

Professionelle etiske regler

Mogensen, Kirsten

Published in:
Kompendium for specialkursus i journalistik

Publication date:
2002

Document Version
Tidlig version også kaldet pre-print

Citation for published version (APA):
Mogensen, K. (2002). Professionelle etiske regler. I K. Mogensen (red.), *Kompendium for specialkursus i journalistik* (s. 13-19). Roskilde Universitet.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact rucforsk@kb.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Uddrag fra

Kompendium

til

Specialkursus i Journalistik

Efteråret 2002

Udarbejdet af Kirsten Mogensen,
RUC Journalistik og HUM-BAS

Professionelle etiske regler

Af Kirsten Mogensen, 2001

Noget af det, der kendetegner en profession i sociologisk forstand, er, at den har etiske regler, og selv om journalistik ikke er en profession i klassisk forstand,¹ så har faget tre typer af etiske regelsæt. Den ene type er de fælles etiske retningslinjer, som gælder for massemedier i Danmark. Den anden er de etiske regler, som det enkelte medium vedtager. Den tredje er de internationale normer.

De vejledende presseetiske reglers indhold og administration

I Danmark refereres til de etiske regler i Medieansvarsloven af 1991, og nyhedsmedierne er forpligtet til handle i overensstemmelse med dem.² Medieansvarsloven gælder for flg. massemedier:

1. Indenlandske periodiske skrifter, herunder billeder og lignende fremstillinger, der trykkes eller på anden måde mangfoldiggøres.
2. Lyd og billedprogrammer, der spredes af Danmarks Radio, TV 2, TV 2's regionale virksomheder og foretagender, der har tilladelse til radio- eller fjernsynsvirksomhed.
3. Tekster, billeder og lydprogrammer, der periodisk udbredes til offentligheden, såfremt de har karakter af en nyhedsformidling, som kan ligestilles med den formidling, der er omfattet af nr. 1 eller 2. Sådanne massemedier er dog kun omfattet af Medieansvarsloven, hvis de har indgivet anmeldelse til Pressenævnet.³

Medieansvarsloven handler især om, hvem der kan straffes for mediernes indhold, hvis det er krænkende, ulovligt eller forkert, men dele af loven beskæftiger sig med presseetik, genmæle og Pressenævnet.

Der står således i loven, at massemediernes indhold og handlemåde skal være i overensstemmelse med god presseskik. Desuden står der, at massemedierne har pligt til at offentliggøre genmæle, hvis de har bragt urigtige oplysninger, som er egnet til at påføre nogen skade af betydning. Genmælets indhold skal i al væsentlighed være begrænset til de nødvendige faktiske oplysninger, og indholdet må ikke være retsstridigt. Det skal offentliggøres vederlagsfrit, uden unødigt forsinkelse og på en

¹Journalistik er af forskellige grunde - herunder en respekt for ytringsfriheden - ikke en profession i ordets sociologiske betydning, men har dog visse fællestræk med klassiske professioner som læger og advokater. Til disse fællestræk hører etiske normer og forpligtelser over for samfundet. For en analyse af, hvorfor journalister ikke udgør en profession i traditionel forstand, henvises til Nørgaard Kristensen. I dagligdagen taler man imidlertid om professionelle journalister, journalistuddannelse som en "professionsuddannelse" osv. Det er i denne dagligdags betydning, ordet bruges her i bogen. Kristensen, Nete Nørgaard. (2000) "Journalistik som profession - om journalistens rolleplacering i et professionssociologisk perspektiv". *SEKVENES. Årbog for Fim- & Medievidenskab 2000* s. 159 - 184. København: Københavns Universitet. ISBN: 87-89505-23-9.

²Siden lovet blev vedtaget i 1991, er der sket flere ændringer. Gennemgangen er derfor baseret på Justitsministeriets bekendtgørelse nr. 85 af 9. februar 1998. *Bekendtgørelse af Medieansvarsloven*.

³Det gælder fx Internet-aviser. Se også lov om massemediers informationsdatabaser, Lov nr. 430 af 1. juni 1994.

rimelig fremtrædende måde. Hvis mediet afviser at bringe genmælet, kan den forurettede klage til Pressenævnet. Nævnet træffer afgørelse i sager om:

1. Hvorvidt der er sket en offentliggørelse, der er i strid med god presseskik.
2. Hvorvidt et massemedie efter lovens regler er forpligtet til at offentliggøre et genmæle, herunder genmælets indhold, form og placering.

