

Vær varsom!

La det ikke kunne sies med sandhet at pressen setter folk unødig i gapestokken.

Selv mord, selvmordsforsøk og sinnssykdom bør ikke omtales som ekstraordinære tilfeller.

...en hvor
... hvor det

Presseetikk på plakaten

*En kritisk diskursanalyse av
Vær Varsom-plakaten (1936-2001)*

Kathrine Ytterdal Sørum

Hovedfagsoppgave i medievitenskap for cand. polit. graden
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo
Våren 2006

Sammendrag

I denne hovedoppgaven ønsker jeg å belyse hvordan den presseetiske diskursen ytrer seg i samspill med endringer i samfunnet. Gjennom en kritisk diskursanalyse av Vær Varsom-plakaten fra 1936 til 2001 undersøker jeg hvordan den presseetiske diskursen er strukturert og hva som er de klareste endringstendensene, og videre, hvordan dette bidrar til endringer i sosiale relasjoner og til endringer i pressens legitimeringsplattform. Datamaterialet for analysen består av de ulike utgavene av Vær Varsom-plakaten, samt dokumenter knyttet til revisjonene av plakaten.

Pressens profesjonaliseringsprosess innebærer en grensemarkering mot andre sosiale felt. "Uavhengighet" har derfor blitt et viktig begrep i den presseetiske diskursen, og i pressens legitimeringsgrunnlag framstår "integritet", "tillit" og "troverdighet" som helt sentrale verdier. Vær Varsom-plakaten og revisjonene av den kan til dels betraktes som strategisk handling. Gjennom oppdateringer og endringer i Vær Varsom-plakaten bidrar presseetikken til å avhjelpe kritikk og innblanding utenfra ved at pressen framstår med profesjonell ansvarlighet og viser at de kan holde orden i eget hus. På den måten orienterer presseetikken i plakaten seg mellom forventninger fra omverdenen og pressens ønske om frihet og uavhengighet. Gjennom presseetikken har pressen en form for diskursiv makt til å benevne hva som er aktverdig og hvilke verdier som er viktige, og til å definere hva som er pressens rolle i samfunnet. I dette henseende har pressen langt på vei fått tilslutning fra allmennheten og myndighetene for sin representasjon av virkeligheten.

Abstract

In this thesis I aim to outline the relation between the press ethical discourse and social change. Through a critical discourse analysis of the code of ethics, the "Vær Varsom"-poster, from 1936 to 2001, I analyse how the press ethical discourse is structured and identify the main changes. Further, I analyse how these changes modify social relations and alter the way the press legitimize their role. The various editions of the "Vær Varsom"-poster, and documents associated with the revisions of the poster, constitute the main research material for this analysis.

The professionalization of the press involves marking the boundaries to other social fields. "Independence" is therefore an important word in the press ethical discourse, and in the press' legitimisation process, "integrity", "trust" and "credibility" are recognised as central or pivotal values. The "Vær Varsom"-poster and the revisions of it can partly be considered as a strategic form of action. Through updating and changing the code of ethics, the press confronts their critics and prevent outside regulation of the press. The press has a form of discursive power, by defining on the one hand which values are important and on the other the role of the press in society. The press has to a great extent gained acceptance from the public and the state for their representation of reality.

Forord

Hovedoppgaven er ferdig. Endelig!? Å skrive hovedoppgave er en (historisk) prosess som innebærer endringer i interne (og sosiale) relasjoner. Hovedoppgaven har kommet til gjennom en maktkamp mellom interne krefter, som optimisme, angst, negativitet, glede og kunnskap. Jeg vil påstå at gleden og kunnskapen kom seirende ut av maktkampen, og langt på vei har deres representasjon av virkeligheten, av hovedfagsprosessen, fått universell status. Å skrive en hovedoppgave har vært en prosess med mange oppturer og nedturer, men mest av alt har det vært en spennende og lærerik opplevelse.

Det er mange å takke:

Først og fremst vil jeg gjerne takke min veileder, Terje Rasmussen, som har gitt meg uvurderlig hjelp i de periodene jeg har trengt det mest.

Jeg vil videre takke Norsk Presseforbund og PFU for deres behjelpelighet med å fremskaffe nødvendig datamateriale. En stor takk fortjener også Arve Sørum for iherdig innsats som korrekturleser, og for gode tips og vink. Takk til Grete Ytterdal for å gjøre det mulig å ferdigstille hovedoppgaven etter at lånekassen sa stopp. Det er mange som fortjener takk for å ha gjort hovedfagsprosessen til en uforglemmelig opplevelse. Spesielt vil jeg takke Line for oppmuntring, for korrekturlesing, og for å ha holdt meg med selskap under brødsnivemiddager og sene kvelder på IMK. Takk til Camilla og Karoline for praktisk hjelp og korrekturlesing. Videre vil jeg takke alle på skrivestua og lesesalen på IMK. Det er på grunn av dere jeg nå litt vemodig sier farvel til studentlivet og velkommen til arbeidslivet. Mest av alt vil jeg takke Geir for hans tålmodighet og støtte og innsats som oppmunter og velgjører i en periode med knappe ressurser, både på tid og penger.

Kathrine Y. Sørum

IMK, 11. mai 2006

Innhold

1 Innledning.....	1
1.1 Tema og problemstilling.....	1
1.2 Praktisk avgrensing.....	2
1.3 Valg av analyseobjekt.....	3
1.4 Begrepsavklaringer.....	4
1.5 Disposisjon.....	5
2 Teoretisk rammeverk.....	6
2.1 Et diskursanalytisk perspektiv.....	6
2.1.1 <i>Diskursbegrepet</i>	7
2.1.2 <i>Maktbegrepet</i>	8
2.2 Etske perspektiver.....	9
2.3 Perspektiver på relasjonen mellom presse og samfunn.....	10
3 Metode og analyseoppsett.....	12
3.1 Kritisk diskursanalyse.....	12
3.2 Kritisk tekstanalyse.....	14
3.2.1 <i>Tekstbeskrivelse, teksttolkning og tekstforklaring</i>	15
3.3 Metodisk rammeverk og analyseoppsett.....	17
3.4 Sjangerbegrepet.....	19
3.4.1 <i>Vær Varsom-plakaten som sjanger</i>	20
4 Vær Varsom-plakaten 1936: Personvern i retts- og kriminalreportasjen... 22	
4.1 Sosiale hendelser.....	22
4.2 Sjanger og handlingsmåter.....	23
4.2.1 <i>Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner</i>	24
4.2.2 <i>Semantiske relasjoner: Vær varsom med gapestokken fordi pressen eier stor makt</i>	25
4.3 Diskurser og representasjoner.....	26
4.3.1 <i>Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord</i>	27
4.3.2 <i>Representasjon av prosesser og sosiale aktører</i>	29
4.3.3 <i>Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet</i>	30
4.4 Stil og sosial identitet.....	31
4.4.1 <i>Modalitet: Mange modale markører i en nyetablert etikk</i>	32
4.4.2 <i>Pressens verdier: Varsomhet, ansvar og makt</i>	33
4.5 Oppsummering.....	34
5 Vær Varsom-plakaten 1956: Behovet for tillit og forholdet til kildene nye temaer i en utvidet presseetikk.....	36
5.1 Sosiale hendelser.....	36
5.2 Sjanger og handlingsmåter.....	37
5.2.1 <i>Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner</i>	37
5.2.2 <i>Semantiske relasjoner: Vær varsom og ansvarlig fordi det trykte ord er et mektig våpen</i>	39
5.3 Diskurser og representasjoner.....	40

5.3.1	<i>Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord</i>	40
5.3.2	<i>Representasjon av prosesser og sosiale aktører</i>	42
5.3.3	<i>Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet</i>	43
5.4	<i>Stil og sosial identitet</i>	45
5.4.1	<i>Modalitet: Dilemmaet om personvern vs. informasjonsansvar</i>	45
5.4.2	<i>Pressens verdier: Tillit, ridderlighet og vederheftighet</i>	46
5.5	<i>Oppsummering</i>	47
6	Vær Varsom-plakaten 1975: Pressens oppgaver i samfunnet, uavhengighet og personvern	49
6.1	<i>Sosiale hendelser</i>	49
6.2	<i>Sjanger og handlingsmåter</i>	51
6.2.1	<i>Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner</i>	51
6.2.2	<i>Semantiske relasjoner: Ytringsfrihet gir makt og ansvar</i>	53
6.3	<i>Diskurser og representasjoner</i>	54
6.3.1	<i>Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord</i>	54
6.3.2	<i>Representasjon av prosesser og sosiale aktører</i>	56
6.3.3	<i>Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet</i>	57
6.4	<i>Stil og sosial identitet</i>	59
6.4.1	<i>Modalitet: "Vær varsom" som modal markør</i>	60
6.4.2	<i>Pressens verdier: Vær kritisk og uavhengig</i>	60
6.5	<i>Oppsummering</i>	61
7	Vær Varsom-plakaten 1987: Ytringsfrihet vs. personvern	63
7.1	<i>Sosiale hendelser</i>	63
7.2	<i>Sjanger og handlingsmåter</i>	64
7.2.1	<i>Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner</i>	64
7.2.2	<i>Semantiske relasjoner: Vern om Integriteten for å oppnå frihet og uavhengighet...</i>	65
7.3	<i>Diskurser og representasjoner</i>	65
7.3.1	<i>Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord</i>	66
7.3.2	<i>Representasjon av prosesser og sosiale aktører</i>	68
7.3.3	<i>Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet</i>	69
7.4	<i>Stil og sosiale identitet</i>	70
7.4.1	<i>Modalitet: "Vær varsom" med bruk av navn og bilde</i>	71
7.4.2	<i>Pressens verdier: Ytringsfrihet og demokrati</i>	72
7.5	<i>Oppsummering</i>	73
8	Vær Varsom-plakaten 1994: Troverdighet og økonomiske og ideologiske bindinger	74
8.1	<i>Sosiale hendelser</i>	74
8.2	<i>Sjanger og handlingsmåter</i>	75
8.2.1	<i>Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner</i>	76
8.2.2	<i>Semantiske relasjoner: Vær varsom fordi ord og bilder kan misbrukes</i>	77
8.3	<i>Diskurser og representasjoner</i>	77
8.3.1	<i>Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord</i>	78
8.3.2	<i>Representasjon av prosesser og sosiale aktører</i>	80
8.3.3	<i>Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet</i>	81

8.4 Stil og sosial identitet.....	81
8.4.1 Modalitet: "God presseskikk" som modal markør.....	81
8.4.2 Pressens verdier: Troverdighet og integritet.....	82
8.5 Oppsummering.....	83
9 Vær Varsom-plakaten 2001: Internett, journalistisk atferd og barns presseetiske vern	85
9.1 Sosiale hendelser.....	85
9.2 Sjanger og handlingsmåter	87
9.2.1 Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner	87
9.3 Diskurser og representasjoner	88
9.3.1 Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord.....	88
9.3.2 Representasjon av prosesser og sosiale aktører.....	89
9.3.3 Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet.....	90
9.4 Stil og sosial identitet.....	92
9.4.1 Modalitet: Modale uttrykk i nettetikken.....	92
9.4.2 Pressens verdier: Selvkritikk og åpenhet.....	93
9.5 Oppsummering.....	95
10 Tekst i kontekst.....	96
10.1 Vær Varsom-plakaten som sjanger.....	96
10.1.1 Etikk som strategi: Strategisk element i Vær Varsom-plakaten	97
10.1.2 Presseetikken i et nettverk av ulike sosiale praksiser.....	97
10.1.3 Sosiale relasjoner: Maktforholdene endres	99
10.2 Diskurser i den presseetiske diskursordenen.....	101
10.2.1 Fra varsomhet til troverdighet	102
10.2.2 Ansvarlig og selvbevisst presse	103
10.2.3 Sosiale hendelser og intertekstualitet	106
10.3 Paternalistisk, autoritativ og erklærende stil	107
10.3.1 Modalitet: Ikke-kategorisk i forhold til kilder og publiseringsnormer, kategorisk i forhold til samfunnsrollen og behovet for troverdighet.....	107
10.3.2 Verdisystem: Fra vær varsom til vær uavhengig.....	108
10.4 Ideologiske makt og legitimering av samfunnsrollen.....	111
11 Avslutning.....	115
Referanseliste	119
Vedlegg.....	122

1 Innledning

1.1 Tema og problemstilling

Hva som anses som god presseskikk er stadig gjenstand for debatt, både i og utenfor pressen. På Norsk Presseforbunds hjemmeside er det en prinsipputtalelse fra PFU med tittelen *Hva er presseetikk?* PFU gir ikke noe fasitsvar eller klar definisjon på hva presseetikk er, men gir en generell henvisning til Vær Varsom-plakaten:

De etiske normene og den selvjustis som pressen driver, er i første rekke ment å beskytte enkeltpersoner mot krenkende og skadelig publisitet. (...) Men Vær Varsom-plakaten uttrykker også pressens samfunnsrolle og de rettigheter og forpliktelser pressen har i et fritt samfunn.¹

I samme prinsipputtalelse hevder PFU videre at "(e)ndringene i samfunnet og pressen selv, journalisters oppfatning av egen yrkesrolle og lesernes orientering mot nye verdier, må nødvendigvis også ha virkninger på normenes innhold til enhver tid.". Sentralt i dette prosjektet er å undersøke hvordan utviklingen av journalistikken og journalistenes oppfatning av egen yrkesrolle, verdiendringer i samfunnet og kritikken av pressen, kommer til uttrykk i, er med på å forme og blir formet av den presseetiske diskursen. Mer presist vil jeg, med utgangspunkt i Vær Varsom-plakaten og revisjonene av plakaten (1936 - 2001), belyse hva som kjennetegner den presseetiske diskursen og hvordan denne har endret seg over tid.

I løpet av 1900-tallet har pressen gått gjennom en såkalt profesjonaliseringsprosess, som innebærer en grensemarkering til andre yrkesgrupper og dermed større faglig autonomi og uavhengighet (se bl.a. Raaum 1999 og Ekström og Nohrstedt 1996:42). Pressen kan imidlertid ikke kalles en profesjon i tradisjonell forstand, blant annet fordi det ikke stilles krav til en formell utdanning eller settes krav om offentlig autorisasjon som gir journalistene et kunnskapsmonopol (Raaum 1999:36). Utviklingen av presseetikken og en felles yrkesideologi har derfor spilt en betydelig rolle i pressens profesjonaliseringsprosess. Ekström og Nohrstedt (1996:18) definerer yrkesideologi, i denne sammenhengen, som et "sammenhengende system av värderinger och föreställingar om journalistikken och dess roll i samhället.". Yrkesetikken er en viktig integrert del av pressens overgripende ideologi. Yrkesideologien og de etiske retningslinjene sier noe om hvordan pressen legitimerer sin posisjon i samfunnet og hvilke verdier pressen ønsker å knytte seg opp mot (ibid.:42). Yrkesetiske normer og retningslinjer er

¹ <http://www.presse.no/presseetikk.asp>

med på å gi et yrke legitimitet, og kan fungere som et tegn overfor omverdenen på profesjonell ansvarlighet. Opprettelsen og oppdateringen av et etisk apparat er derfor en forutsetning for pressens autonomi (Raaum 2003:46).

Utviklingen av journalistfaglige normer har også spilt en stor rolle i profesjonaliseringsprosessen. Faglige og etiske normer kommer imidlertid stadig i konflikt. Hva som betegnes som god journalistikk er ikke nødvendigvis etisk godt. Journalistenes forståelse av eget fag er i stadig endring og en mer aktiv og pågående journalistrolle har trådt fram (Oltedal 2001:16). Dette berører særlig forholdet mellom personvern og ytringsfrihet som er et av de typiske konflikttemaene i presseetikken. I journalistikken aktualiseres denne konflikten i at journalisten på den ene siden skal ta hensyn til konsekvensene av rapporteringen og på den andre siden retten til å formidle den informasjonen man som journalist har fått tilgang til (Ekström og Nohrstedt 1996:12). Hvordan pressen legitimerer sin rolle og posisjon i samfunnet kommer særlig til uttrykk i møtet mellom hensynet til personvern og vernet om ytringsfriheten. Forståelsen av pressens posisjon og rolle i samfunnet har endret seg betydelig siden 1936, da den første Vær Varsom-plakaten ble vedtatt. Det samme gjelder måten pressen legitimerer sin samfunnsrolle. Det vil derfor være interessant å undersøke hvordan både forståelsen av pressens samfunnsrolle og pressens legitimeringsplattform, slik det kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten, har endret seg over tid.

Dette gir følgende problemstillinger:

Hovedproblemstilling:

- Hvordan er den presseetiske diskursen strukturert og hva er de største endringstendensene?

Underproblemstillinger:

- Hva sier endringene i den presseetiske diskursen om endringer i forholdet mellom pressen og andre sosiale institusjoner, og mellom pressen og befolkningen generelt?
- Hvordan legitimeres pressens rolle og posisjon i samfunnet i den presseetiske diskursen, og hvordan har legitimeringsmåten endret seg over tid?

1.2 Praktisk avgrensning

Problemstillingene vil bli belyst ut fra en diskursanalytisk tilnærming til de ulike utgavene av Vær Varsom-plakaten. I diskursanalysen er man opptatt av meningsdannelsesprosessen. Ifølge Norman Fairclough (2004:10-12) kan man skjelle ut tre analytisk separate elementer i

meningsdannelsesprosessen: produksjon av teksten, selve teksten, og resepsjon av teksten. Det vil i dette prosjektet imidlertid ikke bli aktuelt med resepsjonsstudier av hvordan Vær Varsom-plakaten oppfattes med hensyn til prosjektets omfang. Analyse av den presseetiske diskursen vil ha en tekstnær tilnærming, med fokus på selve Vær Varsom-plakaten. Teksten vil imidlertid også bli analysert med henblikk på tekstproduksjonen, særlig i forhold til den konteksten teksten produseres i, og med tanke på den institusjonelle og sosiale posisjonen til tekstprodusentene, og deres interesser, kunnskap og verdier.

I dette prosjektet vil det ikke være fokus på hvordan pressen løser etiske dilemmaer i praksis. Det vil i forhold til problemstillingen være mest interessant å belyse hvordan presseetikken som *ideal* har utviklet seg over tid. Det må altså skilles mellom etikk som ideal og etikk i praksis. Utviklingen av presseetikken vil likevel bli eksemplifisert med konkrete saker som kan ha medvirket til revisjonene av Vær Varsom-plakaten.

Norsk Presseforbund vedtok den første Vær Varsom-plakaten i 1936. Plakaten har senere blitt revidert i 1956, 1966, 1975, 1987, 1989, 1990, 1994 og 2001². Revisjonene har skjedd med varierende mellomrom og de har vært av varierende omfang. I dette prosjektet vil tekstanalysen kun omfatte Vær Varsom-plakaten fra 1936, 1956, 1975, 1987, 1994 og 2001. Det var kun mindre endringer som ble gjort i Vær Varsom-plakaten i 1966, 1989 og 1990. Disse endringene vil ikke bli analysert for seg, men vil bli belyst gjennom analysen av de øvrige Vær Varsom-plakatene.

1.3 Valg av analyseobjekt

Analysen av den presseetiske diskursen og hvordan denne har utviklet seg over tid, vil ta utgangspunkt i Vær Varsom-plakaten og de endringene i plakaten som de ulike revisjonene har resultert i. Vær Varsom-plakaten kan være et godt utgangspunkt for å analysere den presseetiske diskursen fordi den er et offentlig dokument utarbeidet internt i pressen, og kan dermed sees som en fremstilling av hvordan pressen definerer sitt normative grunnlag og de idealer pressen ønsker å formidle. Dokumenter en viktig kilde til selvrepresentasjon, de representerer en versjon av virkeligheten og sier noe om en institusjons selvrepresentasjon og selvlegitimering (Syvertsen 1998:5). De yrkesetiske normene som er nedfelt i formelle dokumenter, som Vær Varsom-plakaten, betegner de overgripende verdiene som institusjonen ønsker å knytte seg opp mot.

