fort kan oppfattes som etikkfritt område (2006:297/1999:144).

Andre kritikere mener de yrkesetiske reglene er en måte å komme til rette med en ubalanse mellom det hensynet profesjoner tar til seg selv – og den hjelp den gir til borgerne.

Reglene vitner følgelig både om en etisk interesse og om aktører som meler sin egen kake mer enn reglene tillater. (...) Jo flere normer et samfunn formulerer, jo tydeligere er det at hensynet til den andre ikke kommer som noe naturlig – egeninteressen øker i uakseptabel grad (dr.theol. Kristian Alm, Aftenposten 25.04.06).

Frost skriver at etiske regler har økt i omfang og utbredelse i USA. Han forklarer denne trenden med ønsket om å overbevise et voksende skeptisk publikum om at mediene kan oppføre seg etisk (Frost 2000:98). På denne måten kan reglene brukes som et redskap for å skape troverdighet, uten at de dermed nødvendigvis sier

noe om mediens innhold. Dermed står vi igjen med tre hovedinnvendinger mot de etiske reglene:

- 1) Reglene er ingen garanti for etisk oppførsel.
- 2) Reglene blir for vage og generelle.
- 3) Reglene handler til en viss grad bare om å skape troverdighet og å legitimere egen virksomhet.

Jeg vil avslutte teoridelen med å se på de etiske reglene fra tre perspektiv som vektlegger ulike forklaringer på reglenes fremvekst og funksjoner. Jeg har kalt å kalle de tre perspektivene: *profesjonsperspektivet*, *strategiperspektivet* og *biotopperspektivet*.

Profesjonsperspektivet

Det første perspektivet legger vekt på at husreglene kan fungere som et redskap for å definere akseptabel/profesjonell fagutøvelse. Samtidig som reglene markerer revir utad, fungerer de også som disiplin innad. Reglene beskriver hvordan man skal oppføre seg for å være en profesjonell. Hva som er profesjonell oppførsel, vil variere med hvordan man definerer journalistrollen.

Profesjonsperspektivet tilnærmer seg husreglene som et selvjustistiltak først og fremst med den hensikt å holde lovreguleringen på avstand. Ifølge Torbjörn von Krogh er trusselen om lovregulering en av bare to trusler som har reell innflytelse på presseetikken. I tillegg til den politiske trusselen om lovregulering mener han den økonomiske trusselen (boikott) kan påvirke presseetikken (Von Krogh 2006).

Bertrand har laget en systematisk oversikt over ulike typer selvjustistiltak som han kaller "media accountability systems" (MAS). Felles for MAS er at de representerer en rekke ikke-statlige tiltak for å peke på mediens styrker og svakheter for å heve kvaliteten på journalistikken og samtidig holde loven på en armlengdes avstand. Kritikerne hevder selvjustis ikke er godt nok. Bukken kan ikke passe havresekken. Bertrand derimot har stor tro på at et bredt spekter selvjustistiltak vil heve både kvaliteten og troverdigheten. I sin bok om MAS nevner

han over 40 selvjustistiltak fordelt på fire kategorier: 1) grunnleggende midler (opplæring, evaluering, overvåkning, tilbakemeldinger), 2) skrevne og kringkastingsdokumenter (regler, brev til redaktøren, retteboks), 3) individer og grupper (etisk coaching, mediereporter, ombudsmann, presseråd) og 4) prosesser (høyere utdanning, kontinuerlig utdanning, meningsmålinger, forskning). Ifølge Bertrand er husreglene (som hører hjemme i kategori to) bare ett av mange selvjustistiltak (Bertrand 2000).

Medieombud er ifølge Bertrand et annet troverdighetstiltak. Debatten om et slikt ombud i Norge kom med full tyngde på 1990-tallet. Den samfunnskritiske holdningen begynte å bre om seg fra 1960-tallet, også overfor mediene: "Mediene kontrollerer oss, men hvem skal kontrollere mediene?" Statsrådene Kleveland og Clemet gikk i spissen for å få en offentlig utredning om saken. En mulig ombudsordning ble først avskrevet, men i stortingsdebatten om meldingen "Media i tida" i 1993 ble departementet pålagt å utrede temaet mer utførlig (Raaum 1999:127ff).

Pressen selv har hele tiden vært negative til et medieombud, og i 1992 innførte pressen flere selvjustistiltak for å vise at den tar ansvar selv og ikke trenger et medieombud. Antallet allmennrepresentanter i PFU ble økt fra to til tre, initiativretten¹⁰ ble innført, PFU ble utvidet til også å gjelde kringkastingen og det ble innført en skjerpet plikt til å trykke fellelser. På tross av denne sjarmoffensiven munnet NOU 1996:12 ut i en anbefaling om at Norsk Presseforbund skulle opprette en stilling som medieombud. Ombudet skulle fungere uavhengig av klageorganet PFU. "Medieombudet bør inneha en meklerrolle mellom publikum og mediene for saker som gjelder personvernet. Publikum skal henvende seg til medieombudet og få hjelp til mekling mellom mediet og den som føler seg krenket" (NOU1996:12). Medieorganisasjonene og redaktørene tok avstand fra forslaget og hevdet at et slikt ombud ville svekke ytringsfrihetens kår. I Sverige har pressen avfunnet seg med en

¹⁰ Generalsekretæren i Norsk Presseforbund kan på eget initiativ be utvalget om å behandle saker av prinsipiell interesse.

ombudsordning. Der diskuteres det nå om Pressens Opinionsnemnd og Granskningsnemnden bør slås sammen og Press Ombudsmannen erstattes av en Medieombudsmann som gjelder både for trykt presse og kringkasting (Andersson 2006).

I 2004 innførte Bergens Tidende, som første og foreløpig eneste mediebedrift i Norge, en ordning med leserombud for å bedre kontakten mellom lesere og redaksjon. Terje Angelshaug har siden da vært BT-lesernes vaktbikkje overfor redaksjonen. Stillingen har vært omdiskutert og kritikerne spør hvor uavhengig han kan være som ansatt i BT. Sjefredaktør Einar Hålien på sin side er så fornøyd med ordningen at han har bestemt seg for å gjøre leserombudordningen permanent (Journalisten 20/2006).

I dag handler selvjustisdebatten blant annet om en eventuell lovfesting av Redaktørplakaten¹¹ og hvem som har ansvar for innlegg på nettdebatter og eventuell forhåndsredigering av disse. I etterkant av Håvard Melnæs avslørende bok om arbeidsmetodene i Se og Hør varslet også justisminister Knut Storberget at han i forbindelse med revisjonen av Straffeloven vil vurdere å gjøre det straffbart for mediene å bruke opplysninger som er fremskaffet på ulovlig måte (Storberget til NRK.no, 12.02.07). En slik lov er uønsket i presse miljøene¹². Som allerede nevnt har NP som en konsekvens av denne saken satt ned en egen komité som skal vurdere eventuelle nye regler i VVP om betaling av kilder. Dette er et godt eksempel på hvordan pressen selv ønsker å markere revir, og i praksis holde lovgiverne borte.

Strategiperspektivet

Strategiperspektivet legger vekt på det strategiske momentet ved å ha husregler. Odd Raaums begrep *termostatetikk* rommer noe av det strategiske perspektivet ved å sette fokus på at mediene til enhver tid kalkulerer med hvor mye etikk som er

¹¹ Utkast til lov om redaksjonell uavhengighet for medieforetak ute på høring nå. Høringsfrist 15.04.07.

¹² Se for eksempel Aftenpostens leder 12.02.07, "Farlig Se og Hør-lov".

nødvendig (Raaum 2003:196). Kan reglene lønne seg rent økonomisk? Kan reglene være et strategisk redskap for å oppnå troverdighet hos publikum?

Vi har sett at Belsey bekymrer seg for en stadig økende grad av kommersialisering i journalistikken. Dr. Andrew Luna er optimist på den etiske journalistikkens vegne. Han mener etisk journalistikk er lønnsomt og fokuserer på de strategiske fordelene etiske regler gir. Luna mener reglene fremmer effektivitet og en selvkritikk som gjør at journalistene yter mer. Dersom mediets etiske oppførsel plasseres på en tilbud-eterspørsel-akse, mener Luna vi kan analysere og forutsi effektene av ulike etiske beslutninger. De to variablene som påvirker effekten er: mengde etisk oppførsel mediet legger opp til (for eksempel gjennom etiske husregler) og pris regnet i tap dersom mediet endrer etisk oppførsel. Modellen, som skal vise at etisk journalistikk kan være økonomisk lønnsomt, springer ut fra tanken om at annonsørene ønsker å kjøpe et publikum, og publikum ønsker etiske nyheter. Uetisk oppførsel kan dermed føre til at mediet mister publikum og dermed annonsører også (Luna 1995). Et av svært få dokumenterte norske eksempler på at publikum straffer en mediebedrift på pungen på grunn av uetisk oppførsel, finner vi i forbindelse med Dagbladets forside "Luksus-prostituert DREPT" (6. januar 1995). Den drepte ble identifisert med både navn og bilder i utfordrende positurer. Samme dag haglet kritikken mot avisa og lesere kom med oppfordringer om boikott (Raaum 1999:119f). En fersk undersøkelse Synovate MMI har gjort for Kampanje og OmnicomMediaGroup, viser at avsløringene i Håvard Melnæs bok "En helt vanlig dag på jobben" vil kunne innvirke på salget av Se og Hør. Hele 59 prosent svarer at det er mindre sannsynlig at de vil kjøpe kjendisbladet heretter, heter det i en NTB-melding på dn.no¹³. Bare tiden vil vise om salgstillene virkelig går ned.

Slik jeg ser det, står og faller hele argumentasjonsrekken til Luna på hans påstand om at publikum ønsker etiske nyheter. Tony Harcup har samme utgangspunkt og sier etisk journalistikk er god journalistikk. Han legger vekt på at for å bli en god journalist, må man reflektere kritisk over sin egen jobb (Harcup

¹³ www.dn.no/forsiden/etterBors/article1029525.ece

2007). Jeg vet ikke om det er så enkelt. For det første vil jeg stille spørsmål ved hvor stor innflytelse den reflekterende holdningen har på de etiske beslutningene. Både fordi den personlige etikken ikke nødvendigvis veier tyngst i den konteksten beslutningene tas, og fordi den historiske og sosiale konteksten i liten grad gir tid og rom for slike refleksjonsprosesser. For det andre vil jeg stille spørsmål ved i hvilken grad publikum er så opptatt av at nyhetene skal være etiske.

Ifølge strategiperspektivet kan husreglene også fungere som et strategisk virkemiddel for å øke lesernes tillit til pressen. Steele og Black mener "public relations" er en av to sentrale funksjoner husreglene har (Steele og Black 1999). Reglene skal forsikre publikum om at profesjonen har standarder som blir fulgt. Høgskolelektor Magne Lindholm tar denne tanken videre i sin påstand om at "Det er ikke tilfeldig at avisen VG, som beveger seg på kanten av det tillatelige i store deler av sin virksomhet, også er den avisen som mestrer presseetikken best" (Lindholm 2006).

Ønsket om å oppnå tillit og troverdighet er helt sentralt i den journalistiske ideologien. Det kan skyldes at pressen vanligvis ikke regnes som en av de etablerte profesjonene¹⁴. Røssland mener man er mer avhengig av andres forståelse av egen gruppe ved lav grad av profesjonalisering (Røssland 1999). Professor Terje Rasmussen hevder etiske regler har begrenset verdi som redskap for å øke tilliten fordi det er en myte at mediene lever av publikums tillit. Han understreker at oppmerksomhet og tillit er to forskjellige ting, og mener det er oppmerksomhet som gjelder. I hvert fall på nettet (Rasmussen 2002).

Pressens samfunnsoppdrag og PFU spiller også en sentral rolle i pressens legitimeringsretorikk. Paul Bjerke kritiserer dagens PFU for å se på det som sin oppgave å bistå pressen som en egen institusjon utenfor og i opposisjon til den politiske gjennom "oppdraget", "uavhengighet", status som den "fjerde statsmakt" osv (Bjerke 2005). Når mediene begynner å pusse på etikken, kan vi spørre om det er

¹⁴ Følgende profesjonskrav er vanlige: 1) fulltidsyrke, 2) formell utdanning, 3) profesjonelle organisasjoner, 4) yrkesmonopol, 5) egne yrkesetiske regler. (Røssland 1999:22) Dette er en debatt jeg har valgt å ikke bruke tid på fordi den er på siden av det som er tema for oppgaven.

et tegn på legitimeringsproblemer. Er det selvpålagte samfunnsansvaret i ferd med å ruste? (Rasmussen 2001).

En strategisk tilnærming til husreglene taler i høyeste grad for å offentliggjøre reglene, slik mange medier gjør ved å vise til at de følger VVP. Reglene løfter frem pressens idealer og signaliserer samtidig en pågående etisk prosess. En slik institusjon må vel være verdig publikums tillit og den rette til å utføre det viktige samfunnsoppdraget?

Biotopperspektivet

Biotopperspektivet tilnærmer seg husreglene som et uttrykk for historiske endringer og sosiologisk betonte problemstillinger. Vokser etikken ut av kulturelle og politiske biotoper eller høytidelige erklæringer om Journalistikkens Universelle Ideal? Er presseetikken universell? Europeisk? Norsk? Regional? Sekulær/religiøs? Eller varierer den fra medietype til medietype og fra kultur til kultur?

Biotopperspektivet tar utgangspunkt i at etikken ikke er universell, men må tilpasses ulike medier i ulike kulturer. Ifølge Fremo kan selve fenomenet husregler være et tegn på at vi har å gjøre med en "redaksjonsskikk i flere versjoner heller enn en felles og allmenn presseskikk" (Fremo 1994:230). Husreglene fungerer som et uttrykk for en lokal biotop, et noenlunde ensartet område for en bestemt gruppe journalister. Også NOU 1996:12 antyder at presseetikken kan variere fra medietype til medietype (i punkt 5.1.3).

Tradisjonelt har lærebøker i journalistikk lagt liten vekt på mediespesifikke trekk. Medieetikken har vært et prinsipielt og sentralt tema som ikke har berørt teknologi eller bestemte medietyper. "Hva med de mange dilemmaer som oppstår i kjølvannet av ny medieteknologi?" spør Terje Rasmussen (Rasmussen 2002). Han trekker frem to dilemmaer knyttet til ny teknologi: den elektroniske relasjonen til kilder og samtidigheten mellom hendelse og nyhet. Han viser også til en undersøkelse fra 1999 (utført av Deuze og Yeshua 2000) der 18 nederlandske

nettjournalister og redaktører i seks forskjellige nettaviser sier de mener det burde utvikles egne statutter for nettjournalistikken (ibid:117). Kopijournalistikk og markedsjournalistikk er ytterligere to utfordringer for nettjournalistikken.

Zambiske Francis Kasoma mener de etiske standardene i pressen er for europeiske, basert på europeisk moral. Han mener afrikanske journalister burde se mer på sin egen moralske arv når de utformer etiske regler. En journalistikk basert på afrikanske husregler ville vært snillere enn den europeiske etikken, sier Kasoma. "There is too much of the cold Euro-American brand of news reporting in Africa (...) Africa has the chance to restore the human touch to journalism" (Kasoma 1994:9f og 34). Han mener europeisk etikk i hovedsak er basert på plikt (deontologisk), mens afrikansk etikk er mer konsekvensrettet (for samfunnet som helhet). En annen forskjell er afrikansk fokus på fellesskapet (som også inkluderer de døde) og europeisk fokus på individet.

Professor Helge Rønning mener likevel å ha sett tre universelle verdier i de etiske retningslinjene: søken etter sannferdighet, ansvarlighet og uttrykksfrihet (Rønning 2002:46).

Teoretiske regler og etiske valg

Det mangler ikke på kritikere av de etiske reglene. De mener at reglene ikke har noen praktisk funksjon, eller at de har klare begrensninger. I sin gjennomgang av yrkesetiske regler trekker Henriksen og Vetlesen (2000:215ff) frem fire begrensninger i slike regler:

- 1) Etiske spørsmål kan ikke bare løses på bakgrunn av en felles oppfatning om grunnleggende prinsipper.
- 2) Etiske prinsipper eller regler er i mange tilfeller utilstrekkelige for å gripe hva som leder til en bestemt handling.

3) I enhver handling er det et individuelt element som krever innlevelse, fortolkning og engasjement på en måte som overskrider kompetansen til regelanvendelse og rasjonelt kalkulerende fornuft.

4) God moralsk yrkesutøvelse krever en ekspertise som ikke bare kan utledes av evnen til å anvende regler og analysere situasjoner godt.

I utgangspunktet ønsket jeg at arbeidet med denne oppgaven skulle si noe om de teoretiske reglenes betydning for praktiske, journalistiske valg. Jeg forstod raskt at det ikke var mulig innenfor rammene av denne oppgaven. En slik sammenheng er dessuten svært vanskelig å dokumentere. I arbeidet med å kartlegge reglenes funksjoner har det likevel forundret meg hvor fraværende etisk atferd er som begrunnelse for husreglene.

Jo Bech-Karlsen mener journalistenes etiske standard må styrkes på andre måter enn gjennom regler. Det kan være gjennom etiske diskusjoner i redaksjonen, foredrag eller en systematisk gjennomgang av PFU-dommer (Bech-Karlsen 1996). Susanne Wigort Yngvesson (Yngvesson 2006b:257) er bekymret for at journalistenes regelorienterte yrkesetikk fremmer en overflatisk forståelse av moral. "De yrkesetiske reglene sier mer om hvordan vi skal være i vår yrkesrolle enn som mennesker, de beskriver ikke den moral som journalister har i praksis og tenderer mot å forveksle moral med juss" (Yngvesson 2006a:169ff).

Tradisjonelt har det vært personvernet som har vært presseetikkenes primære anliggende (Brurås 2006:8). Det er også hovedfokus i VVP. I min undersøkelse av husreglene har jeg derimot sett at det er regler som berører journalistrollen som er mest utbredt. Det samme funnet har Steele & Black gjort i en amerikansk undersøkelse av 33 husregler. Det vanligste temaet i de amerikanske husreglene er interessekonflikter, og reglene spenner fra det å motta gaver til muligheten for å engasjere seg politisk (Steele og Black 1999). Kapitlene over kan kanskje gi oss en pekepinn på hvorfor journalistrollen er så sentral i husreglene. Det handler om å finne en profesjonell vei mellom sprikende ideal og virkelighet.

Kapittel 3: Metode

Det er min tredelte problemstilling som legger premissene for metodene jeg benytter i oppgaven. Spørsmål 1 (utbredelse) krever at jeg tar i bruk en kvantitativ metode for å få best mulig oversikt. Her har jeg gjort en kvantitativ spørreundersøkelse for å kartlegge utbredelsen. Videre i undersøkelsen fortsetter jeg med kvalitative metoder for å tilegne meg dybdekunnskap. I spørsmål 2 (innhold) har jeg funnet det mest fruktbart å benytte tekstanalyse. For å svare på spørsmål 3 (funksjoner) har jeg valgt to caser hvor jeg har intervjuet journalister og redaktører om reglenes praktiske anvendelse og reglenes tilblivelse. For å supplere casene har jeg også intervjuet advokat Cato Schiøtz. Han representerer en ekspertstemme som bidrar til å trekke det juridiske perspektivet inn i oppgaven. Jeg har benyttet semistrukturerte intervjuer i oppgaven¹⁵.

En grunnleggende innvending mot oppgaven er om reglenes funksjoner lar seg belyse ved hjelp av ordinære metoder. Med funksjoner mener jeg virkemåter. Er det mulig å finne ut noe pålitelig om reglenes virkning på journalistikken i praksis? Er det godt nok å ta informantenes svar i casene for god fisk? Jeg har valgt å løse dette ved å legge størst vekt på de forklaringer som ligger innebygget i reglene.

I metodekapittelet vil jeg gjøre rede for den kvantitative spørreundersøkelsen, tekstanalysen og casestudiet som metode. Jeg vil også rette et kritisk søkelys på gjennomføringen av undersøkelsen. Først vil jeg se nærmere på utvalg og begreper i oppgaven.

Utvalg og begreper

Norske nyhetsmedier

Norske nyhetsmedier inkluderer både aviser, nettaviser, radio og tv. For å definere "nyhetsmedier" har jeg satt som et minimumskrav at mediet har en egen

¹⁵ Intervjuguidene ligger vedlagt oppgaven.

nyhetsproduksjon (nyhetssendinger/meldinger). Målet var å dekke et så bredt spekter som mulig av norske nyhetsmedier, derfor gikk jeg til de vanligste medieorganisasjonene for å få lister over deres medlemmer. Jeg erkjenner at det kan være medier som har falt ut av undersøkelsen fordi de av en eller annen grunn ikke står på listene jeg har tatt utgangspunkt i. Jeg har tatt utgangspunkt i avisene som er medlemmer i Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og Landslaget for lokalaviser (LLA). Jeg finner det naturlig å velge bort fagblad og magasiner. Gratisaviser er heller ikke med i undersøkelsen. Jeg har også tatt ut noen "smale" aviser/magasiner som Ny Tid, Folket og Folkets Framtid. I tillegg til de store TV-kanalene NRK, TV2 og TVN¹⁶, har jeg kontaktet alle medlemmene i Norsk Forening for lokal-TV¹⁷. Radiokanalene NRK, Kanal 24 og P4 har jeg supplert med de 58 av Lokalradioforbundets 166 medlemmer som ifølge forbundet selv har egen nyhetsproduksjon i større eller mindre grad. Dermed står jeg igjen med 301 norske nyhetsmedier¹⁸.

Mediehus - et eller fire medier?

Jeg har valgt å definere mediehus som en medieorganisasjon med tre eller flere medietyper i samme hus. Tre eller flere kanaler er grensen fordi så godt som samtlige medier i en eller annen form benytter nettet som et supplement til primærmediet sitt.

Den neste utfordringen blir dermed om mediehusene skal telle som ett eller flere medier i oppgaven. Skal for eksempel mediehuset Adressa telle ett eller tre "ja" i statistikken? De fleste mediehusene er fortsatt registrert både som avis, radio og tv i henholdsvis Mediebedriftens Landsforening, Norsk forbund for lokal-tv, Lokalradioforbundet og Landslaget for lokalaviser. Utfordringen forplanter seg når de ulike mediene i mediehuset skal svare på om de har egne, nedskrevne etiske husregler. I løpet av ringerunden opplevde jeg at tre tv-kanaler (som er del av et

¹⁶ TV 3 er ikke med fordi de ikke har egne nyhetssendinger.

¹⁷ Ifølge foreningen utgjør de det "allmenne, bakkesendte lokal-TV i Norge".

¹⁸ Komplette liste over mediene ligger vedlagt.

mediehus) svarte nei på spørsmålet om husregler, selv om avisa i mediehuset har regler. Andre svarte "ja - vi bruker de samme reglene som avisa" eller "nei – men avisas regler gjelder for oss i radioen/tv også". Mediehuset Agderposten er et illustrerende eksempel på forvirringen rundt mediehusene. Avisa Agderposten har egne regler. Radiokanalen P5 Aust Agder i samme mediehus sier papiravisens regler gjelder for dem også – mens avisa sier reglene deres bare gjelder for avisa. Svarene viser at mediehustanken har nådd ulike "nivå". Jeg har forsøkt å løse utfordringen om hvordan mediehusene skal telles ved å skille mellom medier som har vokst ut av hverandre og selvstendige medier som har blitt knyttet sammen. Dermed vil Agderposten og P5 Aust Agder telle to i den kvantitative undersøkelsen, mens NRK vil telle ett.

I den kvalitative delen av oppgaven har jeg ønsket å ta mediehustenkningen noen hakk videre ved å slå mediehusene sammen. Det mener jeg er nødvendig for å ta medieutviklingen på alvor. Siden tekstanalysen består av et overkommelig antall husregler, har jeg valgt å slå sammen de mediene i samme mediehus som svarer ja på del 1 i undersøkelsen til ett analyseobjekt. Dette kan lett forsvares med at det ikke finnes noen mediehus som opererer med flere sett husregler. Dermed sitter jeg igjen med 22 aviser, ti mediehus og to radiokanaler i den kvalitative innholdsanalysen.

Etiske regler

Tidlig i arbeidet med oppgaven ble jeg nødt til å reflektere over hva etiske regler er. Ekström og Nohrstedt definerer normer som "forventninger og kollektive forestillinger om hva som er viktig og verdifullt i et visst sosialt miljø" (1996:24). Jeg bruker begrepene normer og etiske regler om hverandre som en betegnelse på nedskrevne ord eller utsagn som foreskriver menneskelig atferd. Når jeg omtaler husregler, mener jeg et sett (en kodeks) av flere regler. Det er mediebedriftenes egne, etiske husregler som er analyseobjektet i oppgaven min – ikke norsk presses viktigste

etiske regler slik de er formulert i VVP. Det er likevel naturlig å trekke fellesreglene inn i enkelte sammenhenger, blant annet for å sammenligne reglene.

I den kvantitative delen av oppgaven har jeg latt representanter for mediene selv definere hva de mener med egne, etiske regler for journalistikken. Det kan være en mulig feilkilde i statistikken over utbredelse. I analysedelen har jeg vært mer kritisk og vurdert hvilke av de tilsendte husreglene jeg mener hører hjemme i analysen. Jeg har valgt å se bort fra fem husregler, ettersom disse i hovedsak inneholder mediets vedtekter og ikke spesifikke etiske normer for journalistikken. De fem husreglene er grunnleggende forskjellige fra resten av reglene, og bærer preg av å være et verdidokument med fokus på markedsstrategi og egenart. Ved å si ut disse har jeg oppnådd et mest mulig likt sammenligningsgrunnlag. 34 av de 39 tilsendte reglene er med i analysen. Her er de fem regelsettene jeg har tatt ut:

Askøyværingen: To sider som kalles husregler/kvalitetspolitikk. Handler om service, kvalitet, arbeidsmiljø og bedriftens mål og strategi. Likevel et interessant punkt om journalistikken: "Den redaksjonelle produktutviklingen skal legge vekt på signaler fra markedet. Stoffområdene skal utvikles på lesernes premisser."

Dagen: Dokumentet heter "formål og basis" og her legges det vekt hvilken type avis Dagen skal være. Avisen skal a) gi leserne oppbyggelsesstoff, b) fungere som kristendomsforsvar, c) gi rom for diskusjon (sømmelig og saklig) og d) kristenlivsnyheter.

TV Follo: Her har jeg fått tilsendt ni punkt fra TV Follo's husregler som er det som handler om journalistikk. Punktene handler om hvordan journalistens skal oppføre seg: skape tillit, behandle alle likt, skape en positiv kultur, arbeide for å styrke Follo's identitet og ha det moro. Flere av reglene kan karakteriseres som rollenormer.

Likevel skiller reglene seg så mye fra de andre at det blir vanskelig å sammenligne.

TV Nord Trøndelag: TV Nord Trøndelag har jeg fått tilsendt et notat fra et todagers møte. På bakgrunn av notatene kan det se ut som om TV Nord Trøndelag har fått innspill og ideer til sin drift fra Nord Trøndelag fylkeskommune, Steinkjer Næringssekskap og TV Telemark.

TV Nordland: TV Nordland har sendt tre punkt fra sin strategiplan. De handler om forretningsidé, redaksjon og personalmiljø. Punkt to sier at den journalistiske virksomheten skal preges av objektivitet, troverdighet og saklighet. Formen på disse reglene blir også så ulik de andre at dokumentet ikke er sammenlignbart.