Pressenævnet beskikkes af justitsministeren og har otte medlemmer. Ved behandling af en sag medvirker dog kun de fire, nemlig en jurist, en journalist, en repræsentant for de redaktionelle ledelser samt en repræsentant for offentligheden. Hvis nævnet mener, at et medie har optrådt i strid med god presseskik, kan det pålægge redaktøren snarest muligt at offentliggøre en kendelse. Offentliggørelsen skal ske uden kommenterende tilføjelser og på en så fremtrædende måde, som det med rimelighed kan forlanges.

Pressenævnet kan selv tage sager op til behandling, men det sker sjældent. Nævnet behandler normalt kun klager fra folk, som har en retlig interesse i sagen, dvs. personer, virksomheder eller organisationer, som har været omtalt, afbildet eller på anden måde identificeret i mediet. Pressenævnet vil således afvise klager fra folk, der generelt føler sig krænkede over fx, at kvinder viser bryster, at indvandrere omtales negativt, eller at medierne offentliggør tekstreklame. I 1998 klagede forbrugerombudsmanden fx over, at der var sket sammenblanding af redaktionel tekst og annoncer i et annoncetillæg til *Aalborg Stiftstidende*, men sagen blev afvist med henvisning til, at forbrugerombudsmanden ikke havde retlig interesse i at klage.⁴ Udgifterne til nævnets virksomhed betales af branchen selv. Danske Dagblades Forening, betaler 41%, DR og TV 2 betaler i alt 50 %, mens Dansk Magasinpresses Udgeverforening, Landsrepræsentationen for Danske Distriktsblade og Lokalaviser samt Dansk Fagpresse deler resten.⁵

De vejledende regler for god presseskik er optrykt bagerst i bogen. De består af to dele. *Den første del*, præamblen, giver udtryk for nogle grundlæggende synspunkter. Her står fx, at ytringsfriheden er vigtig, men at massemediernes i den forbindelse må anerkende den enkelte borgers krav på integritet og privatlivets fred. Her står også, at det er et brud på god presseskik at hindre berettiget offentliggørelse af information af væsentlig betydning for offentligheden. Brud på dette princip omtales populært som *non-information*. Desuden står der i præamblen, at det er brud på god presseskik at pålægge en journalist opgaver som strider imod de presseetiske regler eller imod journalistens samvittighed. Dette princip omtales populært som *samvittighedsklausulen*. Endelig strider det imod god presseskik, hvis medierne giver efter for udenforståendes krav om indflydelse på massemediernes indhold, såfremt det kan så tvivl om massemediernes frie og uafhængige stilling. Alle de presseetiske regler skal læses i lyset af præamblen.

Den anden del er selve reglerne, og de er opdelt i tre hovedafsnit. Afsnit A handler om, at meddelelser skal være rigtige, at folk skal have mulighed for at forsvare sig mod kritik, og at medierne på eget initiativ skal rette fejl. Afsnit B handler om adfærd, som er i strid med god presseskik. Her tales om hensynet til privatlivets fred, om ikke

⁴Pressenævnets årsberetning 1998 s. 8-9. Se Pressenævnet: www.pressenaevnet.dk, Retsinformation; www.retsinfo.dk. Andre lande har også fora, som beskæftiger sig med presseetik se fx Australian Press Council: www.presscouncil.org.au, Norges: Pressens Faglige Udvalg: www.ij.no/np/index.htm, Storbritanniens Press Complaints Commission: www.pcc.org.uk

⁵Bekendtgørelse om forretningsorden for Pressenævnet, Justitsministeriets bekendtgørelse nr. 86 af 9. februar 1998.

at misbruge andres tillid og om ikke at sammenblende annoncering og redaktionel tekst. Afsnit C giver ret detaljerede anvisninger på, hvordan retssager etisk set bør dækkes.

Pressenævnet udgiver hvert år en beretning om sit arbejde. Typisk modtager nævnet 100 - 200 sager om året. En del af dem afvises af formanden. Af de resterende får rundt regnet én ud af tre helt eller delvist medhold i deres klager. I 1999 fik 28 således helt eller delvist medhold i, at der var sket brud på god presseskik, mens seks fik medhold i, at de havde krav på genmæle.

Typisk tager det et par måneder af få en klage behandlet i Pressenævnet, og en betydelig del af klagerne kommer fra privatpersoner, der selv skriver til nævnet. Under forarbejdet til loven blev der udtrykt ønske om at skabe en klageinstans, som almindelige mennesker kunne bruge uden at skulle betale dyre sagsomkostninger, og det er lykkedes. I 1999 blev mindre end én ud af tre sager fremsendt via advokat.