² Samtidig som dette prosjektet ble ferdigstilt vedtok NP en ny revidert Vær Varsom-plakat som trådte i kraft 1. januar 2006.

Vær Varsom-plakaten er et dokument som er produsert noenlunde kontinuerlig, noe som gjør de reviderte utgavene av plakaten egnet til å analysere utvikling over tid (ibid.). Analysen av Vær Varsom-plakaten bli satt inn i et presshistorisk perspektiv. Dette vil bli gjort blant annet ved å trekke inn den presseetiske debatten, både i og utenfor pressen, i forbindelse med de forskjellige revisjonene av Vær Varsom-plakaten. Her vil det bli aktuelt å trekke på ulike Stortingsmeldninger og offentlige utredninger (NOU), for å belyse hva myndighetene mener er pressens funksjon, normer og mål, og se på hvordan disse har endret seg over tid. Analysen vil også bygge på ulike dokumenter og korrespondanse i forbindelse med forarbeidene for de ulike revisjonene av Vær Varsom-plakaten.

Litteratur er en annen viktig kilde til pressehistorisk informasjon, og vil bli brukt blant annet for å kartlegge verdier, strømninger og ideer som preger samfunnet i forbindelse med revisjonene av Vær Varsom-plakaten. Litteraturen omfatter i tillegg til faglitteratur, artikler fra *Journalisten*, journalistenes eget fagblad, som omhandler de enkelte revisjonene spesielt og presseetikk generelt.

1.4 Begrepsavklaringer

Begrepene *presse* og *presseetikk* benyttes snarere enn *medier* og *medieetikk*. Begrepet *presse* blir i dette prosjektet brukt som et fellesord for alle medier. Dette er hensiktsmessig fordi det er slik begrepet brukes i Vær Varsom-plakaten (fram til revisjonen i 2001). Begrepet *presseetikk* er en snevrere definisjon enn *medieetikk* i det at *presseetikken* kun omhandler journalistisk arbeid, mens *medieetikken* også omfatter underholdning (når vold kan sendes på TV osv). *Yrkesetikken* ligger i grensegangen mellom *grunnlagsetikk*, som omhandler store grunnleggende etiske spørsmål, og *områdeetikk*, som er etikk avgrenset til et område (Oltedal 2001:18). *Presseetikk*, slik begrepet vil bli brukt i dette prosjektet, betegner en yrkesetikk basert på et bransjemessig grunnlag snarere enn etikk i moralfilosofisk forstand. *Presseetikken* sier noe om hva som til enhver tid er akseptabel journalistisk atferd, men det vises sjelden til noe etisk grunnlag i moralfilosofisk forstand (Rasmussen 2001:8). Begrepet *journalist* vil bli brukt som en fellesbetegnelse på alle redaksjonelle medarbeidere.

Sentrale begreper i dette prosjektet er *personvern*, *informasjonsansvar*, *ytringsfrihet* og *diskurs*. En foreløpig forståelse av *diskursbegrepet* innebærer språket i bruk. *Diskursbegrepet* vil imidlertid bli gjort nærmere rede for senere i prosjektet (se punkt 2.1.1). *Personvern*begrepet i journalistikken er hentet fra jussen, og dreier seg om å verne om privatlivets fred og hindre innsyn i den private sfære uten samtykke (Raaum 1999:151). Skjalg Fremo definerer

informasjonsansvaret som ”den forpliktelsen pressefolk mener de har til å formidle informasjon som kan være av interesse eller betydning for leserne.” (1994:14). Begrepet informasjonsansvar skiller seg dermed fra et annet mye brukt begrep, nemlig ”informasjonsplikt”, en plikt som pressen angivelig ikke har. Generalsekretær i Norsk Presseforbund, Per Edgar Kokkvold, har også lagt vekt på at pressen har et informasjonsansvar, og ikke en informasjonsplikt (Raaum 2003:207). I dette prosjektet vil begrepet om informasjonsansvar bli brukt, snarere enn begrepet informasjonsplikt. Ytringsfrihetsbegrepet vil i dette prosjektet brukes som et samlebegrep for både pressefrihet, trykkefrihet og ytringsfrihet.

1.5 Disposisjon

I kapittel to presenterer jeg det teoretiske rammeverket for analysen. Prosjektet bygger på en kritisk diskursanalyse som overordnet perspektiv for analysen. Dette perspektivet bidrar til å belyse hvordan den presseetiske diskursen ytrer seg, hvordan maktforhold mellom ulike sosiale aktører opprettholdes eller endres og hvordan pressen legitimerer sin virksomhet. I analysen vil jeg videre trekke på to etiske perspektiver, konsekvensetikk og pliktetikk, for å belyse hvordan pressen legitimerer journalistisk handling. I tillegg presenterer jeg tre perspektiver som tar for seg relasjonen mellom pressen og samfunnet og endringer i denne relasjonen: perspektivet på pressens profesjonaliseringsprosess, perspektivet om pressens ”samfunnskontrakt” og journalistikk-perspektivet. I kapittel tre redegjør jeg for kritisk diskursanalyse som metodisk rammeverk slik jeg mener det er mest fruktbart å anvende det på mitt datamateriale og i forhold til mine problemstillinger (se punkt 1.1). Sentralt i dette kapittelet er å redegjøre for hvordan de teoretiske kategoriene presentert i kapittel to operasjonaliseres i dette rammeverket. De ulike utgavene av Vær Varsom-plakaten blir analysert i hvert sitt kapittel, fra kapittel fire til og med kapittel ni. Hver analyse avsluttes med en oppsummering som viser de største endringstendensene fra foregående plakat. Derved trekkes en linje fra Vær Varsom-plakaten 1936 til revideringen av plakaten i 2001. I kapittel ti vil funnene fra analysene av Vær Varsom-plakaten bli satt i en bredere samfunnsmessig kontekst og drøftet i forhold til problemstillingen og underproblemstillingene. Dette gjøres ved å knytte de empiriske funnene til teoretiske perspektiver om relasjonen mellom presse og samfunn og perspektiver på makt og legitimering. Avslutningskapittelet munner ut i en kort oppsummering av hvordan den presseetiske diskursen er strukturert og av de største endringstendensene. Videre vil jeg drøfte hvorvidt et kritisk diskursanalytisk perspektiv som overordnet perspektiv og metode har fungert etter hensikten i dette prosjektet.

2 Teoretisk rammeverk

Dette prosjektet vil bygge på innsikter fra flere teoretiske perspektiver i forhold til hvilke aspekter ved problemstillingen som skal belyses. Prosjektet bygger på en diskursanalytisk tilnærming som overordnet metode og perspektiv. Forholdet mellom pressen, andre sosiale institusjoner og befolkningen generelt, vil bli belyst ut fra ulike perspektiver både på relasjonen mellom pressen og samfunnet og på endringer i dette forholdet. Sentrale perspektiver er her perspektivet om pressens profesjonaliseringsprosess, perspektivet om pressens ”samfunnskontrakt” og journalisme-perspektivet. To etiske perspektiver, konsekvensetikk og pliktetikk, vil også bli trukket inn i analysen for å belyse hvordan pressen gjennom etikken legitimerer sine handlinger

2.1 Et diskursanalytisk perspektiv

Det finnes mange former for diskursanalyse. Norman Fairclough er en av dem som har utviklet et helhetlige teoretisk og metodisk rammeverk for diskursanalyse, og dette prosjektet vil hovedsaklig bygge på innsikter basert på Faircloughs diskursanalytiske tilnærming (se bl.a. Fairclough 1992, 1995 og 2004). Kritisk diskursanalyse har som mål å systematisk utforske ofte skjulte årsaksforhold og avhengighet mellom (a) diskursive praksiser, hendelser og tekster, og (b) videre sosiale og kulturelle strukturer, relasjoner og prosesser. Formålet er å undersøke hvordan slike praksiser, hendelser og tekster springer ut av og er ideologisk formet av maktrelasjoner og maktkamp, og å utforske hvordan disse forholdene mellom diskurs og samfunn i seg selv er faktorer som sikrer makt og hegemoni (Fairclough 1992:132). Faircloughs tilnærming til diskursanalyse er en del av et større prosjekt, som innebærer å utvikle kritisk diskursanalyse til en ressurs for samfunnsforskning. Hensikten med kritisk samfunnsforskning er en bedre forståelse av hvordan samfunn fungerer og produserer både gunstige og skadelige effekter, og hvordan de skadelige effektene kan gjøres mindre eller elimineres. Fairclough er opptatt av å analysere nye forskningstemaer som globalisering, informasjonssamfunnet, kommersialisering og det han kaller ”new capitalism”, for å få en bedre forståelse for disse samfunnsendringene og deres effekter. Den kritiske hensikten er å produsere kunnskap som kan føre til endringer. Men Fairclough understreker at analysetilnærmingen kan brukes uten henvisning til dette videre prosjektet (ibid.:3,203). I dette prosjektet vil det kritisk

diskursanalytiske perspektivet brukes til å belyse utviklingen av den presseetiske diskursen, og hvordan denne utviklingen er påvirket av, og bidrar til å påvirke samfunnet.

2.1.1 Diskursbegrepet

Fairclough (1992:64) skjelner mellom to måter å forstå begrepet diskurs på. Diskurs defineres abstrakt i betydningen *språk*. Dette er en vid forståelse av begrepet diskurs som *språket i bruk*. Innenfor denne forståelsen av diskursbegrepet henspeiler den presseetiske diskursen på diskurs som språkbruk i sosial samhandling, som konstruerer sosiale identiteter, sosiale relasjoner og systemer av kunnskap og forestillinger. Men diskurs blir også definert i en mer konkret forstand som *bestemte måter å representere aspekter ved verden på*, altså som *representasjoner* (Fairclough 2004:17,124). Den presseetiske diskursen innebærer imidlertid både den vide og smale forståelse av diskursbegrepet. Den smale definisjonen blir inkorporert i den vide definisjonen av presseetisk diskurs gjennom *diskursordenen*, som er den bestemte blandingen av sjangere, diskurser (i smal definisjon) og stiler som er med på definere hva som kjennetegner den presseetiske diskursen. En diskursorden henspeiler på den sosiale organisering og sosiale kontroll av språklig variasjon, og er det diskursive elementet ved *sosiale praksiser*, som definerer bestemte måter å handle på (for eksempel lærerpraksis eller journalistisk praksis). *Diskurs* opptrer på tre måter i sosiale praksiser: som *sjangere*, altså som forskjellige måter å (sam)handle diskursivt (for eksempel intervju), som *diskurser*, som bestemte måter å representere en del av verden på, både representasjon av andre sosiale praksiser og selvrepresentasjon, og som *stiler* i dannelsen av bestemte væremåter, bestemte sosiale og personlige identiteter (Fairclough 2004:23-26). Det vil bli gitt en nærmere redegjørelse for disse begrepene og hvordan disse brukes i diskursanalysen i metodekapittelet.

Diskursanalysen innebærer studiet av tekster som sosial samhandling. Dette innebærer blant annet at presseetiske standarder ikke blir til i et tomrom, men både påvirkes av samfunnet og påvirker samfunnet. I diskursanalysen er fokus på hvordan den samfunnsmessige virkeligheten tolkes og formes gjennom bestemte former for språkbruk. Språkbruk både former og blir formet av den sammenhengen den inngår i. Et hovedpoeng i diskursanalysen er derfor å analysere hva sammenhengen mellom tekst og kontekst består i (Vagle m.fl. 1995:126). *Kontekst* kan defineres som den sammenheng eller de "omgivelser" en tekst eller ytring inngår i (Svennevig 2002:82). Det vil si at man må trekke inn de spesielle sosiale, politiske og historiske omstendighetene for teksten.

Et viktig poeng i diskursanalysen er at det er et dialektisk forhold mellom diskurs og samfunn. Det vil si at de utøver en gjensidig påvirkning på hverandre. For å forstå sosiale tilstander og endringer er det viktig med kjennskap om hvordan ulike diskurser ytrer seg (Hågvar 2003:23). I kritisk diskursanalyse er ideologi her et viktig begrep. For å forstå den presseetiske diskursen og hvordan denne har endret seg er det viktig å få en forståelse for pressens overordnede yrkesideologi, og hvordan pressen søker å legitimere sin virksomhet. Fairclough (2004:9, 218) definerer *ideologi* som representasjoner av aspekter ved verden, som bidrar til å etablere, opprettholde og endre maktrelasjoner, dominans og utnytting. En diskursanalyse kan bidra til å belyse hvordan pressens yrkesideologi innprentes, vedlikeholdes og endres gjennom revisjonene av Vær Varsom-plakaten, og dermed si noe både om hvordan pressens yrkesideologi og legitimeringsmåter har endret seg over tid og om endringer i maktrelasjoner.

2.1.2 Maktbegrepet

Ifølge Ragnar Waldahl (1999:38ff) har ikke pressen makt i tråd med sosiologen Max Webers klassiske definisjon av begrepet, som innebærer at en aktør kan realisere sin vilje ovenfor andre aktører, til tross for motstand. Når det gjelder presse-makt er det riktigere å snakke om andre påvirkningsformer, som innflytelse og overtalelse. Innflytelse bygger på en autoritativ status hos den som utøver innflytelse. Mottaker retter seg primært sett ikke etter det påtrykket som finner sted fordi de ønsker å gjøre det, men fordi de av ulike grunner føler at det er i deres egen interesse å gjøre det. Overtalelse bygger først og fremst på rasjonelle argumenter, det er viktig for den som påvirker å vise at det er i mottakernes interesse å føye seg etter innholdet i påvirkningen. Overtalelse bygger på frivillighet, det sentrale ved overtalelse er altså ikke å endre situasjonen for mottakeren, men å endre hans forståelse av den. Begrepene om innflytelse og overtalelse kan bidra til å belyse maktforhold innad i pressen, i forhold til den påvirkningen presseorganisasjonene, som utformere Vær Varsom-plakaten, har på den enkelte journalists handlinger. Gjennom argumentene som etableres i Vær Varsom-plakaten vil presseorganisasjonene vise at det er i journalistenes interesse å føye seg etter retningslinjene.

Maktbegrepet brukes også på en måte som inkluderer elementer både fra innflytelse og overtalelse. I den forbindelse trekker Waldahl (ibid.) sin tredeling av maktbegrepet, som innebærer makt, innflytelse og overtalelse, videre til Amitai Etzionis inndeling i tre typer makt etter hvilke sanksjonsmuligheter utøveren har. Den første er basert på tvangsmidler og bruk av fysiske sanksjoner. Den andre er makt basert på gjenytelser, for eksempel i form av økonomiske

sanksjoner. Den tredje refererer til symboler, normer og felles oppfatninger. Her er spørsmålet hvem som skal forvalte samfunnets verdi- og normgrunnlag, og hvem som definerer hvilke tanker og handlemåter som er akseptable, og hvilke som ikke er det. Pressen har i dette perspektivet en form for symbolmakt og normmakt, som springer ut av rollen som utformer, fortolker og kontrollør av pressens og samfunnets verdier. Gjennom utvelgelse og vektlegging av temaer signaliseres hvilke normer som er viktige. Her er det en klar parallell til kritisk diskursanalyse ved at pressen gjennom den presseetiske diskursen definerer akseptable handlemåter og uttrykker hvilke normer og verdier som er viktige. På den måten er etikk en form for diskursiv makt. Den presseetiske diskursen blir i denne sammenhengen ansett som en etisk diskurs som uttrykker maktforhold. Begrepene om symbolmakt og normmakt kan bidra til å belyse hvordan norsk presse innprenter sin yrkesideologi og sin forståelse av pressens samfunnsrolle både overfor allmennheten, myndigheter og den enkelte journalist, gjennom Vær Varsom-plakaten og de ulike revisjonene av den. Etikk er makt gjennom bestemte begreper og kategorier, en måte å benevne på, som plasserer ting mer eller mindre i aktverdigg lys. Det er makt til å påstå at en handling er god eller dårlig (Rasmussen 2004:15). Pressen har en form for diskursiv makt gjennom presseetikken ved at den på den ene siden er en egnet måte å argumentere mot kritikere på, og dermed forsvare sin virksomhet, og ved at den har en pedagogisk funksjon i å utdanne journalister, og samfunnet generelt, om hva som er pressens oppgaver, rettigheter og plikter (Raum 1999:35).

2.2 Etiske perspektiver

Den presseetiske diskursen vil bli knyttet opp mot to moralfilosofiske ”retninger”, konsekvensetikken og pliktetikken. *Konsekvensetikken* innebærer at det finnes et ansvar for de konsekvenser av handlingen som er mulig å forutse. Den som anses etisk ansvarlig må moralsk svare for effektene av sin handling (Ekström og Nohrstedt 1996:12). Ifølge *pliktetikken* motiveres handling ut fra en plikt eller et prinsipp som angir hva som er etisk akseptable handlinger. Den som handler er bare ansvarlig for tilsiktede konsekvenser, ikke for utilsiktede, men forutsebare, konsekvenser (ibid.). Handler man i tråd med plikten eller prinsippet handler man moralsk riktig (Østnor og Lunde 1998: 89).

Forholdet mellom konsekvensetikk og pliktetikk i journalistikken aktualiseres ofte i konflikten mellom informasjonsansvaret og å ta hensyn til konsekvensene av rapporteringen (Ekström og Nohrstedt 1996:12). To måter å betrakte journalistrollen belyser også dette motsetningsforholdet. En måte å forstå journalistrollen på vektlegger at pressens fremste plikt,

ut fra kravet om ytringsfrihet, er å offentliggjøre det pressen vet uten å legge særlig vekt på konsekvensene (pliktetikk). Den andre forståelsesmåten vektlegger pressens kritiske rolle ved den dagsordenfunksjonen pressen har, og understreker journalistenes ansvar for å vurdere konsekvenser av publiseringen (konsekvensetikk) (Oltedal 2001:140). I analysen vil disse etiske perspektivene bli tatt i bruk for å belyse hvordan presseetikken betrakter journalistrollen og legitimerer journalistisk handling og pressens virksomhet.

2.3 Perspektiver på relasjonen mellom presse og samfunn

Forholdet mellom samfunnet og pressen blir ofte beskrevet som *pressens samfunnskontrakt*. Perspektivet om en pressekontrakt bygger på liberalistiske ideer om folkesuverenitet og tilhørende "kontrakt" mellom befolkning og regent, hentet fra filosofer som Locke og Hume (Raaum 2003:17).

Pressens samfunnskontrakt omfatter en rekke skrevne og uskrevne regler og retningslinjer for forholdet mellom samfunnet og pressen. I land med et stabilt politisk system vil pressens samfunnskontrakt være relativt stabil, men samfunnet og pressen er i stadig endring og balansen i pressekontrakten må opprettholdes. Pressekontrakten kan sees som et resultat av gjensidig påvirkning mellom pressen, myndigheter og samfunnet generelt (Raaum 1999). Dette perspektivet har klare paralleller til det kritisk diskursanalytiske perspektivet om et dialektisk forhold mellom diskurser, sosiale praksiser og sosiale strukturer. Kontrakten har kommet til gjennom en historisk prosess med debatt, konfrontasjoner og tilpasninger mellom pressen og samfunnet. Pressens funksjoner, forpliktelser, rettigheter og retningslinjer kan anses å være *kontraktfestet*. Og endringer i disse, eksempelvis endringer i presseetikken, kan sees som endringer i pressekontrakten (ibid.). I tillegg til å bidra til å belyse relasjonen mellom pressen og samfunnet, kan perspektivet om pressens samfunnskontrakt også sees som et perspektiv på endring, og kan derfor være fruktbart å anvende for å belyse endringer i den presseetiske diskursen og endringer i sosiale relasjoner og maktforhold.