Kvantitativ versus kvalitativ metode

Man kan studere husregler både ved hjelp av kvantitativ og kvalitativ metode. Barbara Gentikow er skeptisk til å blande metodene, såkalt metodetriangulering. Hun mener det er et vakkert ideal, men uoverkommelig å gjennomføre i praksis (Gentikow 2005). For å besvare mine tre forskningsspørsmål er det helt nødvendig å veksle mellom metodene, ellers vil jeg ikke kunne svare på problemstillingen.

Den kvantitative metoden gir oversikt og bredde og er derfor best egnet til å finne ut hvor utbredt husreglene er. Metoden kjennetegnes ved et stort utvalg, surveys, spørreskjemaer og avstand til informantene (Gentikow 2005:36). Kvalitativ metode gir dybde og nyanser og kjennetegnes ved et lite utvalg, nærhet til informantene, samtaler/dybdeintervjuer og detaljer. Den kvalitative metoden er derfor best egnet for å sammenligne innholdet og å studere hvilken rolle husreglene har. Jeg mener kombinasjonen av kvantitativ og kvalitativ metode kan forsvares i oppgaven min fordi det kvantitative perspektivet setter husreglene inn i en sammenheng som gir det kvalitative perspektivet større mening – og motsatt.

Utbredelse: Kvantitativ metode

Jeg benyttet kvantitativ metode for å undersøke hvor utbredt de etiske husreglene er. I uke 8, 22, 23, 25 og 40 i 2006 ringte jeg vaksjef/nyhetsleder, redaksjonssjef eller redaktør i de ulike nyhetsmediene og spurte om mediet har *egne, nedskrevne etiske husregler for sin journalistikk*. Jeg brukte denne formuleringen for å utelukke VVP og muntlige regler "som sitter i veggene". Svarene ble fortløpende notert som ja eller nei

på et skjema. Jeg spurte også om vedkommende visste når reglene var fra, og om jeg kunne få tilsendt et eksemplar for å sammenligne innholdet. Ved å gjøre undersøkelsen på denne måten unngikk jeg å være avhengig av å få svar på tilsendte spørreskjema¹⁹.

Metodiske utfordringer

Det at jeg ikke har vært konsekvent på hvem jeg har snakket med, kan representere en mulig feilkilde i oppgaven fordi de ulike redaksjonslederne kan gi ulike svar. Samtidig vil jeg anta at dersom man ikke vet om redaksjonen har etiske husregler, vil man undersøke saken før man svarer på et slikt spørsmål. Det var det flere som gjorde.

Det at redaksjonene sier de har husregler, men ikke har sendt reglene, kan også representere en mulig feilkilde i oppgaven. Så lenge jeg ikke har sett reglene, kan jeg ikke være sikker på at mediebedriften har egne, nedskrevne regler. Dessuten kan jeg ikke være sikker på at det mediene selv definerer som etiske husregler, faller innenfor min definisjon i denne oppgaven. Det er de fem regelsettene jeg har tatt ut av sammenligningen et eksempel på.

I løpet av ringerunden opplevde jeg flere ganger at redaktører følte behov for å understreke at de reflekterer etisk selv om de ikke har husregler. "Nei, men vi er opptatt av etikk" og "jeg må tilstå at vi ikke har det" var to svar jeg ofte fikk. Slike utsagn kan tyde på at regler oppfattes som et signal om etisk bevissthet og refleksjon. Jeg fikk også til svar at "jeg skal lete etter reglene, så skal du få dem hvis jeg finner dem". Da jeg purret på mediene, opplevde jeg at flere konkluderte med at de ikke hadde etiske regler likevel. På bakgrunn av dette kan vi regne med en mulig overrapportering i utbredelsen av husreglene. Mediene kan svare ja fordi de synes "det høres riktig ut" å ha slike regler.

¹⁹ Slike spørreundersøkelser har ofte lav svarprosent.

Det kan også være en metodisk utfordring at det gikk noe tid fra første til siste mediebedrift ble kontaktet i ringerunden. Flere medier svarte at de jobbet med å utarbeide regler på det tidspunktet jeg ringte. Dermed kan det hende jeg hadde fått flere ja dersom jeg hadde ringt alle mediene den siste uka. Erfaringene fra Romerikes Blad tilsier derimot at det tar tid å utarbeide husregler, derfor tror jeg ikke resultatene nødvendigvis ville sett så annerledes ut. Alle mediene ble kontaktet i 2006.

Innhold: Komparativ innholdsanalyse

For å undersøke hva de etiske husreglene handler om og se etter fellestrekk og særtrekk i reglene, benyttet jeg komparativ innholdsanalyse. Jeg utformet et kodeskjema som ble inndelt i en bakgrunnsdel og en innholdsdel. I bakgrunnsdelen ønsket jeg å samle generell informasjon om mediebedriften, hvordan reglene er tilpasset medietype, hvem reglene henvender seg til og eventuelle sanksjonsmuligheter ved brudd. For å studere innholdet tok jeg utgangspunkt i Odd Raaums fire hovedkategorier i en analyse av VVP: preambel, rolle, metode og innhold (Raaum 2003). Denne inndelingen er en videreutvikling av Raaums tredeling av innholdet i journalistenes etiske retningslinjer fra 1986: a) produktnormer (bestående av objektivitetsnormer og personvernnormer) b) kildennormer og c) integritetsnormer (Raaum 1986:49). Regler som omhandler det journalistiske produktet har jeg valgt å kalle *innholdsnormer*, journalistens forhold til kildene har jeg utvidet og kalt *metodenormer*, regler om faglig integritet kaller jeg *rollenormer*. Innholdsnormer kan handle om sannhet, identifisering og balanse. Fordekte metoder, anonyme kilder og håndtering av upublisert materiale hører hjemme under metodenormer. Regler om medlemskap og verv er typiske rollenormer. De konkrete momentene i de ulike kategoriene ble til parallelt med at jeg startet nærlesingen av de tilsendte reglene og leste om tilsvarende undersøkelser i andre land.

Metodiske utfordringer

Når det gjelder mottatte husregler, er svarprosenten ikke like høy som i ringerunden. De fleste sa at de skulle sende reglene, men ikke alle husket å gjøre det. I noen tilfeller opplevde jeg at mediene ikke ønsket å sende reglene fordi de anså reglene som en bedriftshemmelighet. "Vi gir ikke reglene ut sånn i hytt og vær", var en av forklaringene jeg fikk. Etter at jeg hadde purret på flere av mediene, satt jeg til slutt igjen med 39 av de 80 husreglene som finnes. Dagbladet var et av mediene som glemte å sende reglene. Like før innlevering av oppgaven oppdaget jeg at deres regler er tilgjengelige på nettet. Da var det for sent å ta reglene med i undersøkelsen.

Det har vært en utfordring å definere de ulike kategoriene i kodeskjemaet. Det er helt sikkert flere eller andre momenter som kunne vært med i kodeskjemaet. Basert på nitidig lesning av de tilsendte reglene mener jeg likevel at kategoriene favner de mest utbredte momentene i husreglene. Samtidig har jeg lest husreglene med en åpen innstilling for å fange opp interessante momenter som ikke dekkes av de definerte kategoriene. Det er også viktig å huske at statistikken ikke sier noe om *hva* reglene sier om de ulike momentene. To regler som begge har blitt kodet "ja" for at de har med momenter om anonyme kilder, kan ha regler som sier helt forskjellige ting. Noen kategorier kan kanskje også tolkes forskjellig, slik at en annen forsker ville kodet annerledes enn det jeg har gjort. Denne feilmarginen har jeg forsøkt å redusere ved å gå gjennom reglene flere ganger.

Det kan også stilles spørsmål ved hvor representative husreglene i analysen er. Jeg kan ikke se at det er noe mønster i hvilke medier som ikke sendte inn reglene, og mener en svarprosent på 50 prosent må regnes som tilstrekkelig i denne sammenheng. Analysen av nær 50 prosent av nyhetsmedienes husregler kan gi en god pekepinn på innholdet, selv om det ikke vil være mulig å generalisere funnene til å gjelde alle husregler.

Funksjoner: Hva skal reglene brukes til? To caser og én ekspert

For å belyse spørsmålet om husreglens funksjoner har jeg valgt to caser og én ekspert, en gruppe journalister i Stavanger Aftenblad og representanter for den etiske komiteen som jobber med nye husregler i Romerikes Blad. Casene er ikke tilfeldig valgt, men basert på mine funn i den kvantitative undersøkelsen.

Informantene i Stavanger Aftenblad kan gi innsikt i hvordan de opplever husreglene i sin hverdag. Informantene i Romerikes Blad kan gi et verdifullt innblikk i prosessen med å utforme reglene og fortelle hvorfor mediebedriften lager husregler. Den største innvendingen mot casestudier er imidlertid at det er vanskelig å generalisere funnene i denne type forskning. Fordelen er at de gir mulighet til å belyse komplekse sosiale fenomener. Forsvarerne av metoden legger vekt på at undersøkelsen av et fenomen fremmer kunnskap og innsikt som er verdifull i seg selv, uten at man trenger å generalisere.

Utvalg av informanter

Stavanger Aftenblad

Stavanger Aftenblad er en avis med lange etikktradisjoner. I følge Odd Raaums henvisning til Aftenbladet.no 04.08.02 har tidligere sjefredaktør Jens Barland uttalt at avisen skal være en presseetisk fanebærer (Raaum 2003:48). Avisen var fullformat frem til 16.09.06. Nå er regionavisen Stavanger Aftenblad del av et mediehus som satser stort på både radio, tv og nettavis²⁰. Avisen er også en del av Media Norge-fusjonen. Avisen hadde i 2005 et opplag på 68.186.

Jeg har valgt å intervjuer en gruppe journalister/vaktsjefer fordi det er de som tar de daglige etiske valgene. Alle fem er bevisst hentet fra avismediet²¹ fordi jeg ønsket å studere en gruppe journalister i en mediebedrift med lange etiske tradisjoner. I utvelgelsen av journalister var det viktig for meg at det skulle bli et så

²⁰ <http://www.journalisten.no/arkiv.asp?GUID=6E259E5E-4F07-489A-8A54-8F4E0C9C0474>

²¹ En av informantene jobber riktignok med nettavisen og radio på nett, men har lang fartstid i papiravisen.

tilfeldig utvalg som mulig. Samtidig ønsket jeg at journalistene skulle representere ulike redaksjoner, kjønn og helst alder. Sjefredaktør Tom Hetland hjalp meg med å velge ut journalistene i Stavanger Aftenblad. Vi ble enige om at han skulle gjøre det ved å gå inn i fem ulike redaksjoner og velge den journalisten med det etternavnet som begynte på den første bokstaven i alfabetet. Slik ville jeg forsikre meg om at han ikke valgte noen spesielle "utstillingsjournalister" til meg. Jeg kontaktet journalistene på e-post. Et par av journalistene jeg først kontaktet, hadde ikke tid eller ville ikke bli intervjuet. De ble erstattet med den journalisten som hadde et etternavn som begynte på bokstaven i motsatt ende av alfabetet.

En svakhet i utvalget er at journalistene er en forholdsvis homogen gruppe. Journalistene er omtrent like gamle, har fast jobb og lang fartstid i pressen. Samtidig har jeg forstått at det er slik bemanningssituasjonen i Stavanger Aftenblad lenge har vært. Ifølge Elin Stueland (26) var det seks år siden sist noen fikk fast jobb i avisa da hun ble ansatt i 2006²².

Romerikes Blad

Romerikes Blad (RB) er en lokalavis fra 1902 med et opplag på i underkant av 40.000 (2005). Avisen er i dag en del av mediehuset Romerikes Blad. RB ble valgt som case for å få et innblikk i de etiske reglenes tilblivelsesprosess i et moderne mediehus. Sjefredaktør Thor Woje (som har vært i PFU i 13 år) er en av drivkreftene bak denne prosessen. I intervjuet snakket jeg med Woje og Lars M. J. Hansen, som er nyhetsleder og leder for den etiske komiteen som jobber med husreglene.

Juridisk ekspertstemme

Det er naturlig å trekke inn det juridiske perspektivet i oppgaven fordi jussen kan ha betydning for etikken og motsatt. I oppgaven vil vi se at husregler både kan fungere som et tiltak for å holde lovreguleringen på avstand og som en felle som kan brukes mot mediebedriften i en eventuell retts sak. I USA er frykten for å bli saksøkt for egne

²² Bekreftet på e-post 27.03.07.

regler den vanligste forklaringen på hvorfor flere advokater advarer mot husregler (Steele 2003).

For å trekke inn det juridiske perspektivet i oppgaven ønsket jeg å bruke en jurist som kilde. Cato Schiøtz var et klart førstevalg fordi han har både det juridiske og det etiske perspektiv på sitt repertoar. Han er verken medieforsker eller vitenskapsmann, men en toppjurist med solid erfaring og teoretisk innsikt. Han representerer ofte norsk presse i retten. Samtidig er han en sterk kritiker av pressen (Schiøtz 2006).

Semistrukturerte intervju

Casene er tenkt som en supplerende undersøkelse bestående av semistrukturerte, kvalitative intervjuer. Intensjonen har ikke vært å finne ut hva alle norske journalister mener om husreglene, men å få innsyn i noen utvalgte intervjupersoners erfaringer og meninger knyttet til husreglene. Selv om det er fristende å generalisere, forsøker jeg å bare bruke sitatene fra intervjuene som illustrerende eksempler og som utgangspunkt for drøfting i oppgaven.

Intervjuguidene ble tilpasset de tre ulike gruppene informanter i oppgaven. Spørsmålene var satt opp etter tema, men rekkefølge og eventuelle oppfølgings-spørsmål har variert noe fra intervju til intervju.

Gjennomføring av intervjuene

Jeg kontaktet intervjupersonene og gjorde intervjuavtaler via e-post. Ingen av respondentene fikk vite spørsmålene på forhånd. Slik ønsket jeg å få mest mulig spontane svar. Intervjupersonene i Romerikes Blad fikk i forkant av intervjuet beskjed om at det var prosessen med å lage reglene jeg ønsket å intervju dem om. Advokat Schiøtz fikk beskjed om at jeg ønsket en advokats vurdering av husreglene. Journalistene i Stavanger Aftenblad fikk i forkant beskjed om at intervjuet handlet

om det å være journalist. Mer konkret ønsket jeg ikke å være, blant annet fordi jeg ønsket å finne ut om journalistene kjente til avisens husregler.

Hvert intervju varte i omtrent 30 minutter. Intervjuet i Romerikes Blad varte i cirka en time²³. Alle intervjuene ble grundig notert underveis og umiddelbart skrevet ned i sin helhet. Et par dager etter intervjuene fikk informantene tilsendt det nedskrevne intervjuet på e-post for gjennomlesing og godkjenning. De hadde bare ubetydelige bemerkninger eller endringer.

Metodiske utfordringer

Det var en metodisk utfordring å opptre på en ryddig måte som samtidig ikke gav journalistene i Stavanger Aftenblad anledning til å forberede seg før intervjuet. Jeg er klar over det mulige forskningsetiske problemet her, men vil understreke at jeg ikke hadde til hensikt å henge ut noen av informantene. Grunnen til at jeg ikke ønsket å fortelle journalistene at intervjuet handlet om de etiske husreglene, var at jeg dermed ville risikere at forberedelser påvirket svarene. Dette gjaldt særlig mitt spørsmål om journalistene kjente til avisens husregler. Det ville ikke gitt mening å stille dette spørsmålet dersom journalistene hadde hatt anledning til å forberede seg. Siden intervjuet ikke bare handlet om husregler, mener jeg det var forskningsetisk forsvarlig å gi informantene begrenset informasjon om innholdet i intervjuet. En av de fem journalistene reagerte i etterkant på at hun hadde fått for lite informasjon før intervjuet. Hun følte seg "lurt" fordi intervjuet ifølge henne bare tok for seg én side ved det å være journalist. Journalisten fikk tilbud om å trekke intervjuet sitt, men det ønsket hun ikke.

²³ Der intervjuet jeg de to informantene sammen.

Anonymisering

For at oppgaven skal være mest mulig etterrettelig, har jeg i samråd med veileder bestemt å la alle informanter fremstå med fullt navn. Dette gjør oppgaven etterprøvable og åpner for at andre forskere kan gå videre med mine funn i en eventuell senere undersøkelse. Dette er gjort i forståelse med informantene. En annen fordel med åpne kilder er at man får saklige og gjennomtenkte svar. Baksiden er at det kan tenkes at man får flere "politisk korrekte svar" enn man ville gjort dersom informantene kunne være anonyme.

Min rolle

Min egen bakgrunn som journalist i Vårt Land, Hadeland og TV 2 Nettavisen har jeg opplevd som en ressurs i arbeidet med masteroppgaven. Den journalistiske praksisen har gitt meg bakgrunnskunnskap og forståelse for hvordan journalisthverdagen i ulike medier kan være. Bakgrunnen har også hjulpet meg med å finne frem til de relevante spørsmålene. Jeg har bevisst valgt medier jeg ikke har jobbet i som caser, og jeg kjenner ikke noen av informantene jeg har brukt. Som forsker er man selvsagt aldri "nøytral", men jeg kan ikke se at min rolle automatisk legger føringer i den ene eller den andre retningen.

Kapittel 4: Hvor utbredt er etiske husregler?

En firedel av norske nyhetsmedier

I min undersøkelse av 301 norske nyhetsmedier svarer 80 medier at de har egne, nedskrevne etiske husregler for journalistikken. Tallet tilsvarer **27 prosent av norske nyhetsmedier**. Undersøkelsen viser at et stort flertall (over 70 prosent) av norske medier ikke har husregler, men nøyer seg med de felles presseetiske reglene. Hvem er de 27 prosentene som har etiske husregler? Hvorfor har de slike regler? Og hva handler reglene om? Vi starter med å se nærmere på hvilke medier som har husregler.

Avis

Det er 216 aviser i undersøkelsen. 57 av avisene oppgir at de har egne husregler. Det utgjør **26 prosent** av alle avisene²⁴. Det er først og fremst store aviser som har husregler. 25 prosent av avisene i undersøkelsen har et opplag på over 10.000, og blir dermed kalt store i oppgaven. **Blant de store avisene er det 55 prosent** (30 av 55) som oppgir at de har regler. **Blant de små avisene er det 17 prosent** (27 av 161) som oppgir at de har egne husregler.

Tv

Det er 24 tv-kanaler med i undersøkelsen. 3 riksdekkende tv-kanaler og 21 lokale tv-stasjoner. 7 av de 24 tv-kanalene oppgir at de har husregler. Dette utgjør **29 prosent**. Dette tallet er misvisende og krever nærmere ettersyn. 4 av de 7 tv-mediene som svarte ja, tilhører et mediehus. Det betyr at over halvparten av tv-reglene også gjelder for andre medier. To av tv-reglene er i utgangspunktet avisregler (TV Hordaland – Bergens Tidendes regler og TV Sør – Fædrelandsvennens regler). Tre av de tilsendte reglene falt dessuten utenfor oppgavens definisjon av husregler og kvalifiserte

²⁴ Assú er den eneste avisen jeg ikke klarte å få tak i. Dersom det viser seg at denne avisen har husregler, skal tallet være 27 prosent.

dermed ikke for å være med i analysen²⁵. Dermed vil det reelle antallet "rene" tv-husregler i virkeligheten være bare 2 av 24. Dette tallet er for lite til å prosentueres og generalisere, men det kan se ut som om husregler ikke er spesielt utbredt i tv-mediet.

Radio

Det er 61 radiokanaler med i undersøkelsen. 3 av radiokanalene er riksdekkende. 13 av radiokanalene oppgir at de har husregler. Det utgjør **21 prosent**. Seks av radiokanalene har jeg ikke klart å få tak i. Dersom jeg utelater disse i prosenteringen, vil det bety at 24 prosent av alle radiokanalene har etiske husregler. Når jeg likevel har valgt å ta disse med i totalstatistikken (som nei), er det fordi jeg mener det er god grunn til å anta at mediene jeg ikke har klart å komme i kontakt med, ikke har husregler. Dette fordi kanalene det var vanskelig å få tak i, ofte drives av én person på deltid. Så godt som ingen av de tilsvarende kanalene har husregler. Tre av radiokanalene som svarer ja, tilhører et mediehus. Det er NRK, Radio Adressa og P5 Aust Agder.

Mest utbredt i store aviser og riksdekkende medier

Oversikten viser at i overkant av en firedel av norske nyhetsmedier har husregler. Husregler er mest utbredt i store aviser og riksdekkende medier: **Over halvparten av aviser med et opplag på over 10.000, 2 av de 3 riksdekkende tv-kanalene og samtlige riksdekkende radiokanaler har husregler.** 34 av husreglene, i underkant av halvparten av alle som finnes i norske nyhetsmedier, er med i analysen min.

Små og forsiktige?

Etter en gjennomgang av utbredelsen av husregler i de ulike medietypene kan vi konkludere med at de fleste reglene finnes i store aviser. Det er påfallende hvor

²⁵ TV Follo, TV Nord Trøndelag og TV Nordland faller utenfor min definisjon av husregler. Mer om dette i metodekapittelet.

mange små medier som i løpet av ringerunden følte behov for å understreke at fravær av regler ikke betyr at journalistene er "uetiske". "Vi trenger det ikke, for vi er så forsiktige i utgangspunktet" og "vi driver ikke revolverjournalistikk" er to forklaringer som går igjen.

Som en oppfølger til disse utsagnene kan vi spørre om det er derfor de store mediene må ha husregler. Fordi de driver revolverjournalistikk? Fordi de ikke er så forsiktige? For å kunne strekke strikken lengre? Det er lite som tyder på det i oppgaven min. Journalistene i Stavanger Aftenblad opplever at de må være forsiktige selv om de har husregler. "Det som holder oss i skinnet er nok nærheten til de vi skriver om. Vi møter de samme folka igjen hele tiden (...) Nærheten er med på å sikre at vi ikke trækker over. Det er et korreks du har hengende over deg" (Lindbo, 14.09.06). Det er interessant at Østlandet Blad, som har et opplag på over 10.000 og regnes som stor i undersøkelsen min, skriver i sine husregler at "Vi er så små at vi av og til må anonymisere". Videre skriver avisen en god del om oppførsel på oppdrag. Det viser at det ikke er noen automatikk i at det er de "store og uforsiktige" mediene som trenger husregler. Da er det mer rimelig å anta at små medier i større grad mener VVP er tilstrekkelig for deres behov.

Utsagnene over antyder at mange regner husregler for å være noe som angår personvernet og hensynet til kildene, ikke journalistisk integritet og metode. Undersøkelsen min viser derimot at det er rollenormene som er mest utbredt i husreglene – også i de små avisene. Det kommer vi tilbake til under analysen av innholdet.

Når er reglene fra?

Langt fra alle mediene kan svare på når husreglene er fra. Ifølge medienes egne svar, er det Nye Troms som har de eldste husreglene. De oppgir at deres etiske husregler for journalistikken ble utarbeidet allerede i 1974, samme år som avisa kom ut første gang. Det er imidlertid knyttet stor usikkerhet til dette. Nye Troms er et av mediene

som ikke har sendt et eksemplar av reglene. Dermed har jeg ikke hatt anledning til å sjekke for det første: om de har regler, og for det andre: om reglene faller inn under min definisjon av etiske husregler og omhandler journalistikken.

Mer sikkert er det at de første husreglene i Norge så dagens lys på 80-tallet. Bergens Tidende skriver i introduksjonen til sine husregler fra 1989 at de var den første avisa i landet med et eget etisk regelverk for sine medarbeidere. Dette bekrefter Fremo i sin bok "Presseskikk" (1994:230). Men både Sandefjords Blad (1982), Ytringen (1985) og Sarpsborg Arbeiderblad (1980-tallet) oppgir at deres husregler strekker seg enda lengre tilbake i tid.

Sunnmørsposten daterer sine regler tilbake til begynnelsen av 90-tallet. P4s regler strekker seg tilbake til etableringen av kanalen i 1993, og VGs regler ble første gang skrevet ned i 1994. På midten og i siste del av 90-tallet er det flere medier som får etiske husregler. Bare i 1995 er det syv medier som lager etiske husregler. Ifølge Sven Egil Omdal i Stavanger Aftenblad er dette trolig året da Aftenbladets regler første gang ble kalt husregler og samlet i en bok²⁶.

Fra 1998 og frem til 2005 dukker det opp flere nye husregler hvert år. De fleste radio og tv-reglene er fra 2000-tallet. Det er også en del medier som oppgir at de akkurat nå er inne i en prosess der de skal lage husregler. Mange forklarer at det handler om å skrive ned regler som allerede sitter "i veggene" og blir fulgt.

²⁶ Bekreftet av Sven Egil Omdal i e-post 28.03.07.

Kapittel 5: Hva handler reglene om?

22 aviser, ti mediehus og to radiokanaler

I analysen har jeg valgt å slå sammen mediene som hører hjemme i et mediehus. Dermed står jeg igjen med 22 avisregler, 10 mediehusregler og 2 radioregler²⁷. Jeg har funnet ut at det er mer fruktbart enn å sammenligne mange avisregler med et fåtall radio og tv-regler²⁸. Samtidig er det viktig å huske at 8 av de 10 mediehusreglene har sitt utspring i avismediet²⁹. I den forbindelse er det naturlig å trekke frem to momenter som skiller avis og mediehusreglene fra hverandre:

- 1) Skillet mellom avis og mediehus vil i stor grad samsvare med skillet mellom små og store medier. Mediehusreglene har i hovedsak vokst frem i store regionaviser. Avisreglene omfatter dermed en del mindre aviser.³⁰
- 2) Et fellestrekk for aviskategorien vil være at papiravisen er deres primære satsingsområde.

De vanligste temaene i reglene

De tre vanligste momentene i husreglene handler om rollenormen integritet. Et stort flertall av alle husreglene inneholder regler om **verv/medlemskap** (70 prosent), **aksjer og økonomiske interesser** (68 prosent) og **sponsing** (68 prosent). Innholdet i disse normene er påfallende likt i de ulike mediene, selv om det varierer litt hvor bastante reglene er. Mens noen regler sier "skal ikke", sier andre "kan ikke" eller "bør ikke". Felles for husreglene er også at de er strengere og mer konkrete enn VVP.

²⁷ Når det gjelder radioperspektivet, er det et metodisk problem at jeg har fått tilsendt så få regler. Det er bare to radioregler med i analysen (Radio Loland og P4). Samtidig er det tre av mediehusreglene som også gjelder radio (NRK, Radio Adressa og P5 Aust Agder). 5 av de 13 radioreglene som finnes, blir dermed representert.

²⁸ Det er ingen rene tv-regler med i analysen, fordi de tilsendte tv-reglene ikke er sammenlignbare med de øvrige husreglene. Nesten samtlige av de ti mediehusene i undersøkelsen har et tv-prosjekt/egen tv-kanal. Dermed vil også tv-regler indirekte bli analysert.

²⁹ Alle bortsett fra NRK og TV 2.

³⁰ Aftenposten, Dagens Næringsliv og Vårt Land er unntak.

De fleste husreglens punkt om sponning går mye lengre enn VVP, som ikke setter noe prinsipielt forbud mot sponning av redaksjonelle produkter³¹.

Flere av husreglene innleder sitt avsnitt om integritet med at de ønsker at medarbeiderne skal være aktive samfunnsdeltakere. Adresseavisen skriver "Vi ønsker at våre medarbeidere skal være aktive i lokalsamfunnet og ha en bred kontaktflate". Vårt Land skriver at "Det er en fordel at Vårt Lands medarbeidere har et personlig og aktivt forhold til samfunnsliv generelt, og kristenliv spesielt". Samtidig er det tydelig at et slikt engasjement kan komme i konflikt med det redaksjonelle arbeidet. Det er derfor redaksjonene i ulik grad trekker opp grenser for hvor aktiv samfunnsdeltakelse som er mulig å kombinere med journalistrollen.