I 1999 handlede 45 klager om brud på god presseskik i dagblade. Der var flest klager over *Berlingske Tidende*, men ingen af disse klagere fik medhold. Derimod mente nævnet, at syv andre dagblade helt eller delvist havde handlet i strid med god presseetik i ét tilfælde hver. Blandt de elektroniske medier var der flest klager over DR, og her fik seks klagere helt eller delvist medhold, mens to fik det i klager over TV 2. Seks medier blev pålagt at bringe et genmæle, og blandt dem var tre tidsskrifter og to magasiner.

Årsberetningerne indeholder en udførlig beskrivelse af enkelte sager. Desuden fremhæver Pressenævnet som oftest nogle principielle betragtninger. I årsberetningen for 1999 skrev nævnet således om privatlivets fred, begrebet *retlig interesse*, god presseskik i straffesager, redigeringsfrihed, anvendelse af skjult kamera og den juridiske status for elektronisk post.

Præambelen indeholder som nævnt klausuler om henholdsvis *non-information* og journalisters *samvittighed*. Pressenævnet handlede i 1995 tre klager over non-information, men fandt ikke, at god presseskik var overtrådt.⁶ En række voldgiftskendelser vedrørende ansættelsesforhold har siden 1992 henvist til samvittighedsklausulen. Der har typisk været tale om organisationer, hvor den politiske ledelse har ønsket at bestemme medlemsbladenes indhold, så de gav udtryk for organisationens officielle synspunkter på bekostning af en journalistisk behandling af et emne.⁷

Mediernes interne presseetiske regler

Foruden de professionelle regler, som altså gælder for alle nyhedsmedier, har de enkelte medier som oftest nogle redaktionelle retningslinjer eller etiske regler, så medarbejderne på forhånd kender ledelsens holdning til en række etiske problemstillinger.

Normalt er disse etiske retningslinjer godkendt af talsmænd for de journalistiske medarbejdere. De er en slags virksomhedskontrakt, som har den fordel, at medarbejderne fx i et bladhus eller på en tv-station ved, hvad de kan forvente sig af kollegerne. Retningslinjerne er desuden et signal til mennesker i det omgivende samfund om, hvad de kan forvente sig enten i rollen som kilder eller som læsere, lyttere og seere, og derfor kan de ofte læses på mediernes hjemmesider på Internettet.

⁶Pressenævnets årsberetning 1995 s. 6.

⁷Betænkning nr. 1320 s. 322. Betænkning nr. 1320. (1996). *Betænkning om medierne i demokratiet*. København: Statens Information. ISBN: 87-601-6453-0.

Reglerne kan være urimelige og bør så formuleres om, men så længe de gælder, er det ikke i nogens interesse, hvis reglerne bliver brudt. Merrill skriver således:

Det er formentlig sandt, at mediernes moral i dag overvejende er funderet i sædvane. Men der er i medieverdenen nogle, som reflekterer over etiske spørgsmål og efter en bevidst overvejelse nægter at gøre, som man plejer på deres mediarbejdsplads eller i den professionelle forening, som de er tilknyttet. Det er uden tvivl en fordel for gruppen eller foreningen, at de fleste mennesker accepterer gruppens standarder uden at stille spørgsmål; hvis alle journalister konstant stillede spørgsmålstejn ved det rigtige og det forkerte i reglerne på deres avis, ville stabiliteten forsvinde, og traditionelle principper vil ikke længere blive givet videre.⁸

Et eksempel på sådanne mediespecifikke regler er *Børsens Nyhedsmagasins* etiske principper fra maj 2001.⁹ Hovedindholdet gengives her, fordi det på mange måder er repræsentativt for vor tids holdning til etiske problemstillinger på de journalistiske medier, der beskæftiger sig med formidling af væsentlige emner som fx politik og økonomi. Desuden er de et godt eksempel på, hvordan medierne forsøger at signalere deres grundlæggende værdier til omgivelserne. Principperne er beskrevet i fem afsnit:

1. I det *første afsnit* fortælleres, at *Børsens Nyhedsmagasin* har et medansvar over for samfundsudviklingen og bygger hele sit virke på fundamentale principper som uafhængighed, fairness og troværdighed.
2. Det *andet afsnit* handler om *redaktionel uafhængighed*. Her fortælleres, at magasinet er uafhængigt af politiske og økonomiske interesser, at det vil være åbent omkring fx samarbejdspartnere og sponsorstøtte, og at redaktionen har suveræn frihed til at udvælge, bearbejde og offentliggøre de nyhedsartikler, analyser og forskningsprojekter, som redaktionen finder relevante og væsentlige.
3. *Tredje afsnit* handler om *medarbejdernes uafhængighed*. Her fortælleres bl.a., at medarbejderne har et stærkt samfundsmæssigt engagement, som ofte manifesterer sig i form af aktiviteter som foredrag, bogudgivelser eller undervisning, men at dette arbejde ikke må udføres på en måde, der kan så tvivl om medarbejdernes journalistiske uafhængighed og integritet. Medarbejderne må ikke modtage gaver udover en symbolsk værdi fra professionelle kilder og kontakter. *Børsens Nyhedsmagasins* redaktionelle medarbejdere må ikke have personlige eller økonomiske interesser i de virksomheder eller organisationer, de arbejder med. Politiske journalister skal derfor undgå tillidshverv i politiske partier og organisationer, mens erhvervsjournalister ikke må investere i enkeltvirksomheder eller i værdipapirer på en måde, som kan drage deres uafhængighed og integritet i tvivl. Det betyder i praksis, at både redaktionelle medarbejdere og ledelse skal indhente tilladelse til køb og salg af danske aktier i enkeltvirksomheder fra *Børsens Nyhedsmagasins* etiske råd, og at rådet til hver en tid skal være

⁸Frit oversat fra Merrill i Gordon 1999 s. 6. Gordon, David. A. & John Michael Kittross. (1999). *Controversies in media ethics*. Kommentarer af John C. Merrill og Carol Reuss. New York: Longman. ISBN:0-8013-3025-4.

⁹www.bny.dk juni 2001.

bekendt med enhver aktiebesiddelse i en dansk virksomhed, de redaktionelle medarbejdere og ledelsen måtte have. I øvrigt må magasinet redaktionelle medarbejdere ikke beskæftige sig journalistisk med virksomheder, hvor en ægtefælle, samlever eller nært familiemedlem er ansat eller har væsentlige økonomiske interesser.

4. *Fjerde afsnit* handler om *fairness*. Medarbejderne pålægges loyalt at redegøre for kildernes synspunkter og må ikke fortie evt. modargumenter. *Børsens Nyhedsmagasin* benytter sig af anonyme kilder, fordi det ofte i praksis er vanskeligt at få de nødvendige oplysninger frem uden at garantere kilder anonymitet, men anvendelse af anonyme kilder bør begrænses til et minimum. Alle medarbejdere har en ufravigelig pligt til at beskytte fortrolige kilder.
5. Det *femte* afsnit handler om *troværdighed*. *Børsens Nyhedsmagasin* stræber efter den størst mulige præcision og troværdighed, så læserne kan have fuld tillid til rigtigheden. Som udgangspunkt skal alle faktuelle oplysninger kunne dokumenteres, og direkte citater forelægges kilden med henblik på at sikre oplysningernes validitet, før de bliver offentliggjort.

De etiske principper bliver løbende revideret og er tilgængelige for offentligheden. Til sikring af, at reglerne overholdes, har bladet nedsat et særligt udvalg, benævnt *Børsens Nyhedsmagasins etiske råd*.

Internationalt samarbejde

Traditionelt har pressen værnet om sin ytringsfrihed bl.a. med henvisning til, at det er pressens opgave at afdække korrupsion og magtmisbrug. I en verden, hvor såvel de økonomiske som de politiske beslutningstagere arbejder på tværs af landegrænser og i overnationale fora, må mange af samfundets væsentligste problemer nødvendigvis ansues globalt, og det har stor betydning for journalistikken.

Pressefolk fra hele verden er således begyndt at samarbejde om belysning af forhold, som har en verdensomspændende karakter. Det gælder fx tobaksindustriens transaktioner, handel med kvinder til prostitution, terrorisme, international valutahandel og moderne former for spionage. Samarbejdet formidles bl.a. gennem International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ), der har hovedkontor i Washington D.C. Konsortiet blev stiftet i 1997 med henblik på at lave undersøgende journalistik på tværs af nationale grænser.¹⁰

På konferencen *Global Investigative Journalism* i København i 2001 fortalte Brant Houston, direktør for den amerikanske organisation af undersøgende journalister (IRE), at der er ved at udvikle sig en fælles etisk forståelse blandt journalister, der arbejder internationalt, men at den ikke er skrevet ned. Som eksempel nævnte han, at journalister er enige om, at hvis de betaler for oplysninger, får de, hvad de vil have, men det, de får, er ikke nødvendigvis sandheden.