Som nevnt innledningsvis har pressen gått gjennom en såkalt *profesjonaliseringsprosess*. Den strategien som er tatt i bruk i denne prosessen kaller Raaum (1999) for *etisk rensing*. Den etiske rensingen handler om å styrke yrkesetikken og pressens selvjustissystem ved at profesjonen gjennom selvjustissystemet renses for uetisk praksis. På den måten bidrar yrkesetikken til å legitimere pressens faglige autonomi. Den etisk rensing kan betraktes som en strategi innad i pressen for å oppnå legitimitet, status og autonomi, og den drives fram av pressen blant annet gjennom debatter, utredninger, utforminger og revisjoner av

etiske retningslinjer som Vær Varsom-plakaten. Å se revisjonene av Vær Varsom-plakaten i lys av pressens profesjonaliseringsprosess og den etiske rensingen vil belyse endringene i den pressetiske diskursen og endringer i sosiale relasjoner, blant annet ved å bidra til å forklare hvorfor yrkesetikken og en sterk yrkesideologi er så viktig i pressens søken etter autonomi, legitimitet og troverdighet.

Journalisme-perspektivet kan bidra til å belyse sentrale aspekter ved pressens yrkesideologi. Perspektivet om *journalismen* er utviklet av den svenske forskeren Olof Petersson, som ledet den svenske maktutredningen mellom 1985 og 1990. Ifølge *journalismen* består samfunnet av tre grupper: makthavere, vanlige mennesker og journalister. Videre har journalistene, ifølge *journalismen*, en avgjørende demokratisk funksjon. Journalistene skal granske makthaverne på borgernes vegne og fungere som advokat for de svake i samfunnet. En sentral forestilling i *journalismens* ideologi er journalistenes *avsløringsoppdrag* og *journalismen* anser en *kritisk granskende journalistikk* som yrkesnorm. Ifølge *journalismen* er *journalistikken* en maktfaktor i samfunnet fordi den oppfattes som viktig av medborgerne ved at journalistene har et oppdrag på deres vegne. Journalistene blir medborgernes redskap (Petersson i Edvardsen 1994:29-30).

Ifølge Petersson er moderne journalister en egen *klasse*. Klasse definerer han ut fra at "... medlemmene forenes av felles vilkår, felles ideologi og blir en sosial virkende kraft" (ibid.). Å betrakte journalistene som en egen klasse har blitt kritisert av mange (bl.a. Anders Johansen 2001). Den diskusjonen er for omfattende til at den innlemmes i dette prosjektet. I dette prosjektet vil det kun være fruktbart å trekke på *journalisme-perspektivet* med hensyn til hvordan dette perspektivet forklarer pressens yrkesideologi og hvordan pressen, ifølge denne ideologien, ser på pressens forholdt til både myndigheter og til befolkningen generelt.

3 Metode og analyseoppsett

3.1 Kritisk diskursanalyse

Det er fruktbart å anvende kritisk diskursanalyse som metode for å analysere den presseetiske diskursen fordi den vil bidra til plassere utviklingen av den presseetiske diskursen i en videre sosial og historisk sammenheng. Fairclough vektlegger forskjellige aspekter ved kritisk diskursanalyse. Begrepsbruken er også noe ulik fra tidligere bøker og den siste boka som kom ut i 2003 (2. opplag i 2004). Jeg vil i stor grad benytte meg av begreper og ”analyseverktøy” hentet fra den siste boka *Analysing Discourse. Textual analysis for social research* (2004), hvor fokus i større grad er på tekstorientert diskursanalyse enn i tidligere bøker. Bakgrunnen for dette er at mitt analysemateriale gjør det mest fruktbart å anvende en tekstnær analysemodell. Boka er imidlertid en forlengelse av arbeidet som er gjort i tidligere bøker, og den metodiske tilnæringsmåten i dette prosjektet bygger også på analytiske kategorier fra tidligere bøker.

I *Analysing Discourse* (2004) legger Fairclough vekt på at den diskursanalytiske tilnærming innebærer en relasjonell tilnærming til tekstanalyse. Man er opptatt av flere nivåer i analysen og den dialektiske relasjonen mellom disse. Skjematisk er disse nivåene:

- Sosiale strukturer
- Sosiale praksiser
- Sosiale hendelser – Handlinger og deres sosiale relasjoner
 - Representasjoner av verden
 - Identifikasjon av personer (identiteter)
- Diskurs (sjangere, diskurser og stiler)
- Semantikk
- Grammatikk og vokabular (ibid.:36).

Fairclough skiller videre mellom tekstens ”eksterne” og ”interne” relasjoner. Analyse av tekstens ”eksterne” relasjoner er analyse av tekstens relasjon til andre elementer i *sosiale hendelser, sosiale praksiser og sosiale strukturer*. Analyse av ”interne” relasjoner innebærer analyse av semantiske, grammatiske og leksikalske relasjoner. De interne relasjonene i teksten forbindes med dens eksterne relasjoner gjennom en *interdiskursiv analyse* av diskursordenen. Dette utgjør det *diskursive nivået* i analysen, hvor de interdiskursive relasjoner mellom sjangere, diskurser og stiler blir analysert (ibid.:36-38). Diskursnivået er det medierende nivå

mellom teksten per se, og dens sosiale kontekst. Kritisk diskursanalyse svinger dermed mellom et fokus på spesifikke tekster og et fokus på diskursordenen (ibid.:2,24).

Når det gjelder tekstens eksterne relasjoner er *intertekstualitet* et viktig aspekt. Intertekstualitet innebærer at elementer av andre tekster, og altså andre stemmer, blir inkorporert i teksten. Forståelsen av intertekstualitet i denne sammenhengen er vid, og innebærer både eksplisitt intertekstualitet, som sitater, og mer implisitt intertekstualitet. Fokus på intertekstualitet bidrar til å belyse hvilke elementer fra sosiale hendelser som er inkludert og ekskludert teksten, og bidrar til å belyse hvilke stemmer som bringes inn i teksten og hvilke (potensielle) stemmer som ekskluderes i teksten (ibid.:36-39). Intertekstualiteten og interdiskursiviteten bidrar til å belyse hvordan diskurser defineres gjennom sitt forhold til andre diskurser og påvirker dem (Hågvar 2003:21). Utvikingen av den presseetiske diskursen innebærer en historisk prosess der ”definisjonen” av hva presseetikken er har kommet til i møtet mellom den presseetiske diskursen og andre diskurser (som for eksempel juridisk diskurs og politisk diskurs).

Den kritiske diskursanalysen av (endringene i) Vær Varsom-plakaten har tre dimensjoner: 1) Kvalitativ kritisk tekstanalyse, 2) interdiskursiv analyse av diskursordenen (sjanger, diskurs, stil) og 3) sette teksten i sammenheng med den videre sosiale konteksten gjennom tekstforklaring. I praksis vil tekstanalysen og den interdiskursive analysen foregå samtidig og presenteres i en integrert framstilling i analysen av Vær Varsom-plakaten.

Diskursanalysen innebærer altså både nærlesing av Vær Varsom-plakaten(e) og en bredere samfunnsanalyse. Intertekstualiteten i tekster gjør at andre sosiale praksiser, diskurser, sjangere og stiler, trekkes inn i teksten. Fairclough forbinder på den måten samfunnsorienterte diskursanalyser med språkvitenskaplige tekstanalyser, som gjør det mulig å presisere påstanden om diskursens struktur. En interdiskursiv analyse av blandingen av sjangere, diskurser og stiler trekker derfor samfunnet og historien inn i teksten (Fairclough 1995:189).

I tråd med det kritiske aspektet i diskursanalysen tar tekstanalysen utgangspunkt i en kritisk tilnærning til den versjonen av ”virkeligheten” som blir representert i teksten (Vagle m.fl. 1995:123). Dette innebærer at man i analysen er opptatt av hvilke valg som er gjort i teksten, hvilke elementer av konteksten som er inkludert og hvilke elementer som er ekskludert (Fairclough 1995:210).

3.2 Kritisk tekstanalyse

Tekstanalysen i kritisk diskursanalyse tar utgangspunkt i funksjonelle tilnæringer hvor man er opptatt av teksters "flerfunksjonalitet" (Fairclough 2004:26). En tekst har en referensiell språkfunksjon, som uttrykker tekstens innhold, en mellompersonlig språkfunksjon som henspeler på sosiale relasjoner og språklig samhandling, samt en ekspressiv språkfunksjon, som er knyttet til subjektivitet og sosial identitet, og en tekstfunksjon som knytter teksten sammen (Vagle m.fl. 1995:126). Fairclough ser også tekster som flerfunksjonelle, men, i relasjon til elementene sjanger, diskurs og stil, snakker han om tre typer mening i tekster i stedet for tre funksjoner. Disse meningsaspektene er (sam)handling, representasjoner og identifisering. (Sam)handling henspeler på sosiale relasjoner, med vekt på tekst som en måte å samhandle på i sosiale hendelser, representasjon henspeler på ulike perspektiver verden og erfaringer representeres på, og identifikasjon henspeler på identifisering (og etablering og reproduksjon) av personlig og sosiale identiteter.

Tekstanalysen er en kvalitativ form-og-meningsanalyse. Analyse av form inkluderer tekstens generiske form (den overgripende strukturen i for eksempel en narrativ), relasjoner mellom setninger og leddsetninger, grammatikk, modalitet og vokabular (Fairclough 1992:133-134). Ved å fokusere tekstanalysen på samspillet mellom handling, representasjon og identifikasjon bringes det sosiale perspektivet inn i analysen (Fairclough 2004:27). I tekstanalysen vil disse meningsaspektene bli analysert under henholdsvis sjanger, diskurs og stil. Sjangere er handlingsmessige (actional meanings) meninger og former i teksten. Diskurser blir realisert i representasjonsmessige meninger og former i teksten. Stiler blir realisert i identifikasjonsmessige meninger og former i teksten (ibid.:67).

Å analysere en tekst eller samhandling i forhold til sjanger innebærer å se på hvordan sjangeren opptrer innen, og bidrar til, sosial samhandling i sosiale hendelser (ibid.:65). I forlengelsen av dette innebærer sjangeranalyse å analysere hvilken sjanger teksten tilhører og om teksten kan plasseres i en sjangerkjede. Med sjangerkjede menes forskjellige sjangere som er ("regel-messig") knyttet sammen, og som involverer systematisk overgang fra sjanger til sjanger (for eksempel offentlig dokument, pressemeldinger, pressekonferanser, rapporter i pressen) (ibid.:31). Sjangerkjeder kan knytte sosiale hendelser til ulike sosiale praksiser og danne nettverk av sosiale praksiser. Dette kan videre si noe om sosiale relasjoner mellom samhandlerne, fordi sjanger kan forstås som en måte å samhandle diskursivt i sosiale hendelser. I forhold til meningsaspektet handling innebærer analyse av sjanger å analysere meninger teksten har som del av handlingen i sosiale hendelser og hvilke sosiale relasjoner handlingen

impliserer. Sjangere som samhandlingsformer danner bestemte typer sosiale relasjoner mellom samhandlerne (sosiale aktører som organisasjoner, grupper eller individer). Analyse av sosiale relasjoner kan bidra til å belyse sosialt hierarki og sosial avstand (ibid.:75). Hvilken sjanger Vær Varsom-plakaten tilhører skal jeg komme tilbake til i slutten av dette kapitlet (se punkt 3.4.1).

En diskurs representerer en bestemt del av verden, og representerer den fra et bestemt perspektiv. De ulike diskursene som kommer til uttrykk i teksten kan identifiseres gjennom å se på ”hovedtemaene” i teksten og hvilket synspunkt disse temaene blir representert ut fra og hvordan saksforhold blir kategorisert (Fairclough 2004:129). Diskurser kan videre identifiseres ved å studere ordvalg og semantiske relasjoner mellom ord i teksten. Dette henspiller på meningsaspektet representasjon.

Stiler er det diskursive aspektet ved måter å være på (for eksempel stilen til en politisk leder og journalistisk stil). Stiler er knyttet til identifiseringsprosesser, altså hvordan man identifiserer seg selv, og blir identifisert av andre. Dette henspiller på meningsaspektet identifisering, meninger tilknyttet den tekstuelle konstruksjonen av folks identiteter. Identifikasjon kommer til syne i teksten gjennom lingvistiske trekk som vokabular (anføringsverb, adverb, banneord, formelle/uformelle uttrykk osv.), modalitet, evalueringer og vurderinger av saksforhold i teksten. Stiler er analytisk distinkt fra sjangere og diskurser, men det er et dialektisk forhold mellom dem (Fairclough 2004:159ff).

3.2.1 Tekstbeskrivelse, teksttolkning og tekstforklaring

Den kritiske tekstanalysen i et diskursanalytisk rammeverk innebærer tre stadier: tekstbeskrivelse, teksttolkning og tekstforklaring (Fairclough 1995:98, 2004:209 og Vagle m.fl. 1995:131). *Tekstbeskrivelsen* innebærer å studere ordbruken og semantiske relasjoner mellom (ledd)setninger og mellom ord. Skriftelige tekster innebærer at forfatteren(e) har tid til å tenke gjennom formuleringer og ordvalg man vil bruke for å fremsette informasjon. Semantiske relasjoner mellom (ledds)setninger og mellom ord, og hvordan teksten er arrangert, sier noe om hvordan mening etableres i teksten. Den semantiske setningsgrammatikken skiller mellom tre hovedtyper av prosesser: materielle, relasjonelle og mentale. I materielle prosesser er det noe som skjer, eller noen som gjør noe (å handle, å skape). Mentale prosesser innebærer en sansende bevissthet (å tenke, å føle). I relasjonelle prosesser etableres et forhold mellom to størrelser (eiendomsforhold, identifikasjon og attribusjon). I tillegg finnes mellomliggende prosesser, som eksistensielle og verbale prosesser. Eksistensielle prosesser omhandler ”væren”

(å eksistere, å oppstå, å skje). Verbale prosesser omhandler menneskelig symbolsk aktivitet (å si, å beskrive, å mene). Hvordan prosesser representeres i teksten sier noe om hvordan årsaks- og ansvarsforhold representeres i teksten (Fairclough 2004:141ff og Vagle m.fl. 1995:164ff). Videre kan de semantiske relasjonene bidra til å belyse hvordan tekstens avsender forholder seg til sosial forskjell og hvilke legitimeringsstrategier teksten bygger på. Folk er hele tiden opptatt av, i det sosiale liv, i det de skriver eller sier, å påstå eller å sette spørsmålstegn ved legitimiteten ved handlinger. Tekstanalyse er derfor en betydelig ressurs for å forske på *legitimering*. Fairclough viser til T. Van Leeuwen når han gjør en inndeling av fire legitimeringsstrategier (Fairclough 2004: 88,98-99):

- 1) Autoritet (authorization) – legitimitet med referanse til tradisjonens autoritet, sedvane, lov, og til personer som innehar institusjonell autoritet.
- 2) Rasjonalisering – Legitimering med referanse til nytten ved institusjonalisert handling, og til de kunnskaper samfunnet har konstruert for å gi disse kognitiv gyldighet. Dette er den klareste og mest eksplisitte formen for legitimering.
- 3) Moralsk evaluering – Legitimitet med referanse til verdisystemer
- 4) "Mythopoesis" – Legitimitet tilsynegjort gjennom narrativer

I Vær Varsom-plakaten benyttes legitimeringsstrategien rasjonalisering og legitimering med referanse til verdisystemer i kombinasjon med legitimering med referanse til personer som innehar institusjonell autoritet.

I tekstbeskrivelsen kan man også belyse modaliteten i teksten ved blant annet å se på modale markører (med mindre, hvis ikke, bør). Dette sier noe om i hvilken grad avsender forplikter seg til sannhet og nødvendighet (Fairclough 2004:164 og Vagle 1995:177). Videre kan man se på hvilke vurderinger av saksforhold som blir gjort i teksten.

Teksttolkningen innebærer at man går fra betydningen i teksten til meningen med den. Forholdet mellom tekst og samfunn er indirekte, mediert gjennom tolkningsprosessen. Det er et dialektisk forhold mellom tekst og kontekst og det er derfor viktig under tolkningen av teksten å ta utgangspunkt i funnene fra tekstbeskrivelse og de sosiale hendelsene teksten er en del av (Vagle m.fl.1995:199,200). I denne delen av analysen er det imidlertid viktig å være klar over at en tolkning av en tekst alltid vil være farget av tolkerens ståsted. I forbindelse med tolkningene av de tidlige plakaten er det særlig viktig å ha i tankene at tolkningen av Vær Varsom-plakaten er gjort med nåtidens referanseramme som utgangspunkt.

Tekstforklaringen innebærer å sette teksten i en større sosial sammenheng. Som nevnt har revisjoner av Vær Varsom-plakaten blant annet kommet til gjennom debatter og diskusjoner

knyttet til interessekonflikter, og når man analyserer tekster knyttet til spenning og konflikter, er det interessant å studere hvordan maktrelasjoner kommer til uttrykk i teksten. Endringer i diskursordenens sammensetning kan gjenfinnes i spenninger og motstand mellom ulike sosiale aktører og grupper innad i diskursordenen, noe som har å gjøre med hvordan styrken og autoriteten i den rådende diskursordenen utvikler seg (Røssland 1999:35-36). I tråd med analysens kritiske aspekt vil analysen her trekke på forskningstemaer som ideologi, legitimering, hegemoni og sosial forskjell. Disse temaene blir blant annet belyst i tekster ved å se på intertekstualitet, gjennom den interdiskursive analysen og gjennom tolkningsprosessen i tekstanalysen. Det vil også være nødvendig å trekke inn sentrale teorier i forhold til presseetikk og pressens posisjon i samfunnet, som perspektivet om pressens profesjonaliseringsprosess, journalisme-perspektivet, perspektivet om "pressekontrakten". I tillegg vil de etiske perspektivene bli trukket inn i analysen for å belyse hvordan pressen legitimerer sine handlinger.

Analysen av de forskjellige utgavene av Vær Varsom-plakaten sees i lys av kontinuitet og endring. Kritisk diskursanalyse fokuserer på kontinuitet og endring på et strukturelt nivå, samtidig som den beskjeftiger seg med hva som skjer i spesifikke tekster (Fairclough 2004:3). Gjennom en diskursanalytisk tilnærming vil konteksten, de spesielle sosiale, politiske og historiske omstendighetene for revisjonene av Vær Varsom-plakaten, bli trukket inn i analysen. Målet er å undersøke hvordan den presseetiske diskursen har endret seg over tid og hva de største endringstendensene har å si for forholdet mellom pressen og samfunnet. Gjennom å studere sosiale forhold på mikronivå, som sosiale relasjoner, makt og avmakt, roller og presentasjon av jeget, er kritisk tekstanalyse godt egnet til å studere både sosial endring og sosiale strukturer (Vagle m.fl. 1995:124).

3.3 Metodisk rammeverk og analyseoppsett

Det metodiske rammeverket for kritisk diskursanalyse inkluderer altså en rekke analytiske kategorier og perspektiver som gir mange mulige verktøy for analysen. Diskursanalyse som metode innebærer ikke et fast sett "regler" eller noen mal for hvordan analysen skal gjennomføres. Styringsverktøyet i diskursanalysen er hovedsaklig analyse spørsmål. Hvilke spørsmål man velger å stille til teksten er avhengig av problemstilling. Det er derfor viktig å ta i bruk de analyseverktøyene som er hensiktsmessige for den bestemte problemstillingen, slik at man unngår at analysen blir uoversiktlig og at man mister fokus (Fairclough 1992:225). En utfordring i forbindelse med en diskursanalyse av Vær Varsom-plakaten har derfor vært å finne et analyseoppsett som sammenfatter viktige elementer fra Faircloughs kritiske diskursanalyse

og som er mulig å gjennomføre i henhold til prosjektets omfang. Jeg har utviklet et metodisk rammeverk og et håndgripelig analyseoppsett basert på Faircloughs mange analytiske kategorier og analyse spørsmål som jeg mener vil være fruktbart for min problemstilling og mitt analyseobjekt.