Verv/medlemskap

De tre vanligste reglene om verv og medlemskap sier at journalisten:

- Skal ikke dekke organisasjoner eller foreninger der hun (eller nærmeste familie) har tillitsverv, er aktive eller innehar posisjoner som kan så tvil om deres uavhengighet
- Skal ikke ha tillitsverv i politiske partier
- Skal levere en oversikt over verv og medlemskap til redaktøren

Et eksempel på den tredje regelen finner vi i Bergens Tidendes husregler. De sier at medarbeideren:

(...) har plikt til å forelegge engasjementer og interesser utenom arbeidet i avisen for ansvarlig redaktør, dersom det er tvil om hvorvidt engasjementet/interessen kan true integriteten til den aktuelle medarbeideren. Eksempel på slike engasjementer/interesser er oppdrag betalt eller frivillig, for bedrifter og organisasjoner, eierskap i annen virksomhet enn BT, politiske verv, deltakelse i kampanjer eller reklameoppdrag.

Det er ingen av husreglene som sier eksplisitt at en journalist ikke kan være medlem av et politisk parti. Men det er også sjelden at det sies eksplisitt at

³¹ VVP 2.8 sier at det er uforenlig med god presseskikk å la sponning påvirke redaksjonell virksomhet, innhold og presentasjon.

journalisten kan være medlem, slik som i Sarpsborg Arbeiderblad: "Redaksjonelle medarbeidere i Sarpsborg Arbeiderblad kan være medlemmer av politiske partier, organisasjoner og foreninger, men de bør unngå tillitsverv". Det mest vanlige er at reglene sier at redaksjonelle medarbeidere ikke bør være medlem av politiske partier.

Husreglene til Strandbuen og Sydvesten trekker frem dilemmaet som kan oppstå når man opplever seg som uavhengig selv, men leserne er av en annen oppfatning.

Redaksjonelle medarbeidere har samme rett som andre i samfunnet til å engasjere seg i sin fritid, det være seg i politiske saker eller ideelle organisasjoner. Journalister har samme rett som andre til å foreta privatøkonomiske disposisjoner. (...) Avisen må likevel kunne forutsette at journalisten alltid vurderer dette i forhold til sitt yrke. (...) Vær også oppmerksom på at lesernes oppfatning av journalistenes forhold kan være like viktig som realitetene. (...) En journalist i Strandbuen/Sydvesten skal ikke skrive om saker der han/hun selv har engasjert seg gjennom politiske partier, foreninger, aksjonsgrupper, underskriftslistor eller lignende.

Mange regler skiller mellom passivt medlemskap, aktivt verv og hvilke saksområder journalisten dekker. Vårt Land konkretiserer dette skillet i husreglene sine som bygger på to prinsipper: 1) Jo større makt, jo forsiktigere skal den redaksjonelle medarbeideren være, 2) Jo nærmere området man dekker, jo forsiktigere. Generelt i husreglene kan det virke som om verv og medlemskap er greit, så lenge den redaksjonelle medarbeideren ikke dekker disse partiene/organisasjonene. I Indre Akershus Blad må verv i organisasjoner godkjennes av redaktøren: "Redaksjonelle medarbeidere skal ikke ha tillitsverv eller styreverv i politiske partier eller bedrifter innenfor det hovedområdet de dekker. Verv i organisasjoner tillates kun hvis redaktøren godkjenner det". Hamar Arbeiderblad skriver at "Medarbeidere som lar seg velge til kommunestyre eller fylkesting kan ikke arbeide i avisas politiske avdeling eller dekke vedkommende kommunestyre eller fylkesting". Her ser vi at muligheten for å drive politisk journalistikk ikke fjernes helt, men får konsekvenser for hvilke saker journalisten kan dekke. Samtidig utelukker ikke reglene at man kan sitte i et kommunestyre og dekke et annet

kommunestyre. En del av husreglene stiller strengere krav til redaktører og redaksjonsledere enn til vanlige journalister.

Østlandets Blad og Agderposten hører med til unntakene som også nevner medlemskap i hemmelige/lukkede losjer. Begge skriver at slike medlemskap ikke skal/bør finne sted.

Aksjer/økonomiske interesser

De vanligste reglene som omhandler aksjer og økonomiske interesser er:

- Journalister skal ikke dekke virksomhetsområder der de selv eller nærmeste familie har eierinteresser
- Det er ikke tillat å kjøpe eller selge aksjer i tilknytning til nyhetsmateriale som ikke er offentliggjort
- Aldri utnytte sin stilling i egen vinnings hensikt
- Journalisten skal gi melding om aksjer eller økonomiske interesser til redaktøren

På samme måte som innefor verv og medlemskap setter aksje/økonomireglene et skille mellom grad av engasjement og de saksområder journalisten dekker. Men de økonomiske reglene er tydeligere enn reglene om verv og medlemskap. Selv om vi finner "bør ikke"-formuleringer, sier de aller fleste reglene "skal ikke" eller "kan ikke". Hamar Arbeiderblad etterlater ingen tvil: "Redaksjonelle medarbeidere kan ikke være involvert i næringsvirksomhet innefor områder som de arbeider med i avisa".

Fædrelandsvennen skriver at "De som arbeider med økonomi og næringslivsstoff skal ikke drive kortidshandel med aksjer". Her kan det se ut som om det stilles spesielle og strengere krav til dem som jobber med økonomi og næringsstoff enn til andre journalister i samme redaksjon. Sammenlignet med andre mediers husregler er denne regelen likevel ikke så streng. Det er flere medier som stiller dette kravet til alle sine journalister. "Ingen journalist må drive med

korttidshandel med aksjer og verdipapirer innenfor tre måneders tidshorison³²”, heter det i VGs regler. VG skriver videre at ”Journalister som arbeider med økonomi, næringsliv og politikk bør ikke eie enkeltaksjer”. Her ser vi også at det stilles skjerpede krav til en gruppe journalister. Men de skjerpede kravene varierer altså fra mediebedrift til mediebedrift.

En del husregler sier også at journalistene skal opplyse om sine aksjer/eierskap til redaktøren. Asker og Bærums Budstikke sier at ”Budstikkas redaksjonelle medarbeider skal opplyse om alle sine eierinteresser i næringsforetak. Disse opplysningene skal være tilgjengelige for alle”. Det vil være nærliggende å tro at ”alle” også inkluderer publikum. Dersom reglene betraktes som interne kan ”alle” derimot bety ”alle de som jobber i redaksjonen”. Reglene sier heller ikke på hvilken måte opplysningene skal gjøres tilgjengelige.

Sponsing

De vanligste reglene om sponsing sier at:

- Sponsing av journalistiske produkt skal ikke forekomme
- Vi skal ikke/som hovedregel ikke/bør ikke delta på reiser eller andre arrangement betalt av andre
- Sponsede turer må godkjennes av redaktør
- Når mediet selv er sponsor skal det skje under forutsetning av full redaksjonell frihet

Alle husreglene, med unntak av Fiskarens regler³², er kritiske til at redaksjonelle medarbeidere skal delta på sponsede reiser. Det stilles ofte som krav at reisen skal frembringe informasjon som det ville vært svært vanskelig å få uten å være med på turen. Bergens Tidende med flere understreker at de bare unntaksvis kan godta slike reiser. ”Når slike unntak gjøres, skal den som inviterer informeres om at avisen på

³² Fiskarens regler sier at: ”Fiskarens redaksjonelle medarbeidere bør aktivt søke midler til reiser i inn- og utland som kan bidra til å belyse kystnæringens muligheter og problemer.”

fritt grunnlag bestemmer om det skal publiseres stoff fra reisen". VG legger i sine regler vekt på viktigheten av at ledelsen i redaksjonen skal ta beslutningene om slike reiser. "Redaksjonelle medarbeidere må ikke uten redaksjonsledelsens vitende delta i gratisreiser eller annen form for sponing som kan være egnet til å skape tvil om hver enkelt eller redaksjonens uavhengighet og integritet".

Også når det gjelder gratisreiser ser vi at formuleringene varierer fra "skal ikke", "bør ikke" og til "som hovedregel ikke". I utgangspunktet ville det være naturlig å tro at dette kanskje hadde sammenheng med mediets størrelse og ressurser, fordi små medier ikke har økonomi til å dekke alle reiser selv. Men det er ikke mulig å lese et slikt skille ut av husreglene. Strandbuen og Sydvesten er like klare som TV 2 på at journalister "skal ikke delta på reiser og arrangementer som er betalt av andre".

Anonyme kilder

Et flertall av reglene har også med momenter om anonyme kilder (65 prosent). Det er en metodenorm som også er mye omtalt i VVP. Husreglenes momenter inneholder i stor grad det samme som VVP, nemlig at åpne kilder er hovedregel, skjerpet krav til kildekritikk ved anonyme kilder og å verne anonyme kilder. Husreglene understreker og utdyper til en viss grad forpliktelsene som følger ved bruk av anonyme kilder. Flere av reglene sier at:

- Kildevernet er absolutt. Også overfor kolleger i redaksjonen
- Bruk av anonyme kilder må godkjennes av vakt sjef/redaktør
- Det må være en forutsetning for bruk av anonyme kilder at det er eneste mulighet til å få frem viktig informasjon og argumentasjon

Adresseavisa skriver at "Anonymitetsløftet får klare konsekvenser. Vær derfor meget nøye med når du avgir et slikt løfte". De har grundige regler for bruk av anonyme kilder som forklarer: Hvem omfattes av kildevernet? Hvilke kilder har krav på vern? Hvem skal vi skjule kilden for? Hvordan kan en kildes identitet røpes? Hvor lenge

varer vernet? VG trekker inn et interessant perspektiv ved å skille mellom hva anonyme kilder kan si og ikke kan si på trykk. "Synspunkter og personkarakteristikker skal ikke være basert på anonyme kilder. Bare i begrenset grad bygger avisen på anonyme kilder, for å beskrive faktiske hendelser og vurderinger som har stor samfunnsmessig betydning."

Bilder og balanse

De to innholdsnormene som scorer høyest, er bruk av bilder (65 prosent) og upartiskhet/balanse (62 prosent). Regler om tekstreklame (59 prosent), hensyn til barn (56 prosent), retting av feil (56 prosent), kildenes rettigheter (56 prosent) og gaver (56 prosent) er også utbredt i over halvparten av reglene.

Når det gjelder bildereglene, er det tydelig at husreglene trekker en tydelig grense mellom såkalte reportasje/nyhets/dokumentarbilder og illustrasjonsbilder. Reglene er mye strengere for den første kategorien enn for illustrasjonsbildene. "Reportasjebildene skal gi en mest mulig sann beskrivelse av den virkeligheten som dekkes", skriver Fædrelandsvennen. Bergens Tidende skriver at:

Bildemanipulering, det vil si innholdsmessig endring, skal ikke forekomme i nyhets- og dokumentariske bildene. Manipulering kan tillates dersom det fremgår av bildet alene at det fremstår som en illustrasjon. I slike tilfeller skal bildet i tillegg merkes at det er manipulert.

En del av bildereglene handler om bilder fra ulykkessteder og identifisering. Flere av husreglene gjentar de samme bildereglene som finnes i VVP.

VG stiller som krav at bilder av ofre i en sak skal fremstå som dokumentasjon av en person og ikke som en layout-gimmick. Lokalavisene Sydvesten og Strandbuen er opptatt av at avisen skal få med flest mulig lokale personer på bildene. Drammens Tidende har noen av de mest detaljerte bildereglene. Der står det alt fra konkrete tips om hvilken type bilder avisa vil ha, til at bildene ikke skal speilvendes på trykk.

Mange bilderegler handler om fremgangsmåte. Stavanger Aftenblad skriver at "Ved ulykker vurderer nyhetsledelsen i hvert enkelt tilfelle om vi skal forsøke å få bilder av de omkomne. Vi må gå varsomt og taktfullt fram i slike tilfeller". Sarpsborg Arbeiderblad skriver at "Det må ikke fokuseres på personer som er i sorg eller krise". Ifølge Budstikka skal "Personer som motsetter seg å bli fotografert, eller som man med rimelighet kan tro vil motsette seg dette, skal bare gjengis på en måte som gjør det mulig å identifisere dem dersom særlige hensyn taler for det". Et par medier trekker også frem at man skal være varsom når man fotograferer barn, og at man må innhente tillatelse. Selv om bilderegler i utgangspunktet er kategorisert som en innholdsnorm, ser vi at en del av bildereglene grenser mot rollenormene ved å fokusere på hvordan journalisten skal opptre for å få tak i bildet.

62 prosent av alle husreglene har med momenter om upartiskhet eller balanse. I noen tilfeller brukes begrepet sannhet, men objektivitet blir sjelden nevnt eksplisitt i reglene. Sarpsborg Arbeiderblad skriver at "Den redaksjonelle ledelsen og medarbeiderne har i oppgave å lage en avis som gir leserne sannferdig og saklig informasjon om lokale, nasjonale og internasjonale begivenheter".

Fædrelandsvennen skriver i sin huskeliste til reporteren: "Har du sjekket at det er sant?" Bergens Tidende skriver at deres mål er å formidle et så sant bilde av virkeligheten som mulig. Brurås mener kravet til sannhet må pleies som en hjørnestein i journalistisk metode og presseetikk (Brurås 2006:123). Raaum erklærer sannhetskravet som den grunnleggende objektivitetsnormen/innholdsnormen som skiller nyheter fra fiksjon (2003:70).

Objektivitetsnormene står sentralt i praktisk talt alle etiske kodekser (...)
Objektivitetsregler på håndverks- eller teknikknivået er nedskrevet i alle kodekser, og det er heller ikke uvanlig at det stilles krav om at stoffet skal være viktig eller vesentlig (ibid:71).

Vårt Lands husregler er de eneste som trekker frem et objektivt ideal. "Vårt Lands journalistikk er ikke nøytral. Derimot er det et ideal at den skal være objektiv. Den forståelsen av objektivitet vi legger til grunn, kan best beskrives ved det engelske

ordet fairness". Husreglene forklarer at i praksis handler det om å verifisere fakta og sørge for en balansert fremstilling. Ifølge Svein Brurås dekker objektivitetsbegrepet både sannhet og nøytralitet. Han mener journalistikken alltid skal være sann, men ikke nødvendigvis nøytral. Som erstatning for objektivitetsbegrepet foreslår Brurås sannhet, vesentlig og åpenhet som grunnleggende idealer for journalistikken (Brurås 2006:44f). VVP nevner ikke sannhet eller objektivitet eksplisitt. Det er likevel flere punkt i VVP som indirekte handler om dette. I 3.2 heter det at "kontroller at opplysninger som gis er korrekte", 4.2 "gjør klar hva som er faktiske opplysninger og hva som er kommentarer" og 4.14 "den som utsettes for sterke beskyldninger skal så vidt mulig ha adgang til samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger".

Det kan se ut som om den praktiske tilnærmingen til sannhetskravet i husreglene i stor grad handler om balanse. Først og fremst ved samtidig imøtegåelse og ved å sørge for at ulike meninger slipper til.

Oversikten over innholdet i husreglene viser at det er rollenormene som først og fremst er i fokus i husreglene. Fokuset på rollenormene er i tråd med profesjonsperspektivets tilnærming til husreglene som retningslinjer for profesjonell atferd. Komiteen som arbeider med etiske husregler i Romerikes Blad, begrunner hele sin prosess med et behov for å rydde opp i rollenormene. Det kan dermed se ut som om innholdsnormene ikke har en så sentral plass i husreglene som det Raaum skriver er vanlig i journalistiske regler. De fleste reglene bruker mer plass på viktigheten av å skape troverdighet enn på innholdsnormene. Det er mulig det kan kalles en pragmatisk tilnærming til kjernen i journalistikken.

Regler som skiller seg ut

Reglene varierer fra 1 til 21³³ sider i omfang. Formuleringene er forskjellige og reglene vektlegger ulike ting. Noen regler har flere sider språkregler inkludert i

³³ Husreglene til Sarpsborg Arbeiderblad er på flest sider, men avisa bruker mye luft på sidene.

husreglene, andre fungerer som korte sjekklister. Likevel har vi sett at reglene har mye til felles. Men noen regler og regelsett skiller seg ut.

Oppland Arbeiderblads regler er et internt notat på én side. Det kan virke som om hele hensikten med dokumentet er å unngå fellelser i PFU. "Vær OBS på bruk av arkivbiler i en annen sammenheng enn den opprinnelige. PFU har felt flere aviser på nettopp dette", er et godt eksempel på en slik regel. Notatet trekker frem samtidig imøtegåelse, identifisering og forhåndsdømming som andre områder der Oppland Arbeiderblad må være oppmerksom fordi mange har blitt felt i PFU.

Radio Loland og Åndalsnes Avis sine regler skiller seg ut ved å være svært interne regler. Begge reglene er likevel med i sammenligningen fordi de innimellom også inneholder etiske retningslinjer for det journalistiske. Åndalsnes avis skriver detaljert om kveldsvaktens rutiner. I Radio Lolands regler står det hva som er de gjeldende røykeregler og at aksebegeret skal tømmes i toalettet.

Vårt Lands husregler skiller seg ut ved å ha en filosofisk form. For eksempel:

En kristen avis kan selvsagt også anvende en allmenntetisk argumentasjon – knyttet for eksempel til en naturrettslig tankegang (forsvaret for de liberale rettigheter). Men når debatten bryter på dypt vann, eller avisen ønsker å markere sin egenart, er det nødvendig å framføre grunnsetningene som viser at kristen etikk har sin begrunnelse utenfor menneskelige tankekonstruksjoner og allmenne kulturelle erfaringer.

Det er særlig innledningen til husreglene som til tider er svært filosofisk i formen.

Dagens Næringslivs regler skiller seg ut ved å lansere en "intern advokat" i redaksjonen. Den skal være en intern talsmann for personer som får avisens kritiske søkelys rettet mot seg. Dette er en ordning som bare finnes i Dagens Næringslivs regler.

I TV 2s regler heter det at "Du skal heller ikke ta mot betaling for å gi intervjuer eller annen informasjon i tilknytning til arbeidet ditt" eller "delta i arrangementer, ferieturer eller lignende betalt av andre". Dette er en regel som har blitt aktualisert i forbindelse med Håvard Melnæs nye bok "En helt vanlig dag på jobben" om Se og Hørs arbeidsmetoder. Regelen tar høyde for at redaksjonelle

medarbeidere i TV 2 kan være interessante intervjuobjekter i pressen. Samtidig antydes et skille mellom "i tilknytning til arbeidet ditt" og "privatlivet ditt". Betyr det at det ville være mulig for en TV 2-ansatt å stille opp i et ukeblad og fortelle om privatlivet sitt? Kunne hun til og med tatt betalt for det?

Bergens Tidendes husregler skiller seg også ut ved å trekke inn flere perspektiver som de er alene om. For det første skriver de nokså grundig om internett og annet elektronisk materiell (herunder bilder og grafikk) som fordrer skjerpede krav til kildekritikk. Videre sier reglene eksplisitt at avisen ikke skal drive kampanjejournalistikk. For det tredje er avisen opptatt av at de redaksjonelle medarbeiderne bør ta aktivt del i dialogen mellom redaksjon og lesere ved å "delta i sammenhenger som gjør det mulig både å gi generell informasjon om journalistikk og mer generell informasjon om Bergens Tidende".

Aktuelle saker påvirker reglene

Det gikk 20 år før den første VVP, som kom i 1936, ble revidert, skriver Norsk Presseforbund i sitt hefte om presseetikk med VVP. Etter det har VVP blitt jevnlig revidert frem til i dag³⁴. Mange av VVPs revisjoner kommer som følge av etiske overtramp. Paragrafene om hensyn til barn og omtale av selvmord er to eksempler på hvordan overtramp kan føre til at VVP endres. I etterkant av Melnæs avslørende bok om Se og Hørs arbeidsmetoder³⁵ har Kokkvold tatt til orde for at det bør vurderes om VVP må endres og inkludere eksplisitte punkt om sjekkheftejournalistikk.

Det som nå kommer frem i kjølvannet av avsløringene i boken vil være avgjørende for om man bør få slike bestemmelser (..) Vi kan få bestemmelser som rammer at mennesker tyster fordi den økonomiske fristelse blir for stor. For dette er jo helt uakseptabelt (Kokkvold, Aftenposten 10.02.07).

³⁴ Plakaten har blitt revidert i 1956, 1966, 1975, 1987, 1989, 1990, 1994, 2001 og 2005.

³⁵ Kritikere av boken mener den handler mer om Mælnes egne arbeidsmetoder som Se og Hør journalist enn om ukebladets metoder.

Også husreglene kan endres som følge av konkrete hendelser eller enkeltsaker som er fremme i mediene. Romerikes Blad vurderer å ta inn et punkt om kildeomgang etter at det ble satt søkelys på at en kvinnelig TV 2-reporter angivelig hadde hatt et kjærlighetsforhold til en kriminell kilde. Både Vårt Land og Bergens Tidende har uttalt at de skal oppdatere sine etiske husregler på bakgrunn av konkrete saker i år. Det kommer jeg tilbake til under avsnittet "husregler i vinden".

Hva er fokus i andre lands husregler?

Jeg har allerede nevnt at en amerikansk undersøkelse av 33 husregler bekrefter mine funn om at det er rollenormene som er mest utbredt. De fleste husreglene i USA er lange lister³⁶ med "du skal"- og "du skal ikke"-formuleringer. De fleste normene er negativt formulert "thou shalt not". Omtrent halvparten av reglene omhandler forholdet til kilder og manipulering av bilder. Et mindretall av husreglene sier noe om korreksjoner og plagiering. Det er sjelden reglene sier noe om identifisering av unge mistenkte, diskusjon om privatlivsfred eller reklame (Steele og Black 1999).

Det er visstnok ikke gjennomført noen tilsvarende undersøkelse av europeiske husregler. En undersøkelse av etiske regler brukt av presseråd i ti EU-land (tilsvarende vår VVP), viser et litt annet fokus enn det husreglene har. Reglene er generelt formulert og fokuserer mest på nøyaktighet (accuracy) og menneskeretter (diskriminering og injurier). Dette er momenter som alle de ti EU-landene har med i sine regler. De fleste reglene har også med momenter om å skille mellom fakta og meninger og å respektere privatlivets fred. Reglene sier sjelden noe om gaver, betaling av kilder (bare UK), skildring av vold, klagemekanismer eller plikt til å trykke en eventuell fellelse (bare Sverige) (Leonardi 2004). Her ser vi at det i større grad enn i husreglene er innholdsnormene som er i fokus, slik som i vår VVP. I den europeiske undersøkelsen blir det også stilt spørsmål ved om reglene som blir brukt av det eldste mediet (avis) er anvendelige på det nyeste mediet (internett). En spansk

³⁶ Reglene varierer i lengde. Fra 500 til 8000 ord.

undersøkelse utført av César Coca viser at husregler i Spania er et nytt og foreløpig lite utbredt fenomen. Reglene fokuserer på privatliv, ære, kilderelasjoner, og verv/relasjoner. De sier ikke noe om hvem som skal sørge for at reglene blir etterlevd, eller hvem som skal straffe de som bryter reglene (Coca, 1997).

Biotopperspektivets tilnærming til husreglene vektlegger at ulike medier og ulike kulturer trenger skreddersydde regler. I neste kapittel vil jeg se nærmere på hvorvidt de norske husreglene er uttrykk for lokale biotoper.

Regler tilpasset medietype og størrelse?

Etter å ha slått fast at det er rollenormene verv/medlemskap, aksjer/økonomiske interesser og sponning som er de mest utbredte momentene i husreglene, vil jeg nå se nærmere på om det er forskjell på hva som er i fokus i små og store medier og i de ulike medietypene. Krever ulike medier ulik etikk? Eller er presseetikken universell? Vi har tidligere sett at husreglene kan sees på som uttrykk for lokale biotoper. Mens NJ og NR har ivret for de lokale husreglene, mener skeptikerne at det er ryddigere at pressen holder seg til felles regler. Gunnar Bodahl-Johansen har uttalt at styrken ved norsk presse er at man har ett, felles etisk regelverk.

Jeg er imidlertid meget skeptisk til at spesielle grupper av journalister begynner å lege etiske regler på siden av vårt felles regelverk. Vi har fellesregler som alle skal forholde seg til. Jeg forstår at visse redaksjoner utformer egne etiske husregler, men vi kan ikke ha det slik at vi skal ha ett sett regler for krimjournalister, ett annet sett regler for sportsjournalister, et tredje sett regler for motorjournalister og nå kanskje også for reiselivsjournalister. Da glir det hele ut (Bodahl-Johansen, Journalisten.no, 20.06.01).

Bodahl-Johansen åpner for at visse redaksjoner utformer etiske husregler, uten å konkretisere hvilke. Dermed kan det se ut som om også Bodahl-Johansen i enkelte tilfeller åpner for at presseetikken må tilpasses lokale behov.

Den offentlige utredningen om et medieombud (NOU 1996-12) skriver at det må vurderes om VVP må tilpasses nærmere til kringkastingsmediene. I artikkelen "Nå ser PFU fjernsyn" skriver Sven Egil Omdal:

Det kommer neppe til å gå lang tid før det melder seg et behov for å si noe mer konkret om hva god presseetikk innebærer på en del områder hvor kringkasting atskiller seg fra avisjournalistikk. Er det for eksempel god presseskikk å lage detaljerte rekonstruksjoner av forbrytelser og ulykker? Er det god presseskikk å overføre direkte fra dramatiske hendelser hvor ingen har oversikt over hva som kan skje? Er det god presseskikk å bruke falske lydkulisser i nyhetsreportasjer? (Omdal 1997).

Omdal peker også på at sammensetningen av utvalget burde diskuteres på nytt. Burde ikke representanter fra radio/tv få sine egne representanter i PFU? Ideen om et tokammersystem, med ett underutvalg for trykt skrift og ett for kringkasting, ble også lansert. I dag er to av pressens fire representanter i PFU fra kringkastingsmediene. Det inkluderer lederen, som for tiden er fra TV 2.

Spørsmålet om presseetikken må tilpasses de ulike mediene bedre dukker opp med jevne mellomrom. Advokat Cato Schiøtz er en av kritikerne som mener VVP i for liten grad sonderer mellom de forskjellige mediene. Han mener det er stor forskjell på trykt presse og TV og hevder VVP ikke er tilstrekkelig skreddersydd (Schiøtz 2006). Han er svært positiv til lokale husregler nettopp fordi de kan være mer konkrete og tilpasses det konkrete mediet. "Dersom man innfører regler, vil det skjerpe den etiske bevisstheten. Reglene burde inngå som en del av ansettelseskontrakten som journalisten må skrive under på" (Schiøtz, 06.02.07).

Både Helle Nissen Kruuse og Terje Rasmussen har reist spørsmål om en universell eller tilpasset presseetikk i forbindelse med nettjournalistikkens inntog. I Terje Rasmussens bok "nettmedier" drøfter han om etikk er noe som tilhører fagets sentrale verdier og ikke angår teknologien eller utøvelsen i en bestemt medietype. Hva gjør vi da med de mange dilemmaene som oppstår i nye medieteknologiers kjølvann? spør Rasmussen (2002:95) (Kruuse 2006:263ff). Husreglene til Bergens Tidende er så godt som de eneste som tar høyde for etiske utfordringer i kjølvannet

av ny medieteknologi. De fokuserer ikke på nettjournalistikken, men på nettet som kilde. "Internett og annet elektronisk materiell (herunder bilder) fordrer skjerpede krav til kildekritikk".