Maud Beelman fra ICIJ sagde, at den internationale etik grundlæggende svarer til SPJ Code of Ethics.¹¹ Hvis man vil arbejde i ICIJ regi, må man underskrive en kontrakt, som bl.a. fortæller, at man ikke må optage telefonsamtaler uden først at fortælle samtalepartneren det; at man ikke må betale for information, og at man ikke må arbejde *undercover* uden først at aftale det med ICIJ.¹² Maud Beelman tilføjede, at

¹⁰www.icij.org/

¹¹www.spj.org

¹²Undercover er en arbejdsmetode, som journalister i sjældne tilfælde bruger for at fremskaffe væsentlige oplysninger, som de ikke kan få på normal vis. Groft sagt handler det om, at journalisten

det er afgørende, at journalister er troværdige, fordi troværdighed er deres eneste berettigelse.

Journalister kan ikke forvente, at de danske normer også gælder, når de arbejder på tværs af grænser og i internationale organisationer. Et kendskab til de etiske regler i de lande, hvor man arbejder, samt til SPJ Code of Ethics er nødvendigt. Sidstnævnte skal omtales her.

Kodekset består af fem afsnit. Det første er en præambel, som fortæller om de *grundlæggende værdier*: SPJ's medlemmer mener, at almen oplysning er en forudsætning for retfærdighed og demokrati. Journalister bør bidrage til dette ved at søge sandheden og derefter formidle en fair og dækkende beskrivelse af begivenheder og emner. Journalister skal være grundige og ærlige. Professionel integritet er forudsætningen for journalisters troværdighed.

Andet afsnit handler om, at journalister skal søge *sandheden* og fortælle om den. Afsnittet består af 17 underpunkter, hvoraf fire handler om kildekritik og tre om, at man ikke må manipulere i forbindelse med formidlingen. Mere interessante er nok de følgende punkter: Man må ikke arbejde undercover med mindre, det er nødvendigt for at fremskaffe information af væsentlig betydning for offentligheden, og når man bruger sådanne metoder, skal de beskrives i historien. Man må ikke plagiere. Man skal undgå at påtvinge andre sine egne værdier og at formidle stereotype billeder af folk ud fra fx race, køn, alder, religion, etnicitet, geografi, seksuel orientering, handicap, udseende eller social status. Man skal skelne mellem advokerende journalistik og nyhedsformidling samt mellem nyheder og annoncer og undgå sammenblandinger. Man skal arbejde for offentlighed i forvaltningen.

Tredje afsnit handler om, at man skal *minimere skaderne*. Afsnittet starter med at fastslå, at man skal behandle sine kilder, kolleger og de personer, der optræder i medierne, som mennesker. Indholdet af de forskellige punkter ligner de danske, fx at man skal være hensynsfuld, når man træder ind på folks private domæne, være forsigtig med at oplyse navn eller anden identifikation på ofre for seksuelle forbrydelser, og at man i relation til retsreportager skal sørge for, at der er balance mellem det offentliges ret til information og de anklagedes retssikkerhed. Reglerne advarer desuden journalister imod at optræde arrogant.

Fjerde afsnit handler om, at journalisten skal være *uafhængig* af alle andre interesser end at opfylde befolkningens ret til information. Det betyder bl.a., at journalisten skal holde sig uden for foreninger og aktiviteter, der kan skade integriteten eller troværdigheden. Journalister skal afvise gaver, penge, gratis rejser og særlige serviceydelser, og de skal lade være med at modtage valg til offentlige embeder, hvis det kan skade deres integritet. Hvis der er konflikt mellem på den ene side journalistens personlige interesser eller loyalitet over for kilder m.v. og på den anden side loyalitet over for læserne, lytterne og seerne, skal de frem i lyset. Journalister skal afvise at give speciel omtale til annoncører og bør undgå, at folk med specielle interesser får indflydelse på nyhedsdækningen. Og så skal journalister være årvågne og modige i bestræbelserne på at holde magthavere til ansvar.

Femte afsnit handler om, at journalister skal optræde *ansvarligt* over for læsere, lyttere, seere og kolleger. Det betyder bl.a., at de skal være parate til at diskutere pressens dækning af nyheder og mediernes etik med offentligheden, og at de straks bør undskylde og rette, hvis de har begået fejl.

giver sig ud for en anden, end den han/hun er. Se Mogensen 2000 s. 50 - 56. Mogensen, Kirsten. (2000) *Arven. Journalistikkens traditioner, normer og begreber*.

Organisationens første etiske regelsæt blev lånt fra ASNE¹³ i 1926. SPJ formulerede sin egen kodeks i 1973 og har ændret den flere gange i takt med, at udviklingen i samfundet stillede journalisterne over for nye etiske problemstillinger.

¹³ American Society of Newspaper Editors: www.asne.org