En tekstanalyse vil aldri belyse alt som er å si om en tekst. Tekstanalysen er også uunngåelig selektiv i forhold til hvilke spørsmål som stilles til teksten. I tekstanalysen av Vær Varsom-plakaten vil jeg ta utgangspunkt i hvilke valg avsender har gjort når det gjelder hvordan teksten er satt sammen. Det vil si at jeg stiller spørsmål om hvilke språkhandlinger som utføres i teksten, hvilke semantiske relasjoner som finnes i teksten, hvilke ordvalg som er gjort, hvordan sosiale prosesser, aktører og hendelser representeres i teksten, i hvilken grad avsender forplikter seg til sannhet og nødvendighet av det som hevdes i teksten og hvilke vurderinger som blir gjort av ulike saksforhold. På bakgrunn av dette stilles videre spørsmål om hvilke legitimeringsmåter som brukes i teksten og hvordan ulike sosiale relasjoner kommer til uttrykk i teksten. Analysene av hver utgave av Vær Varsom-plakaten vil følge samme struktur og analyseoppsett.

Teksten blir analysert som del av spesifikke hendelser. Derved gjøres to sammenknyttede ting. For det første blir tekstene belyst i forhold til de tre aspektene ved mening (handling, representasjon og identifikasjon), og i forhold til hvordan disse blir realisert i ulike trekk ved teksten (vokabular, semantiske relasjoner og setningsgrammatikk). For det andre undersøkes sammenhengen mellom den konkrete sosiale hendelsen som teksten er en del av og mer abstrakt sosial praksis gjennom å spørre hvilke sjangere, diskurser og stiler det bygges på, og hvordan disse kan bindes sammen i teksten gjennom en interdiskursiv analyse av diskursordenen (Fairclough 2003:28). I tekstanalysen er det derfor nødvendig å identifisere ulike sjangere, diskurser og stiler, og analysere hvordan de er knyttet sammen i teksten. Disse elementene vil bli analysert hver for seg i tekstanalysen.

Teksten analyseres som en del av sosiale hendelser, og analysen vil derfor starte med en foreløpig kontekstforståelse for å sette teksten inn i den videre sosiale og historiske sammenhengen. Tekstanalysen består videre av tekstbeskrivelse og teksttolkning. I analysen vil jeg imidlertid ikke operere med to forskjellige stadier for tekstbeskrivelsen og teksttolkningen, men analysere disse parallelt. De ulike utgavene av Vær Varsom-plakaten vil bli analysert sammen i den forstand at jeg i plakatene etter 1936 hovedsaklig vil se på endringene fra de foregående plakatene. Plakatene vil derfor analyseres i kronologisk rekkefølge. Deretter vil det bli trukket en linje fra den første plakaten fra 1936 via endringene i 1956, 1975, 1987 og 1994 til revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 2001, og utviklingen av den presseetiske diskursen vil

bli satt i en videre samfunnsmessig sammenheng i tekstforklaringen som er det siste stadiet i analysen.

3.4 Sjangerbegrepet

Sjanger er et sentralt begrep i kritisk diskursanalyse. Kritisk diskursanalysen innebærer studiet av tekster som sosial samhandling. Derfor er sjanger et viktig element i analysen.

Sjangerteori er et stort og komplisert fagområdet som omfatter mange ulike perspektiver. Ifølge Yngve Benestad Hågvar (2003:43) er det imidlertid i dag bredt akseptert innen tekstvitenskapen å betrakte sjangere som sosialt og kulturelt betinget, ikke som faste uforanderlige institusjoner. Fairclough (2004:26) ser sjangere som forskjellige måter å samhandle diskursivt. Formene for samhandling i sosiale hendelser er definert ut fra deres sosiale praksiser og måten disse er knyttet sammen på. Sjangere strukturerer tekster på bestemte måter. Sjangere kan være knyttet til bestemte sosiale praksiser, men kan også identifiseres på ulike nivåer av abstraksjon. På et høyt abstraksjonsnivå overskrider sjangere bestemte sosiale praksiser (for eksempel deskriptiver, argumentasjon, narrativer). På et mellomliggende abstraksjonsnivå kan sjangere for eksempel være intervju, og sjangere på det laveste abstraksjonsnivået er for eksempel politisk intervju, etnografisk intervju osv, altså sjangere som er knyttet til bestemte sosiale praksiser. Sjangere varierer imidlertid i forhold til grad av stabilitet, fastsatthet og homogenitet og det er ingen enkel korrespondanse mellom praksisspesifikke sjangere og faktiske tekster og samhandlinger. Videre finnes det, i følge Fairclough (ibid.:65-68), ingen etablert terminologi for sjangere. Den svenske språkviteren Per Ledin (1996:35) slutter seg til dette, men mener det likevel er noen hovedpunkter i moderne sjangerteori på tvers av ulike sjangerteoretiske utgangspunkt. Ledin gjør en grov avgrensning av sjangerbegrepet gjennom fire påstander:

1. Sjangere knytter tekster til sosiale prosesser der mennesker samhandler gjennom tekster. En sjanger lokaliserer altså en tekst i tid og rom, og med grunn i den sosiale prosessen knyttes sjangeren til produksjons- og konsumpsjonsmønstre.

2. En sjanger innebærer prototypforestillinger om tekstutformingen. En sjanger er en sosial kategori. Sjangertilhørighet oppstår når en tekst kan knyttes til en sosial prosess som lokaliserer teksten i tid og rom og tildeler den et mål.

3. En sjanger er normalt navngitt og er sånn sett språklig og sosialt kodifisert. Tekster behøver imidlertid ikke å ha en eksakt sjangerbetegnelse, men kan betegnes på flere måter. Hvilken betegnelse som velges bestemmes i stor grad av hvilken sosial prosess som fremholdes.

4. En sjanger er en tradisjon som tas i bruk i en situasjon, fordi den forandres over tid. Sjangere er altså intertekstuelle i sin karakter. Når språklige trekk blir generiske skyldes dette at en sosial prosess blir så viktig i samfunnet at en regelbundethet forekommer (ibid.:29-33).

Med utgangspunkt i Ledins og Faircloughs forståelse av sjanger vil sjangerbegrepet i denne oppgaven bygge på følgende premisser:

- Sjanger er en måte å handle og samhandle diskursivt.
- Sjangere er knyttet til sosiale hendelser som lokaliserer teksten i tid og rom og tildeler den et mål.
- Sjangere strukturerer tekster på bestemte måter (men) på ulike nivåer av abstraksjon.
- Sjangere er sosiale kategorier som innebærer en forventning om tekstutforming/handling. Sjangere forandres over tid, og er derfor intertekstuelle i sin karakter.

3.4.1 Vær Varsom-plakaten som sjanger

Sjangere blir ofte definert ut fra hensikten med handlingen (Fairclough 2004:70). Et eksplisitt formål med Vær Varsom-plakaten er å få pressefolk til å handle på en bestemt måte. Vær Varsom-plakaten er preget av bydesetninger og utsagnssetninger. Språkhandlingene som utføres i teksten er hovedsaklig direktiver, der sender søker å framkalle en handling hos mottaker, og påstander, som enten kan være sanne eller usanne (Vagle m.fl. 1995:174). En teksts makrohandling og teksttype er med på å definere sjangeren. Åpning og avslutning er steder der makrohandlingen trer tydelig fram. Overskriften i Vær Varsom-plakaten er et tydelig direktiv (gir påbud/råd), det samme er plakats siste retningslinje ("Ord og bilder er mektige våpen. Misbruk dem ikke."). Dette innebærer at Varsom-plakaten har en direktiv makrohandling. Teksttypen finner man ved å se på de semantiske relasjonene i teksten. Vagle (ibid.:188ff) nevner fire teksttyper en tekst kan tilhøre: argumentasjoner, instruksjoner, narrativer og deskriptiver. Disse er basert på den interne tekstsammenhengen. For at Vær Varsom-plakaten skal kunne klassifiseres som instruksjoner, må den dominerende setningskoplingen i teksten være temporal (jf. bruksanvisning). Det er den ikke. De semantiske relasjonene i Vær Varsom-plakaten (litt avhengig av hvilken versjon) er hovedsaklig både additiv og elaborerende, som i deskriptive tekster der det blir presentert en del fakta om en eller flere referenter, og kausal, som i argumenterende tekster. I tillegg er setningskoplingene i Vær Varsom-plakaten konsentrert om hva noen skal, kan eller bør gjøre. Denne typen kopling kalles agenskoplinger og gjenfinnes hovedsaklig i argumentasjoner. Setningskoplingen er ofte ikke

eksplicit markert i argumenterende tekster. Det er også tilfelle i Vær Varsom-plakaten, hvor mange semantiske relasjoner mellom (ledd)setninger og avsnitt er implisitt.

Forholdet mellom bydesetninger og utsagnssetninger og mellom de ulike semantiske relasjonene endrer seg i de ulike reviderte utgavene av Vær Varsom-plakaten. Det vil derfor være interessant å se hvordan sjangeren har endret seg i dette henseende og hva det har å si for endringer i sosiale relasjoner.

Vær Varsom-plakaten har altså en direktivisk makrohandling, og på et høyt abstraksjonsnivå kan Vær Varsom-plakaten klassifiseres som en argumenterende teksttype. På det midterste abstraksjonsnivået kan teksten defineres som kodeks, og settes teksten i en videre kontekst, at teksten skal fungere som veiledning for hva som er rett journalistisk handling, kan teksten plasseres i sjangeren yrkesetisk kodeks.

Vær Varsom-plakaten er en skriftlig massemediert tekst, som formidles visuelt. Felles for de ulike utgavene av Vær Varsom-plakaten er overskriften, som er fremhevet gjennom stor punktstørrelse og fet skrift. Videre er teksten delt inn i avsnitt. Imidlertid forandres måten avsnittene er satt opp på i teksten i de ulike reviderte utgavene av Vær Varsom-plakaten. Det samme gjelder tekstens format.

Som nevnt kan sjangere blant annet defineres ut fra deres eksplisitte formål. Sjangere kan imidlertid også ha implisitte formål. Disse må i så fall sees i sammenheng med konteksten sjangeren inngår i. Fairclough (2004:71,72) viser her til Habermas' perspektiv om kommunikativ handling (orientert mot å komme fram til en forståelse) og strategisk handling (samhandling orientert mot å oppnå resultater). Moderniseringen av samfunnet og det sosiale liv innebærer stadig mer komplekse sosiale systemer som har en instrumentell rasjonalitet, snarere enn kommunikativ, hvor samhandling hovedsaklig er strategisk, orientert mot å effektivt produsere resultater. Sjangere vil ofte være en blanding av disse. Det strategiske elementet ved Vær Varsom-plakaten kommer jeg tilbake til i tekstanalysen.

4 Vær Varsom-plakaten 1936: Personvern i retts- og kriminalreportasjen

4.1 Sosiale hendelser

Vær Varsom-plakaten 1936 er norsk presses første offisielle presseetiske retningslinjer. Norsk Presseforbund (NP) vedtok "... de første etiske regler for god presseskikk og pressens aktsomhetsplikt.", på et møte i Tvedestrand 13. juni 1936, etter forslag fra Det faglige utvalg (DFU) og NPs hovedstyre (Solumsmoen 1966:24, Fremo 1994:11).

På 1930-tallet var pressen i en tidlig fase av profesjonaliseringsprosessen. Etableringen av Norsk Presseforbund i 1910 og Det faglige utvalg i 1928 var tegn på økende bransjebevissthet og kan sees som en begynnende profesjonalisering. Profesjonaliseringen gikk imidlertid langs partipolitiske linjer og avisene i 1930-årene bar sterkt preg av å være partiaviser (Ottosen 2002:57). Det var videre innbyrdes stridsspørsmål i pressen som preget DFUs klagebehandling på 1930-tallet (Solumsmoen 1966:26).

Pressen fikk imidlertid mye kritikk fra jurister og andre maktgrupper i samfunnet for retts- og kriminalreportasjens form og innhold på 1920- og 1930-tallet. Det var også tendenser til selvkritikk innad i presseorganisasjonene når det gjaldt kriminaljournalistikken, hvor det ble uttrykt bekymring for pressens omdømme (Fremo 1994:16-17). Perioden var preget av økonomisk ustabilitet, som blant annet bidro til økt kamp om lesere og annonsører. Dette var med på å prege avisenes innhold og førte til mer sensasjonelle retts- og kriminalreportasjer (Bastiansen og Dahl 2003:269).

Mellomkrigstiden var videre preget av konflikter og debatt om hvor grensen for offentlige ytringer skulle gå. Særlig to paragrafer om pressen i den såkalte "Lex Urbye"-proposisjonen³, som ifølge pressen selv ville stramme inn deres rett til å fritt kommentere landets utenrikspolitikk, vakte harme i pressekreter. Til tross for polarisering i synet på utenrikspolitikken, sto størsteparten av pressen samlet i dette spørsmålet. Paragrafene ble også nedstemt under behandlingen av proposisjonen i Odelstinget (Dahl og Bastiansen 2000:44,116). Likevel var reaksjonene mot deler av pressens virksomhet såpass sterke i mellomkrigstiden at

³§ 9 tok sikte på å gjeninnføre straffelovens bestemmelse om straff for å opphisse til hat mot fremmed land, § 10 ga straff for ting man burde forstå at "av hensyn til rikets interesser ikke bør omtales offentlig" (Ot.prp. nr. 19 1917 – gjengitt i Dahl og Bastiansen 2000:43-44).

pressen fant det hensiktsmessig å komme lovgivningen i forkjøpet ved å innføre selvjustis (NOU 1999: 27)⁴.

På 1930-tallet var det et utstrakt samarbeid mellom de nordiske presseorganisasjonene. I 1935 ble det sjette nordiske pressemøtet arrangert i København. Presseetiske regler var på dagsorden og de svenske reviderte presseetiske reglene fra 1933 (de første er fra 1929) ble bekjentgjort, og dannet grunnlaget for en debatt om ”humanisering av journalistikken” (Ottosen m.fl. 2002:78 og Fremo 1994:15-16). Det er ikke kjent akkurat hvem som forfattet den første Vær Varsom-plakaten, men man vet litt om personene som var med å utvikle plakaten. Daværende formann i NP Chr. A. R. Christensen og den første formannen i DFU, Thomas Tellander, har fått mye av æren for Vær Varsom-plakatens utforming. Selve utformingen av og vedtaket om Vær Varsom-plakaten skjedde praktisk talt uten intern debatt (Fremo 1994:18 og Ottosen m.fl. 2002:81).

Sosiale praksiser definerer bestemte måter å (sam)handle på og er derfor med på å forme sosiale hendelser. Disse sosiale hendelsene kan bli sett innenfor rammen av journalistisk praksis, juridisk praksis og politisk praksis, organisasjonspraksis, journalistisk praksis (de mest sentrale praksisene).

4.2 Sjanger og handlingsmåter

Vær Varsom-plakaten 1936 er på tolv korte avsnitt, og er utformet som en plakat. Som tidligere nevnt kan Vær Varsom-plakaten sies å være en argumenterende tekst med en direktiv makrohandling, og den faller inn under sjangeren yrkesetisk kodeks (se punkt 3.4.1). En teksts individuelle sjangere kan bli analysert i forhold til handling og sosiale relasjoner, hva folk gjør diskursivt og hvilken sosial relasjon det er mellom dem (Fairclough 2003:70). Hva de sosiale relasjonene kjennetegnes av kan analyseres ved å se på setningsformer og språkhandlinger i teksten. De diskursive elementene ved de sosiale hendelsene som teksten er en del av kommer til uttrykk gjennom å se på hvilken sjangerkjede teksten er en del av. Sjangerkjeden knytter sosiale hendelser til ulike sosiale praksiser, og danner nettverk av disse sosiale praksisene.

Vær Varsom-plakaten 1936 er en del av en sjangerkjede som inkluderer debatt omkring retts- og kriminalreportasjens innhold, Odelstingsproposisjon Lex Urbye, pressemøtet i

⁴ ”Sannsynligvis var (...) tonen i pressen iltrere og usaklighetene flere i mellomkrigstiden enn det vi er vant til, ifølge Dahl og Bastiansen. Det førte til så pass skarpe reaksjoner at pressen fant å måtte komme lovgivningen i forkjøpet idet den i 1936 utarbeidet den første Vær Varsom-plakat. Vi kan forsåvidt observere et «spill» med myndighetene som både viser en selvbevisst presse, men som også fører til at det introduseres en form for selvkontroll” (NOU 1999: 27).

København (hvor presseetiske regler var på dagsorden), forslaget til presseetiske retningslinjer og hovedstyremøtet i NP 13. juni 1936, hvor Vær Varsom-plakaten ble vedtatt. Sjangerkjeden knytter de sosiale hendelsene til juridisk praksis, politisk praksis, organisasjonspraksis og journalistisk praksis og danner et nettverk disse sosiale praksisene.

4.2.1 Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner

Hvilke setningsformer som er brukt i Vær Varsom-plakaten sier noe om hvordan deltakerne er plassert i forhold til hverandre og kan si noe om maktforholdet i samhandlingssituasjonen (Vagle 1995:173, Fairclough 2004:115-116). Vær Varsom-plakaten 1936 inneholder hovedsaklig bydesetninger, som innebærer at avsenderen har rett til å be mottaker om noe som mottakeren skal etterfølge. Plakaten inneholder også noen utsagnssetninger som innebærer at avsender gir mottaker informasjon om "virkeligheten". De språkhandlingene som utføres i en tekst er ofte definert ut fra sjangeren. Vær Varsom-plakaten 1936 er en fremstilling av bydesetninger og utsagnssetninger om hva som er god presseskikk og hvordan man skal handle i tråd med dette. Bydesetningene uttrykker ulike typer direktiver, og utsagnssetningene uttrykker påstander. Direktiver innebærer at avsender søker å fremkalle en handling hos mottakeren. Direktiver har en tydelig mellompersonlig funksjon ved at deltakernes sosiale plassering kommer tydelig fram. (Vagle 1995:174). Dette sier noe om maktforholdet i den sosiale relasjonen mellom avsender og intendert mottaker.

I Vær Varsom-plakaten 1936 artikuleres en sosial relasjon innad i pressen mellom Norsk Presseforbund (NP) og den enkelte pressemann (som det het den gangen), som peker på at førstnevnte står i et makt- og autoritetsforhold til sistnevnte. NP har rett og autoritet til å be den enkelte journalist om noe som han må etterfølge, ved at NP vet hvordan man håndterer bestemte vanskelige situasjoner og derfor kan gi påbud og råd. NP har autoritet til å komme med påstander om virkeligheten, blant annet til å gi informasjon om hva som er rett presseetisk handling. Vær Varsom-plakaten 1936 uttrykker en normalisering eller aksept av maktforskjeller ved at forskjell i meninger og normer blir undertrykt. Det er ingen diskusjon i teksten om de meninger, påstander og normer som blir presentert. Vær Varsom-plakaten 1936 kan heller ikke sies å være et resultat av en organisasjonsmessig forhandlingsprosess.

Tatt i betraktning de sosiale hendelsene Vær Varsom-plakaten 1936 er en del av, kan teksten sies å være et forsøk på å oppnå konsensus mellom presse, jurister og myndigheter. Dette peker i retning av bestemte sosiale relasjoner mellom presse, jurister og myndigheter, hvor de to sistnevnte har makt og autoritet til å øve innflytelse på presseetikken innhold.

Innføringen av Vær Varsom-plakaten 1936 kan sees som et svar på kritikken fra juristene. Ifølge Fremo var hensikten med Vær Varsom-plakaten å gi pressen et felles etisk regelverk i forhold til den omstridte retts- og kriminalreportasjen og å finne en balanse mellom informasjonsansvar og personvern (1994:11). Presseetikken blir på denne måten brukt for å dekke over konflikt. Pressen fikk imidlertid forhindret at justisminister Urbyes forslag om innstramming i pressens rett til å kommentere landets utenrikspolitikk ble vedtatt. Det kan i dette spores en selvbevissthet i pressen, til tross for at pressen ikke var etablert som et eget yrke.