Vi har sett at troverdighet trekkes frem som en sentral begrunnelse for husreglene. Redaktør Woje i Romerikes Blad mener de lokale husreglene spiller en viktig rolle for troverdigheten nettopp ved å være skreddersydde. "Jeg tror leserne våre kommer til å oppleve reglene våre som mer nær vår virkelighet, mer troverdige enn regler som gjelder alle" (Woje, 09.11.06). Vårt Lands husregler har ingen forbud for ansatte mot å eie aksjer. Avisa mener derimot at menighetsverv kan være problematisk. I forbindelse med en revisjon³⁷ av avisens husregler uttalte sjefredaktør Helge Simonnes til Vårt Land at "Poenget med et etisk husreglement er jo at det skal være tilpasset det enkelte medium. Det viktigste er ikke hva alle andre tenker, men hvilke regler som finnes her på huset". I fortsettelsen ønsker jeg å undersøke om husreglene er skreddersydd mediebedriften de gjelder for, i motsetning til VVP, som gjelder for alle norske medier uavhengig av størrelse og medietype.

Sjelden skreddersøm

Bare 9 av de 34 husreglene er kategorisert som "tilpasset medietype" i analysen. Det gjelder seks avisregler, mediehuset Adressa og de to radioreglene. Mediehuset Adressas regler er i hovedsak tilpasset avismediet, særlig i avsnittet om tekstreklame, som handler om tekstlike annonser og temabilag. De andre mediene i mediehuset blir ikke nevnt. Innledningsvis kan vi dermed si at:

- 1) De færreste husreglene er tilpasset medietype.
- 2) Reglene som er tilpasset, er primært tilpasset avismediet.

Husreglene burde i utgangspunktet være lettere å tilpasse medietype enn fellesregler som gjelder for hele pressen. Likevel er det altså sjelden husreglene er skreddersydd

³⁷ Mer om dette i kapittelet "Husregler i vinden".

medietypen de gjelder for. Det kan tyde på at biotopperspektivet brukes som argumentasjon, men i liten grad kommer til uttrykk i de konkrete reglene.

Hvordan preger mediets størrelse innholdet i husreglene?

Vi har tidligere sett at rollenormer er mest utbredt i husreglene. Forskjellene mellom små og store medier er minimale. De mest utbredte husreglene i de små mediene er regler om aksjer/økonomiske interesser, tekstreklame, sponing og verv/medlemskap (rollenormer). Blant de store mediene er det upartiskhet/balanse (innhold), verv/medlemskap (rolle) og anonyme kilder (metode) som er mest utbredt. De store mediene har generelt flere regler i alle kategorier, og reglene er tilsynelatende fordelt på de forskjellige kategoriene i større grad enn de små medienes regler.

På innholdssiden kan det se ut som om små medier er mest opptatt av privatlivsfred, mens større medier er mer opptatt av hensynet til barn, enklidjournalistikk og kravet om balanse/samtidig imøtegåelse. Hensynet til privatlivsfred kan skyldes at små medier er "tettere på" personene de skriver om, og derfor ønsker å presisere dette i reglene.

Metodenormen anonyme kilder blir omtalt i både små og store mediers husregler. Små medier har også regler om kildekontroll, mens store medier fokuserer mer på kildens rettigheter og kildeomtanke. Det er dobbelt så mange store medier som har regler om bruk av fordekte metoder. Dette kan henge sammen med at store medier har større ressurser til å bedrive denne type gravende journalistikk.

Som jeg allerede har vært inne på, finner vi litt flere rollenormer hos de små mediene. Det er også flest små medier som har regler om plagiering (27,3 prosent mot 8,7 prosent av de store). Fanaposten skriver at "Kilden har rett til å bli navngitt når kilden er en annen publikasjon/nyhetsmedium". Regler om å ikke utnytte yrket til privat fordel finner vi flest av i de store mediene.

Skillet mellom små og store medier samsvarer som vi har sett til en viss grad med skillet mellom avis og mediehus. Som en konsekvens av funnene over burde

derfor avisene (som i hovedsak består av små medier) vært mest fokusert på rollenormene. Men når vi skiller avis og mediehusreglene fra hverandre, kan det se ut som om avisreglene har et litt større fokus på innholdsnormer enn det mediehusreglene har. Regler om enkildejournalistikk, balanse, hensyn til barn, presentasjon/språk, bilder og retting av feil forekommer oftere i avisreglene enn i mediehusreglene. Samtidig fremstår radio og tv-reglene som rendyrkede rollenormer med fokus på sponing, reklame, eksterne oppdrag og personlig vinning. Nærlesing av reglene som har sitt utspring i etermediene (P4, Radio Loland, NRK og TV 2) viser at disse har en annen struktur enn de øvrige reglene i analysen. Selv om mediehusreglene ikke er like rendyrkede som radio/tv-reglene, er mediehusreglene tilsynelatende mer fokuserte på rollenormene enn avisreglene. Det kan skyldes påvirkning fra etermediene. Felles for en del av mediehusreglene er også at mange bærer preg av å være interne notater³⁸. Dette kan muligens tyde på et litt forskjellig fokus i ulike medietypers regelsett, men denne sammenhengen er ikke funnet tilstrekkelig dokumentert i det foreliggende materialet. I de følgende avsnittene vil jeg trekke frem noen regeltyper som skiller seg ut ved å være tilpasset medietype.

Typiske avisregler

Tidligere har vi sett at husregler til en viss grad er et avisfenomen. Reglenes utspring kommer sterkest til uttrykk gjennom innholdsnormer som handler om presentasjon, omfang og språk. Slike regler er naturlig nok mest utbredt i avismediet. 45 prosent av avisene og 30 prosent av mediehusene har slike regler. Selv om avisreglene er utvidet til å gjelde et mediehus, ser det altså ikke ut som om reglenes ordlyd er endret for å inkludere flere medietyper. Det kan enten skyldes at redaksjonene ikke føler behov for å tilpasse reglene, eller at mediehuset fortsatt er så nytt at de ikke har hatt tid til å

³⁸ TV 2s etikkplakat er et godt eksempel: ”Denne plakaten er et internt regelverk og skal tolkes i lys av de øvrige reguleringer og avtaler TV 2 er bundet av.”

omarbeide reglene slik de ønsker. Her følger noen av de mest typiske avistilpassede reglene.

5 av de 22 avisreglene inneholder **konkrete språkregler**. Det mest typiske eksempelet på dette er Strandbuen og Sydvestens husregler. Over halvparten av deres regler handler om språk. "Skriv aktivt og konkret", "Bildetekstene innledes med en kort tittel". Sarpsborg Arbeiderblad skriver at "språket skal være lett forståelig, uten fremmedord. Bannord og forkortelser skal vanligvis ikke forekomme." Sunnmørsposten har også husregler tilpasset avismediet. De bruker 3 av 12 sider på "språk" og "andre redaksjonelle retningslinjer". Her får journalistene vite at 200 linjer i Write IT er maksimal lengde på en nyhetsartikkel.

Det fører oss inn på et annet særtrekk for avisreglene, nemlig **regler om presentasjon**. Disse reglene handler blant annet om at layout og presentasjon i form og omfang ikke skal overgå saken. Aftenposten skriver "omfang og innhold, presentasjonsform og -utstyr skal stå i rimelig forhold til sakens offentlige interesse". Dagens Næringsliv skriver at imøtegåelsen skal som hovedregel trykkes tidlig i brødteksten. Presentasjon kan selvfølgelig også handle om presentasjon i andre medier, men i den sammenheng reglene er formulert er det mye som tyder på at avismediet er i fokus. Slike regler tilpasset presentasjon i avis finner vi også i mediehusene. For eksempel i Adresseavisens gjennomgang av tekstreklame, der reglene understreker at en annonse ikke kan utformes som redaksjonell tekst.

Regler om bildebruk røper også til en viss grad husreglenes opprinnelsesmedietype. 73 prosent av avisreglene (60 prosent av mediehusreglene) har regler om bildebruk i husreglene. I Strandbuen finner vi et godt eksempel på hvordan bildet på en konkret måte ofte knyttes til avismediet. "En hovedsak kan godt stå uten bilde. Et bilde kan likedan være hovedsak uten annen tekst enn bildeteksten". Selv om bilderegler i høyeste grad også kan gjelde tv- og nettmediet, tyder radio og tv-reglenes ulike fokus/karakter på at bildereglenes har vokst frem i en avistradisjon.

- Viktig med felles plattform

Som vi har sett, er reglene i liten grad tilpasset medietype. Hvorvidt reglene skal tilpasses den nye mediehverdagen i mediehuset, er et av spørsmålene Romerikes Blad jobber med i utformingen av sine husregler. Deres utgangspunkt er at selv om de etiske utfordringene kan variere, bør det etiske fundamentet være det samme for de ulike mediekanalene. Slik mener de reglene kan ha en samlende funksjon i redaksjonen.

Per i dag har vi ikke felles ansvarlig redaktør i de ulike mediene. Men dersom vi skal fungere bedre som et mediehus, må de etiske vurderingene på sikt bli mer like. Utfordringen er å finne en etisk plattform som tar høyde for kanalsærpreget (Woje, 09.11.06).

I mediehuset Romerikes Blad har det vært en utfordring at tv- og avisjournalistene tenker ulikt om etikk. "TV-redaksjonen har mye yngre folk. Mange har en annen bakgrunn og er mindre etiske bevisste enn vi er vant med i avisa. TV-redaksjonen er mer kommersiell. De er mer i grenseland" (Woje, 09.11.06). "Avisa er 104 år. TV er 10 år. Vi kan ikke jenke etikken for å tilpasses tv-mediet" (Hansen, 09.11.06).

Avismennene Woje og Hansen tror avismiljøets etiske tradisjon kan ha en positiv effekt på tv-mediet.

Journalistene i undersøkelsen har ulike meninger om hvorvidt etikken bør tilpasses de ulike mediene. Soltvedt mener teknologien krever nye regler. "Raske medier trenger nye regler. Det er ikke nok å rette opp feil 30 minutter etter at skaden har skjedd" (Soltvedt, 14.09.06). Flere av journalistene er likevel opptatt av at reglene må fungere som en felles plattform. "De etiske utfordringene er de samme, selv om medietypene er ulike. Reglene trenger derfor ikke tilpasses medietype" (Aalen, 14.09.06). "Jeg tror ikke reglene trenger å tilpasses ulike medietyper. De etiske reglene i bunn kan være like, selv om presentasjonen er ulik" (Arnøy, 14.09.06).

Hjemmelagde og hemmelige?

Reglenes detaljnivå

Vi har sett at det pågår en diskusjon om hvor detaljerte reglene bør være. For vage og generelle regler kritiseres for å ha liten effekt, mens svært detaljerte regler betraktes som urealistisk kasuistikk. Samtidig kan svært konkrete regler føre til at alt som ikke står i reglene, betraktes som etikkfritt område. Journalistene i undersøkelsen min er splittet i synet på hvor detaljerte husreglene bør være. I Romerikes Blad er målet et stramt dokument med konkrete regler. "Husreglene skal være hverdagsorienterte i forhold til vår virksomhet. Vi konkretiserer mer enn VVP i forhold til egen virkelighet" (Woje, 09.11.06).

"Reglene bør være detaljerte nok til at du forstår hva de går ut på, men så enkle at de fungerer i hverdagen" (Arnøy, 14.09.06). "Reglene bør i det minste være retningsgivende. De bør være håndgripelige og personlig foretrekker jeg at de er detaljerte" (Olsson, 14.09.06).

Sunnmørspostens regler sier en del om prosessen med å lage reglene. Deres regler har gjennom tidene blitt mindre detaljerte.

Det interne etiske regelverket er etter denne gjennomgangen ikke så detaljert som det har vore. Årsaka er først og fremst at mange av dei interne reglane er fullt ut innarbeidde i Ver Varsam-plakaten, som i alle tilfelle ligg til grunn for den redaksjonelle verksemda.

Østlandets Blad skriver i sine regler at: "Reglene må ikke være så kantete at avisen stiller seg helt utenfor det samfunn den skal rapportere fra og avskjærer seg informasjon som er relevant og nyttig for leseren". Dette taler for at reglene bør være mer generelle i formuleringene. Det er det en del av journalistene som mener også. "VVP har satt en standard. Jeg synes det er ok slik den er. Det er vanskelig å nedfelle etiske regler veldig konkret. Det må være generelle regler som går inn i ryggmargen" (Aalen, 14.09.06). "Jo mer konkrete reglene er, jo vanskeligere kan det være å bruke reglene i situasjoner som ikke samsvarer helt" (Lindbo, 14.09.06).

De fleste husreglene er mer detaljerte enn VVP. Chris Frost mener korte regler er bedre enn lange, detaljerte regler fordi de er lettere å huske og å bruke (Frost 2000). Han legger vekt på at journalister ikke har tid til å forholde seg til lange regler hver gang et etisk spørsmål dukker opp. Frost mener reglene har utviklet seg og blitt lengre og mer komplekse enn før. "Spørsmålet er ikke om journalistene følger reglene, men om de vet hva reglene sier", skriver Frost (ibid:99f).

Egen oppskrift

21 av 34 husregler (61 prosent) ser ut til å være fritt formulert av mediebedriften, eventuelt med inspirasjon og hjelp fra andre medier. Jeg har valgt å kalle disse regelsettene "hjemmelaget". Bare fem av husreglene i undersøkelsen bygger på NJs mal. Fire er flettet inn i VVP som tilføyinger og presiseringer. Det er også to regelsett som blir kalt "Vanskelige saker", og to jeg har valgt å kalle "Språkregler". Innholdet i reglene varierer litt etter om reglene er hjemmelagde eller bygger på en mal.

Malen fra NJ er fyldig og inneholder generelt flere moment enn de egne reglene gjør, særlig innenfor innholds- og metodenormene. Det kan tyde på at NJ-malen har et litt annet fokus enn det mest utbredte rollefokuset i husreglene. Malen er blant annet opptatt av privatlivsfred (bare 10 prosent av de hjemmelagde har dette med), kildekritikk (33 prosent av de hjemmelagde) og enkildejournalistikk (43 prosent av de hjemmelagde). Det kan også se ut som om NJ-reglene er mer opptatt av sannhet og plagiering enn det resten av reglene er. I NJ-malen heter det eksplisitt at "Vi skal alltid søke sannheten og presentere den uten hensyn til utenforliggende interesser". Vi har sett at sannhetskriteriet er grunnleggende i all journalistikk, selv om det ikke alltid nevnes eksplisitt. Noen av mediene som har brukt NJ-malen som utgangspunkt, har til og med utelatt momentet om sannhet.

NJ-reglene har ikke egne punkt om språk/presentasjon og oppførsel på oppdrag. Det er selvsagt språkreglene som scorer høyest på språk og presentasjon, men 33 prosent av de hjemmelagde reglene og 75 prosent av reglene som bygger på

VVP har med momenter om dette. 38 prosent av de hjemmelagde reglene har momenter om oppførsel på oppdrag.

De fire reglene som bygger på VVP, skiller seg ut ved å ha sterkt fokus på rollenormer. Presentasjon, fordekte metoder, underskriftskampanjer, oppførsel, sponing og å ikke utnytte yrket til privat fordel er gjengangere i disse reglene. Det er ikke mulig å generalisere med et så lite utvalg som vi har, men det er interessant å stille spørsmål ved om dette kan være et signal om at mediene mener VVP er for "tynn" når det gjelder sponing og å ikke utnytte yrket til egen vinning. Det er også interessant at flere av reglene som bygger på VVP, har med egne momenter om språk og presentasjon.

Selv om det bare er fire av husreglene som visuelt fletter egne regler sammen med reglene i VVP, er det viktig å huske at samtlige husregler er et supplement til VVP. Journalistene i undersøkelsen er tilsynelatende enige om at VVP trenger et slikt supplement.

VVP har for mange gråsoner. Det er for mange fortolkningsmuligheter. Det er generelt et behov for konkretisering (...) Dessuten burde VVP tatt mer hensyn til de nye, kjappe mediene. Før hadde du tid til å jobbe litt med en sak, og å tenke litt. Nå skjer alt på en gang. Dessuten er det mange unge vikarer. VVP må tilpasses tiden bedre (Soltvedt, 14.09.06).

VVP var heller ikke nok for å løse Romerikes Blads diskusjon om koblingen mellom journalistikk og politiske verv. "Jeg følte ikke den gamle redaktøren brøt VVP. VVP var ikke nok. Vi trang større grad av presisering og detaljer" (Hansen, 09.11.06). Hele historien om fremveksten av husreglene i Romerikes Blads står i kapittelet "Etisk rensing i Romerikes Blad".

Kari Arnøy i Stavanger Aftenblad bringer inn et nytt moment i debatten ved å fokusere på husreglene som identitetsmarkører. "Vi trenger skriftlige regler i tillegg til VVP. Vi trenger i hvert fall det, fordi reglene er snevrere enn VVP. Det er ikke reglene som gjør oss til genuint oss, men det som er genuint oss vil ligge i disse reglene" (Arnøy, 14.09.06). Flere av informantene tror identitetsbyggingen kan skje

gjennom husregler som fungerer som en konkretisering og skjerping av VVP. Andre mener man heller bør endre på VVP enn å supplere med egne regler. "VVP dekker kanskje ikke alle felt, men det er bedre å endre på VVP enn å lage egne regler. VVP bør kontinuerlig vurderes i forhold til samfunnssituasjonen" (Aalen, 14.09.06).

Festskrift! Dette er oss!

I kodeskjemaet har jeg valgt å ta med en egen kategori som handler om hvem reglene henvender seg til. Det er ikke alltid like lett å definere hvem som er implisitt leser. Reglene kan til og med endre karakter underveis. Vi kan likevel skille mellom to hovedkategorier mottakere: erklæringer rettet utad mot publikum/samfunn og retningslinjer og påbud rettet innad mot egen stab. Det er den sistnevnte kategorien som er mest vanlig i husreglene, og denne gruppen kan igjen deles inn i tre:

- 1) Rettet mot staben/bedriften som helhet. Festskrift! Dette er oss!
- 2) Den enkelte journalist
- 3) Interne notater

Den første kategorien, "Festskrift. Dette er oss!", er mest utbredt (59 prosent). Denne typen regler kjennetegnes ved høytidelige formuleringer som "redaksjonelle medarbeidere skal", "kjære medarbeider", "våre lesere skal kunne stole på at vi kan stå inne for det vi trykker³⁹", "Hallingdølen tek si oppgåve som samfunnsobservakar alvorleg. Difor...⁴⁰" "HAs medarbeidere skal opptre slik at"... Reglene er ofte skrevet i en distansert og upersonlig form, og fremhever gjerne mediet journalistene jobber i. Slik vil reglene til en viss grad også fungere som merkevarebyggere.

Andre regler henvender seg mer direkte til den enkelte journalist. Disse reglene er i hovedsak sentrert rundt innholds- og metodenormer. Som for eksempel husreglene til Hadeland, formulert som spørsmål til ettertanke/kontroll: "Hvorfor lager vi denne saken?", "Er fremstillingen balansert?". Eller gjennom mer direkte

³⁹ Agderpostens etiske husregler.

⁴⁰ Etikk og lover. Handbok for Hallingdølen.

tilsagn, som for eksempel i Strandbuen: "Ikke motta gaver, blomster eller ytelser i forbindelse med ditt arbeid". Et annet eksempel finner vi i avisa Varden. "Dere jobber nå i Telemarks største avis, og er vårt ansikt utad. Vi møter verden på en hyggelig, ærlig og vennlig måte".

Noen av reglene i bærer preg av å være interne notater. Disse reglene er merket som interne notater og inneholder ofte direkte instruksjoner til journalistene. Et tydelig eksempel på de interne notatene er husregler som inneholder hverdagslige instruksjoner, passord, koder og telefonnumre. "Bøter/forelegg: Ring (person) på telefon (nummer) (...) Rydderutiner: Kjøkkenet skal være blåst. Alltid⁴¹".

En annen type interne regler kan være et notat laget i forbindelse med en konkret hendelse/sak. Disse er som regel rettet mot hele redaksjonen. Dagens Næringsliv utarbeidet slike interne retningslinjer i etterkant av Tore Tønnes død. Der beskriver avisen hvordan den skal opptre i lignende, fremtidige saker. I retningslinjene heter det blant annet at den som får avisens kritiske søkelys rettet mot seg, skal få oppnevnt en "intern advokat"/talsmann i redaksjonen. Oppland Arbeiderblads regler er også et internt notat, men det går ikke frem av notatet i hvilken forbindelse det ble laget.

Hvem reglene henvender seg til, sier noe om synet på hvem som har ansvar. Regler som retter seg direkte til den enkelte journalist, vil i større grad legge ansvar på den enkelte journalist enn på redaksjonen som gruppe. Et slikt ansvar kan journalisten bare bære dersom hun har reell frihet til å handle som hun vil. Som vi har sett tidligere i oppgaven, er det ulike oppfatninger av i hvilken grad journalisten handler på bakgrunn av sin personlige etikk. Formuleringene i husreglene har i hovedsak fokus på journalisten som moralsk aktør. I teorikapittelet så vi at McManus tok til orde for husregler som i større grad avspeiler de faktiske maktforhold i og i tilknytning til mediene. Ifølge Raaum mener McManus det er en myte at journalisten er beslutningstaker. Han mener journalisten er mottaker av beslutningene (Raaum 1999:186). Det er utenfor denne oppgavens intensjon å avsløre i hvor stor grad

⁴¹ Åndalsnes Avis.

journalisten har makt til å fatte beslutninger. Likevel er innspillene fra McManus interessante med tanke på at husreglene i stor grad henvender seg til den enkelte journalist som moralsk aktør.

Skal ikke, bør ikke, kan ikke

I husreglene kommer mediernes ulike etiske ståsted til uttrykk. Mens Adresseavisen skriver at "Adresseavisens journalistikk skal ikke være provoserende ved å tøyne etiske grenser", skriver VG at "VGs journalistiske linje vil alltid gå i retning av det kontroversielle – grenseområder hvor det er naturlig at journalistisk vinkling og presentasjon kan bli gjenstand for debatt". Felles for alle husreglene er at de er mer direkte enn fellesreglene i VVP. Mens VVP ofte har runde formuleringer som "vær varsom", "skal som hovedregel", "ta hensyn", "unngå", er de vanligste formuleringene i husreglene skal ikke/skal og må ikke/må. "Redaksjonelle medarbeidere skal bidra til (...) har plikt til (...) skal ikke (...)", skriver Aftenposten. Den mer moderate formen bør/bør ikke og kan/kan ikke er også utbredt. Imperativ er sjelden. Det heter for eksempel "Difor skal alle tips sjekkest grundig⁴²", og ikke "Sjekk alle tips grundig". Noen husregler bruker også formuleringene "vær klar over at" og "NRK forventer". Agderposten bruker formuleringen "det er upassende" i sine regler.

Reglene kan være gjennomsyret av både plikt- og konsekvensetikk. I stedet for å kategorisere reglene enten som plikt eller konsekvensetiske valgte jeg å se nærmere på om det er plikt eller konsekvensetiske formuleringer som blir mest brukt i reglene. De fleste reglene gjennomsyres av de pliktetiske formuleringene skal/skal ikke. I NJ-malen og reglene som bygger på den finner vi den tilsynelatende mest pliktetiske formuleringen av alle: "Vi skal søke sannheten og presentere den uten hensyn til utenforliggende interesser". På samme måte som VVPs preambel er gjennomsyret av

⁴² Hallingdølen.

plikt og rettighetstenkning, finner vi tilsvarende programmatisk formuleringer i en del av husreglene. I Hamar Arbeiderblad heter det:

Hamar Arbeiderblads medarbeider skal opptre slik at det ikke oppstår tvil om deres egen eller redaksjonens integritet og troverdighet. Når vi som avis retter kritisk søkelys mot myndigheter, maktpersoner, organisasjoner og næringsliv, og stiller spørsmål om habilitet, må det stilles strenge krav til egen integritet for å oppnå nødvendig troverdighet.

Den pliktetiske grunntonen i husreglene kan henge sammen med at rollenormene som er i flertall ofte er pliktetisk fundert, mens innholdsnormene i større grad er konsekvensrettet.

De mest typiske konsekvensetiske normene finner vi i husreglene som er formulert som spørsmål til egen refleksjon (Hadeland og "vanskelige saker"). Mange av disse spørsmålene fokuserer på konsekvenser av publiseringen. Hadelands husregler utfordrer journalisten til å tenke over "Hvorfor lager vi denne saken? Hva er formålet?"

Selv om det er de pliktetiske formuleringene som er mest utbredt, kan vi også i pliktnormene skimte en nytteverdi bak. Dermed ser vi konturene av strategiperspektivet. Den mest utbredte nytten/konsekvensen husreglene fokuserer på, er en tilsynelatende egoistisk og strategisk konsekvens, nemlig å skape troverdighet. I Aftenpostens husregler heter det: "Aftenposten står for allsidighet, troverdighet og kvalitet. Alle redaksjonelle medarbeidere skal opptre slik at det ikke kan oppstå tvil om avisens eller den enkelte medarbeiders integritet eller troverdighet". De redaksjonelle medarbeiderne må følge de etiske reglene for at mediet skal beholde sin troverdighet. Det er den samme holdningen som ble funnet i en undersøkelse av etiske normer i 1998. Lars Østnor og Nils Terje Lunde gikk gjennom 15 norske medieinstitusjoners etiske normer i 1998 og fant at tekstene inneholdt mye holdningsetikk, mindre pliktetikk og enda mindre formålsetikk. Holdninger som troverdighet og lojalitet hadde størst oppslutning (Østnor 1998). Dette kommer jeg tilbake til under kapittelet "Begrunnelser for husreglene".

Hemmelige regler

Bertrand er opptatt av at den etiske tradisjonen på en arbeidsplass må diskuteres, renses, oppdateres og skrives ned for å holdes i live. Han vektlegger også den enkelte journalists moralske sans, som han mener er helt avgjørende for at reglene skal bli operative. Dessuten mener han husreglenes effekt avhenger av i hvilken grad reglene er gjort kjent (Bertrand 2000). Brurås understreker at det er en forutsetning for en effektiv selvjustis at yrkesutøverne kjenner innholdet i det yrkesetiske regelverket. Dette burde kanskje være en selvfølge, men undersøkelsen min viser at man ikke kan ta dette for gitt. I forrige kapittel så vi at troverdighet er en ønsket nytteverdi som ligger bak de pliktetiske formuleringene i husreglene. Ifølge Brurås kan husreglene øke tilliten til pressen, men han setter som forutsetning at den etiske standarden skal være forpliktende, åpen og offentlig kjent (Brurås 2006:27). Bergens Tidendes leserombud Terje Angelshaug skriver på BTs nettsider at han i møte med lesere opplever manglende respekt for og tiltro til mediene. Han mener åpenhet rundt egen virksomhet er en anerkjent måte å skape tillit på (Angelshaug 2006).

NJ og NR oppfordrer til åpenhet rundt husreglene i møte med publikum. "Klare interne retningslinjer og åpenhet rundt dem, vil bidra til å styrke den troverdigheten som er avgjørende for pressens fremtidige stilling, og vil dempe kravet om offentlig regulering av pressens virksomhet", skriver Norsk Redaktørforening i sitt etiske manifest vedtatt på landsmøtet i 1991 (NR-dokumentasjon 1993). De anbefaler sine medlemmer å la lister over de ansattes verv og økonomiske interesser være tilgjengelige for publikum.

Tilbakemeldingene fra redaktører og redaksjonssjefer tyder likevel på at mange medier langt på vei oppfatter reglene som interne "bedriftshemmeligheter". Det var flere som ikke ønsket å sende meg reglene med denne begrunnelse. 18 prosent av reglene i analysen er også merket som et internt notat. Kontrasten mellom å stemple reglene som hemmelige og å legge dem ut på mediebedriftens hjemmeside er stor. VGs regler er tilgjengelige for alle på internett. De tilhører unntakene.

Advokat Schiøtz synes det er rart at pressen ikke har full åpenhet om de interne reglene. "De krever jo maks åpenhet av alle andre. Dette burde gjelde pressen og deres regler også, ellers mister de troverdighet", sier Schiøtz (Schiøtz, 06.02.07). Å hemmeligstemple reglene kan ikke være annet enn et stort paradoks. Men hva kan være grunnen til at mediene ikke vil gå ut med husreglene sine? Jeg tror dette først og fremst skyldes at mange medier betrakter husreglene som interne dokumenter. Fokuset på rollenormene kan bygge opp om dette. VVP er offentlig, fordi den i hovedsak handler om leseren og kildene. Husreglene er mer fokusert på hvordan journalisten skal opptre som profesjonell (profesjonsperspektivet). Dette anser mediene i stor grad for å være en bedriftshemmelighet. En annen forklaring kan være at en del husregler er klare og nokså detaljerte. Slike regler kan blottstille redaksjonen og gjøre journalistene mer sårbare for kritikk utenfra. En tredje forklaring kan være frykt for juridiske sanksjoner, slik som i USA. Dette er en ny problemstilling i Norge, og jeg tror ikke dette er den viktigste årsaken til at reglene holdes hemmelige. Et legitimt spørsmål i denne forbindelse er om reglenes effekt påvirkes av at ingen kjenner til reglene. Kanskje ikke engang journalistene?

I Romerikes Blad har de foreløpig ikke bestemt om og eventuelt hvordan husreglene skal offentliggjøres. "Men i kommentarer og på forespørsel mener jeg dette er et helt offentlig dokument. Vi kommer derimot ikke til å trykke reglene i avisa. Det gjør vi ikke med VVP heller" (Woje, 09.11.06). Avisen har ikke tenkt på at reglene kan bli brukt mot dem.

Det kan være utfordrende dersom reglene brukes juridisk. Dette er noe vi ikke har tenkt så mye på. Men vi må være obs på dette og tenke gjennom det. Det kan være en grunn til å holde dokumentet internt. Men som utgangspunkt ønsker jeg en åpenhetspolicy (Woje, 09.11.06).

Journalistrollen i fokus

I heftet "Ord og bilder er mektige våpen. Misbruk dem ikke!", utgitt av Norsk Presseforbund, står det i innledningen i forkant av VVP at VVP skal "beskytte

enkeltpersoner mot krenkende og skadelig publisitet". Sitatet er med på å understreke at det er innholdsnormene som er de sentrale i VVP. I husreglene har vi derimot sett at det er rollenormene, og dermed til en viss grad journalisten, som står i fokus. Oversikten under sammenligner husreglernes innhold med innholdet i VVP/Tekstreklameplakaten og NJs mal til husregler. Før vi fordyper oss i tabellen, kan det være på sin plass å minne om at husreglene bygger på VVP og Tekstreklameplakaten. Det kan derfor være et mål at husreglene ikke skal overlappes reglene som allerede eksisterer.

	Undersøkelsen	NJ-mal	VVP+Tekstreklameplakaten
INNHOLDSNORMER			
Sannhetsgehalt	27%	*	
Enkildejournalistikk	44%	*	
Upartiskhet/balanse (samtidig imøtegåelse)	62%	*	*
Identifisering (ved navn og/eller bilde)	29%	*	*
Forhåndsdomming	15%		*
Privatlivsfred	30%	*	
Hensyn til barn	56%	*	*
Presentasjon, omfang og språk	38%		*
Bruk av bilder og arkivbilder	65%	*	*
Retting av feil	56%	*	*
METODENORMER			
Fordekte metoder	18%		*
Anonyme kilder	65%	*	*
Kildekritikk	47%	*	*
Kildenes rettigheter	56%	*	*
Politiet som kilde	18%		
Håndtering av upublisert materiale	29%	*	*
ROLLENORMER			
Plagiering	15%	*	*
Tekstreklame	59%	*	*
Aksjer og økonomiske interesser	68%	*	*
Verv/medlemskap	71%	*	*
Underskriftskampanjer og aksjoner	41%		

Oppførsel på oppdrag/bekledning	29%		*
Sponsing (av f.eks. reiser)	68%	*	*
Forbud mot gaver	56%	*	
Ikke utnytte yrket til privat fordel/personlig vinning	41%	*	*

Denne oversikten viser at mange av de vanligste momentene i husreglene allerede finnes i pressens fellesregler. Husregler om verv/medlemskap, aksjer og økonomiske interesser, sponsing, anonyme kilder og upartiskhet er svært utbredt, selv om VVP og Tekstreklameplakaten allerede dekker dette. Det kan tyde på at fellesreglene dekker de viktigste områdene. Det som derimot skiller husreglene fra fellesreglene, er detaljnivået. Mens verv/medlemskap og aksjer/økonomiske interesser dekkes av én setning i VVP 2.3, kan husreglene inneholde en lang liste momenter om dette.

Vanlige husregler som ikke dekkes av fellesreglene, er forbud mot gaver⁴³, enkildejournalistikk og underskriftskampanjer og aksjoner. Som vi ser, har rundt halvparten av husreglene momenter om dette. Dette kan være en pekepinn på at redaksjonene mener fellesreglene mangler noen viktige områder.

Det er rimelig å anta at fokuset i husreglene henger sammen med husreglenes funksjoner. Videre i oppgaven skal vi se at husreglenes egne begrunnelser handler om å skape journalistisk integritet og troverdighet. Dette kan kanskje forklare hvorfor rollenormene står i fokus. I teorikapittelet så vi at det kritiske og avslørende journalistidealet kan se ut til å bli stadig viktigere i journalistikken. Dersom man skal leve opp til et slikt ideal, blir det kanskje viktigere for journalisten å holde sin egen stilen også. Andre mulige forklaringer på rollefokuset kan være at rollenormer er noe som angår alle. Personvernkonflikter og fordekte metoder er områder som i sterkeste grad berører journalister som jobber med kriminaljournalistikk. Det kan også tenkes at profesjonaliseringen av journalistrollen har gjort journalisten mer sårbar for den kommersielle trusselen.

⁴³ Tekstreklameplakatens punkt 8 berører dette, men sier ikke eksplisitt at den enkelte redaksjonelle medarbeider ikke skal motta gaver.

Kapittel 6: Hvilke funksjoner har reglene?

Journalisters etiske beslutningsprosess

I teorikapittelet så vi at de etiske valgene ikke blir tatt i et vakuum, men i en sosial kontekst som blant annet påvirkes av journalisten selv, gruppen hun hører hjemme i, organisasjonen, konkurransesituasjonen, yrkesverdiene, annonsører, kilder, mediebrukere og loven (Voakes 1997).

Journalistene i Stavanger Aftenblad har ulike svar på spørsmålet om hva de legger vekt på i etiske valg situasjoner. En legger vekt på å gi folk en "fair" behandling, en annen legger vekt på at saken skal være så sann som mulig. En tredje journalist sier: "Jeg legger vekt på å opptre korrekt i forhold til vår formålsparagraf. Jeg tenker også på avisens troverdighet, og på de etiske reglene våre – som i mange tilfeller går lenger enn VVP" (Soltvedt, 14.09.06). Soltvedt er den eneste som sier han tenker på de etiske reglene. Han legger til at mediebedriftens kultur danner en viktig ramme rundt de etiske beslutningene, og bruker tidligere arbeidserfaring som eksempel. "Da jeg begynte i Stavanger Aftenblad, kom jeg fra Bergensavisen, som er mer kjapp i stilen. Da fikk jeg beskjed om å dempe meg. Jeg ble ikke slått i hodet med en regelbok, men fikk muntlige korrigeringer fra vaksjef. Slik lærte jeg det trinnvis" (Soltvedt, 14.09.06). Soltvedt mener personlige erfaringer er den tredje faktoren som spiller inn på de etiske valgene. Han forteller om nær familie som har opplevd rampelysets skyggesider. Han mener denne erfaringen har gjort han mer forsiktig.

Praktisk hjelp og erklæringer

Husreglene har mange navn. De kalles både etisk plakat, etisk fundament, interne regler, blåbok og redaksjonelle retningslinjer. Ifølge reglene selv inneholder de både informasjon, gode råd, praktisk hjelp og mer absolutte erklæringer. Det man derimot skal være forsiktig med, er å ta de etiske reglene som indikator på gjeldende

journalistisk praksis. Det finnes ingen klageorganer som behandler brudd på husreglene, og heller ingen oversikt over om reglene blir overholdt.

Adresseavisen skriver at:

De redaksjonelle retningslinjene er ment som informasjon og gode råd om mange vanskelige avveiningsproblemer. På noen områder har vi likevel truffet klare valg som skal fremstå som Adresseavisens holdning i presseetiske spørsmål og da forutsetter vi at disse følges.

Her ser vi at det trekkes et skille mellom informasjon og gode råd på den ene siden og klare valg på den andre. Mange medier legger vekt på at husreglene skal være *et arbeidsredskap til praktisk hjelp*. "Heftet er ment som et nyttig arbeidsredskap i redaksjonen", skriver Hallingdølen. "...en praktisk hjelp i det daglige arbeidet", ifølge Sunnmørsposten. Her kunne det vært interessant å finne ut om det var noen som hadde etterlyst denne hjelpen. Journalistene? Det er dessverre ikke mulig innenfor rammene av denne oppgaven.

Journalistene i undersøkelsen sier de opplever at de ofte må ta etiske valg i sin journalisthverdag. Det er derimot sjelden de opplever at valgene er vanskelige. Dette stemmer godt med funnene i Ekström og Nohrstedts svenske undersøkelse (1996). Dersom vanskelige valg oppstår, sier de fleste i undersøkelsen min at de føler det er rom for å ta seg tid til å drøfte disse valgene med kolleger. At valgene sjelden oppleves som vanskelige, kan ha sammenheng med at journalistene jobber i en avis de føler de er på etisk bølgelengde med.

De etiske valgene er sjelden vanskelige. Det kan ha sammenheng med at min personlige etikk er sammenfallende med avisens etikk. Jeg kunne nok fått problemer andre steder. Jeg hadde nok ikke gjort det så bra i VG eller Se og Hør. I hvert fall ikke på desken. Her har vi en litt mer dempet presentasjonsform (Arnøy, 14.09.06).

Journalistene tror det er flest vanskelige, etiske valg på desken. Desker Arild Inge Olsson tror det kan ha sammenheng med at desken er avisens førstelesere. På desken i Stavanger Aftenblad ligger husreglene lett tilgjengelig. "Reglene er et hjelpemiddel

på linje med ordbøker, arkiv, faktabøker osv. Vi er vant med å sjekke ting. Det er en del av kvalitetssikringen i avisa" (Olsson, 14.09.06).

Begrunnelser for husreglene

I NJs mal til husregler står det at "Mediene har makt – og dermed ansvar. Etikk kan ikke vedtas og skrevne regler på et papir vil aldri være nok". Videre heter det at "Ethiske husregler er likevel et viktig hjelpemiddel for bedre journalistikk".

Bli journalistikken bedre av etiske regler? Eller er det andre funksjoner som er viktigere? Mange av husreglene gir en begrunnelse for reglene i introduksjonen. Tre begrunnelser går igjen. Den mest vanlige er at **reglene skal bidra til at mediet oppleves som troverdig og redelig av leserne**. En annen sier at reglene skal **utfylle og konkretisere VVP**. En tredje legger vekt på at **reglene skal sette en standard**. I dette avsnittet vil jeg se nærmere på hver av disse begrunnelsene.

Troverdig og redelig

Den mest vanlige begrunnelsen vektlegger det strategiske perspektivet. Det er flere av mediene som begrunner husreglene med at de skal styrke pressens troverdighet hos leserne. Østlandets Blad skriver:

Formålet med slike etiske regler er å hindre at det finnes tvil hos leserne om journalisters og redaktørers integritet, unngå mistanker om bakenforliggende motiver og sikre størst mulig åpenhet om hvordan stoffet er fremskaffet slik at leserne kan vurdere holdbarheten.

Kari Arnøy i Stavanger Aftenblad sier det slik: "For å beholde troverdigheten er det viktig med kjøreregler som blir holdt" (Arnøy, 14.09.06). Hun trekker dermed inn den journalistiske praksis som et viktig tilleggsmoment for at reglene skal skape troverdighet.

Vi har sett at journalistrollens troverdighet er sentral i både NR og NJs begrunnelser for husreglene. "Personlig integritet er ikke noe som kan fastsettes

gjennom et regelverk, men klare og åpne retningslinjer gir likevel nyttige signaler overfor leserne". Videre heter det at "Et regelverk alene er utilstrekkelig for å sikre god presseskikk og dermed styrke pressens troverdighet. Det holdningsskapende arbeid som skjer gjennom debatt og bevisstgjøring er minst like viktig" (NR dokumentasjon, 1993). Reglene må altså suppleres med holdningsskapende arbeid for å styrke pressens troverdighet. Som en hjelp på veien utarbeidet redaktørforeningen en liste med spørsmål redaksjonene kunne jobbe videre med.

Men hva er egentlig troverdighet? Raaum skriver at troverdighet først og fremst er en egenskap som tillegges et medium eller en journalist av publikum (Raaum 1999:49). Terje Rasmussen skriver at:

I motsetning til dyden varsomhet sier normen om troverdighet intet om hvordan journalisten faktisk skal forholde seg. Siden troverdigheten, og ikke det egendefinerte ansvaret, er målet, blir kunsten å fremstille sitt stoff troverdig (Rasmussen 2004:66).

Troverdighet handler altså om hvordan publikum oppfatter mediet. Det tidligere objektive idealet kan se ut til å ha blitt erstattet av et begrep som overlater "dommen" til publikum. Vi har tidligere sett at ønsket om å oppnå tillit og troverdighet er helt sentralt i den journalistiske ideologien. Terje Rasmussen mener mediebransjen selv synes å være hellig overbevist om at tillit er hele bransjens eksistensgrunnlag (Rasmussen 2004:37). I VGs husregler heter det at "En avis som retter kritisk søkelys mot myndigheter, maktpersoner, organisasjoner og næringsliv, og som stiller spørsmål om habilitet, må stille strenge krav til egen integritet for å oppnå nødvendig troverdighet".

Slik jeg ser det er det to mulige forklaringer på hvorfor pressen er så opptatt av tillit og troverdighet: 1) mediet må være troverdig for å utføre det såkalte "samfunnsoppdraget", 2) mediet må være troverdig for at publikum skal kjøpe produktet. Vi har tidligere sett Rasmussen reiser spørsmål ved om det såkalte samfunnsoppdraget er i ferd med å ruste. Vi har også sett at det er en diskusjon i hvilken grad tillit og troverdighet er avgjørende for om publikum kjøper produktet.

Medienes sterke fokus på troverdighet i husreglene kan tyde på at mediene selv fortsatt mener dette er avgjørende.

Utfylle og konkretisere VVP

Begrunnelsene i denne kategorien kan tyde på at mediene mener det er behov for noe mer enn VVP som etisk fundament for journalistikken. Her skinner biotopperspektivet, som vektlegger de lokale forskjellene, gjennom. Agderposten skriver at deres regler skal være "en konkretisering av VVP". Vårt Land skriver at "VVP kan være utilstrekkelig som etisk argumentasjon i en del sammenhenger". I den forbindelse er det interessant at nettopp Vårt Lands husregler skiller seg ut ved å være veldig vage/generelle i formuleringene. Reglene deres er mer filosofiske og legger større vekt på den etiske argumentasjonen enn de andre husreglene gjør.

Fire av fem av journalistene i Stavanger Aftenblad mener også at VVP trenger et supplement.

Ja, vi trenger etiske regler i tillegg til VVP. Det er særlig viktig for oss som en avis som holder den etiske fana høyt. Andre som ligger på et annet nivå trenger også en plattform å forholde seg til. Noe som legitimerer det de velger/ikke velger å ta hensyn til (Olsson, 14.09.06).

Romerikes Blad mener også at VVP ikke er nok. De begrunner det med at VVP ikke er tilpasset deres konkrete hverdag, og at de blir mer troverdige med egne regler.

Det er viktig å være klar over at det kan være en myte at mediene trenger noe mer enn VVP. Den beste måten å undersøke dette på er ved å undersøke hvor ulike husreglene er fra VVP. Denne oppgaven viser at husreglene er noe annerledes enn VVP. De er mer konkrete og har et større fokus på rolle enn på innhold. En del husregler er også strengere enn VVP.

Setter standard

”Reglene skal danne fundamentet for journalistikken”, skriver Bergens Tidende i sine regler. Budstikka skriver at ”Sammen med det regelverket som allerede eksisterer for norsk dagspresse generelt (...) skal våre etiske regler sette standard for all vår journalistiske virksomhet”. Å sette standard har også vært en av hovedmotivasjonene bak de nye reglene til Romerikes Blad. De understreker at skriftlige regler også er viktige for å få stabilitet i redaksjonen, selv om redaktører skifter.

Journalist Kari Arnøy mener reglene også kan ha en oppdragende effekt. ”Særlig som ny journalist trenger man nedskrevne regler for journalistikken. (...) Skriftlige regler er viktige for å få etikken inn i ryggmargen. Særlig for de unge” (Arnøy, 14.09.06). Arild Inge Olsson trekker inn et nytt moment ved å fokusere på at selv om standarden kanskje ikke er absolutt, så virker den bevisstgjørende. ”Reglene gjør oss mer etisk bevisst. Dersom du tøyer grensene må du argumentere for det” (Olsson, 14.09.06).

En annen journalist peker på at reglene er viktige fordi det er få absolutter i journalistikken.

Skriftlige regler er viktige. Jeg er ikke utdannet journalist selv, men jeg vil jo anta at de sveiper innom dette i utdannelsen. Problemet i journalistikken er jo at det er få absolutter. Det er mye en vurdering fra gang til gang. Så blir vi jo påvirket av hva alle andre gjør også, selv om det ikke styrer våre valg. Men det er vanskelig å holde igjen når alle andre kjører på, sier Frode Lindbo (14.09.06).

NJ-leder Ann-Magrit Austenå trekker inn et nytt perspektiv i et intervju med fagbladet Journalisten. Hun mener A-pressen ved å utvikle redaksjonelle mål og krav til redaktørene og en mal for etiske husregler lokalt har tatt tak i alvoret i hvordan de forvalter det redaksjonelle ansvaret bedre enn det Orkla Media har gjort (Journalisten.no, 16.01.01). Dersom etiske husregler er en måte å forvalte det redaksjonelle ansvaret på, kan det være interessant å reflektere over hva det redaksjonelle ansvaret innebærer.

Etisk legitimeringsverktøy?

Bak de fleste begrunnelsene over kan vi skimte et ønske om å fremstå som ansvarlig og troverdig. Både journalisten, bedriften og bransjen har felles interesser i en etikk som genererer troverdighet. Bak interessene skimter vi det strategiske aspektet ved reglene. I forbindelse med strategiperspektivet kan det være nyttig å hente frem igjen begrepet termostatetikk. Begrepet beskriver den mengde etikk som til enhver tid kreves for at mediene skal få leve i fred fra omverdenen (Raaum 1999). Ved å skape et inntrykk av at journalistene har et oppdrag i samfunnets tjeneste kan journalistene legitimere sitt eget levebrød. Etikk kan i så måte fungere som et strategisk redskap for å løfte frem journalisten som en ansvarlig, rettskaffen og troverdig person som er kompetent til å utføre dette oppdraget. Husreglenes fokus på journalistrollen kan også bidra til en profesjonalisering som bygger opp under journalistens image.

Publikums troverdighet kan også være relatert til hvor selvkritiske mediene er mot sin egen virksomhet, og de etiske reglene de bygger sin virksomhet på. I utredningen om presseombudsmann heter det at reglene er greie, men "det medieetiske arbeidet er lite synlig for folk flest, og mange reagerer på aggressive og nærgående omtaler" (NOU 1996-12, kap, 4.1.4). Tidligere sjefredaktør i Dagsavisen, Hilde Haugsgjerd, mener norsk presse er mer selvkritisk enn det offentligheten får innsyn i.

Vi som jobber på innsiden vet at etter episoder, hvor mediene har trådt skikkelig feil, skjer det ofte ting internt. Det lages nye etiske husregler, det hender folk bytter jobber. Dette vet ikke offentligheten noe om, slik tilfellet er når en næringslivsleder må gå (Haugsgjerd, Journalisten.no 16.01.03).

Leserombud Terje Angelshaug mener pressen er mer selvkritisk nå enn før – men langt fra nok. "Dersom pressefolk mener de er så viktige, bør de stille langt flere kritiske spørsmål til seg selv" (Angelshaug til Journalisten 20/2006). Generalsekretær Per Edgar Kokkvold mener det hører til de absolutte sjeldenhetene at andre medier enn NRK går seg selv etter i sømmene. "NRK er den eneste institusjonen som er stor

nok i kvalitet og kvantitet til å sette kontinuerlig kritisk søkelys på seg selv” (Kokkvold til Journalisten 20/2006).

Da BT som eneste avis i Norge innførte ordningen med leserombud i 2004, var det ut fra erkjennelsen om at avstanden mellom redaksjonen og leserne var for stor. Leserundersøkelser viste at mellom 15 og 20 prosent av leserne oppfattet avisen som arrogant. Gjennom årene som leserombud har Angelshaug sett at mange lesere oppfatter aviser som lukkede organisasjoner. De etterlyser større innsikt i prioriteringer og arbeidsmåter og undrer seg over at innrømmelser av feil skjer så godt som aldri (Angelshaug 2006).

Etisk rensning i Romerikes Blad

Romerikes Blad er for tiden inne i en prosess som gir et interessant innblikk i fremveksten av et sett etiske husregler. I dette mediehuset var det en konkret konflikt som var utgangspunkt for husreglene. Romerikes Blads historie er et illustrerende eksempel på to av fremvekstperspektivene i oppgaven: profesjonsperspektivet og strategiperspektivet. Det første perspektivet trekker grenser for den profesjonelle oppførselen ved å slå fast at det ikke er profesjonelt å blande journalistikk med politisk virksomhet. Det andre perspektivet illustrerer at etisk journalistikk også kan være lønnsomt, fordi det bygger troverdighet.

I 2002 gikk Romerikes Blad inn i en nedbemanningsprosess hvor 10-12 journalister måtte gå. Avisen trengte flere allroundjournalister. Problemene oppstod da den nye redaktøren mente mange av journalistene hadde for mange bindinger. Særlig innenfor politikken.

Frem til 2002 hadde avisen en redaktør som vekslet mellom politikk og journalistikk. Han syntes det var greit at journalistene hadde politiske verv og at de engasjerte seg lokalt. 3-4 journalister hadde på denne tiden politiske verv. Den nye redaktøren mente det var dumt at så mange journalister kunne komme i dobbeltroller, sier Lars M. J. Hansen (09.11.06).

Han leder etikuttvalget som arbeider med de nye husreglene i Romerikes Blad.

De uskrevne reglene varierte så mye med redaktørene at redaksjonen fant ut at det var greit å få reglene i skriftlig form. Woje og Hansen sier dette er noe journalistene ser frem til når de nye reglene blir ferdige.

“Det ømmeste punktet var spørsmålet om politisk aktivitet. Derfor utfordret vi en journalist som satt i kommunestyret til å bli med i etikkutvalget. Debattene ble ekstremt friske. De handlet om integritet, habilitet og å skille mellom ulike hatter”, forklarer Hansen (09.11.06).

Da Thor Woje begynte som redaktør i 2004, satte han foten ned for all kombinasjon av journalistikk og aktiv politikk. Han hadde også egne diskusjoner om dette med den enkelte medarbeider.

Jeg har en nærmest katolsk holdning: minst mulig bindinger. Samtidig skal vi jo være en del av samfunnet. Derfor er åpenhet og bevissthet rundt ulike bindinger viktig. Jo mer sentrale verv, jo mer problematisk. Det er et selvstendig ansvar å sørge for at du ikke får integritetsproblemer. Samtidig vil jeg være garantist for den totale integritet (Woje, 09.11.06).

I et av utkastene til etiske husregler i Romerikes Blad heter det:

Vi trenger medarbeidere som kan arbeide fritt med alle saker for å sikre fleksibilitet i organisasjonen. Våre medarbeidere må unngå å sette seg i situasjoner som gir grunnlag for å reise tvil om den enkelte medarbeiders og avisens integritet, troverdighet og uavhengighet. Våre kjøregler skal gjøre det enklere for den enkelte redaksjonelle medarbeider å foreta faglige valg og orientere seg i forhold til hva han eller hun kan engasjere seg i på fritida.

Hansen understreker at kravene til den enkelte medarbeider varierer med de ulike arbeidsoppgavene.

Kravene vil også variere etter hva du gjør i redaksjonen. Det er forskjell på å engasjere seg i FAU dersom du er skolejournalist eller dersom du er sportsjournalist. Det verste ville være dersom noen “fikk noe på oss” som vi i ledelsen ikke var klar over. Åpenhet gjør det lettere å svare på kritikk som eventuelt måtte komme (Hansen, 09.11.06).

Ifølge Woje og Hansen skyldes ikke prosessen med å lage de etiske husreglene kritikk utenfra. Det handler mer om å være “føre var” og å rydde i eget hus. “Vi

tillegges motiver (som vi ikke har) av leserne hele tiden. Med husreglene unngår vi å gi kritikerne billige poenger. Vi kan vise til reglene overfor kritikerne”, sier Hansen (09.11.06).

I prosessen med å lage egne regler har Romerikes Blad brukt husregler fra andre medier for å få ideer. Aktuelle saker og debatter som har dukket opp underveis har også påvirket reglene. Sjefredaktøren sier den etiske komiteen har ønsket å fange opp signaler underveis i prosessen.

Regler uten sanksjonsmuligheter

Regler kan være disiplinerende i seg selv. Dersom man skriver under på reglene, for eksempel i forbindelse med ansettelse, blir reglene en del av arbeidskontrakten. Jeg har ikke undersøkt hvorvidt dette er vanlig praksis i mediene som har husregler, men noen medier har fortalt at de gjør det. Det er nesten ingen av husreglene som sier om man kan få refs eller andre sanksjoner dersom man bryter reglene. Bare fire av de 34 reglene har med momenter om konsekvenser. Sunnmørsposten er mest direkte. De skriver at brudd på kildevernet kan være oppsigelsesgrunn. Aftenposten skriver at brudd på reglene kan få konsekvenser for ansettelsesforholdet, uten å presisere på hvilken måte. Adresseavisen knytter sanksjonsmulighetene opp til hvilke saksområder journalisten kan dekke. ”Journalister i Adresseavisen kan ikke opptre med merker, klær eller andre symboler som tilkjenner et bestemt syn i omstridte saker uten at det får konsekvenser for hvilke saker medarbeideren kan dekke”. Radio Loland har et mer indirekte moment om sanksjoner. De skriver at ”gjentatte brudd på reglene vil føre til sanksjoner fra Radio Lolands side”, uten å konkretisere hva disse sanksjonene handler om.