I tillegg til å være en kommunikativ handling orientert mot å oppnå forståelse kan vedtaket om Vær Varsom-plakaten 1936 sies å være en strategisk handling. Ved å innføre selvsensur bidro vedtaket om Vær Varsom-plakaten til at det ikke ble innført noen presselov. Det strategiske elementet betegner det Odd Raaum (2003:146) kaller *termostatetikk*, som innebærer at presseetiske reformer kommer som et resultat av det politiske klimaet. Både etableringen av Vær Varsom-plakaten i 1936 og de påfølgende revisjonene av plakaten kan sies å bære preg av termostatetikk. Pressen selv etablerer eller endrer selvjustisordningen for å unngå regulering utenfra, og termostatetikken innebærer en tanke om at etikken kan vurderes ut fra hvor mye etikk som skal til for å komme kritikerne i møte, eller i forkjøpet (ibid.:196). De etiske normene er ikke bare gode, men tjener et formål (Rasmussen 2004:38). Innføringen av den presseetiske kodeksen kan slik sees som et virkemiddel for å avhjelpe mot kritikk utenfra, og videre forhindre statlig innblanding.

4.2.2 Semantiske relasjoner: Vær varsom med gapestokken fordi pressen eier stor makt

Semantiske relasjoner bidrar til å belyse hvordan mening etableres i teksten. De semantiske relasjonene mellom setninger og leddsetninger i Vær Varsom-plakaten 1936 er hovedsaklig avhengige relasjoner og årsaksrelasjoner. De avhengige relasjonene, i avsnitt 2, 3, 5 og 10, belyser i hvilken grad avsender(e) forplikter seg til hva som blir sagt om virkeligheten og til hva som er nødvendig, og sier dermed noe om modaliteten i teksten. Dette skal jeg komme tilbake til senere i analysen (i punkt 4.4.1). Avsnitt 4 og avsnitt 6 kan sies å være årsaksrelasjoner (det er mulig å sette inn *fordi* mellom setningene), eksempelvis "Nevn ikke navn når det gis betinget dom. Det dreier sig ofte om et forholdsvis ubetydelig lovbrudd..." (avsnitt 6). Relasjonen mellom leddsetningene i siste avsnitt, "Husk at pressen eier stor makt og *derfor* pålegges stort ansvar", er en konsekvensrelasjon.

Relasjonene mellom avsnittene er hovedsaklig additive, som er typisk for en tekst som en etisk kodeks, hvor retningslinjer blir presentert etter hverandre. Relasjonen mellom overskriften og første avsnitt kan imidlertid sies å være en kausal formålsrelasjon. Det kunne stått ”Vær varsom *slik at* det ikke kan sies med sannhet...”. Videre er relasjonen mellom overskriften og siste avsnitt er en årsaksrelasjon, Vær Varsom *fordi* pressen eier stor makt.

I tillegg til semantiske relasjoner mellom (ledd)setninger og avsnitt, kan man identifisere høyere-nivå semantiske relasjoner over lengre deler av og/eller hele teksten. To sentrale relasjoner er ”problem – løsning” og ”mål – middel”-relasjonene (Fairclough 2004:91). (”Mål – ”middel”-relasjonen er typisk for bruksanvisninger o.l.) Første avsnitt i Vær Varsom-plakaten 1936 peker på et problem: noen sier at pressen setter folk unødige i gapestokken. Løsningen er å være varsom. Dette blir understreket av årsaksrelasjonen mellom overskriften og første avsnitt, og av de påfølgende avsnittene, som sier hva som må gjøres for å unngå at (det blir sagt at) pressen setter folk unødige i gapestokken. En mulig tolkning her er at dersom formålet er å løse problemet som kommer til uttrykk i første avsnitt, er også formålet å unngå at pressen får et dårlig omdømme. Dette viser det strategiske aspektet ved Vær Varsom-plakaten.

Den semantiske relasjonen mellom overskriften og første setning er en formålsrelasjon, og det peker på at de påfølgende retningslinjene er motivert ut fra et formål. De semantiske relasjonene bidrar på denne måten til å belyse hvordan Vær Varsom-plakaten er legitimert. Formålsrelasjoner i tekster setter legitimering i forgrunnen, ved at de legger vekt på rasjonalitet (Fairclough 2004:91). Vær Varsom-plakaten 1936 blir legitimert ut fra instrumentell rasjonalitet, det vil si en legitimeringsmåte med referanse til nytten av institusjonalisert handling (Ibid.:98). Et eksplisitt formål med Vær Varsom-plakaten 1936 er å få pressefolk til å handle på en bestemt måte. De presseetiske normene (kravet om å være varsom osv.) blir legitimert ved at retningslinjenes formål blir vektlagt.

4.3 Diskurser og representasjoner

Gjennom å se på den sjangerkjeden Vær Varsom-plakaten 1936 er en del av, kan man få et innblikk i hvilke, og hvordan, ulike diskurser til en sosial praksis blir rekontekstualisert i en annen (Fairclough 2004:33). For eksempel kan debatten om retts- og kriminaljournalistikken i avisene og debatten om Lex Urbye sies å bringe diskurser fra juridisk og politisk praksis inn i den journalistiske praksisen.

De ulike diskursene som kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten kan også identifiseres gjennom å se på hovedtemaene i teksten. Hovedtemaene i Vær Varsom-plakaten

1936 inkluderer (1) personvern ("Offentliggjør ikke navn...") vs. pressens informasjonsansvar ("... undtagen hvor det gjelder å advare mot en farlig person..."), (2) retts- og kriminalreportasjen ("referater av vidneporv"), og (3) pressens posisjon i samfunnet ("Husk at pressen eier stor makt og derfor pålegges stort ansvar").

Som nevnt representerer en diskurs en bestemt del av verden ut fra et bestemt perspektiv. Det perspektivet eller den synsvinkelen hovedtemaene i teksten representeres ut fra kan identifiseres ved å se på ulike språklige trekk som kan sies å realisere en diskurs (Fairclough 2004:129). I tekstanalysen innebærer dette å se på ordvalg, semantiske relasjoner mellom ord og på hvordan elementer av de sosiale hendelsene Vær Varsom-plakaten 1936 er en del av blir representert i teksten.

4.3.1 Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord

Nøkkelord i Vær Varsom-plakaten 1936 er: Vær varsom, pressen, referater, hensynsfull, gapestokken, selvmord, skadelidende, skade, advare, forbryter, farlig, forbrytelse, offentliggjøring, navn, ansvar, makt, pressen, tiltalt, mistenkt, sensasjonelle, tendensiøse, rettssaker, uskyldig og retten.

I Vær Varsom-plakaten 1936 er det en overleksikalisering, det vil si at det brukes mange ord for å beskrive det samme, som viser at teksten er spesielt opptatt av en bestemt side ved virkeligheten (Vagle m.fl. 1995:144), i forbindelse med kriminalitet: (sedelighets)forbrytelse, betinget dom, lovbrudd, vidneprov, krysseksaminasjon, sette i gapestokken, rettsstridig, forbryter, (sedelighets)forbryter, tiltalt, mistenkt, anmeldt og farlig person. Plakaten inneholder altså en rekke faguttrykk som kan knyttes opp til juridisk diskurs.

Det er også en overleksikalisering i forbindelse med publisering: offentliggjøre, omtales, fremholde, nevne, referat, konferer, understrek, si, advare, offentliggjørelse, meldinger, referater. Overleksikaliseringene viser at Vær Varsom-plakaten særlig legger vekt på publiseringsnormer i forbindelse med retts- og kriminalreportasjen. Ord som overskrifter, aviser, referater kan sies å være knyttet til en journalistisk diskurs. Det er likevel lite bruk av journalistiske faguttrykk i Vær Varsom-plakaten 1936. Dette kan settes i sammenheng med at det fortsatt er tidlig i profesjonaliseringsprosessen og ikke etablert som en egen yrkesgruppe.

Ord som "makt" og "ansvar" brukt i samme setning viser til en (selv)forståelse av at pressen har en maktposisjon i samfunnet, men samtidig en forståelse av at pressen er ansvarlig for hvordan denne makten brukes (siste avsnitt i plakaten). Vær Varsom-plakaten 1936 vektlegger det ansvaret pressen har for konsekvensene av det som offentliggjøres i pressen.

Dette henspeler på et perspektiv på pressens posisjon i samfunnet som bærer preg av en konsekvensetisk diskurs.

Gapestokken og personvern vs. informasjonsansvar

Hyponymi betyr betydningsunderordning, og hyponymirelasjoner i tekster er interessant fordi det sier noe om hvordan avsender kategoriserer saksforhold (Vagle m.fl. 1995:145ff). I Vær Varsom-plakaten 1936 finnes en hyponymirelasjon ved at å offentliggjøre navn på den som mistenkes eller anmeldes for noe rettsstridig, å nevne navn når det gis betinget dom og å offentliggjøre ukontrollerte rykter – kategoriseres som å sette folk unødig i gapestokken.

Gapestokken er et strafferedskap som i eldre tid i ble stilt opp på offentlig sted. Det var en vanærende straffemetode, brukt ved mindre lovovertrедelser, hvor synderen ble satt i gapestokken for å stå til offentlig beskuelse. Ordet gapestokken blir brukt som metafor for uthengning, det å ærekrenke noen offentlig. Bruken av denne metaforen kan peke på en forståelse av at pressen har en slik posisjon i det offentlige rom som gjør at de har makt til å henge ut folk til offentlig forhånelse, og en erkjennelse av at pressen faktisk henger ut folk. Bruken av denne metaforen trekker også en type juridisk diskurs inn i presseetikken.

Et annet interessant ord i Vær Varsom-plakatens første setning, er ordet ”unødig”: ”... at pressen setter folk *unødig* i gapestokken” (min utheving). Fremo (1994) har pekt på at første avsnitt i Vær Varsom-plakaten 1936 viser til det presseetiske dilemmaet mellom personvern og pressens informasjonsansvar. Ordet ”unødig” i den første retningslinjen viser at pressen noen ganger må sette folk i gapestokken, men er også en erkjennelse av at pressen noen ganger gjør det unødig. Dette ordet henspeler på en konsekvensetisk tankegang i Vær Varsom-plakaten, hvor nytte veies mot skade (Raaum 1999:146), og det peker på det presseetiske dilemmaet mellom personvern og informasjonsansvar.

Det foregår en konstant klassifisering i tekster, hvor ”enheter” enten blir differensiert fra hverandre, satt i opposisjon, eller satt likeverdig i forhold til hverandre (Fairclough 2004:88). I Vær Varsom-plakaten gjenfinnes et opposisjonsforhold mellom personvern på den ene siden og informasjonsansvar på den andre siden. Dette kan blant annet gjenfinnes i dikotomien: ”ikke omtales” – ”å advare”. Dette forholdet kan også identifiseres i ulike kollokasjoner i Vær Varsom-plakaten, det vil si mønstre for hvilke ord som opptrer sammen i teksten. ”Offentliggjør” opptrer ofte sammen ordene ”ikke”, ”navn”, ”skadelidende”, ”skade”. Videre opptrer ”omtales” i kollokasjon med ”ikke”, ”undtagen” eller ”uten i”. Kollokasjonene peker på konflikten mellom personvern og informasjonsansvar. Offentliggjøring i pressen kan føre til at

vedkommende det skrives om kan bli skadelidende, og derfor er det et behov for personvern. Samtidig viser kollokasjonene at det finnes situasjoner der offentliggjøring er nødvendig.

4.3.2 Representasjon av prosesser og sosiale aktører

Diskurser kan differensieres i forhold til hvordan elementer av sosiale hendelser (prosesser, aktører og omstendighetene rundt prosessen) blir representert. Dette sier også noe om hvordan årsaks og ansvarsrelasjoner kommer til uttrykk i teksten.

Vær Varsom-plakaten 1936 domineres av materielle prosesser, deretter følger relasjonelle og eksistensielle prosesser. Prosessene er hovedsaklig uttrykt som passivhandlinger uten uttrykt agens, som innebærer at aktiv handlende aktør ikke kommer til uttrykk, og som tilstander. Det er kun ett avsnitt der prosessen uttrykkes som en materiell handling med uttrykt agens: "... *pressen* setter folk unødige i gapestokken." (min utheving). Det at teksten består av mange passive setningsformer og at prosesser dermed hovedsaklig blir presentert som passivhandlinger eller tilstander gjør at ansvarlig handlende ikke kommer til syne i teksten og årsaken til prosessen er skjult. Det blir ikke gjort eksplisitt hvem som blant annet "ikke skal offentliggjøre navn". Men bruk av pressen som handlende aktør i første avsnitt legger føringer på hvordan resten av teksten leses, og dermed kan man slutte seg til at pressen er handlende aktør også der prosessene fremstår som materielle passivhandlinger.

I avsnitt tolv står det at pressen pålegges ansvar, og dette avsnittet kan tolkes som en type "oppsummering" på at det er pressen som er ansvarlig for handlingene som de foregående retningslinjene viser til. Avsnittet innebærer imidlertid årsakskjuling. Det står at pressen eier makt og at det er derfor pressen pålegges ansvar, men det uttrykkes ikke verken hvem som har gitt pressen makt eller hvem som pålegger pressen ansvar. Avsnittet blir representert som en tilstand, som tar for gitt at pressen eier makt og at makten medfører ansvar.

Aktørhierarkiet i teksten sier noe om maktforholdene mellom de ulike aktørene i teksten/samhandlingen (Hågvar 2003:93). Hvordan aktører fremstilles belyser forholdet mellom forfatter(ne) av teksten og de(n) som blir posisjonert i teksten. Hovedaktører i Vær Varsom-plakaten 1936 er pressen og de pressen skriver om, hovedsaklig de som begår lovbrudd og de som vi kan gruppere sammen som de som mistenkes for å ha begått lovbrudd (tiltalt, anmeldt, mistenkt). I Vær Varsom-plakaten artikuleres en maktrelasjon mellom pressen og dem pressen skriver om, ved at pressen har makt til å påvirke deres liv ("... skade vedkommende for livet", "... store bedrifter blitt skadelidende fordi ukontrollerte rykter er blitt offentliggjort i pressen."). Samtidig artikuleres en mer likeverdig relasjon mellom journalisten ('De selv') og den

mistenkte, i formuleringen om at ”Det kan godt hende at vedkommende er like uskyldig som De selv”. Denne likeverdighetsrelasjonen viser til en norm om å unngå forhåndsdomming, og bidrar til å belyse behovet for å personvern og varsomhetskravet i journalistikken. ”De selv” henviser til den enkelte journalist som en del av hovedaktøren pressen. I Vær Varsom-plakaten 1936 er det altså en generell referanse til pressen som hovedaktør i stedet for en spesifisert referanse til journalisten. På 1930-tallet var ikke journalistyrket klart definert. Journalisten var ikke så fremtredende, det var blant annet liten bruk av bylines. Dette kan peke på en kollektiv tankegang, det vil si at det var pressen samlet som hadde ansvaret for hvordan pressemakten brukes.

Det er interessant hvem ”folk” henviser til, i første avsnitt, ”La det ikke kunne sies med sandhet at pressen setter folk unødig i gapestokken.”. Ut fra at Vær Varsom-plakaten i stor grad omhandler retts- og kriminalreportasjen, vil det ved første øyekast være naturlig å anta at ”folk” henviser til personer som på urettmessig vis blir omtalt i kriminalreportasjen. Imidlertid var det, som nevnt under sosiale hendelser, sterke politiske motsetninger avisene imellom, og DFU behandlet i denne perioden stridsspørsmål innad i partipressen. ”Folk” kan, i en slik kontekst, like gjerne henviser til ulike politikere og pressefolk.

4.3.3 Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet

Ved å stille spørsmål ved hvordan aktører, stemmer og sosiale hendelser representeres kan man si noe om hvilke forhold som etableres i teksten mellom ulike aktører/stemmer (Hågvær 2003:81). Et viktig element i kritisk diskursanalyse er intertekstualitet. Intertekstualitet er selektivt i forhold til hva som er inkludert og hva som er ekskludert fra de hendelsene og tekstene som er representert i plakaten. I Vær Varsom-plakaten 1936 blir sosiale hendelser representert både med en høy grad av abstraksjon, ”Husk at pressen eier stor makt og derfor pålegges stort ansvar”, og på en mer generalisert måte, ”Det har hendt at store bedrifter er blitt skadelidende fordi ukontrollerte rykter er blitt offentliggjort i pressen”. Vær Varsom-plakaten bygger på tidligere erfaringer og viser dermed tilbake til hendelser som har skjedd, samtidig skal plakaten fungere som retningslinjer for situasjoner som kan komme til å oppstå. Få konkrete spesifikke sosiale hendelser er representert. Dette medfører at teksten kan uttrykke hvordan ting er eller bør være. Som vist i sjangeravsnittet innebærer bydesetningene og utsagnssetningene nettopp dette.

Selv om plakaten hovedsakelig viser til generelle hendelser, henviser teksten implisitt, i ordlyd og tematikk, til kritikken av retts- og kriminalreportasjens innhold, og til tidligere

erfaringer særlig i forhold til personvern og de skader pressen kan påføre den/de det skrives om i avisene. Kritikerne har fått stor innflytelse på Vær Varsom-plakatens utforming, eksempelvis avsnitt 7; ”La ikke meldinger om mindre lovbrudd få sensasjonelle overskrifter”. Kritikernes innflytelse kommer også fram i hvordan hendelsene er arrangert i teksten. Mange av de påfølgende retningslinjene (særlig 2,3,5,11) viser til generelle hendelser hvor dilemmaet mellom personvern og informasjonsansvar som uttrykkes i første avsnitt gjør seg gjeldende.

Vær Varsom-plakaten inkluderer ikke eksplisitt andre stemmer eller tekster, det er ingen sitater eller direkte rapportering. Teksten inkluderer imidlertid en del ikke-tilskrevet intertekstualitet. Ved at NP er avsender av plakaten ligger forbundets ”stemme” implisitt i hele Vær Varsom-plakaten. De som har rettet kritikk mot pressen (jurister og politikere) er kun implisitt inkludert i teksten. Første avsnitt henviser til at *noen* (en stemme) sier at pressen setter folk unødig i gapestokken. Men stemmen er altså ikke tilskrevet noen spesifikk person. Ved å se på konteksten Vær Varsom-plakaten inngår i kan det imidlertid argumenteres for at den stemmen det indirekte refereres til i første avsnitt er stemmen til juristene/fremtredende personer i norsk opinion, som var de som sterkest kritiserte mangelen på personvern i pressens omtale i retts- og kriminalreportasjen. Dette er med på å vinkle resten av teksten. Resten av teksten springer ut av den første setningen. For å unngå at noen sier at pressen setter folk unødig i gapestokken, må journalisten følge de retningslinjene som kommer etter første setning. Plasseringen av en annen stemme i første setning sier noe om relasjonen mellom stemmene. Det kan peke på at teksten er skrevet for å ”imøtekomme” denne stemmen. I så fall understrekes det strategiske elementet ved Vær Varsom-plakaten som det ble vist til i sjangeravsnittet. Denne stemmen kan videre sies å ha relativt stor makt i og med at den kommer til uttrykk helt i starten av plakaten.

4.4 Stil og sosial identitet

Vær Varsom-plakaten 1936 ble vedtatt av Norsk Presseforbund, som dermed fremstår som avsender av plakaten. Christensen og Tellander var såkalte ”gentlemen of the press”, som nøt stor respekt innad i pressen. I sjangeravsnittet ble det vist at forfatterne av teksten kan hevdes å ha autoritet til å definere hva som er aktverdig journalistisk handling i presseetisk spørsmål, og dermed viser en autoritativ og belærende stil. I forhold til hvordan forfatterne (NP) framstiller de som blir berørt av det pressen skriver, viser NP i Vær Varsom-plakaten en ansvarlig og beskyttende stil. Pressen blir framstilt som en ”sterk” aktør, mens de pressen skriver om fremstår som ”svake” aktører. Den belærende, autoritative, ansvarlige og beskyttende ”vet hva

som er best for alle"-stilen hentyder på at NP har en paternalistisk stil. Samtidig kan NP sies å vise en pliktoppfyllende stil i forhold til pressens informasjonsansvar.