Som jeg allerede har vært inne på, er det en utbredt oppfatning at husreglene er en intern sak. Det er få redaksjoner som går offentlig ut med reglene sine, og det er ingenting som tyder på at mediene praktiserer klageadgang, slik som VVP åpner for i PFU. Det ville trolig krevd et for stort apparat. Romerikes Blad ønsker åpenhet om

de nye reglene sine, men ser ikke for seg at det skal være klageadgang. De mener det ville kreve altfor mye ressurser. Samtidig er de opptatt av at pressens klageorgan bør være felles for hele pressen. "Klager får heller henwise til våre regler når de henvender seg til PFU⁴⁴. (...) Samtidig ville jeg protestert dersom PFU viste til våre interne regler. De får holde seg til VVP" (Woje, 09.11.06). Husreglene kan også brukes ved gjennomgang av spesielle saker. Da Dagbladet foretok en intern gjennomgang av sin journalistikk i etterkant av Tønne-saken, fikk arbeidsgruppa i oppgave å se på arbeidsmetoder og dekning i forhold til VVP og Dagbladets etiske regler⁴⁵.

Jeg har tidligere nevnt at det kan virke som om Oppland Arbeiderblads husregler er skrevet for å unngå en fellelse i PFU. I intervjuene med journalistene i Stavanger Aftenblad er det tydelig at det er PFU som er det viktigste riset bak speilet.

Det er viktig at PFU finnes, at ofre for pressen har et sted å klage. Dessuten er det viktig at Kokkvold kritiserer når det er på sin plass. Det styrker troverdigheten. PFU er riset bak speilet. Ingen her ville likt å få en PFU-anmeldelse, og i hvert fall ikke en felling! (Aalen, 14.09.06).

Ifølge Audgunn Oltedal er det en utbredt oppfatning blant mange journalister at presseetikk er å "holde seg på matta", slik at man ikke blir felt i PFU eller tatt for regelbrudd (Oltedal 2001:91).

Husregler i vinden

Selv om formulerte sanksjoner ikke er utbredt, har flere saker den siste tiden vist at brudd på husreglene kan få konsekvenser. BTs ledelse beskyldte fotograf Oddleiv Apneseth for lojalitetsbrudd da han gav ut en bok sammen med en Firda-journalist på et eksternt forlag. Boken fikk bred omtale i Dagbladet. Redaksjonsklubben og Apneseths kolleger reagerte kraftig på ledelsens personalhåndtering. I kjølvannet av konflikten ble redaksjonsklubben og ledelsen i et møte enige om å gjennomgå BTs

⁴⁴ I løpet av sine 13 år i PFU har Woje aldri opplevd at det har skjedd.

⁴⁵ <http://www.dagbladet.no/download/tonne-rapport.doc>

etikkbok på nytt. De skal utarbeide nye regler for medarbeidere som utgir bøker, har engasjementer og andre typer jobboppdrag i grenselandet mellom jobb og fritid. Det er foreløpig ikke bestemt om reglene skal erstatte den gamle etikkhåndboka eller om de skal formuleres som et ad hoc-regelverk som skal supplere reglene.

”Etikkhåndboken vår er snart ti år gammel, og ble laget i en tid da BT var en papiravis. I dag er vi et mediehus og publiserer i flere kanaler. Vi må se nærmere på dette”, sier klubbleder Rune Valderhaug (Journalisten.no, 26.01.07).

NTB har også fått en foranledning for å gjennomgå sine etiske retningslinjer på nytt i år. Det skjedde i etterkant av at NTB-journalist Arnt Folgerød skrev et kritisk leserinnlegg⁴⁶ mot Venstres Olaf Thommessen i Aftenposten. ”Dette er et brudd på de etiske retningslinjene vi har i NTB, og det er også årsaken til at Arnt ikke får skrive om Venstre og Thommessen-familien fremover”, sier NTB-sjef Pål Bjerketvedt (VG Nett, 10.01.07). Med utgangspunkt i denne konkrete saken vil NTB nå gjennomgå retningslinjene i forhold til hva NTB-journalister kan gjøre som privatpersoner. I samme anledning uttalte generalsekretær i Norsk Presseforbund, Per Edgar Kokkvold, at han advarer mot for strenge restriksjoner mot journalisters ytringsfrihet. ”Naturligvis er det interne regler i de ulike mediehusene rundt dette, og det er opp til den enkelte ansatte om han vil akseptere dette. Jeg vil imidlertid advare mot for strenge restriksjoner” (Kokkvold til VG Nett, 10.01.07).

Det tredje aktuelle eksempelet handler om økonomiske interesser og eierskap i aksjer. Sjefredaktør i Vårt Land, Helge Simonnes, fikk i januar 2007 kritikk for å kombinere redaktørjobben med aksjespekulering. I etterkant av medieoppmerksomheten har Vårt Land gått gjennom husreglene og kommet med et forslag til nye regler som forbyr kortsiktig aksjehandel (Vårt Land, 09.03.07). Det er interessant at alle disse aktuelle eksemplene som dukket opp ved inngangen til 2007 handler om journalistrollen. Det er en interessant parallellitet mellom eksemplene og mine funn om at det er rollen som står i fokus i de etiske husreglene.

⁴⁶ Folgerød skrev leserbrevet som privatperson.

Kapittel 7: Reglene i praksis

Kan ikke reglene – men bruker dem

Noe av det jeg ønsket å undersøke i intervjuene med journalistene i Stavanger Aftenblad, var om de visste at avisa har egne husregler, og om de kjente innholdet i reglene. "Jeg har reglene i skuffen. Kan jeg hente dem? (latter). De handler blant annet om presentasjon og om det å forholde seg til kilder. Jeg skal innrømme at det er lenge siden jeg har lest reglene. Men jeg tror jeg bruker dem" (Arnøy, 14.09.06).

Alle journalistene i undersøkelsen var klar over at Stavanger Aftenblad har egne husregler. Innholdet i reglene var det derimot bare én som mente han kunne gjengi noe fra.

Jeg må forholde meg til avisas håndbok for etikk. Der står det blant annet at vi ikke skal bringe frem alkohol som noe positivt. Vi skal heller ikke blande sammen idrett og alkohol (...). Vi skal også ta vare på personers integritet. Alltid sjekke med flere kilder (Soltvedt, 14.09.06).

Det står ingenting om alkohol i Stavanger Aftenblads regler, og reglene er mer opptatt av journalistens integritet enn kildens integritet. Deskjournalisten, som sier han ofte bruker husreglene som et oppslagsverk, kan heller ikke gjengi noen av reglene. "Jeg kan ikke de etiske husreglene på rams, men jeg vet hva reglene handler om" (Olsson, 14.09.06).

Mine funn stemmer til en viss grad med funnene i en undersøkelse Brurås har gjort. Alle journalistene i undersøkelsen hans gav uttrykk for at de anser VVP som det viktigste presseetiske dokumentet. De kjente dessuten til Redaktørplakaten og Tekstreklameplakaten. Mer overraskende var det derimot at journalistene i Brurås' undersøkelse ikke visste om de hadde egne husregler (Brurås 2001). Selv om journalistene i Stavanger Aftenblad ikke kunne gjengi innholdet i husreglene, var samtlige klar over at de har etiske husregler de må forholde seg til. Journalistene mener dessuten at de bruker reglene i det daglige arbeidet.

Kulturjournalist Kristin Aalen sier "Jeg forholder meg til VVP og noen etiske husregler som vi har, men jeg aner ikke hva som står der. De ligger på mailen et sted (...) Jeg antar at jeg bruker reglene stadig vekk – de er innbakt i meg" (Aalen, 14.09.06). Hennes uttalelse bekreftes av de andre journalistene. De vil heller bli spurt om hva de gjør i en konkret situasjon enn å bli testet i paragrafer. "Det er viktigere at reglene ligger i huset/kulturen enn at de ligger i blåboka. Spør meg heller om hva jeg gjør i en konkret situasjon enn hva som står i paragrafene", sier Soltvedt (14.09.06). Denne iboende etiske bevisstheten som journalistene trekker frem, sier de ofte at "sitter i ryggraden". I pressesammenhenger brukes også begrepet "det sitter i veggene".

Journalisters ryggrad og mage

VG understreker i introduksjonen til sine husregler at på tross av reglene må det viktigste vurderingsnivået fortsatt ligge i journalistens eget hode. Hode, ryggrad, magefølelse eller vegger; i dette avsnittet vil jeg se litt nærmere på den iboende etiske bevisstheten journalister mener seg å være i besittelse av.

Bertrand understreker at ingen regler kan dekke alle de etiske valg som skal tas. Journalisten må stole på fornuft og moralsk intuisjon skapt av refleksjon og debatt. Uansett hvor gode reglene er, mener han det alltid vil være behov for noe mer: etisk utdanning av journalister. Slik mener Bertrand å vise at etikk virker på to nivå; fundamentalt/prinsipielt og praktisk/dagligliv (Bertrand 2000).

"Reglene bare er der. De sitter i ryggmargen", sier Kari Arnøy (14.09.06). "De fleste valg er intuitive. Det er mye magefølelsen som styrer. I ryggmargen ligger VVP og de alminnelige kristenhumanistiske verdier. Men jeg sitter ikke med VVP foran meg hver dag", sier Kristin Aalen (14.09.06). Journalistene legger vekt på at "kulturen" på huset og mediets tradisjon er noen av de viktigste faktorene som påvirker ryggraden eller magefølelsen, og som i neste omgang er med på å avgjøre

hvordan de handler. I den forbindelse snakker de også om kunnskapsoverføringen som skjer fra eldre, mer erfarne journalister, til nye og unge journalister.

Noen av journalistene sier det er enkelt å følge reglene fordi de samstemmer med deres personlige etikk og magefølelse. For å bruke et bilde kan vi si at kartet stemmer med terrenget. Samtidig forteller journalistene om flere tilfeller der det har vært vanskelig å stole på magefølelsen også. "Det er ikke så lett å vite om man kan stole på magefølelsen heller alltid (...). Det er vanskelig å vite hvordan reaksjon du får" (Lindbo, 14.09.06). Arild Inge Olsson bruker reglene for å korrigere magefølelsen når han sitter på desken. "Jeg har alltid reglene for hånden og slår opp når jeg er i tvil. Det gjør jeg nesten daglig. Ellers handler det mye om magefølelse. Det er som regel den som slår inn" (Olsson, 14.09.06). Oppsummert vil jeg trekke frem følgende fire faktorer som journalistene mener påvirker deres etiske ryggrad: mediebedriftens kultur og tradisjon, kunnskapsoverføring, personlig etikk og regler. Selv om magefølelsen som etisk begrunnelse kan høres tynn ut, mener Røssland "slike svar kan gøyma ein solid nok bakgrunn i form av praktisk kunnskap og eit praktisk medvit" (Røssland 2007:47). Det kan også journalistenes svar tyde på.

Proessen med å lage reglene viktigst

Flere av informantene i oppgaven trekker frem prosessen med å lage reglene som viktig. Dette kan henge sammen med at det er i slike prosesser man bruker termostaten for å finne ut hvor mye etikk som er nødvendig. I Romerikes Blad mener Woje og Hansen at selve prosessen er viktigere enn å få reglene nedtegnet. "Vi har hatt gode, løpende diskusjoner i redaksjonen, og vi praktiserer allerede reglene som er under utforming. Prosessen blir viktigere enn å få reglene nedtegnet" (Woje, 09.11.06). Komiteen har jobbet bevisst for å inkludere personer med ulike meninger i arbeidet. "Det har vært en samlende prosess. Vi har jobbet mye for å få alle med" (Hansen, 09.11.06). I tillegg til komitémøter og et par allmøter har debatten rullet på

e-post underveis. Komiteen har lagt frem forslag og fått tilbakemeldinger fra sjefredaktøren.

En av journalistene i Stavanger Aftenblad ser også tilbake på regelprosessen som en lærerik og interessant periode.

Vi setter oss aldri ned og sier: nå skal vi diskutere etikk! Det har vi ikke tid til. Men for noen år siden diskuterte vi litt i forbindelse med at vi skulle skrive ned husreglene. Det var en nyttig runde. Vi trakk noen interessante lærdommer om habilitet (Aalen, 14.09.06).

Kari Arnøy trekker frem de skrevne reglene som en videreføring av regler som allerede var i bruk. Hun etterlyser en repetisjon av reglene med jevne mellomrom.

Aftenbladet har bedrevet journalistikk i 110 år. Heftet med reglene var ikke noen bombe da de kom. Reglene lå allerede i huset og er tilpasset den praktiske journalistikken. Det er enkelt og greit å ha reglene nedskrevet. Dessuten er det et signal fra ledelsen om at dette er viktig. Men vi burde kanskje repetert reglene med jevne mellomrom? (Arnøy, 14.09.06).

Kanskje fordi en slik repetisjon ville bringe tilbake noe av det den konstruktive som prosessen med å lage reglene bidro med? De aktuelle eksemplene fra Bergens Tidende, Vårt Land og NTB kan muligens bekrefte behovet for repetisjon.

Eksemplene tyder på at husreglene ikke er statiske.

Franskmannen Bertrand mener pressefolk bør bli flinkere til å ta eksterne eksperter og mediepublikum med på råd når de lager etiske regler. "Det er bra at reglene aksepteres av medlemmene i en profesjon. Det er bedre når de også er akseptert av samfunnet rundt" (Bertrand 2000:43). Romerikes Blad har ikke vurdert å ta publikum med på råd. "Da ville det kanskje være mer naturlig å trekke inn noen fra et annet redaksjonsmiljø, som vet hva de snakker om?" sier Woje (09.11.06). Foreløpig har den etiske komiteen vurdert det som tilstrekkelig å trekke inn andre redaksjoners husregler for å slippe å finne opp kruttet selv.

Forskyvning av makt og ansvar

Etikk og juss

Vi har sett at i Voakes undersøkelse er hensynet til loven den mest avgjørende faktoren for de amerikanske journalistenes beslutninger (Voakes 1997). Det er tvilsomt at dette hensynet er like sterk i en norsk kontekst, hvor det ikke er like vanlig å bli saksøkt. Men loven påvirker de etiske beslutningene på flere måter også her.

De juridiske rammene for pressens redaksjonelle ytringsfrihet finner vi først og fremst i Den europeiske menneskerettighetskonvensjon (EMK), Grunnlovens §100 om ytringsfrihet og Offentlighetsregler for rettspleien. Vårt lovverk inneholder en rekke juridiske begrensninger av ytringsfriheten. Noen av begrensningene finner vi i straffeloven, åndsverksloven, domstolloven, straffeprosessloven, kringkastingsloven, alkohol/tobakksloven og offentlighetsloven. Disse lovene setter på hver sin måte grenser for trykke og ytringsfriheten i Norge (Brurås 2006:20).

Et grunnleggende skille mellom etikk og juss er at jussen er pålagt pressen utenfra. Etikken er frivillig og håndheves av pressen selv. Mens jussen er opptatt av minimumer, angir etikken høye standarder for idealoppførsel. Med loven følger straffer, mens etikken appellerer til journalistens egen samvittighet og bevissthet.

De rettslige prinsippene sier ikke noe om det etiske ansvaret i journalistikken. Hvem har ansvar for at det som står på trykk er korrekt? Hvem har ansvar for konsekvensene av saken? I Norge er det redaktøren som er den øverste, rettslige ansvarlige, men den enkelte journalist og deskmedarbeider har også et rettslig ansvar. I Sverige derimot har den ansvarlige utgiveren (som regel sjefredaktøren) alene ansvar for alt som står på trykk. Ekström og Nohrstedt mener svenske journalister (for) ofte faller tilbake på dette (1996). Helle Nissen Kruuse er også opptatt av viktigheten ved å plassere ansvaret hos den enkelte journalist.

At placere ansvaret på den enkelte journalist kan forekomme noget af en byrde. Men der er ingen vej udenom. Når journalisten midt i arbejdet udfordres i et moralsk

dilemma, har han ingen at støtte seg til. Han må treffe valg ud fra, hvad hans egen samvittighed fortæller ham. Han alene må tage ansvaret og bære konsekvensen (Kruuse 1991:234).

Bertrand skiller strengt mellom etikk og juss. Han advarer mot å bruke lover til å bestemme over pressespørsmål (Bertrand 2000). Både Raaum (2003) og Røsland (1999) har påpekt at PFU i større og større grad har blitt juridifisert/legalisert. Med det mener de at det har blitt stadig viktigere for medlemmene i utvalget å vise til "lovhjemler" i VVP. "Paradokset ligg i at legaliseringsprosessen fører til ei juridisk behandling forankra i plakaten, og samtidig er det heva over all tvil at Ver Varsamplakaten, ved sida av andre ting, heilt klart *er ei samling etiske retningslinjer*" (Røsland 2007:23). Dersom etikk reduseres til juss kan det bli lettere å fraskrive seg ansvar ved å vise til hva som ikke er ulovlig, og dermed tolkes som tillatt.

Fra tid til annen kan man oppleve konflikt mellom de yrkesetiske og de rettslige normer⁴⁷. Hvilket hensyn skal veie tyngst da? Pressen kan bryte loven både aktivt og passivt. Passivt, ved å nekte å etterkomme et pålegg, for eksempel om å utlevere upublisert materiale. Aktiv, ved å teste grenser. Det har pressen gjort ved å sende politisk reklame og å fotografere i retten selv om det er forbudt. Tidligere kringkastingsjef John Bernander brøt også aktivt loven da han valgte å sende Brennpunkt-dokumentaren om Nokas-pengene til tross for at Namsmannen hadde nedlagt forbud⁴⁸. I etterkant slo Høyesterett fast at namsretten i Oslo handlet feil da den stanset Brennpunkt-programmet⁴⁹. Advokatene Schiøtz og Schei Mentzoni mener det er riktig og nødvendig at mediene av og til tester grenser. "Problemene oppstår når mediene tar seg til rette og fastholder at de skal kjøre sitt eget løp helt uavhengig av hva nasjonale og internasjonale domstoler hevder" (Schei Mentzoni og Schiøtz 2006).

I husreglene finner vi bare to momenter om det juridiske perspektivet. Oppland Arbeiderblad skriver at "pressefrihet er ytringsbegrensende i forhold til

⁴⁷ Det vanligste eksemplet på at etikken og jussen kommer i konflikt, finner vi knyttet til kildevernet. Lovverket åpner for at journalister i enkelte tilfeller kan pålegges å oppgi sin kilde, men presseetikken sier kategorisk nei.

⁴⁸ <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article1128477.ece>

⁴⁹ <http://www.kampanje.com/medier/article54209.ece>

lovverket". Et slikt utspill i en veiledende tekst er interessant fordi det er komplett uforståelig. Sarpsborg Arbeiderblads regel er enklere å forstå: "Skrivende og fotograferende medarbeidere har plikt til å gjøre desken oppmerksom på saker eller bilder hvor de har vært i tvil ved en etisk vurdering, eller hvor de mener det kan være fare for juridisk ansvar".

Signal fra EMK: utvidet ytringsfrihet

Den europeiske menneskerettighetskonvensjonen (EMK) ble tatt inn i norsk lovgivning i 1999 (menneskerettsloven). Avgjørelsene ved Den europeiske menneskerettighetsdomstolen (EMD) i Strasbourg er avgjørende for norsk rettspraksis i forhold til ytringsfrihet - og har gått i pressens favør. Ifølge en oversikt utarbeidet av Institutt for journalistikk, gjengitt i Aftenposten i 2004, har det vært reist 35 injurie- og æreskrenkelsessaker mot norske medier. I åtte av sakene er mediene dømt til å betale oppreisning. Fem av dommene er rettskraftige (Aftenposten.no, 03.01.04). Sverre Erik Jebens, dommer i EMD, skriver i en kronikk i Aftenposten (20.11.06) at EMD har overstyrt Norge for brudd på ytrings- og informasjonsfriheten tre ganger⁵⁰ (Jebens 2006) I tillegg kommer den ferske frifinnelsen av Tønsbergs Blad fra 1.mars 2007. To nye saker ligger på vent; Aftenposten/Dagbladet dømt for ulovlig fotografering av Veronica Orderud på vei ut fra Nes herredsrett og TV Vest, som fikk straffegebyr for å ha sendt ulovlig politisk reklame.

Når rettssikkerhetsutvalget skal oppsummere utviklingen, trekker de frem tre punkt: 1) utviklingen har medført et prinsipielt skille mellom meningsytringer og faktapåstander, 2) et særskilt vern av nyhetsformidling i saker av allmenn interesse og 3) en sterkere prioritering av ytringsfriheten på bekostning av andre rettigheter (Advokatforeningens Rettssikkerhetsutvalg, 2004:22).

⁵⁰ Bergens Tidende (om en kirurgs pasientbehandling), Bladet Tromsø (om selfangst) og representanter fra Politiforbundets uttalelser i en debatt.

PFU har også endret praksis, og i 2001 vedtok de å ikke lenger avvise saker som skal opp for domstolene. Dette understreker at en frifinnelse i rettsapparatet ikke er synonymt med god journalistikk. Som regel er PFU strengere enn domstolene. Advokat Cato Schiøtz mener etikken alltid må være strengere enn jussen (Schiøtz, 06.02.07). Slik var det imidlertid ikke da Se og Hør ble frifunnet i PFU for sin reportasje om samlivsbruddet mellom Big Brother-paret Anette Young og Rodney Karlsen (PFU-sak 083/03), men dømt i både tingretten og lagmannsretten. Saken skal opp i Høyesterett i mars⁵¹, og dommen vil være et viktig signal i forhold til pressens dekning av kjendisers privatliv. Saken er også interessant fordi det her kan se ut som om jussen er strengere enn etikken. I rettssaken forsøkte Se og Hørs advokat Cato Schiøtz å bruke frifinnelsen i PFU til Se og Hørs fordel. Men retten tilla ikke denne frifinnelsen stor betydning:

Young og Karlsen klaget reportasjene inn for utvalget, men utvalget konkluderte med at det ikke forelå brudd på de presseetiske reglene. Det er i avgjørelsen uttalt at "påstand står mot påstand" med hensyn til om Young bekreftet at det var brudd mellom partene, men utvalget har ikke redegjort nærmere for hvilket faktum det legger til grunn. Generalsekretær i Norsk Presseforbund, Per Edgar Kokkvold, forklarte imidlertid i retten at dersom Youngs versjon var korrekt, slik at det som sto i reportasjene var usant, forelå det brudd på de presseetiske reglene. Utvalgets konklusjon, slik Kokkvold refererte det, baserer seg derfor på – uten nærmere drøftelse eller vurdering – at det er Se og Hør som har fortalt sannheten. Lagmannsretten viser videre til at utvalgets vurdering fremstår som temmelig overflatisk, og at den siste reportasjen om den påståtte utroskapen ikke er nevnt eller drøftet. På denne bakgrunn kan lagmannsretten ikke se at de vurderinger og konklusjoner som fremgår av utvalgets avgjørelse kan tillegges vekt i saken (fra dommen).

Schiøtz mener dette viser at "Uttalelser fra PFU har en helt marginal betydning (i domstolene, min anm.). Frifinnelse vil kunne ha betydning fordi det skal mye til at noe er etisk og ulovlig. En fellende uttalelse legger minimale føringer" (Schiøtz, 06.02.07).

⁵¹ Dom i saken er utsatt på grunn av en sykemeldt dommer.

Etikk viktigere rolle

Pressen har vært opptatt av å holde etikk og juss fra hverandre, men mange jurister spør gjerne etter hva pressens egne normer definerer som "god presseskikk" (Raum 1994:144). Advokat Cato Schiøtz understreker at det er de presseetiske reglene som har fått den dominerende plassen i den nye situasjonen med utvidet ytringsfrihet. Han viser til at Strasbourgdomstolen i sin praksis uttrykkelig henviser til "The ethics of journalism" som ett av flere elementer når de skal trekke opp grensen for den lovlige ytring (Schiøtz 2006). Han tror derimot ikke at pressens selvjustisapparat har fått en viktigere posisjon de siste årene, selv om han skulle ønske at det hadde fått det⁵² (Schiøtz, 06.02.07).

Svenske Nils Funcke har i flere år argumentert for at flere presseovertramp bør avgjøres i retten. Pressen tar selvkritikk og lover bedring, men det varer bare noen måneder. Det er ikke nok, mener han. "Detta ekorrhjul gagnas bäst av en säkerställd meddelarfrihet, en aktiv etiskdiskussion på redaktionerna och verkliga batajer i domstol som visar att vi har en levande grundlag" (Funcke 2006:96).

Advokatforeningens Rettsikkerhetsutvalg håper maktforskyvningen fører til at redaksjonelle ombud blir vanlig i norsk presse. De vil at ombudet skal påse at motforestillinger kommer frem når personer omtales med kritisk brodd. Dessuten mener de at en billighetserstatning bør vurderes. Kravet får støtte av advokat Schiøtz: "Det må være et kollektivt ansvar å kompensere ofre for uetisk presse på en annen måte enn ved ord" (Schiøtz 2006). "Det er for mange lik som blir liggende igjen i grøftkantene. Det er et klart behov for forbedringer når det gjelder sanksjoner. Det burde være en form for rimelighetserstatning. Denne bør gjelde hele pressen (VVP) og ikke de lokale reglene" (Schiøtz, 06.02.07). Schiøtz tror husreglene vil ha en effekt selv om de ikke har sanksjoner, og bruker dagens VVP som eksempel. "Husreglene utpensler VVP og er mer detaljerte. VVP er mer skjønnsmessig. Det er all grunn til å hilse slike regler velkommen" (Schiøtz, 06.02.07).

⁵² Men sammenlignet med 20 år tilbake i tid mener han selvjustisapparatet har en viktigere posisjon i dag (Schiøtz 06.02.07).

Den utvidede ytringsfriheten kan også få helt andre konsekvenser, som pressen kanskje har enda større grunn til å frykte. EMK understreker at det er pressens oppgave å formidle andres meninger, og at det er den såkalte originære ytrer (kilden) som må stå ansvarlig for sine uttalelser. Dette er også med på å redusere pressens rettslige ansvar. Men er det etisk forsvarlig? Det endrede rettsbildet kan i sin ytterste konsekvens føre til at kilden blir straffet, mens mediet går fri. Det er en situasjon lederen i Norsk Redaktørforening, Nils E. Øy, er bekymret over (sitert i Dahlstrøm 2003:6).

Saksøkt for egne husregler?

Mange amerikanske mediejurister advarer mot husregler. De frykter mediene kan komme til å oppleve søksmål på bakgrunn av brudd på egne husregler. I kapittelet over kunne vi se at også EMD er opptatt av hva som er "god presseskikk". Kan det dermed være farlig med egne husregler?

Bob Steele har undersøkt om amerikanske advokater er for eller mot etiske regler i journalistikken. Han fant at advokatene i undersøkelsen er enten svært for eller svært mot slike regler. Juristenes hovedargument mot husreglene er at reglene kan bli brukt mot mediet. Mediet kan bli saksøkt og straffet for brudd på sine egne regler. Advokaten George Rahdet er svært skeptisk til husregler.

The articulation of industry-wide codes of good journalism is deadly to the defense of libel suits. A similar risk inheres in a press organization's own code of standards. Nothing is more delicious to a good plaintiff's lawyer than the irony and hypocrisy of a defendant that fails to live up to its own rules (George Rahdet 1990).

Dersom mediene likevel ønsker å lage slike regler, anbefaler de skeptiske juristene å begrense reglene til et absolutt minimum og å unngå absolutte formuleringer (Steele 2003). Advokatene som sier de er for husregler, begrunner dette med at det kan heve den etiske bevisstheten i redaksjonene.

I Norge er dette en ny problemstilling, men Cato Schiøtz ser ikke bort fra at husregler kan bli brukt mot mediet i en eventuell rettssak. Han tror husreglene vil bli tillagt en helt minimal betydning, mindre enn den VVP har i rettssaker i dag. Et mer filosofisk spørsmål vil være om de etiske reglene også setter større krav til det journalistiske håndverket. Uten lov er det heller ikke noe lovbrudd.