Sett med nåtidens blikk har Vær Varsom-plakaten 1936 et relativt formelt språk og en høytidelig stil. Ordlyden i plakaten kan gi assosiasjoner til De ti bud, ved at første "bud" lyder "La det ikke kunne sies med sandhet...". Avsnitt 4; "... Det kan hende at vedkommende er like uskyldig som De selv.", hensepeile på en religiøs diskurs, og Vær Varsom-plakatens form og utformingen gir assosiasjoner til tesene som Martin Luther spikret opp på kirkedøra. Dette peker mot et perspektiv på presseetikken som noe høyverdig og formelt. Etikken ligger nært opptil en religiøs diskurs og denne diskursen er tydelig til stede i presseetikken.

4.4.1 Modalitet: Mange modale markører i en nyetablert etikk

Det presseetiske dilemmaet som kommer til uttrykk i første avsnitt, personvern vs. informasjonsansvar, blir ytterligere presisert gjennom bruken av modale hjelpeverb. Det vil si, i hvilken grad forfatteren forplikter seg til sannhet (epistemisk modalitet) og graden av forpliktelse til nødvendighet (deontologisk modalitet).

I Vær Varsom-plakaten 1936 er det en kombinasjon av epistemisk og deontologisk modalitet. Det er høy grad av forpliktelse til nødvendighet i overskriften, "Vær varsom!", og videre i avsnitt 4 "Offentliggjør ikke navn på dem som mistenkes..." og avsnitt 6: "Nevn ikke navn ved betinget dom". Det finnes imidlertid en rekke modale markører i teksten: "unødig", "uten i", "undtagen hvor", "medmindre", "uten først". Disse viser til en lavere grad av forpliktelse til nødvendighet blant annet i forhold til omtale av en forbryter: "Fremhold ikke livsstilling, arbeidssted (...) m. v. hos en tiltalt *medmindre* disse tingene står i direkte forbindelse med hans forbrytelse..." (avsnitt 5).

Når det gjelder epistemisk modalitet er det en sterk grad av forpliktelse til sannhet i siste avsnitt: "Husk at pressen eier stor makt og derfor pålegges stort ansvar". Og i avsnitt 10: "*Det har hendt* at store bedrifter har blitt skadelidende fordi ukontrollerte rykter har blitt offentliggjort i pressen.". Det er svakere forpliktelse til sannhet blant annet i avsnitt 2: "Selvmord (...) bør ikke omtales uten i helt ekstraordinære tilfeller" og i avsnitt 3: "Sedelighetsforbrytelser *bør* ikke omtales *undtagen* hvor det gjelder å advare mot en farlig person...".

Mange modale uttrykk gjør at teksten har en middels grad av forpliktelse til sannheten eller sannsynligheten av den virkeligheten som representeres og til hva som er nødvendig. Modaliteten i teksten vitner om "ny" etikk, som ennå ikke er klart definert.

4.4.2 Pressens verdier: Varsomhet, ansvar og makt

Vær Varsom-plakaten 1936 bygger på en legitimeringsstrategi basert på instrumentell rasjonalitet. I tillegg bygger retningslinjene på en legitimeringsstrategi basert på verdisystemer som blir tatt for gitt. Spørsmål om implisittethet og antakelser faller inn under pragmatisk lingvistikk – studiet av språk i relasjon til brukeren. Fokuset er her på meningsdannelse i kontekst, i motsetning til semantikken (Fairclough 2004:57). Erklærende antakelser og verdiantakelser viser til legitimering med referanse til verdisystem. Verdiantakelsene får også legitimitet gjennom at de fremsettes av respekterte pressemenn som innehar stor autoritet, både i og utenfor pressen. Vær Varsom-plakaten 1936 inneholder en rekke antakelser, både erklærende antakelser om hva som er, og verdiantakelser om hva som er ønskelig og ikke ønskelig. Ifølge Vær Varsom-plakaten 1936 er en positiv verdi å være varsom med å offentliggjøre navn i pressen. Samtidig er det ønskelig å advare mot en farlig person. En negativ verdi er å sette folk unødig i gapestokken. Å unngå forhåndsdømming er en sentral verdi. Plakaten vektlegger at pressen er ansvarlig for konsekvensene av det som skrives, og dette viser en konsekvensetisk tankegang i pressen. Identifisering i retts- og kriminalreportasjen er altså både ønskelig og uønskelig. Dette peke på dilemmaet mellom journalistfaglige normer, som informasjonsansvar, og presseetiske normer, som personvern. I teksten er det en erklærende antakelse om at pressen har et informasjonsansvar. Både ved at det er ønskelig å advare mot farlige personer og ved å legitimere at det noen ganger er nødvendig å sette folk i gapestokken.

Den som har begått lovbrudd omtales både med negativt ladde ord, som sedelighetsforbryter og som farlig person, men også i nøytrale ordelag. Ved å omtale den som begår lovbrudd i negative ordelag, legitimerer pressen at det noen ganger er nødvendig å sette folk i gapestokken. Det er også en antakelse om at det forekommer feil fra pressens side, og at folk blir satt i gapestokken unødig. Denne antakelsen kan, som tidligere nevnt, sies å være med på å legitimere behovet for pressetiske retningslinjer og varsomhet.

I Vær Varsom-plakaten gjøres videre en antakelse om at pressen har makt, og at denne makten er ønskelig, men med denne makten følger et ansvar: ”Husk at pressen eier stor makt og derfor pålegges stort ansvar.” (siste avsnitt i plakaten). Perspektivet på ”pressekontrakten” tilsier at pressen, gjennom en historisk prosess med konfrontasjoner og tilpasninger mellom presse og samfunn, har fått visse rettigheter i samfunnet. Dette gir makt, men pressen skal være til nytte for samfunnet, og er derfor ansvarlig for hvordan denne makten brukes (Raam 2003:13). Varsomhet, makt og ansvar er altså sentrale verdier i pressens legitimeringsgrunnlag. Det siste avsnittet i plakaten kan sees som en forklaring eller legitimering av de foregående avsnittene. Antakelsen om at pressen har makt og ansvar er dermed med på å legitimere de

presseetiske retningslinjene. Imidlertid sies det ikke noe om hvorfor pressen har makt og hva den skal brukes til. Makten blir kun legitimert med referanse til verdssystem, kun basert på antakelser.

4.5 Oppsummering

Kritikken mot pressen i forhold til avisenes innhold fra jurister og myndigheter, samt misnøye innad i pressen, var vesentlige årsaker til at Norsk Presseforbund vedtok den første Vær Varsom-plakaten 13. juni 1936. Pressen bar preg av å være partipresse, og var i en tidlig fase i profesjonaliseringsprosessen. Dette bidro til at den sosiale relasjonen mellom pressen, myndigheter og jurister var preget av at både myndigheter og jurister hadde mye makt og innflytelse på pressens virke. Gjennom å studere intertekstualiteten og hvilke temaer som blir vektlagt i Vær Varsom-plakaten har jeg vist at innholdet i kritikken mot pressen hadde stor innvirkning på Vær Varsom-plakatens innhold. Personvern i retts- og kriminalreportasjen er et sentralt tema i plakaten, samt kritikken av tendensiøs og sensasjonell journalistikk. Juristenes innflytelse på innholdet vises også i at den juridiske diskursen tydelig kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten. I tillegg handler to av hovedtemaene om temaer som er nært knyttet opp til en juridisk diskurs – personvern og retts- og kriminalreportasjen. I retningslinjene benyttes mye juridisk terminologi. Vær Varsom-plakaten inneholder lite journalistfaglig terminologi. Det har sammenheng med at journalistene ennå ikke hadde en sterk faglig identitet. Det kommer imidlertid tidlig til uttrykk i plakaten en journalistfaglig bevissthet i forhold til pressens informasjonsansvar. Tydeligst kommer dette fram i de retningslinjene hvor personvernet må veies opp mot informasjonsansvaret.

Pressen var ikke sterkt organisatorisk etablert i 1936, til tross for at NP ble stiftet i 1910. Dette bidro til at Vær Varsom-plakaten ble vedtatt uten en intern organisatorisk forhandlingsprosess. Generelt kan det sies at kommunikasjon mellom organisasjoner og individer viser høy grad av sosialt hierarki og sosial avstand, i det at organisasjoner tenderer til å inneha makt over individer og at organisasjoner opererer på en nasjonal, regional skala, mens individer opererer på en mer lokal skala (Fairclough 2004:75). Journalistene var ennå ikke en klart etablert yrkesgruppe og hadde ingen egen organisasjon. Dette bidro til at de såkalte ”gentlemen of the press” hadde såpass stor autoritet og makt til både å be journalisten handle på en bestemt måte, og til å gi informasjon om virkeligheten. NP har på den måten en form for normmakt til å definere hva som er god presseskikk.

Hovedtemaene i Vær Varsom-plakaten 1936, og hvordan de vektlegges viser hvilke normer og verdier pressen anser som viktige. Presseetikken i 1936 trekker på en varsomhetsdiskurs og konsekvensetisk diskurs. Innføringen av selvjustis, vektleggingen pressens ansvar for konsekvensene av det som offentliggjøres og pressens samfunnsansvar kan knyttes opp til en sosialt ansvarsideologisk diskurs, der nettopp samfunnsansvar gjennom selvjustis står sentralt (Siebert m.fl. 1977).

5 Vær Varsom-plakaten 1956: Behovet for tillit og forholdet til kildene nye temaer i en utvidet presseetikk

5.1 Sosiale hendelser

På 1950-tallet bærer avisene fortsatt stort preg av å være partipresse. I perioden etter at den første Vær Varsom-plakaten ble vedtatt og fram til 1950-tallet handlet også klagen som DFU behandlet hovedsaklig om den politiske journalistikken, og klagen kom stort sett fra andre presseaktører. Det var altså dårlig samsvar mellom temaene for klagen og hovedtemaene i Vær Varsom-plakaten 1936, som hovedsaklig omhandlet personvernet i retts- og kriminalreportasjen (Røssland i Ottosen og Roksvold 2003:26). I 1950 fikk NP signaler om at Vær Varsom-plakaten ikke fungerte. Sjefsredaktør i Verdens Gang, Chr. A. R. Christensen, utformet et forslag til ny Vær Varsom-plakat, som ble godkjent på hovedstyremøtet 27. og 28. februar 1956. Vær Varsom-plakaten ble enstemmig vedtatt på NPs årsmøte 13. mai 1956, også denne gangen praktisk talt uten debatt (Fremo 1994:93).

I kjølvannet av andre verdenskrig og med økende frykt for kommunismen, nedsatte justisminister O. C. Gundersen et utvalg til å utrede såkalte beredskapslover, som skulle gjelde dersom Norge igjen kom i krig. Lovforslaget var ekstremt og inneholdt forslag om pressesensur. Pressen mente først at tiltakene var nødvendige, men debatten endret seg da det trykte lovforslaget forelå 8. september 1950. En samlet presse stilte seg mot forslaget om pressesensur under krig eller ved krigsfare. Da Stortinget vedtok beredskapslovene 15. desember 1950 var hele § 33 om pressesensur⁵ fjernet (Dahl og Bastiansen 2000:171-181).

Under krigen ble deler av pressen brukt som propagandaredskap for NS-regimet. Avisene ble fullstendig innholdsdirigert og kontrollert. Resultatet var et dramatisk fall i avisenes troverdighet under krigen (Bastiansen og Dahl 2003:276-289).

På midten av 1950-tallet pågikk også en debatt om revisjonen av presselovgivningen. Chr. A. R. Christensen holdt et foredrag under debatten om temaet i Oslo Journalistklubb 17. januar 1956, som ble publisert i Journalisten i februar 1956. Ifølge Christensen hadde det hevet

⁵ § 33 om kontroll med trykte skrifter m.v. inneholdt fire punkter om når kontrolltiltak kunne iverksettes mot pressen under krig og krigsfare, og hadde følgende innledning: "Kongen kan utferdige bestemmelser og treffe andre tiltak for å hindre at det i trykt skrift, gjennom kringkasting eller på annen måte i eller utenfor riket blir offentliggjort noe som kan skade forsvaret eller rikets forhold til fremmed stat eller true rikets sikkerhet." (Ot.prp. nr 28 1950:13 gjengitt i Dahl og Bastiansen 2000:175).

seg røster om at Norge burde få en egen presselov. Bakgrunnen for en revisjon av presselovgivningen var de endringene som ble vedtatt i 1951 om begrensninger i pressens vitneplikt og pressens rett til å verne om sine kilder. Straffelovrådet avviste imidlertid tanken om presselov, og Christensen mente at det gjorde straffelovrådet rett i (Journalisten februar 1956).

I 1952 ble "Retningslinjer for pressens omtale av rettssaker" til etter avtale mellom NP, Riksadvokaten, Den Norske Dommerforening og Den norske Advokatforening. Retningslinjene ga detaljert veiledning om hvordan retts- og kriminalsaker burde dekkes av pressen (Raaum 2003:77, 140).

Profesjonalisering gjennom utdanning skjøt fart på 1950-tallet, og opprettelsen av Norsk Journalistlag i 1946 og Norsk Redaktørforening i 1950, begge som tverrpolitisk organisering, og Journalistakademiet i 1951 var tegn på større selvbevissthet og bransjebævissthet i pressen (Bastiansen og Dahl 2003:296-297).

Disse sosiale hendelsene kan settes innenfor rammen av juridisk praksis, politisk praksis, journalistisk praksis og organisasjonspraksis.

5.2 Sjanger og handlingsmåter

Revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1956 innebærer en betydelig endring i form og innhold. Mens Vær Varsom-plakaten i 1936, bokstavelig talt var en plakat, går 1956-plakaten over flere sider, og er blitt utvidet fra tolv korte avsnitt til 21 avsnitt. Dette peker på en mer utvidet presseetikk.

Vær Varsom-plakaten 1956 er en del av en sjangerkjede som inkluderer debatt om retts- og kriminalreportasjen i pressen og vedtaket om retningslinjer for pressens omtale av rettssaker i 1952. Sjangerkjeden inkluderer også debatten i Oslo Journalistklubb 17. januar 1956, og den bredere debatt omkring en norsk presselov og beredskapslovene. I tillegg er hovedstyremøtet i NP i 1956, som godkjente utkastet til ny plakat, og årsmøtet i NP 13. mai 1956 som vedtok den reviderte utgaven av Vær Varsom-plakaten inkludert i sjangerkjeden.

5.2.1 Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner

Det er noe flere utsagnssetninger i Vær Varsom-plakaten 1956 enn i 1936-plakaten. En del av utsagnssetningene kan likevel sies å ha en kommunikativ form som ligger nær opptil det bydesetninger typisk har. De kan sees som indirekte direktiver (Vagle 1995:175). Dette gjelder blant annet avsnitt 11, som kan sies å være et direktiv ved at den kommer med et påbud eller en

oppfordring: ”Enhver journalist plikter å kjenne og ta tilbørlig hensyn til de retningslinjer for presens omtale av rettssaker som er utformet av Norsk Presseforbund i samråd med Riksadvokaten, Den Norske Dommerforening og Den Norske Advokatforening.”. Graden av direkthet sier noe om sosiale relasjoner og maktforhold, og dette kan tolkes ut av konteksten. De indirekte språkhandlingene kan tyde på at NP ikke ønsket at juristorganisasjonene skulle fremstå som for autoritære, og derfor fremstår direktivet i avsnitt 11 som en påstand, hvor det er Norsk Presseforbund som kommer med oppfordringen og fremstår med størst autoritet.

Vær Varsom-plakaten 1956 kan sies å uttrykke konsensus ved at den uttrykker en normalisering eller aksept av maktforskjeller. Det er ingen diskusjon i teksten om de meninger, påstander og normer som blir presentert. I Vær Varsom-plakaten 1956 er flere av påstandene plassert i de tre første avsnittene, mens de i 1936-plakaten er plassert lenger utover i teksten. Det innebærer at NP tidlig gir journalisten informasjon om virkeligheten. Vær Varsom-plakaten uttrykker et autoritativt forhold mellom NP og den enkelte journalist. Dette kommer fram av de mange kausale relasjonene og konsekvensrelasjonene mellom setningene, den forholdsvise sterke påbudsmodaliteten og i bydesetningene. Hensikten med argumenterende tekster er overtalelse. I likhet med 1936-plakaten har NP autoritet til både å gi informasjon om virkeligheten og til å be journalisten om noe som journalisten skal etterfølge. NP har makt til å definere hva som er god presseskikk gjennom rollen som utformer og fortolker av hva som er akseptable handlemåter.

Tatt i betraktning av den hendelseskjeden Vær Varsom-plakaten 1956 er en del av, kan teksten sies å være et forsøk på å oppnå konsensus mellom presse, myndigheter og jurister. Et nytt punkt om rikets sikkerhet kom inn i plakaten: ”Vær på vakt mot meldinger som røper militære eller andre hemmeligheter av betydning for rikets sikkerhet”, og nettopp dette ble diskutert i forbindelse med beredskapslovene. Til tross for at pressen sto samlet mot sensur, ble et punkt om militære hemmeligheter og rikets sikkerhet tatt inn i plakaten. Dette peker i retning av sosiale relasjoner mellom presse, jurister og myndigheter hvor de to sistnevnte har makt og autoritet til å øve innflytelse på pressens virksomhet og på presseetikken.

I likhet med 1936-plakaten har imidlertid Vær Varsom-plakaten 1956 et strategisk formål, i tillegg til et kommunikativt formål. På årsmøtet i NP i 1955 var man opptatt av at folk hadde gitt uttrykk for at retts- og kriminalreportasjen hadde blitt mer spekulativ, og spørsmålet om pressen skulle revidere retningslinjene før noen andre krevde det, dukket opp⁶ (Ottosen m.fl.

⁶ Redaktør Per Thomsen i Stavanger Aftenblad var innleder på møtet og han mente at pressen nå måtte ta hensyn til at kriminaljournalistikken var blitt mer spekulativ: ”Har vi de rette retningslinjer for

2002:137). Pressen har her hatt ”antennene” ute og fanget opp misnøye med pressens virksomhet, og dette bidro til revisjon av Vær Varsom-plakaten. I likhet med i 1936 er pressen opptatt av sitt omdømme, og for at pressen skal unngå kritikk og statlig kontroll er det viktig at legitimiteten utad opprettholdes. Videre var det debatt om Norge hadde behov for en egen presselov. For at pressen skal unngå kritikk og statlig kontroll er det viktig å fremstå som ansvarlig. Signal om profesjonell ansvarlighet er en strategi for å oppnå legitimitet og autonomi.

5.2.2 Semantiske relasjoner: Vær varsom og ansvarlig fordi det trykte ord er et mektig våpen

Semantiske relasjoner mellom setninger og leddsetninger i Vær Varsom-plakaten 1956 er hovedsaklig kausale relasjoner, additive relasjoner og elaborerende relasjoner. Til forskjell fra 1936-plakaten er ikke avhengige relasjoner en dominerende semantisk relasjon i Vær Varsom-plakaten 1956. Det kan tyde på at 1956-plakaten er mer kategorisk enn 1936-plakaten, noe som igjen legger mer autoritet bak retningslinjene. Mange elaborerende relasjoner i teksten peker på mer detaljerte retningslinjer, ved at retningslinjene er mer omfattende og eksemplifisert. 1956-plakaten består av flere kausale relasjoner enn 1936-plakaten, og dette bidrar til mer ”overtalende” retningslinjer. Makt i form av overtalelse bygger på rasjonelle argumenter. De dominerende semantiske relasjonene mellom avsnittene er additive, men det finnes også en rekke årsaksrelasjoner, konsekvensrelasjoner og kontrastive relasjoner, som er med på å understreke et mer argumenterende preg i teksten. Det er blant annet en kausal årsaksrelasjon mellom overskrift og avsnitt 1, hvor det kunne stått ”Vær varsom *fordi* det trykte ord er et mektig våpen.”.

I likhet med 1936-plakaten, kan det sies å være en ”problem – løsning”-relasjon i Vær Varsom-plakaten 1956. Problemet blir introdusert i avsnitt 2: ”De skadevirkninger ubetenksomhet og feil fra pressefolks side kan forårsake ...”. Problemet er at pressefolk gjør feil og er ubetenksomme, og dette får skadevirkninger. For å unngå feil og ubetenksomhet, og dermed unngå å skade, er løsningen å følge de påbud som gis i de påfølgende avsnittene. I første avsnitt gir plakaten også en begrunnelse for hvorfor det pressen gjør kan få skadevirkinger: ”Det trykte ord er et mektig våpen”, og videre, *dersom* det misbrukes kan det gi skadevirkninger som ”går (...) videre og dypere enn noen på forhånd aner.”. Disse argumentene setter premiss for hvordan resten av teksten skal leses, og de kan betraktes som en begrunnelse for retningslinjene.

kriminalreportasje, og i så fall: Følger vi dem. Vi er kommet dit, da vi selv bør revidere før andre vil revidere oss.” (sitat hentet fra Ottosen m.fl. 2002:137)

I tillegg uttrykker NP, i den argumenterende stilen i Vær Varsom-plakaten, overfor jurister, myndigheter og publikum at de er ansvarlige og tar presseetikken på alvor.

5.3 Diskurser og representasjoner

I likhet med 1936-plakaten inkluderer hovedtemaene i Vær Varsom-plakaten 1956 (1) pressens posisjon i samfunnet ("Det trykte ord er et mektig våpen. Misbruk det ikke"), (2) personvern vs. informasjonsansvar ("Respekter (...) privatlivets fred i alle tilfeller hvor ikke tungtveiende almene hensyn gjør det (...) nødvendig å trekke også private forhold fram for offentligheten") og (3) Retts- og kriminalreportasjen ("Enhver journalist plikter å kjenne og ta tilbørlig hensyn til de retningslinjer for pressens omtale av rettssaker ..."). Nye hovedtema i Vær Varsom-plakaten 1956 er (4) behovet for tillit ("... den nødvendige tillit til pressen...") og (5) forholdet til kildene ("Vern om avisens kilder!").

5.3.1 Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord

Nye nøkkelord i Vær Varsom-plakaten 1956 er mektig, våpen, misbruk, ridderlighet, vederheftighet, redelighet, tillit, omhu, vern, kilder, propaganda, objektive, almene hensyn, krenke, pressefolk, privatliv, pårørende, ofrene, menneskeskjebner, tilsvar. Særlig ett viktig nøkkelord er fjernet fra 1936-plakaten, nemlig gapestokken.

I likhet med 1936-plakaten er de faguttrykk som brukes i Vær Varsom-plakaten 1956, hovedsaklig hentet fra en juridisk diskurs: straffeforfølgning, anmeldt, siktet, tiltalt, dom, siktelser, tiltalebeslutninger, partsinnlegg, vitneprov, rettssak, bevismidler, fellelse eller frifinnelse, bevisføring, domsresultat, seksualforbrytelser, lovovertredere, sonte forgåelser, kriminalsaker og almene hensyn. Dette har sammenheng med innlemmelsen av retningslinjene for pressens omtale av rettssaker i Vær Varsom-plakaten, som ble utformet i samarbeid med juridiske organisasjoner.

Den faglige selvbevisstheten i pressen var større i 1956 enn i 1936, og dette kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten blant annet ved mer bruk av journalistisk terminologi: det trykte ord, objektive, reportasje, kommentarer, artikler, meldinger, nyheter, titler, avisstoff, sperrefrister, kilder, blad, innlegg, tilsvar, politi- og rettsreportasjen, referat og publisering.

I Vær Varsom-plakaten brukes det også flere begreper som gir assosiasjoner til menneskerettighetene, og som kan knyttes til en menneskerettighetsdiskurs. Etter andre verdenskrig var det en tendens i samfunnet generelt til å vektlegge verdier som kollektivt ansvar

og menneskerettigheter (Raaum 2003:28). Dette kommer fram i Vær Varsom-plakaten ved bruk av ord som ”menneskers velferd”, ”menneskeskjebner”, ”respektere” og ”krenke”.

Mektig våpen, tillit og ridderlighet

Vær Varsom-plakaten 1956 er den første revisjonen av plakaten etter krigen, og under den kalde krigen. Vær Varsom-plakaten gjør bruk av ord hentet fra det man kan kalle en ”krigsdiskurs”, eksempelvis ”propaganda” i avsnitt 15: ”Det er utilstедelig å drive propaganda for fellelse eller frifinnelse...”, og ”våpen” i avsnitt 1: ”Det trykte ord er et mektig våpen.”.

I Vær Varsom-plakaten 1956 etableres en hyponymirelasjon ved at misbruk av det trykte ord kategoriseres som å bruke et blad som redskap for å komme medmennesker til livs uten å ha aktverdige grunner for det (avsnitt 7). Erkjennelsen av at pressen kan misbrukes kan gjenfinnes i bruken av metaforen ”Det trykte ord er et mektig våpen.” og det etterfølgende påbudet ”Misbruk det ikke!”. Metaforen understreker også pressens maktposisjon i samfunnet. Som tidligere nevnt kan metaforen ”gapestokken” i første avsnitt i Vær Varsom-plakaten 1936 tolkes som en forståelse av at pressen er i en maktposisjon og at denne makten kan misbrukes. Metaforen om det trykte ord som et mektig våpen, og påbudet om at det ikke må misbrukes, inneholder mye av den samme meningen. I tillegg kan avsnitt 7 i Vær Varsom-plakaten 1956 kan minne om avsnitt 1 i 1936-plakaten med hensyn til hvordan det impliseres at pressen noen ganger må sette folk i gapestokken. I avsnitt 7 i 1956-plakaten står det: ”... bruke et blad som redskap for å komme medmennesker til livs *uten å ha aktverdige grunner for det.*” (min uthevelse). I dette henseende har gapestokken ikke forsvunnet fra den presseetiske diskursen, men blitt erstattet med metaforene om pressen som et redskap og våpen.

Ridderlighet er synonymt med edel, galant, høvisk og stolt (Norske synonymer, Kunnskapsforlaget 1994). Denne metaforen kan tolkes i retning av et ideal for hvordan pressefolk skal fremstå og oppføre seg (Bastiansen og Dahl 2000:317). Ordene vederheftighet, redelighet og ridderlighet kommer inn i plakaten i 1956 fordi disse idealene kan bidra til at pressen får tillit. Tillit er et viktig tema i Vær Varsom-plakaten. I femte avsnitt står det: ”Begå ikke tillitsbrudd!”. Det hersket et inntrykk i befolkningen om at retts- og kriminalreportasjen var blitt mer spekulativ⁷, og pressen var bekymret for at det kunne føre til en tillitskrise mellom publikum og pressen. Samtidig var det etter andre verdenskrig en økende erkjennelse av at

⁷ Redaktør i Stavanger Aftenblad, Per Thomsen, på årsmøtet i NP i 1955: ”Publikum har også festet seg ved at kriminalreportasjen i den senere tid er blitt mer og mer omfattende, mer og mer detaljert, og mer og mer kommenterende, filosoferende, teoretiserende, spekulerende. (...) Overskriften fetere, bildene mer og mer nærgående.” (Sisert i Ottosen m.fl. 2002:137).

pressefriheten kunne misbrukes og tøyes (Raaum 2003:28). Dette kan ha bidratt til at behovet for tillit blir vektlagt i Vær Varsom-plakaten. På den måten forsøker pressen å vise at den er til å stole på.

Personvern vs. informasjonsansvar

I Vær Varsom-plakaten 1956 er det en overleksikalisering i forbindelse med *varsomhet*: varsom, varsomhet, omhu, hensyn og hensynsfull. En overleksikalisering finnes også i forbindelse med *publisering*: bringe opplysninger, oppgi, bruke opplysninger, komme på trykk, omtale, ytringer, å skrive, offentliggjør, publisitet, trekk fram for offentligheten og påtale. Overleksikaliseringene i forbindelse med varsomhet og publisering viser at retningslinjene i stor grad legger vekt på varsomhet og publiseringsnormer.

I likhet med i 1936-plakaten opptrer ordet ”offentliggjør” ofte i kollokasjon med ordet ’ikke’ i Vær Varsom-plakaten 1956. Kollokasjonene peker på dilemmaet personvern vs. informasjonsansvar. Det presseetiske dilemmaet kommer også tydelig fram i avsnitt 20: ”Respekter (...) privatlivets fred i alle tilfeller hvor ikke tungtveiende almene hensyn gjør det uavviselig nødvendig å trekke private forhold fram for offentligheten”. Begrepet ”almene hensyn” er et nøkkelord i denne retningslinjen, og bidrar til å belyse når informasjonsansvaret får forrang for personvernet. Allmenninteressen blir brukt som et uttrykk for hva allmennheten har rett til å vite. Ifølge Raaum (2003:117ff) brukes allmenninteressen til å legitimere offentliggjøring av opplysninger som vanligvis ligger under kravet om personvern.

5.3.2 Representasjon av prosesser og sosiale aktører

I Vær Varsom-plakaten 1956 er det en overvekt av materielle prosesser som i all hovedsak blir representert som passivhandlinger. Deretter følger eksistensielle og relasjonelle tilstander. Det er imidlertid flere handlinger med uttrykt agens i Vær Varsom-plakaten 1956 sammenlignet med 1936-plakaten. Handlinger hvor pressen eller journalist er aktiv aktør forekommer i avsnitt 2, 7, 10, 11, 15, 18. Som tidligere nevnt har dette med hvordan årsaks- og ansvarsforhold kommer til uttrykk i teksten. Materielle passivhandlinger bidrar gjerne til ansvarsskjuling og prosesser representert som tilstander fører ofte til ansvarsskjuling. I Vær Varsom-plakaten 1956 er passivformer fortsatt i overtall. I likhet med 1936-plakaten kommer pressefolk som aktiv aktør imidlertid tidlig inn i Vær Varsom-plakaten 1956, i avsnitt 2. Dette bidrar til at pressen og journalisten kan tolkes som ansvarlig for handlingene i mange av de påfølgende retningslinjene. Det er likevel ikke alltid tilfelle. For eksempel er det uklart hvem som ikke skal misbruke det

trykte våpen, i første avsnitt. Konteksten rundt Vær Varsom-plakaten kan tyde på at dette første punktet har henvisning både til pressefolk og til andre personer som bruker pressen. Dette viser til en forståelse av at det ikke bare pressen som kan misbruke det trykte ord. Sensur og meningstvang var en vesentlig del av nordmenns erfaringer fra 1940-45. Hele informasjons- og opinionsbildet ble søkt dirigert i bestemte retninger (Dahl og Bastiansen 2000:134).

I tillegg kan "almene hensyn", i avsnitt 20, sees som en aktiv kraft som fyller agentrollen (se Vagle m.fl. 1995:167). Prosessens ytre årsak er "almene hensyn" – hva er det som gjør det nødvendig å trekke fra private forhold, jo tungtveiende almene hensyn.

Hovedaktørene i Vær Varsom-plakaten 1956 er, i likhet med 1936-plakaten, pressen, journalisten og de pressen skriver om. Fortsatt blir de pressen skriver om representert som passive aktører, de som blir berørt av pressens handlinger. I motsetning til Vær Varsom-plakaten 1936, er det imidlertid ikke bare pressen som er handlende aktør i teksten. I avsnitt 11 står det at "retningslinjer for pressens omtale av rettssaker er utformet av Norsk Presseforbund i samråd med Riksadvokaten, Den Norske Dommerforening og Den Norske Advokatforening", og det hevdes videre at enhver journalist plikter å ta hensyn til disse retningslinjene. Juristforeningene fremstår her som en sentral aktør i Vær Varsom-plakaten 1956, og dette peker på en sosial relasjon hvor juristene har stor innflytelse på pressen. I tillegg er kilder aktive aktører. I avsnitt 6 står det at vedkommende (kilden) må ha gitt samtykke for at pressen skal kunne oppgi vedkommendes navn, dersom det ikke foreligger en domsavgjørelse. Dette uttrykker en forståelse av at kilder har rett til vern. På den annen side står det i avsnitt 7 at man skal være omhyggelig i vurderingen av kilder, og at mange vil bruke pressen som redskap. Dette stiller kilden i et mistenkelig lys.

Myndighetene er også aktivt handlende aktører i Vær Varsom-plakaten 1956. Myndighetene blir på den ene siden representert som noen man må holde øye med. I avsnitt 15 står det at pressen skal påtale skritt eller metoder som er anvendt av myndighetene. På den andre siden blir myndighetene representert som ansvarlige og troverdige. I avsnitt 9 står det at man skal være på vakt mot å røpe hemmeligheter av betydning for rikets sikkerhet, og at man i tvilstilfelle skal innhente uttalelse fra de ansvarlige myndigheter.

5.3.3 Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet

I Vær Varsom-plakaten 1956 blir hendelser representert på en mindre abstrakt måte enn i Vær Varsom-plakaten 1936. Flere elementer fra sosiale hendelser er inkludert i teksten. Dette innebærer at 1956-plakaten er en mer detaljert framstilling av hva som er god presseskikk og

hvordan man bør handle. Blant annet inneholder avsnitt 18 en eksemplifisering av retningslinjen: ”Særlig gjelder dette ofrene for voldsforbrytelser, pengeutpressing o.l.”. Det samme gjelder avsnitt 19: ”... særegne omstendigheter – f. eks. i samband med alvorlige forbrytelser -...”.

I tillegg inneholder 1956-plakaten mer eksplisitt intertekstualitet, ved at avtalen mellom pressen og juristorganisasjonene om ”Retningslinjer for pressens omtale av rettssaker”, og vedtaket om Vær Varsom-plakaten 1956 på NPs årsmøte 13. mai 1956, er inkludert i teksten. Debattene omkring retts- og kriminalreportasjen i Vær Varsom-plakaten og debattene om informasjonsansvar og personvern i forbindelse med dette, er videre implisitt inkludert i avsnitt 15: ”Inntil det har falt dom i en sak, må pressen avholde seg fra ytringer om den som kan være egnet til å påvirke domstolen. (...) Dette er ikke til hinder for at (...) skritt som er tatt eller metoder som er anvendt av myndigheter (...) blir kritisert etter at retten har talt”. Debatten om beredskapsloven kan infereres i avsnitt 9, som hevder at man må være ”... på vakt mot meldinger som røper militære eller andre hemmeligheter av betydning for rikets sikkerhet”.

Imøtekommenhet og krav om tilsvær er nye normer i Vær Varsom-plakaten 1956. I forbindelse med revisjonen av presselovgivningen, var det debatt om imøtegåelsesretten som var nedfelt i straffloven § 430 skulle utvides. Straffelovrådet kom til at det ikke var behov for en lovfestet utvidelse og rådet pekte på at det innad i pressen ble betraktet som dårlig presseskikk, ikke å gi plass for en beriktigelse⁸. Debatten omkring imøtegåelsesretten kan muligens ha bidratt til et nytt punkt om dette, avsnitt 8: ”Vis også den størst mulig imøtekommenhet når det gjelder å gi plass for tilsvær (...), forutsatt at innlegget er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form”.

Påvirkning fra de svenske publiseringsreglene kan gjenfinnes i avsnitt 3, som vektlegger at man må ”bringe korrekte faktiske opplysninger”. I Sverige ble de presseetiske reglene revidert i 1953 og inneholdt blant annet krav om saklighet og korrekt informasjon i publiseringsreglene (Ekström & Nohrstedt 1996:82). I tillegg er avsnitt 4, om samsvar mellom tittel og innhold og om å skille mellom nyheter og kommentarer, nesten identiske i Vær Varsom-plakaten. Det gjelder også enkelte formuleringer om kriminalreportasjen og påbudet om å være på vakt mot meldinger som røper hemmeligheter av betydning for rikets sikkerhet (Fremo 1994:94-95).

Vær Varsom-plakaten 1956 inneholder altså mye implisitt intertekstualitet. Dette gjelder også i forhold til hvilke stemmer som kommer til uttrykk i teksten. Den inneholder ingen direkte sitater og ingen stemmer er eksplisitt inkludert i plakaten. Norsk Presseforbund har vedtatt Vær

⁸ Hentet fra Chr. A. R. Christensens foredrag om revisjonen av presselovgivningen i Oslo Journalistlag (referert i Journalisten februar 1956).

Varsom-plakaten, og står som avsender nederst i plakaten. NPs stemme ligger dermed i bunn av retningslinjene. Det er NP som framsetter påstandene om virkeligheten. Juristenes stemmer er inkludert i Vær Varsom-plakaten 1956 gjennom retningslinjer for pressens omtale av rettssaker.

5.4 Stil og sosial identitet

Vær Varsom-plakaten 1956 har en kjent forfatter, formann i DFU fra 1953 til 1957 og sjefsredaktør i Verdens Gang Chr. A. R. Christensen. Christensen var en respektert pressemann og hadde dermed autoritet til å utforme plakaten. Den har fortsatt en bydende, autoritativ, belærende og ansvarlig, paternalistisk stil og liten bruk av pronomen peker på at plakaten har en formell stil. Vær Varsom-plakaten 1956 har imidlertid en mindre høytidelig stil enn 1936-plakaten. Den har ikke den samme ordlyden eller formen som minner på De ti bud. Vær Varsom-plakaten 1956 er lenger og mer detaljert, dette bidrar til at den får et mindre høytidlig preg.

Ustrakt bruk av utropstegn bidrar til at plakaten får et betydelig bydende preg. I tillegg har den et svulstig og detaljert språk, eksempelvis uttrettelig omhu, særdeles omhyggelig, vær ganske særlig varsom, hviler med full tyngde, ubotelig skade, strengeste krav, tilbørlig hensyn, særlig viktig, særlig varsomhet, ytterst varsom, ganske særegne omstendigheter, uavviselig nødvendig og kan ikke sjelden virke, som bidrar til å gi plakaten et mer detaljert preg

5.4.1 Modalitet: Dilemmaet om personvern vs. informasjonsansvar

I Vær Varsom-plakaten 1956 blir modale hjelpeverb mest brukt i siste del av plakaten: uten at (avsnitt 5,6), dersom ikke (avsnitt 12, 19), når ikke (avsnitt 17), hvor ikke (avsnitt 20). Dette peker på en større forpliktelse til både sannhet og nødvendighet i begynnelsen av plakaten, som hovedsaklig omhandler pressens posisjon i samfunnet, makt, ansvar, behovet for tillit og forholdet til kildene. Det er imidlertid en svak grad av forpliktelse til sannhet i avsnitt 2: "De skadevirkninger (...) feil fra pressefolks side *kan* forårsake, går *ofte* dypere enn noen på forhånd aner. (...) det er *ofte* medmenneskers velferd det gjelder".

Det er høy grad av forpliktelse til sannhet (epistemisk modalitet) og nødvendighet (deontologisk modalitet) i avsnitt 1: "Det trykte ord er et mektig våpen. Misbruk det ikke!" og i avsnitt 3: "Intet bidrar sterkere til å bryte ned den nødvendige tillit enn...". Det er videre høy grad av forpliktelse til nødvendighet (commitment to necessity) i overskriften: "Vær varsom" og i avsnitt 2: "Vis omhu og varsomhet, vis hensyn og ridderlighet!", "Still de strengeste krav til

vederheftighet og redelighet...”, og i avsnitt 11, i forbindelse med retningslinjer for pressens omtale av rettssaker: ”Enhver journalist plikter å kjenne og ta tilbørlig hensyn til de retningslinjer...”. I delen av Vær Varsom-plakaten som omhandler retts- og kriminalreportasjen, er det videre høy grad av forpliktelse til nødvendighet i avsnitt 15: ”Inntil det har falt dom i en sak, *må* pressen avholde seg fra ytringer som kan være egnet til å påvirke domstolen.”, og avsnitt 17: ”Offentliggjør ikke navn på – eller bilder av – unge lovovertridere.”. Som nevnt i sjangeravsnittet er Vær Varsom-plakaten 1956 som helhet mer kategorisk enn 1936-plakaten. Dette gjelder også i forhold til personvernet i retts- og kriminalreportasjen.