Signalene fra EMK går på tilsvarsretten og krav til det journalistiske håndverk. Godt journalistisk håndverk er viktigere i dag enn for 10 år siden. Etikken har fått sterkere betydning etter innføringen av EMK, og vil kunne være et støtteargument i retten. I praksis blir dårlig håndverk kanskje verre dersom man har etiske regler mot det (Schiøtz, 06.02.07).

I Norge vektlegger advokatene som er skeptiske til husregler andre argumenter enn at man kan bli saksøkt for dem. TV2s advokat Theo Jordahl er skeptisk til etableringen av etiske husregler fordi han mener de lokale reglene kan bidra til å skape forvirring rundt hva som egentlig er god presseskikk. "Jeg tror mediene er tjent med at vi har én etikk som gjelder alle. Jeg vil mye heller ha en bred diskusjon rundt fellesreglene og PFUs definisjon av god presseskikk, enn lokale regler der man graver seg ned i sin egen sump" (Jordahl 18.04.07). Ifølge Jordahl er det fare for at husreglene vil ta oppmerksomheten bort fra det kontinuerlige arbeidet med felles etikkregler. Dessuten mener han de lokale reglene kan definere journalistene ut av fellesskapets etiske forpliktelser og resultere i at journalisten i sitt daglige arbeid blir mer fokusert på å følge de lokale reglene enn VVP. Dette var også noe av bakgrunnen for at NRKs husregler nedfelt i Programhåndboken ble gjenstand for en omfattende revisjon i 2004 (Brurås 2006:23f). NRKs advokat Jon Wessel-Aas var en pådriver i prosessen med å slanke reglene.

De gamle programreglene regulerte mye av det samme som VVP. På noen områder var NRKs regler direkte motstridende til VVP. På andre områder var reglene formulert i en annen ordlyd. Journalistene var bundet av begge regelsettene. Dette var lite logisk og bidro til å skape forvirring (Wessel-Aas, 19.04.07).

Han avviser ikke fenomenet interne regler helt, men understreker at disse enten må utdype hvordan det konkrete mediet skal håndtere prinsippene i VVP, eller regulere områder som ikke dekkes av VVP.

Kapittel 8: Oppsummering og konklusjon

Målet med denne oppgaven har vært å studere husreglenes fremvekst, innhold og funksjon. De tre overordnede spørsmålene i oppgaven har vært: Hvor utbredt er etiske husregler i norske nyhetsmedier? Hva handler de etiske husreglene om? Hvilke funksjoner har husreglene? Bakgrunnen for disse spørsmålene var min egen nysgjerrighet omkring husreglenes fremvekst på tross av et tilsynelatende velfungerende felles selvjustissystem.

I denne oppgaven har vi sett at 27 prosent av norske nyhetsmedier har etiske husregler. Det er i hovedsak store papiraviser og riksdekkende medier som har slike regler. Fenomenet husregler oppstod på 1980-tallet og har hatt en jevn økning frem til i dag. Tallene viser at det store flertallet av norske nyhetsmedier ikke har etiske husregler. Det kan være et uttrykk for at de mener VVP er tilstrekkelig. Flere små medier har uttalt at de ikke trenger husregler, fordi de er forsiktige nok i utgangspunktet. Dette vitner om en forståelse av etiske regler som noe som primært handler om å beskytte enkeltpersoner. Analysen av reglenes innhold tyder derimot på at husreglene har et annet fokus.

Oppgaven har tilnærmet seg husreglenes fremvekst og funksjoner fra tre perspektiver: profesjonsperspektivet, biotopperspektivet og strategiperspektivet. Det er naturlig at det er en sammenheng mellom husreglenes innhold og funksjoner. De vanligste momentene i husreglene handler om journalistens forhold til verv/medlemskap, aksjer/økonomiske interesser og sponsing. Det er hovedfokus i en tilsvarende amerikansk undersøkelse også (Steele og Black 1999). Disse temaene faller innenfor kategorien rollenormer i analysen, og handler alle om journalistens integritet. Felles for denne type regler er at de handler om journalistrollen, og trekker grenser for profesjonell, journalistisk atferd (profesjonsperspektivet). Det sterke fokuset på journalistrollen er et interessant funn som kan tyde på at VVP og husreglene har noe forskjellige formål. Denne oppgaven peker på at mens VVP i stor grad er innrettet mot å beskytte enkeltmennesker mot mediene selv, kan det se ut

som om husreglene i større grad skal forme journalisten. Rollenormene er kanskje nøkkelen for å leve opp til det kritiske og avslørende journalistidealet? Det er også fristende å spørre om fokuset på journalistrollen kan skyldes at rollen er utsatt for press.

De fleste husreglene i undersøkelsen er hjemmelagde (ikke basert på en felles mal) og mer detaljerte enn VVP. Biotopperspektivet er en vanlig begrunnelse for husreglene, men det ser likevel ikke ut som om husreglene er spesielt skreddersydd for den enkelte mediebedrift, verken i størrelse eller medietype. Selv om norske husregler bærer lite preg av lokale særegenheter, kan de likevel være preget av en konform presseideologisk grobunn i den norske biotopen. De kan også være et uttrykk for en utbredt oppfatning om at "slike regler bør vi ha", og dermed representere en motebiotop.

I oppgaven har vi sett at det kan være ulike motivasjoner som ligger til grunn for husreglene. Det er mye som tyder på at reglene vokser frem innenfra, og ikke primært på grunn av kritikk utenfra. Utgangspunktet kan være en bestemt situasjon eller diskusjon internt i redaksjonen. Det kan også være et ønske om å skriftliggjøre "det som sitter i veggene". Dagens Næringslivs regler er et eksempel på regler som vokser frem i etterkant av kritikk utenfra. Fremveksten av husreglene kan som vi har sett også ha et element av mote og politisk korrekthet ved seg.

Det er en velkjent påstand at presseetiske regler kan ses som et ledd i pressebransjens pr-virksomhet. Dette motivet er grunnleggende i strategiperspektivet, som legger vekt på at husreglene kan virke innbringende på flere måter. Strategiperspektivet får betydelig støtte i denne undersøkelsen. Vi har sett at reglene kan ha noe ulike formål, men den viktigste oppgaven synes å være å skape troverdighet. I husreglene heter det ofte at reglene skal bidra til at mediet oppleves som troverdig og redelig av leserne. Rasmussen etterlater den strategiske jakten på troverdighet liten ære:

Troverdighet er ikke det samme som å si sannheten, ikke det samme som å være ærlig. Troverdighet er ingen dyd, men en måte å presentere seg på, en rolle som skal åpne øyne og ører for det som meddeles. Hvorvidt troverdigheten lykkes, er bare publikum dommer over (Rasmussen 2004:65).

Jakten på troverdighet bygger på oppfatningen om at tillit er en grunnleggende forutsetning for journalistikken. Andrew Lunas utgangspunkt er at etiske nyheter er lønnsomt. Hans modell springer ut fra tanken om at annonsørene ønsker å kjøpe et publikum, som på sin side ønsker etiske nyheter. Uetisk oppførsel kan dermed føre til at mediet mister publikum og dermed annonsører også (Luna 1995).

Men dersom husreglene skal fungere som et troverdighetsverktøy, er det et stort paradoks at det er så liten åpenhet rundt reglene. Pressens insisterer på offentlighet for alle bransjer, men flere mediebedrifter kaller samtidig sine egne etiske regler bedriftshemmeligheter. Dersom reglene skal bidra til å styrke troverdigheten; hvordan skal publikum kunne vurdere hvorvidt troverdigheten lykkes når reglene er hemmelige? Kan hemmeligholdet skyldes frykt for at mediet må stå til ansvar for eget regelverk?

I arbeidet med denne oppgaven har spørsmålet om hvordan etiske regler påvirker den praktiske journalistikken, kvernet i bakhodet mitt. Dette har vist seg å være et for omfattende spørsmål å svare på i denne oppgaven. Kanskje det ikke engang lar seg belyse ved hjelp av ordinære metoder? Oppgaven har likevel vist at husreglenes funksjoner er langt mer sammensatte enn bare å fremme den rette journalistiske oppførselen. Ambisjonene om etisk oppførsel er så godt som fraværende i husreglenes egne begrunnelser. Et raskt blikk på de tre siste årenes PFU-statistikk viser at alle mediene som troner på fellingstoppen, med unntak av Bergensavisen, har etiske husregler. Dagbladet og Dagbladet.no har blitt felt ti ganger, Bergensavisen syv ganger, Dagens Næringsliv fire ganger (pluss én kritikk) og Agderposten har blitt felt fire ganger. Det bekrefter den i og for seg opplagte innsikten at husreglenes eksistens ikke gir noen målbar garanti for at husets ansatte arbeider i samsvar med PFUs definisjon av god presseskikk.

Karen Sanders understreker at all verdens regler ikke er noen garanti for at vi oppfører oss riktig. Dyd og praktisk visdom er nødvendig (Sanders 2003:49).

Journalist Kristin Aalen i Stavanger Aftenblad sier det slik:

Jeg tror etikken læres best gjennom at redaktøren bevisstgjør sine medarbeidere. Ledelsen må jevnlig holde øye med produktet som kommer ut og evaluere det. Ikke minst når man gjør feil. Da må vi snakke om hva som gikk galt og hvorfor det var galt. Det lærer man av (Aalen, 14.09.06).

Det ene trenger ikke utelukke det andre. Å snakke ut om det som gikk galt kan gis en allmenn og varig verdi ved at erfaringen utkrystalliseres i skrevne ord. Det kan være en fruktbar vekselvirkning mellom situasjonsetikkens muntlige, flyktige form og husreglenes gjennomarbeidede og varige verdi. I Romerikes Blad sier de at selve prosessen med å lage reglene er viktigere enn det endelige produktet. Flere av journalistene i Stavanger Aftenblad trekker også frem prosessen den gangen de jobbet med husreglene som noe positivt. Vi har sett at det er delte meninger om de etiske husreglene. De etiske prosessene og diskusjonene derimot, er det ingen som er motstandere av. Dersom ambisjonen er å fremstå som troverdig handler den største utfordringen kanskje mer om å finne tid og rom for den etiske prosessen enn å sette opp en liste etiske husregler.⁵³

⁵³ I stedet for et eget kapittel om videre forskning vil jeg her peke på fire områder det ville være naturlig å gå videre med i forlengelsen av denne oppgaven: 1) Denne oppgaven har hatt husreglene i fokus. Med dette et slikt bakteppe kunne det vært interessant bruke mer tid på å sammenligne innholdet i husreglene med VVP på konkrete punkt. 2) Det trengs mer forskning på prosessen og motivasjonen som ligger til grunn for de etiske husreglene. Her kunne det være mulig å videreutvikle mine tre fremvekstperspektiver. 3) Det ville også vært av stor interesse å studere i hvilken grad teoretiske regler påvirker journalistens atferd. Dette ville vært en naturlig del av en større undersøkelse av flere faktorer som kan gi en pekepinn på i hvilken grad journalisten handler som en programmert eller fri aktør. 4) En fjerde mulighet for videre forskning kunne være å gjøre en komparativ undersøkelse av husreglene i utvalgte land.

APPENDIX:

LITTERATURLISTE

- Alm, Kristian (2006) "Når etikk blir til regler" kommentar i Aftenposten 25.04.06.
- Andersson, Janne (2006) "Allmänheten behöver en Medieombudsman" i Peterson, Olof (red.) *Medieetikk under debatt*. Stockholm: SNS Förlag, s.55-59.
- Bech-Karlsen, Jo (1996): *Ubehaget i journalistikken*. Oslo: Forlaget Forum.
- Belsey, Andrew og Ruth Chadwick (1992) *Ethical Issues in Journalism and the Media*, London og New York: Routledge.
- Berry, David (ed.) (2000) *Ethics and Media Culture. Practices and Representations*, Oxford: Focal Press.
- Bertrand, Claude-Jean (2000) *Media Ethics & Accountability System*, New Brunswick/London: Transaction Publishers.
- Bjerke, Paul (2005) "Det etiske tomrom i PFU" i Norsk Medietidsskrift 4/05. Oslo: Universitetsforlaget.
- Brurås, Svein (2006) *Etikk for journalister* (3.utg). Bergen: Fagbokforlaget.
- Dahlstrøm, Hilde Kristin (2003) *Lokaljournalistens etiske valg*, semesteroppgave i journalistikk, Høgskolen i Oslo.
- Ekström, Mats og Stig Arne Nohrstedt (1996): *Journalistikens etiska problem*. Stockholm: Rabén Prisma.
- Estmer, Pia (2004) "Så ska förtroendet återvinnas" i Pressens Tidning.
- Fremo, Skjalg (1994) *Presseskikk*, Fredrikstad: Institutt for journalistikk.
- Frost, Chris (2000) *Media ethics and self regulation*, Harlow: Longman.
- Funcke, Nils (2006) "Journalistiken, etiken och juridiken" i Peterson, Olof (red.) *Medieetikk under debatt*. Stockholm: SNS Förlag, s.85-96.
- Gentikow, Barbara (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*, Kristiansand: IJ-forlaget.
- Harcup, Tony (2007) *The ethical journalist*, London: Sage Publications.
- Henriksen, Jan-Olav og Arne Johan Vetlesen (2000) *Nærhet og distanse. Grunnlag, verdier og etiske teorier i arbeid med mennesker*, Oslo: Gyldendal.
- Johannesen, Richard L. (1988) "What Should We Teach About Formal Codes of Communication Ethics?" i *Journal of Mass Media Ethics* Vol.3 No.1, 59-64.

- Jordahl, Theo (2005) "En mer regelstyrt VVP?" i *Årbok for Norsk Redaktørforening* 2005.
- Journalisten 20/2006 (om BT leserombud).
- Kasoma, Francis (1994) "An introduction to journalism ethical reasoning in Africa" i Francis Kasoma (red) *Journalism ethics in Africa* Nairobi: Acce.
- Krogh, Torbjörn von (2006) "Från Machiavelli till MAS" i Peterson, Olof (red.) *Medieetikk under debatt*. Stockholm: SNS Förlag, 97-115.
- Kruuse, Helle Nissen (1991): *Etik i journalistik*, Århus: Forlaget Åjour.
- Kruuse, Helle Nissen (2006) "Internets utmaningar" i Peterson, Olof (red.) *Medieetikk under debatt*. Stockholm: SNS Förlag, 263-276.
- Krüger, Franz (2004) *Black, white and grey. Ethics in south African journalism*, Cape Town: Double Storey Books.
- Lindholm, Magne (2006) "Profesjonsetikk og allmenn etikk" i *Norsk Medietidsskrift* nr2/2006, Oslo: Universitetsforlaget.
- Luna, Andrew (1995) "An Economic Philosophy for Mass Media Ethics", i *Journal of Mass Media Ethics*, University of Alabama.
- Melnæs, Håvard (2007) *En helt vanlig dag på jobben: Se og Hør fra innsiden*. Oslo: Kagge.
- Nordenstreng, Kaarle og Ari Heinonen (2006) "Finland: högsesong för självregulering" i Peterson, Olof (red.) *Medieetikk under debatt*. Stockholm: SNS Förlag, 277-288.
- NOU 1996:12, *Medieombud*.
- NR dokumentasjon (1993) *Til deg som arbeider med husregler for etikk og integritet i redaksjonen*, Norsk Redaktørforening: Oslo.
- Oltedal, Audgunn (2001): *Den myndige journalisten*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Olsen, Gunhild Ring (2004) *Vikarkarusellen. Om hvordan vikarers arbeidsforhold utfordrer den klassiske journalistrollen*. Hovedoppgave, Universitetet i Oslo.
- Omdal, Sven Egil (1997) *NR-informasjon* (nr.5), Oslo: Norsk Redaktørforening.
- Ottosen, Rune (2004) *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Rasmussen, Terje (2001) *Mediesamfunnets moral*. Oslo: Pax forlag.
- Rasmussen, Terje (2002) *Nettmedier: journalistikk og medier på internett*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Rasmussen, Terje (2004) *Mektig og aktoverdige: betraktninger om journalistikkens legitimitet*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Rønning, Helge (2002) *Media ethics. An introduction and overview*. Maputo: Nordic SADC Journalism Centre.

- Røssland, Lars Arve (1999) *Presseskikkens samtale*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Raaum, Odd (1986) *Pressens tøyelige etikk. Journalisters yrkesmoral og selvjusit*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Raaum, Odd (1999) *Pressen er løs! Fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Raaum, Odd (2003) *Dressur i pressen. Selvjusit i et internasjonalt perspektiv*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Raaum, Odd (2006) "...too idiosyncratic" i Peterson, Olof (red.) *Medieetikk under debatt*. Stockholm: SNS Förlag, 289-299.
- Sanders, Karen (2003) *Ethics & Journalism*, London: SAGE Publications.
- Se og Hør-dommen (2006), saksnummer 05-030723ASI-BORG/02.
- Schei Mentzoni, Håkon og Schiøtz, Cato (2006) "Når pressen tester grenser", kronikk i Aftenposten 23.04.06.
- Schiøtz, Cato (2006) "Noen kjetterske presseetikk-tanker" i *Årbok for Norsk Redaktørforening* 2006.
- Steele, Robert og Jay Black (1999) "Media Ethics Codes and Beyond" i *Global Issues*, April 2001.
- Voakes, Paul S. (1997) "Social Influences on Journalists' Decision Making in Ethical Situations" i *Journal of Mass Media Ethics* 1997, Vol 12, number 1, pp 18-35.
- Vær Varsom Plakaten (2006).
- Wyller, Truls (1996) *Etikkens historie*, Oslo: Cappelen Akademisk Forlag as.
- www.medienorge.uib.no.
- Yngvesson, Susanne Wigorts (2006a) *Den moraliske journalisten – en analys av yrkesetikk, ideal och dygder*. Universitetstryckeriet, Uppsala.
- Yngvesson, Susanne Wigorts (2006b) "Makt att ta moraliskt ansvar" i Peterson, Olof (red.) *Medieetikk under debatt*. Stockholm: SNS Förlag, 251-262.
- Østnor, Lars og Nils Terje Lunde (1998) *Hva vil nyhetsmediene? Søkelys på nyhetsmedienes etiske målsetting*. Oslo: Universitetsforlaget.

Referanser fra internett:

- Angelshaug, Terje (2006) "Et hull i BT-muren", Tilgjengelig: "<http://voxpública.no/2006/11/et-hull-i-bt-muren/>" [2007, 24.feb.].
- Austenå, Ann-Magrit (2003) intervjuet av Journalisten.no (16.01.01), "Mener lokalt og nasjonalt eierskap henger sammen", Tilgjengelig:

"<http://www.journalisten.no/arkiv.asp?GUID=C8D8D251-BBE8-4BDA-BE16-EB24067F52E3>" [2007, 24.feb.].

- Bodahl-Johansen, Gunnar (2001) intervjuet av Journalisten.no (20.06.01), "Pressens styrke er et felles, etisk regelverk", Tilgjengelig: "<http://www.journalisten.no/arkiv.asp?GUID=BF660982-73B3-4844-A2CB-0B0380A75C7B>" [2007, 24.feb.].
- Brurås, Svein (2001) intervjuet av Journalisten.no (07.12.01), "Integritet og uavhengighet mer enn bare festtaler", Tilgjengelig: "<http://www.journalisten.no/artikkel.asp?GUID={60D38C07-B94C-408F-A769-A7F7F6577887}&kategoriID=9&temaID=236>" [2005, 25.oktober].
- Coca, César (1997) "Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español", Tilgjengelig: "www.ehu.es/zer/zer2/8artcoca.html" [2007, 24.feb.].
- Dagbladets husregler, Tilgjengelig: "<http://www.dagbladet.no/info/husregler.html>" [2007, 2.april].
- Dagbladets rapport om dekningen av Tønne-saken, Tilgjengelig: "<http://www.dagbladet.no/download/tonne-rapport.doc>" [2007, 24.feb.].
- Haugsgjerd, Hilde (2003) intervjuet av Journalisten.no (16.01.03) "Pressen er selvkritisk nok, mener redaktører", Tilgjengelig: "<http://www.journalisten.no/arkiv.asp?GUID=8930D48B-6788-4AE4-BC9B-B80F48D302EF>", [2007, 24.feb.].
- Independent Press Councils (IPC) Tilgjengelig: "<http://www.media-accountability.org>" [2007, 24.feb.].
- Jebens, Sverre Erik (2006) Kronikk i Aftenposten (20.11.06), Tilgjengelig: "www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article1538322.ece" [2007, 27.mars].
- Kokkvold, Per Edgar (2007) intervjuet av VG Nett (10.01.07) "Journalist får Thommesen-forbud", Tilgjengelig: "<http://vg.no/pub/vgart.hbs?artid=165179>" [2007, 20. april].
- Kokkvold, Per Edgar (2007) intervjuet av Aftenposten (10.02.07) "Vil forhindre tystertips", Tilgjengelig: "<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article1636381.ece>" [2007, 20.april].
- Leonardi, Danilo A. (2004) "Self-regulation and the print media: codes and analysis of codes in use by press councils in the countries of the EU", Tilgjengelig: "www.selfregulation.info/iapcoda/0405-press-report-dl.html" [2007, 24.feb.].
- Norsk Journalistlags etikkutvalg (1992) "Utkast til etiske husregler", Tilgjengelig: "<http://www.nj.no/Lokallag/Oslo/OJVeiviseren>" [2007, 24.feb.].
- Norsk Journalistlags program 2005 – 2007 (28.04.05), Tilgjengelig: "http://www.nj.no/Om_NJ/Programmer/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=3859" [2007, 2.april].

- Rahdert, George (1990) "Written rules can be hazardous", Tilgjengelig: ["http://www.journalism.indiana.edu/gallery/Ethics/writrules.html"](http://www.journalism.indiana.edu/gallery/Ethics/writrules.html) [2007, 24.feb.].
- Rettssikkerhetsutvalget, Den Norske Advokatforening (2004) "Rett og Rettferdighet", Tilgjengelig: ["http://www.jus.no/asset/32425/2/32425_2.pdf"](http://www.jus.no/asset/32425/2/32425_2.pdf) [2007, 24. feb.].
- "Skal vurdere etikkplakater" (23.03.07), Tilgjengelig: ["www.kampanje.com/medier/article54430.ece"](http://www.kampanje.com/medier/article54430.ece), [2007, 2.april].
- Steele, Bob (2003) "Ethics Codes: The Lawyers` Take", Tilgjengelig: ["http://poynteronline.org/column.asp?id=36&aid=18920"](http://poynteronline.org/column.asp?id=36&aid=18920) [2007, 24.feb.].
- Storberget, Knut (2007), (publisert, 12.02.07) "Det norske tystersamfunnet", Tilgjengelig: ["www.nrk.no/programmer/tv/redaksjonen/5835345.html"](http://www.nrk.no/programmer/tv/redaksjonen/5835345.html) [2007, 24.feb.].
- "Tønsbergs Blad vant over staten" (publisert 01.03.07) Tilgjengelig: ["www.tb.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20070301/NYHETER/70301003/1085/AT"](http://www.tb.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20070301/NYHETER/70301003/1085/AT) [2007, 27.mars].
- VGs husregler "Trafikkregler for redaksjonen i VG", Tilgjengelig: ["http://vginfo.vg.no/filer/2006/etikk_i_vg_35.pdf"](http://vginfo.vg.no/filer/2006/etikk_i_vg_35.pdf), [2007, 2.april].

Muntlige kilder:

- Arnøy, Kari – nett/radio og vaktsjef i Stavanger Aftenblad (intervju, 14.09.06).
- Ann-Magrit Austenå – leder i Norsk Journalistlag (telefonsamtale 09.04.07).
- Hansen, Lars M. J. – leder for etikkomiteen i Romerike Blad (intervju, 09.11.06).
- Jordahl, Theo – advokat i TV 2 (telefonsamtale 18.04.07).
- Lindbo, Frode – sportsjournalist i Stavanger Aftenblad (intervju, 14.09.06).
- Olsson, Arild Inge – deskjournalist i Stavanger Aftenblad (intervju, 14.09.06).
- Schiøtz, Cato – advokat med pressejuss som spesialfelt (intervju, 06.02.07).
- Soltvedt, Willy – økonomi/næringslivsjournalist i Stavanger Aftenblad (intervju, 14.09.06).
- Wessel-Aas, Jon – advokat i NRK (telefonsamtale 19.04.07).
- Woje, Thor – redaktør i Romerike Blad (intervju, 09.11.06).
- Øy, Nils E. – generalsekretær i Norsk Redaktørforening (telefonsamtale 09.04.07).
- Aalen, Kristin – kulturjournalist i Stavanger Aftenblad (intervju, 14.09.06).

VEDLEGG 1: Statistikk med svar

Oppringt i uke 8, 22, 23, 25 og 40

	Medium	Opplag 1 (u.10.000) 2 (o.10.000)	Husregler? 1 = nei 2 = ja	Fra når?	Mottatt?
1	Adresseavisen	2	2	1996	Mottatt
2	Aftenposten	2	2	1995	Mottatt
3	Agder	1	1	-	-
4	Agderposten	2	2	1999	Mottatt
5	Akers Avis/Groruddalen	2	1	-	-
6	Akershus Amtstidende	1	2	1994	-
7	Altaposten	1	1	-	-
8	Andøyposten	1	1	-	-
9	Asker og Bærums Budstikke	2	2	1992	Mottatt
10	Askøyværingen	1	2	1998	Mottatt
11	Assu	1	Ikke svar	-	-
12	Aura Avis	1	1	-	-
13	Aust Agder Blad	1	1	-	-
14	Avisa Nordland	2	1	-	-
15	Bergens Tidende	2	2	1989	Mottatt
16	Bergensavisen	2	1	-	-
17	Birkenes-Avisa	1	1	-	-
18	Bladet Vesterålen	2	1	-	-
19	Brønnøysunds Avis	1	1	-	-
20	Bygdanytt	1	1	-	-
21	Bygdaposten for Hjelmeland	1	1	-	-
22	Bygdebladet	1	1	-	-
23	Bygdebladet (Randaberg og Rennesøy)	1	1	-	-
24	Bygdeposten	1	1	-	-
25	Bø Blad	1	1	-	-
26	Bømlo-Nytt	1	1	-	-
27	Dag og Tid	1	1	-	-
28	Dagbladet	2	2	-	-
29	Dagen	1	1	-	-
30	Dagens Næringsliv	2	2	2003	Mottatt
31	Dagsavisen	2	1	-	-
32	Dalane Tidende	1	1	-	-
33	Demokraten	2	1	-	-
34	Drangedalsposten	1	1	-	-
35	Drammens Tidende	2	2	1998	Mottatt
36	Driva	1	1	-	-
37	Dølen	1	1	-	-
38	Eidsvold Blad/Ullensaker Blad	1	1	-	-
39	Eikeravisa/Egeren	1	1	-	-
40	Enebakk Avis	1	1	-	-

41	Fanaposten	1	2	1998	Mottatt
42	Farsunds Avis	1	1	-	-
43	Finansavisen	2	2	1993-4	får ikke
44	Finnmark Dagblad	1	1	-	-
45	Finmarken	1	1	-	-
46	Finnmarksposten	1	1	-	-
47	Firda	2	1	-	-
48	Firda Tiend	1	1	-	-
49	Firdaposten	1	1	-	-
50	Fiskaren	1	2	-	Mottatt
51	Fjell-Ljom	1	1	-	-
52	Fjordabladet	1	1	-	-
53	Fjordenes Tidende	1	1	-	Jobber med regler (2005)
54	Fjordingen	1	1	-	-
55	Fjuken	1	1	-	-
56	Folldals Marked	1	1	-	-
57	Fosna-Folket	1	1	-	-
58	Framtid i Nord	1	1	-	-
59	Fredrikstad Blad	2	1	-	-
60	Fremover	1	2	2003	-
61	Frostingen	1	1	-	-
62	Fædrelandsvennen	2	2	2003	Mottatt
63	Gaula	1	1	-	-
64	Gjengangeren	1	1	-	-
65	Gjesdalbuen	1	1	-	-
66	Glåmdalen	2	1	-	-
67	Grannar	1	1	-	-
68	Grenda	1	1	-	-
69	Grimstad Adressetidende	1	1	-	-
70	Gudbrandsdølen Dagingen	2	1	-	-
71	Hadeland	1	2	2004	Mottatt
72	Halden Arbeiderblad	1	1	-	-
73	Halden Dagblad (gratisavis)	2	1	-	-
74	Hallingdølen	2	2	1995	Mottatt
75	Hamar Arbeiderblad	2	2	2000	Mottatt
76	Hamar Dagblad	1	2	1999	-
77	Haramsnytt	1	1	-	-
78	Hardanger Folkeblad	1	1	-	-
79	Harstad Tidende	2	1	-	-
80	Haugesunds Avis	2	2	1995	-
81	Helgeland Arbeiderblad	1	2	-	-
82	Helgelands Blad	1	1	-	-
83	Hitra-Frøya	1	2	1995	Mottatt
84	Hordaland	1	1	-	-
85	Hordaland Folkeblad	1	1	-	-
86	Høvågavisa	1	1	-	-
87	Indre Akershus Blad	1	2	2004	Mottatt
88	Innhereds Folkeblad og Verdalingen	1	2	2002	Mottatt

89	Inderøyningen	1	1	-	-
90	Jarlsberg Avis	1	1	-	-
91	Jærbladet	2	1	-	-
92	Kanalen	1	1	-	-
93	Karmøybladet	2	1	-	-
94	Kragerø Blad Vestmar	1	2	2003	-
95	Kragerø Avis	1	1	-	-
96	Kvinnheringen	1	1	-	-
97	Levanger-Avisa	1	1	-	-
98	Lierposten	1	1	-	-
99	Lillesands-Posten	1	1	-	-
100	Lindesnes	1	1	-	-
101	Lofotposten	1	1	-	-
102	Lofot-Tidende	1	1	-	-
103	Lokalavisa Nordsalten	1	1	-	-
104	Lokalavisen Øyene	1	1	-	-
105	Laagendalsposten	2	2	1999	Mottatt
106	Magazinet	1	1	-	-
107	Malvik-Bladet	1	1	-	-
108	Marsteinen	1	1	-	-
109	Meløyavisa	1	1	-	-
110	Meråkerposten	1	1	-	-
111	Min Aigi	1	1	-	-
112	Morgenbladet	1	1	-	-
113	Moss Avis	2	2	1995	Mottatt
114	Moss Dagblad	1	1	-	-
115	Møre	1	1	-	-
116	Møre-Nytt	1	1	-	-
117	Namdalsavisa	2	2	2003	-
118	Nationen	2	1	-	-
119	Nordhordland	1	1	-	-
120	Nordlys	2	2	-	-
121	Nordstrands Blad	1	1	-	-
122	Nordvest-Nytt	1	1	-	-
123	Norge I DAG	2	1	-	-
124	Nye Troms	1	2	1974	-
125	Nynorsk Pressekontor	-	1	-	-
126	Opdalingen	1	1	-	-
127	OPP	1	1	-	-
128	Oppland Arbeiderblad	2	2	2004	Mottatt
129	Os og Fusaposten	1	1	-	-
130	Ostringen	1	2	-	-
131	Porsgrunns Dagblad	1	1	-	-
132	Rakkestad Avis	1	1	-	-
133	Rakkestad Bygdeblad	1	2	2002	-
134	Rana Blad	2	1	-	-
135	Raumnes	1	1	-	-
136	Ringerikes Blad	2	1	-	-
137	Ringsaker Blad	1	1	-	-
138	Rjukan Arbeiderblad	1	1	-	-

139	Rogalands Avis	2	1	-	-
140	Romerikes Blad	2	1	-	-
141	Romsdals Budstikke	2	2	2000	-
142	Ryfylke	1	1	-	-
143	Røyken og Hurums Avis	1	1	-	-
144	Sagat	1	1	-	-
145	Saltenposten	1	1	-	-
146	Samningen	1	1	-	-
147	Sande Avis	1	2	1995	-
148	Sandefjords Blad	1	2	1982	-
149	Sandesposten	1	1	-	-
150	Sarpsborg Arbeiderblad	2	2	80-tallet	Mottatt
151	Selbyggen	1	1	-	-
152	Setesdølen	1	1	-	-
153	Sirdølen	1	1	-	-
154	Smaalenenes Avis	2	2	2000	-
155	Snåsing	1	1	-	-
156	Sogn Avis	2	1	-	-
157	Solabladet	1	1	-	-
158	Stavanger Aftenblad	2	2	1995	Mottatt
159	Steinkjer-Avisa	1	1	-	-
160	Stjørdalens Blad	1	1	-	-
161	Storfjordnytt	1	1	-	-
162	Strandbuen	1	2	2000	Mottatt
163	Strilen	1	2	-	-
164	Sulaposten	1	1	-	-
165	Suldalsposten	1	1	-	-
166	Sunnhordland	1	1	-	-
167	Sunnmøringen	1	1	-	-
168	Sunnmørsposten	2	2	1992	Mottatt
169	Svalbardposten	1	1	-	-
170	Svelviksposten	1	2	2005	-
171	Sydvesten	1	2	2004	Mottatt
172	Sykkylvsbaldet	1	1	-	-
173	Synste Møre	1	1	-	-
174	Søgne og Sogndalen Budstikke	1	2	2005	-
175	Sør-Trøndelag	1	1	-	-
176	Sør-Varanger Avis	1	1	-	-
177	Søvesten	1	1	-	-
178	Telemarksavisa	2	2	-	-
179	Telen	1	2	-	-
180	Tidens Krav	2	2	1999	-
181	Troms Folkeblad	1	1	-	-
182	Tromsø	2	1	-	-
183	Trønder-Avisa	2	1	-	-
184	Trønderbladet	1	1	-	-
185	Tvedestrandsposten	1	1	-	-
186	Tysnes	1	1	-	-
187	Tysvær Bygdeblad	1	1	-	-
188	Tønsbergs Blad	2	1	-	-

189	Ullern Avis Akersposten	1	1	-	-
190	Vaksdalposten	1	1	-	-
191	Valdres	1	2	1999	Mottatt
192	Varden	2	2	2004	Mottatt
193	Varingen	1	1	-	-
194	Vennesla Tidende	1	1	-	-
195	Verdens Gang	2	2	1994	Mottatt
196	Vestavind	1	1	-	-
197	Vesteraalens Avis	1	1	-	-
198	Vestlandsnytt	1	1	-	-
199	Vestnes Avis	1	1	-	-
200	VestNytt	1	1	-	-
201	Vest-Telemark Blad	1	1	-	-
202	Vigga	1	1	-	-
203	Vikebladet Vestposten	1	2	1994/5	-
204	Vårt Land	2	2	1996	Mottatt
205	Ytre Sogn Avis	1	1	-	-
206	Ytringen	1	2	1985	-
207	Øksnesavisa	1	1	-	-
208	Østerdølen	1	1	-	-
209	Østhavet	1	1	-	-
210	Østlandets Blad	2	2	1998	Mottatt
211	Østlands-Posten	2	1	-	-
212	Østlendingen	2	2	2001	-
213	Øyavis	1	1	-	-
214	Øy-Blikk	1	1	-	-
215	Øyposten	1	1	-	-
216	Åndalsnes Avis	1	2	2004	Mottatt

Lokal-TV

217	TV Budstikka (ABTV)	1	
218	TVA	1	
219	TV Drammen	1	Samme som DT
220	TV Follo	2	Mottatt
221	TV Haugaland AS	1	
222	TV Hordaland AS	2	Samme som BT
223	TV Hålogaland	1	
224	TV Innlandet	1	
225	TV Nord	1	
226	TV Nordland AS	1	Strategiplan
227	TV Nord-Trøndelag AS	2	Mottatt
228	TV Nordvest	1	
229	TV Østfold	1	
230	TV Romerike	1	
231	TV Sunnmøre	1	
232	TV Sør AS	2	Samme som FVN
233	TV Telemark AS	1	
234	TV Tromsø AS	2, 2003	
235	TV Trøndelag AS	1	

236	TV Vest AS	1	
237	TV Vestfold AS	1	
238	TV Norge Oslo	1	
239	TV 2	2, 2000	Mottatt
240	NRK	2	Mottatt (samme som radio)

Radiokanaler

241	P4	2, 1993	Mottatt
242	Kanal 24	2	
243	NRK-radio	2	Mottatt (samme som tv)

244	FM1 (lager Dagens Nyheter)/RB-TV	1	
245	P5 Aust Agder (Agderposten)	2, felles med avis/tv*	*nei- reglene er bare for avis! (Agderposten)
246	Kanal 1 Buskerud	1	Samme som DT
247	Radio Hallingdal	1	
248	Radio R-35	1	
249	Kautokeino Nærradio (samiske nyheter for P4/Kanal 24)	1	
250	Radio Alta (Altaposten)	1	
251	Radio Nordkapp	1	
252	Exact (Hamar Arb.Bl)	1	
253	P5 Solungen (Østlendingen)	1	
254	Radio Kongsvinger	1	
255	Kystradioen	1	
256	Radio Folgefonn	2	
257	Radio Sotra	1	
258	Studentradioen i Bergen	1	
259	1 FM Kristiansund	2 minst syv år gamle	Vil ikke utlevere
260	1 FM Molde	1	
261	Radio Rauma	-	
262	Radio Storfjord	2, 1992	
263	Radio Ålesund	1	
264	Radio 3 Bodø	1	
265	Radio 3 Rana	1	
266	Radio Helgeland	1	
267	Radio Lødingen	-	
268	Nærkanalen	-	
269	Radio Salten (Salttenposten)	1	
270	Radio Sør-Helgeland	1	
271	Radio Tri	2	
272	Ottadalsradioen	-	
273	Norrdals-radioen	1	
274	Radio Randsfjord	1	
275	Radio Toten	1	
276	Radio 1 Oslo (alle Radio1-bulletiner)	1	
277	Radio Latin Amerika	-	
278	Radio Nova	1	

279	radiOrakel	2	
280	Tellus Radio	-	
281	Ekko Radio	1	
282	Jærradioen	1	
283	Radio 102	2, 2004	Vil ikke utlevere disse "et internt arbeidsdokument"
284	Radio Haugaland	1	
285	Stavanger Studentradio	1	
286	Pvest	1	
287	Nea Radio	1	
288	Radio Adressa (Adressa)	2	Samme som Adresseavisen
289	Radio Sentrum Trondheim	1	
290	Studentradioen i Trondheim	1	
291	Radio Grenland (Telemarks Avis)	1	
292	Radio Tromsø	1	
293	Radio Kristiansand (eies av Fævennen)	1	
294	Radio Loland	2, 2001	Mottatt
295	Radio Søgne (eies av Fæv)	2, 1999	
296	Radio Sandefjord	1	
297	Radio Tønsberg	1	
298	Radio Sarpsborg (sarpsb arb.bl)	1	
299	Radio Fredrikstad	1	
300	Radio Moss (Moss Avis eier)	1	
301	Radio Øst	1	

VEDLEGG 2: Kodeskjema for analyse av husreglene

<i>BAKGRUNN:</i>
1) MEDIUM (hovedvekt)
avis – 1
tv – 2
Radio – 3
Mediehus – 4
2) STØRRELSE
Opplag under 10.000/lokalradio-tv – 1
Opplag over 10.000/riksdekkende radio-tv – 2
3) TYPE REGLER
Egne – 1
Basert på NJs mal – 2
Kommentarer flettet inn i VVP – 3
Vanskelige saker – 4
Språkregler – 5
4) HVEM HENVENDER REGLENE SEG TIL?
Internt notat – 1
Den enkelte journalist– 2 (du-form)
Festskrift "dette er oss" – 3 ("vi skal", "redaksjonelle medarbeidere skal")
5) REGLER TILPASSET MEDIETYPE?
Ja – 1
Nei – 0
6) SIER REGLENE NOE OM MULIGE SANKSJONER MOT JOURNALISTENE?
Ja – 1
Nei – 0
<i>INNHold:</i>
TYPE REGLER: ja=1, nei=0
a) PRODUKTNORMER/INNHold
7) Sannhetsgehalt
8) Enkilejournalistikk (innholdsnorm fordi innholdet blir mangelfullt)

9) Upartiskhet/balanse (samtidig imøtegåelse)
10) Identifisering (bruk av navn og bilde)
11) Forhåndsdomming
12) Privatlivsfred
13) Hensyn til barn
14) Presentasjon, omfang og språk
15) Bruk av bilder og arkivbilder
16) Retting av feil
b) METODENORMER
17) Fordekte metoder
18) Anonyme kilder
19) Kildekritikk
20) Kildenes rettigheter
21) Politiet som kilde
22) Håndtering av upublisert materiale
c) ROLLENORMER
23) Plagiering
24) Tekstreklame
25) Aksjer og økonomiske interesser
26) Verv/medlemskap
27) Underskriftskampanjer og aksjoner
28) Oppførsel på oppdrag/bekledning
29) Sponsing (av f.eks. reiser)
30) Forbud mot gaver
31) Ikke utnytte yrket til privat fordel/personlig vinning

VEDLEGG 3: Når er husreglene fra?

1974: Nye Troms

1982 Sandefjords Blad, Sarpsborg Arbeiderblad (80-tallet)

1985 Ytringen

1989 Bergens Tidende

1990

1991

1992 NTB, Asker og Bærums Budstikke, Sunnmørsposten, Radio Storfjord

1993 Finansavisen, P4

1994 Verdens Gang, Vikebladet Vestposten

1995 Aftenposten, Hallingdølen, Haugesunds Avis, Hitra-Frøya, Moss Avis, Sande Avis, Stavanger Aftenblad

1996 Adresseavisen, Vårt Land

1997

1998 Askøyværingen, Drammens Tidende, Fanaposten, Østlandets Blad

1999 Agderposten, Hamar Dagblad, Laagendalsposten, Tidens Krav, Valdres, Radio Søgne

2000 Hamar Arbeiderblad, Romsdals Budstikke, Smaalenenes Avis, Strandbuen, TV2

2001 Østlendingen, Radio Lolland

2002 Innhereds Folkeblad og Verdalingen, Rakkestad Bygdeblad,

2003 Dagens Næringsliv, Fremover, Fædrelandsvennen, Kragerø Blad Vestmar, Namdalsavisa, TV Tromsø

2004 Hadeland, Indre Akershus Blad, Oppland Arbeiderblad, Sydvesten, Åndalsnes Avis, Radio 102

2005 Svelviksposten, Søgne og Songdalen Budstikke

VEDLEGG 4: NJs utkast til etiske husregler

NJs utkast til etiske husregler
(Utarbeidet av NJs etikktvalg 1992)

Mediene setter dagsorden. Dette stille store krav til prioritering av saker og kritisk vurdering av kilder. Arbeidet vi gjør skal være grundig og troverdig. Vi skal alltid søke sannheten og presentere den uten hensyn til utenforliggende interesser. Journalistenes holdning skal være kritisk. Journalistene skal alltid prøve å øke sin kompetanse til beste for avisen og leserne. Vår lojalitet er først og fremst overfor lesere, lyttere og seere.

Mediene har makt - og dermed ansvar. Etikk kan ikke vedtas og skrevne regler på et papir vil aldri være nok. Etikk er den daglige utfordringen å skille mellom rett og galt - og så gjøre det som er rett så langt det er mulig. Det er det som til slutt settes på trykk eller sendes på lufta, som avgjør om journalisten har gjort et godt arbeid i tråd med de etiske prinsipper. Etiske husregler er likevel et viktig hjelpemiddel for bedre journalistikk.

Her følger AVISAs etiske husregler:

Ytringsfrihet og informasjonsfrihet

AVISAs fremste oppgave er å forvalte ytringsfrihet og informasjonsfrihet, avdekke kritikkverdige forhold og sikre sine lesere en bred dekning av alle viktige samfunnsområder. Derfor skal AVISA:

- * søke informasjon gjennom kritisk, undersøkende journalistikk, og ikke la seg binde av noen interesser.
- * sørge for at partene kommer til orde i kontroversielle saker.
- * rekruttere medarbeidere av begge kjønn, alle aldre og med ulik bakgrunn.

Kildekritikk

AVISA tar sin oppgave som samfunnsobservatør alvorlig. Pressens store gjennomslagskraft og påvirkning av den offentlige dagsorden forutsetter et bevisst og kritisk forhold til kilder. Avisas troverdighet hviler på kildebruken. Derfor skal:

- * motivene til kilder, tipsere og andre som ønsker å gi informasjon, vurderes kritisk.
- * alle tips sjekkes grundig. En sak bør alltid ha mer enn en kilde.
- * anonyme kilder som hovedregel ikke benyttes. Dersom bare en kilde eller anonym kilde brukes, må det stilles ekstra strenge krav til kildekritikk.

Integritet

I AVISA drives all reportasje og nyhetsjournalistikk uten binding til kommersielle, politiske eller andre interesser. Derfor skal AVISAs redaksjonelle medarbeidere:

- * følge de presseetiske retningslinjer som trekkes opp i Vær Varsom- Plakaten.
- * unngå å bringe seg i situasjoner hvor det kan reises tvil om deres uavhengighet og troverdighet.
- * ikke sette sin journalistiske troverdighet på spill i reklame eller markedsføring.
- * ikke dekke virksomheter/aktiviteter der de selv eller deres nærmeste familie har eierinteresser, sentrale verv eller som de på annen måte er nær knyttet til.
- * ikke ha tillitsverv eller private interesser innen de fagområder de selv dekker.
- * opplyse redaktøren om alle sine eierinteresser i næringsforetak. Avisas ansvarlige redaktør avgjør

om medarbeidernes interesser er av en slik størrelse at vedkommende ikke bør dekke næringslivsstoff for Avisa.

* ikke selv trekke økonomisk fordel av upubliserte opplysninger, eller gi andre slik informasjon som det kan trekkes økonomisk fordel av.

* ikke motta gaver eller ytelser i forbindelse med sitt arbeid, med mindre disse er av symbolsk karakter. I tvilstilfeller skal ansvarlig redaktør rådspørres.

* ikke delta på reiser og arrangementer som er betalt av andre uten at dette er drøftet med redaksjonsledelsen. Ansvarlig redaktør avgjør i hvert enkelt tilfelle om deltakelse i betalte arrangementer er forenlig med Avisas - eller den enkelte medarbeiders - integritet og troverdighet.

* klarere eventuelt journalistisk arbeid for andre oppdragsgivere med ledelsen.

Personvern

Hensynet til informasjonsplikten og offentlighetens krav til innsyn må alltid avveies mot hensynet til personvern og privatlivets fred. Derfor skal AVISAs medarbeidere være varsomme med å bringe bilder, navn eller andre opplysninger som kan identifisere:

* ofre og pårørende i ulykker, katastrofer og andre dramatiske hendelser.

* gjerningsmenn og deres ofre og pårørende i kriminalsaker.

* barn, myndige og andre som ikke kan øyne konsekvensene av å framtre offentlig.

Alle tvilstilfeller skal forelegges AVISAs ansvarlige redaktør.

Teksteklame og sponing

AVISAs lesere skal kunne være sikre på at all informasjon gis etter en redaksjonell vurdering.

Derfor skal:

* Norsk Presseforbunds tekstklameregler følges.

* tekstklame ikke forekomme.

* sponing av journalistiske produkt ikke forekomme.

* annonser og tekst holdes klart atskilt.

* tekstlignende annonser utstyres med en typografi som ikke kan forveksles med redaksjonelt stoff.

Kildebehandling

AVISAs kilder skal gjengis korrekt. Ingen skal risikere represalier eller å komme i miskreditt som følge av sin kontakt med avisa. Derfor har kildene alltid rett til:

* å få vite hvordan de blir gjengitt. I skriftlig materiale skal bruk av anførselstegn garantere ordrett gjengivelse, og bruk av sitatstrek (tankestrek) korrekt gjengitt meningsinnhold.

* å bli beskyttet når de er lovet anonymitet.

* å bli beskyttet mot seg selv når det er åpenbart at de ikke ser konsekvensene av sine uttalelser.

* å være trygg på at upublisert materiale (notater, båndopptak og film) ikke utleveres til noen utenfor redaksjonen.

* å bli navngitt når kilden er en annen publikasjon/nyhetsmedium.

Feilretting

I AVISA skal alle opplysninger være så grundig sjekket at feil ikke skal forekomme. Dersom feil likevel oppstår skal:

* beklagelse eller dementi gis så snart som overhodet mulig og tas inn på godt synlig plass.

* den berørte journalist rådspørres dersom redaksjonsledelsen vurderer beklagelse eller dementi.

Bruk av bilder

I AVISA skal all bruk av bilder underlegges den samme kritiske vurdering som annet redaksjonelt stoff. Publikum har rett til å vite hva slags bilder de ser. Det presiseres derfor at:

- * nyhetsfotografier ikke må manipuleres.
- * det skal skilles klart mellom nyhetsbilder og illustrasjonsfoto.
- * arrangerte bilder skal alltid merkes.
- * manipulerte bilder til illustrasjonsbruk skal alltid merkes.
- * dersom bilder fra arkiv brukes som illustrasjonsfoto skal de merkes "arkivfoto".
- * AVISAs medarbeidere skal vise spesiell varsomhet med bruk av bilder av døde og skadde i forbindelse med reportasjer fra krig, ulykker og katastrofer.

Journalistens rettigheter

Hensynet til integritet og troverdighet legger begrensninger på journalisters frihet til å opptre på samfunnsområder de selv dekker som journalister. Dette forhindrer ikke at journalister for øvrig kan gjøre bruk av sine demokratiske rettigheter til å delta i samfunnsaktiviteter. AVISAs journalister har:

- * rett til å nekte å utføre arbeid som strider mot egen overbevisning eller faglig integritet.
- * rett til å bli rådspurt før eventuelle dementier og rettelser.
- * rett til å bli gjort kjent med redigering/endringer av stoffet før det kommer på trykk.
- * rett til signatur på eget stoff/egne bilder (jfr. åndsverkloven og Lov om fotografi)
- * rett til å nekte signatur hvis redaksjonsledelsen eller desken endrer stoffet/bildet på en slik måte at vedkommendes opphavsrett blir krenket, eller hvis redaksjonelt stoff blir framstilt på en måte som er journalistisk uforsvarlig (jfr. åndsverkloven og Lov om fotografi).

VEDLEGG 5: Spørsmål til journalistene i Stavanger Aftenblad

- 1) Hvor ofte opplever du som journalist at du må ta etiske valg?
b)Hvilken type valg?
c)Hva legger du vekt på i slike situasjoner?
- 2) Hvor mye tid opplever du at det er til etisk debatt i redaksjonen?
- 3) Trenger journalister etiske regler?
- 4) Hvilke etiske regler har du som journalist i Stavanger Aftenblad å forholde deg til?
- 5) Har avisa egne, etiske regler?
b)Hva handler de om?
- 6) Bruker du reglene?
b)Hvorfor/hvorfor ikke?
c)Hvordan?
d)I hvilke situasjoner?
e)Når sjekket du reglene sist?
- 7) Opplever du at reglene er relevante for din arbeidshverdag?
b)Hvorfor/hvorfor ikke?
- 8) Trenger avisen egne, etiske regler? Vi har jo VVP...
b)Hvilken type regler trengs mest?
c)Detaljnivå?
d)Tilpasset medietype?

VEDLEGG 6: Spørsmål til mediehuset Romerikes Blad

Hvorfor?

Hvorfor skal dere lage egne, etiske regler?

- et behov?
- konkret sak?

Hva vil dere oppnå med reglene?

Hva var det som gjorde at dere begynte å arbeide med lokale regler?

Hvordan?

Når bestemte dere dere for å lage slike regler?

Hvem lager reglene?

Hvordan lager dere reglene? (samt, møter, mal?)

Har dere fått innspill fra ikke-journalister?

Hvilke forbilder har dere hatt?

Innhold

Hva vil dere legge vekt på i reglene?

- hva er behovet?
- tilbakemeldinger fra journalistene?

Mediehus. Hvordan virker det inn på reglene?

Ulike medietyper – ulike regler??

Hvordan ser dere for dere at reglene skal bli brukt i praksis?

Hvordan vil dere gjøre reglene kjent for journalistene? Ikke redd reglene havner i en skuff? (min erfaring at journalistene ikke kan reglene)

Hvordan ser dere på reglene som hjemmelsgrunnlag for klager og klagebehandling?

- offentliggjøres for publikum? interne hemmeligheter?

Prosessen

Hvor mye tid har det tatt å lage nye regler?

Når skal reglene være ferdige?

Hvordan har produktet skiftet karakter under arbeidet?

Hvor viktig er prosessen fram til ferdig produkt i forhold til det ferdige produktet?

VEDLEGG 7: Spørsmål til advokat Cato Schiøtz

1) På tide med mer regulering?

(Regler – en måte å regulere pressen på. Husombud en annen, som ønskes velkommen av Advokatforeningens rettssikkerhetsutvalg og av deg)

Er det på tide med mer regulering av pressen? Hvorfor? Hvordan?

2) Forholdet mellom selvjustis/selvdømme og domstol

- a. Antallet injuriersaker mot pressen er gått kraftig ned i de seneste årene. Har selvjustisapparatet fått en viktigere posisjon?
- b. Bør det i så fall føre til at klageapparatet blir endret, f.eks. mer i retning av en juridisk saksbehandling?
- c. Er det hensiktsmessig å bruke uttalelser fra f.eks. PFU av partene i en rettssak? (jf Big Brother-saken, der Schiøtz påberopte seg PFUs "frifinnelse" av Se og Hør, men ble avvist av lagmannsretten, som ikke tok PFU særlig alvorlig).
- d. Bør hovedregelen være at etiske normer er et hakk strengere enn det loven krever?
- e. I Big Brother-saken var tingrett og lagmannsrett strengere enn PFU. Er det et uvanlig enkelttilfelle eller uttrykk for en tendens i privatlivssaker?

3) Etiske regler som klagegrunnlag

- a. Er VV-plakaten egnet som hjemmelsgrunnlag for klagebehandling?
- b. Mange mediebedrifter skriver egne etiske regler. Hvilken funksjon mener du disse reglene har? Har de noen effekt?
- c. Er VVplakaten et naturlig forbilde, eller bør lokale regler være annerledes i innhold og/eller form? Mer detaljerte? Tilpasset medietype?
- d. Nesten ingen av de lokale reglene sier noe om sanksjoner. Hva tenker du om det? Effekt likevel?
- e. Kan de etiske husreglene (de fagre løftene) brukes mot mediet i en sak/juridisk? Amerikanske tilstander? (kjetterske... sier du at EMD henviser til "the ethics of journalism")

4) Selvjustisen som pr-tiltak

- a. Er det sannsynlig (uunngåelig) at et selvjustisorgan vil ha en større tendens til å gi mediet medhold enn det motsatte?
- b. Kan et lokalt medieombud (som i Bergens Tidende) ha en fornuftig oppgave som alternativ til en klagenemnd?