På den annen side er det fortsatt svakest grad av forpliktelse til nødvendighet i den delen av 1956-plakaten som omhandler personvern i retts- og kriminalreportasjen. For eksempel er det en svakere grad av forpliktelse til nødvendighet i avsnitt 12: ”Omtal ikke politianmeldelser før det eventuelt er innledet straffeforfølgning, *dersom* da ikke særlige grunner gjør unntak fra denne regel forsvarlig”, og avsnitt 17: ”... fremhev ikke under omtalen av lovovertridere deres rase, nasjonalitet, yrke, politiske eller religiøse overbevisning, *når* slikt ikke har direkte betydning for saken”. Dette viser at det presseetiske dilemmaet mellom personvern og informasjonsansvar er et komplisert tema i den presseetiske diskursen.

5.4.2 Pressens verdier: Tillit, ridderlighet og vederheftighet

Vær Varsom-plakaten 1956 inneholder en rekke antakelser, både erklærende antakelser om hva som er, og verdiantakelser om hva som er ønskelig og ikke ønskelig. Ifølge Vær Varsom-plakaten 1956 er det ønskelig å være varsom, vise omhu, vise hensyn og ridderlighet, vederheftighet og redelighet, tillit, objektivitet, verne om avisens kilder, imøtekommenhet i forbindelse med tilsvar, være omhyggelig, være på vakt, vise respekt for privatlivets fred, påtale metoder og kritisere. Det er uønskelig med tillitsbrudd, bruk av gale og misvisende opplysninger, ubetenksomhet, hensynsløshet, propaganda, misbruk, å såre og krenke.

Kravet om *objektivitet* slik det kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten 1956 viser til en forståelse av at en framstilling ikke skal være farget av journalistens egen subjektive oppfatning: ”Referater av partsinnlegg, vitneprov m. v. i en rettssak skal være objektive, og ingen av partene må favoriseres ved å gi uforholdsmessig spalteplass, oppslag e. l.” (avsnitt 14). I tillegg kommer *Kildevern* inn som journalistisk norm i Vær Varsom-plakaten 1956 og *kritikk* som en positiv norm og verdi blir implisert i avsnitt 15, siste setning: ”Det er utilstedeilig (...) å gi vurderinger av bevismidler eller vitneprov og å skape stemning for eller imot noen som er innblandet i saken. Dette er ikke til hinder for at pressen påtaler skritt som er tatt eller metoder

som er anvendt av myndighetene, eller at domsresultatet og bevisføringen blir kritisert etter at retten har talt”. I dette avsnittet kommer det også tydelig fram at Chr. A. R. Christensen har hatt stor innflytelse på retningslinjenes utforming. I sitt foredrag i forbindelse med debatten om presselovgivningen i Oslo Journalistklubb 17. februar 1956 hevdet Christensens at: ”Det er meg fullstendig uforståelig at pressen ikke skal kunne skjøtte sin oppgave i samfunnskritikkens tjeneste uten å ha adgang til av grov uaktsomhet å levere grovt uriktige eller grovt misvisende referater.” (gjengitt i Journalisten februar 1956). Dette sitatet sier også noe om perspektivet på pressens oppgave i samfunnet. Pressen skal være kritisk overfor myndighetene⁹. I Vær Varsom-plakaten 1956 blir imidlertid ikke denne delen av presseetikken lagt vekt på. I likhet med 1936-plakaten er det publiseringsnormene som står i fokus. Å unngå forhåndsdomming er fortsatt en sentral verdi, og vekten i Vær Varsom-plakaten 1956 ligger på personvern foran informasjonsansvar. Normen om varsomhet blir sterkt vektlagt i Vær Varsom-plakaten 1956, og viser at retningslinjene kan knyttes til en varsomhetsdiskurs.

I likhet med 1936-plakaten innebærer Vær Varsom-plakaten 1956 en legitimeringsstrategi basert på instrumentell rasjonalitet, som blir understreket av Vær Varsom-plakatens argumenterende preg. Vær Varsom-plakaten 1956 bygger også på en legitimeringsstrategi basert på antakelser og verdier som blir tatt for gitt. Særlig to erklærende antakelser, at ”det trykte ord er et mektig våpen” og at ”tillit til pressen er nødvendig” bidrar til legitimitet. Terje Rasmussen (2004:38) har pekt på at tillit er sentralt i legitimeringen av pressen som institusjon, og svekkes pressens omdømme, svekkes tilliten til pressen. Avsnitt tre i Vær Varsom-plakaten gir uttrykk for pressens legitimeringsbehov i dette henseende: ”Intet bidrar sterkere til å bryte ned den nødvendige tillit til pressen enn gale (...) meldinger...”. Verdier som redelighet, ridderlighet, vederheftighet er sentrale i plakaten, som følge av antakelsen om pressens nødvendige tillit. Retningslinjene legitimeres også ut fra en antakelse om at pressen har makt og at pressen trenger tillit for opprettholde sin virksomhet og sin makt. NP innehar stor autoritet, og dette er med på å legitimere påstandene om hva som er god presseskikk.

5.5 Oppsummering

Vær Varsom-plakaten 1936 var på kun én side. Ved revisjonen i 1956 ble plakaten betydelig utvidet og er en argumenterende tekst med et detaljert språk.

⁹ På årsmøtet i Norsk Redaktørforening i 1956, holdt redaktør Herbert Tingsten et foredrag, hvor han la vekt på at pressen ikke må bli en tredje statsmakt og at avisen skal si sannheten når statsmannen tier (Referert til i Journalisten februar 1956).

Mens Vær Varsom-plakaten 1936 i all hovedsak gjaldt personvern i retts- og kriminalreportasjen og pressens makt og ansvar, dekker nå de pressetiske retningslinjene over flere områder. Dette peker på en utbygging av presseetikken. Vær Varsom-plakaten 1956 er mer omfattende, med nye sentrale temaer som forholdet til kildene, retten til tilsvar og behovet for tillit. Overleksikaliseringen i teksten viser hvilken del av "virkeligheten" som blir vektlagt i teksten. Vær Varsom-plakaten 1956 legger særlig vekt på varsomhet, publiseringsnormer og tillit. Pressen slet med tilliten etter krigen, og dette kan bidra til å forklare at disse temaene ble vektlagt i Vær Varsom-plakaten 1956. Dette viser det strategiske aspektet ved presseetikken. Rederlighet, vederheftighet og ridderlighet er idealer som tillempes i presseetikken fordi pressen trenger tillit for å opprettholde sitt omdømme. Vær Varsom-plakaten er kategorisk i forhold til pressens posisjon i samfunnet og pressens maktposisjon legitimeres med referanse til verdisystem. Det er fortsatt vekt på at pressen har en maktposisjon i samfunnet og at denne makten fører med seg et ansvar. Å ta hensyn til konsekvensene av offentliggjøring er en sentral verdi.

Retts- og kriminalreportasjen har en stor plass i den pressetiske kodeksen og kravet til personvern ble styrket, blant annet på bakgrunn av avtalen med juristene om "Retningslinjer for pressen omtale av rettssaker". Dette viser at jurister fortsatt har stor innflytelse på presseetikken. Stor bruk av juridisk terminologi bidrar til å underbygge tolkningen om juristenes innflytelse på presseetikken. Etterkrigstiden var preget av lavt konfliktnivå (fellesprogrammet), sosialdemokrati og konsensus (Bastiansen og Dahl 2003:295-296), noe som kommer til syne i Vær Varsom-plakaten i orienteringen mot å oppnå konsensus mellom myndigheter og jurister og pressen. Imidlertid førte protester fra pressen til at paragrafene om pressesensur i beredskapslovene ikke ble vedtatt. Pressens protester i forbindelse med beredskapslovene viser en større selvbevissthet i pressen, og kan sees som et tidlig ledd i pressens frigjørings- og profesjonaliseringsprosess.

6 Vær Varsom-plakaten 1975: Pressens oppgaver i samfunnet, uavhengighet og personvern

6.1 Sosiale hendelser

En viktig foranledning for revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1975 var omleggingen av Det faglige utvalg i 1972, som bidro til at allmennheten fikk to representanter av syv i PFU. I perioden etter revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1966 opplevde pressen fortsatt kritikk fra jurister i forbindelse med retts- og kriminalreportasjen og dette var sterkt medvirkende til den omfattende reformen av DFU til PFU i 1972 (Røsland 1999:160). Medlemmene i DFU var enige i mye av kritikken, og mente videre at Vær Varsom-plakaten muligens var moden for en ny revisjon. Bakgrunnen var blant annet en økende uvilje mot DFU og dets retningslinjer fra pressens egne folk¹⁰ (Ibid.:232ff). Arbeidet med revidert Vær Varsom-plakat startet med at hovedstyret NP høsten 1972 ba PFU, ved nestformann Andreas Norland, om å utarbeide et forslag til nytt etisk regelverk. Norlands komité, hvor også generalsekretæren i NP Andreas Ihlebæk var med, la fram et utkast til ny Vær Varsom-plakat for NPs hovedstyre 20. juni 1974. NP la opp til ett års debatt om den nye Vær Varsom-plakaten. En vesentlig del av debatten skulle foregå i Journalistens spalter (Journalisten august 1974). I motsetning til tidligere revisjoner ble Vær Varsom-plakaten 1975 vedtatt etter omfattende intern drøfting. Det endelige forslaget til ny Vær Varsom-plakaten ble vedtatt på NPs hovedstyremøte 12. november 1975 (Journalisten desember 1975).

Revisjonen av Vær Varsom-plakaten skjedde i en periode med begynnende avvikling av partiavisene og redaktørenes og journalistenes frigjøring fra tidligere partipolitiske bindinger. Ifølge Odd Raaum (1999:23) hadde EF-avstemningen i 1972 betydning for utviklingen i pressen på særlig to måter. For det første bidro EF-kampen til avpartifiseringen ved at spesielt Venstre-avisene frigjorde seg fra partitilknytningen da partiet ble splittet i EF-saken. EF-kampen virket som en katalysator for journalistenes faglige identitet. Blant annet gjaldt dette konflikter i forhold til om EF-motstandere som arbeidet i en for-avis skulle få sette sitt preg på

¹⁰ I Et brev til NPs hovedstyre, datert 16. nov. 1971, skriver DFU: "Utvalget har inntrykk av at antall klager over brudd på god presseskikk har økt betydelig den siste tiden, og at bruddene har blitt grovere. (...) De stadige angrep på utvalgets medlemmer, særlig fra norsk presses mange rekrutter, er i virkeligheten et angrep på begrepet "God presseskikk", slik som vi hittil har vennet oss til å forme det. (...) Det utvalg som skal ta over etter at nyordningen er gjennomført, bør ha klare retningslinjer å bygge på." (gjengitt i Røsland 1999: 232-233 og 247-248),

debatten i avisen, og gå i demonstrasjonstog og lignende. For det andre viste avstemningsresultatet til et dårlig samsvar mellom presse og opinion, og dette ga støtet til en debatt som dreide seg om hvem som skulle styre avisene. Blant annet skapte det debatt om offentlige organer skulle sikre mer demokratisk styring av pressen (ibid.:22-24). Denne debatten ga seg særlig uttrykk i det som ble årets pressedejobb i 1974. Stortingsrepresentant Osmund Faremo, som var saksordfører for pressestøtten, hevdet at pressen skulle ordne seg inn under det partipolitiske apparat, som gjenytelse for pengestøtten. Han mente at det var nødvendig med et folkevalgt organ for å sikre kvalitetskontroll av pressen for å forhindre sensasjonsmakeri og for at pressen ikke skulle etablere seg som en egen statsmakt. Dette møtte kraftige protester fra en samlet presse, men også fra Stortinget og regjeringen, og striden vitner om at pressen ikke lenger fungerte som lojale partiaviser (Dahl og Bastiansen 2000:278-282).

Våren 1966 arrangerte Norsk Presseforbund et møte om vilkårene for pressen, hvor flere statsråder fra regjeringen var representert (Ottosen m.fl. 2002:189). Bakgrunnen var frykten for den såkalte "avisdøden" som preget hele Norden. Statsminister Per Borten nedsatte en komité, ledet av redaktør i NTB, Oddvar Hellerud, som skulle vurdere vilkårene for pressen. Hellerudkomiteen leverte sin "Innstilling om tiltak for å opprettholde en differensiert dagspresse" til regjeringen 28. september 1967. Stortinget vedtok pressestøtten i 1969 (Dahl og Bastiansen 2000:275-276). Helt fra begynnelsen av lå pressestøtten i spenningsfeltet mellom hensynet til pressefriheten og nødvendigheten av statlig økonomisk støtte. Det var altså pressen selv som tok initiativ overfor staten om økonomisk støtte til avisene, men det manglet ikke på motforestillinger og debatt innad i pressen forut for dette vedtaket. Motforestillingene gikk blant annet ut på muligheten for at staten kunne bruke pressestøtten som pressmiddel til å kontrollere pressen, og Faremos-striden viser at det også denne frykten ikke var ubegrunnet.

Parallelt med debatten om innføring av pressestøtte i Norge foregikk prosessen med en lov om offentlighet i forvaltningen. Med statsminister Per Borten som pådriver, ble offentlighetsloven vedtatt 19. juni 1970 (ibid.:291-293).

Disse sosiale hendelsene kan settes innenfor rammen av en juridisk praksis, politisk praksis, journalistisk praksis og organisasjonspraksis. Både de politiske, journalistiske og organisatoriske praksisene er mer framtrædende enn tidligere.

6.2 Sjanger og handlingsmåter

Revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1975 innebærer nok en omfattende endring i form og innhold. Plakaten er betydelig kortet ned fra rundt 1500 ord til 700 ord og har igjen form av en plakat. Plakaten har en mer oversiktlig inndeling på syv punkter.

Vær Varsom-plakaten 1975 er del av en sjangerkjede som inkluderer debatt om og omlegging av Pressens faglige utvalg, debatt om personvern i retts- og kriminalreportasjen, debatt om pressestøtten, debatt om hvem som skal styre avisene, debatt om revisjonen av Vær Varsom-plakatens utforming og ordlyd, hovedstyremøtene i NP og møter i PFU, og vedtaket om revidert Vær Varsom-plakat.

6.2.1 Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner

Vær Varsom-plakaten 1975 er i likhet med foregående plakater dominert av bydesetninger. Første del av plakaten er imidlertid dominert av utsagnssetninger, og antallet har her økt fra foregående plakat. Punkt 1 i Vær Varsom-plakaten 1975, består hovedsaklig av påstander om virkeligheten. Resten av punktene i Vær Varsom-plakaten 1975 er i likhet med foregående plakater, dominert av direktiver.

Overvekten av bydesetninger og direktiver i Vær Varsom-plakaten kan peke på et autoritetsforhold mellom NP og den enkelte journalist. Tatt i betraktning at Vær Varsom-plakaten ble revidert blant annet som følge av misnøye med PFU fra journalister, synes det imidlertid som om maktforholdet mellom Norsk Presseforbund og den enkelte journalist er noe endret. I motsetning til de foregående revisjonene var revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1975 gjenstand for en omfattende debatt og dermed et resultat av en bredere organisatorisk forhandlingsprosess. Den brede debatten rundt revisjonen peker på en relasjon mellom NP og andre presseorganisasjoner, som bærer preg av mindre hierarki og sosial avstand enn tidligere. At diskusjonen rundt revisjonen av Vær Varsom-plakaten ikke kommer frem i teksten har sammenheng med at en tekst som er forhandlet frem går fra konflikt til konsensus til en tekst hvor det er liten grad av intertekstualisering av andre stemmer (Fairclough 2004:44). Vær Varsom-plakaten 1975 kan sies å uttrykke konsensus ved at teksten undertrykker forskjeller i meninger og normer. Det er ingen diskusjon i teksten om normenes gyldighet (utover modaliteten). Dette gir et bilde utad om en samlet presse. Ved revisjonen i 1975 har pressen kommet lenger i profesjonaliseringsprosessen, noe som kommer til uttrykk i en sterkere faglig identitet og sterkere organisasjoner.

Vær Varsom-plakaten 1975 henvender seg i større grad enn tidligere til publikum. Avpartifiseringen medfører at pressen anser publikum, snarere enn partiet som sin nye arbeidsgiver. I tillegg ble publikum nå representert i PFU¹¹. Utsagnssetningene i første del av plakaten, som vektlegger pressens oppgaver og rettigheter, peker imidlertid på at det skal skje på pressens premisser. I Vær Varsom-plakatens punkt 1 gir NP publikum informasjon om hva som er pressens oppgaver og rettigheter i samfunnet. Hensikten er at NPs oppfatning av virkeligheten i dette henseende får universell status. NP fremstår i sterk grad av forpliktelse til sannhet i påstandene om pressens oppgaver og rettigheter.

Vær Varsom-plakaten henvender seg også til myndighetene. Påstandene i første del av plakaten belyser maktkampen mellom myndigheter og pressen i den avpartifiseringsprosessen pressen er inne i. Pressen ønsker å frigjøre seg og markere grensen mot myndighetene. Det er ikke en orientering mot konsensus i forhold til myndighetene på samme måte i 1975-plakaten som i foregående plakater. Pressen hadde fått kritikk fra myndigheter og jurister i forbindelse med identifisering av personer i retts- og kriminalreportasjen, og styrking av personvernet var et mål med revisjonen av Vær Varsom-plakaten. I motsetning til tidligere revisjoner var det denne gangen større debatt om kravet til personvern gikk for vidt (Journalisten august 1974), noe som kan tyde på at pressen ikke lenger bøyer av for press utenfra på samme måte som tidligere.

Det strategiske handlingselementet i Vær Varsom-plakaten 1975 kommer særlig til uttrykk i plakatenes første del. Som ved revisjonen i 1956 er det igjen representanter fra myndighetene som truer med å kontrollere pressen. Faremo-striden bidro i stor grad til pressens behov å markere sin autonomi. Revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1975 kan ses som et svar på blant annet Faremos uttalelser, ved så sterkt å betone pressens uavhengige posisjon i samfunnet¹². I punkt 1 står det blant annet: ”Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnslivet og avdekke kritikkverdige forhold. Den kan ikke gi etter for press for noen som

¹¹ I forbindelse med revisjonen av Vær Varsom-plakaten hevdet Norland på NPs hovedstyremøte i juni 1974: ”Efter at almenheten ble invitert med i Pressens Faglige Utvalg har vi funnet det riktig og naturlig å la plakaten henvende seg mer til almenheten. Dette gjelder først og fremst første avsnitt, hvor vi presiserer pressens oppgaver og betydningen av journalisters integritet. Punktene fra og med 2 til og med 6 er generelle avsnitt med adresse til yrkesutøverne, men selvsagt også beregnet på publikum i sin alminnelighet.” (gjengitt i Journalisten august 1974:14).

¹² På hovedstyremøte i NP i juni 1974 hevdet Norland: Vær Varsom-plakaten er ikke bare en samling levere regler, den er også en uavhengighetserklæring.” og videre: plakaten er en levende advarsel til dem som vil begrense vår frihet til å fortelle om det som skjer og til å skrive hva vi vil. Plakatens tittel rommer både denne oppfordringen og denne advarselen: En journalist skal være varsom – i gode sakers tjeneste, men varsomme skal de sandelig også være, de som forsøker å komme pressen til livs” (gjengitt i Journalisten august 1974:13-14).

søker å hindre fri informasjonsformidling...”. Erklæringen av pressens rettigheter og oppgaver i Vær Varsom-plakaten hadde blant annet som formål å hindre statlig innblanding.

6.2.2 Semantiske relasjoner: Ytringsfrihet gir makt og ansvar

Vær Varsom-plakaten 1975 er dominert av additive, kausale og elaborerende relasjoner mellom setninger og leddsetninger. De semantiske relasjonene mellom punktene er i likhet med foregående plakater hovedsaklig additive. Det er imidlertid en kontrastiv relasjon, mellom punkt 1 og punkt 2: ”En fri presse ivaretar viktige oppgaver i vårt samfunn ved formidling av informasjon, debatt og samfunnskritikk” (*men*) ”Trykkefriheten og ytringsfriheten legger et ansvar på journalisten og avisen”. Denne relasjonen peker på det pressetiske dilemmaet mellom personvern og informasjonsansvar. På den ene siden skal pressen informere og kritisere og på den andre siden ta hensyn til de som berøres av det som trykkes.

I likhet med 1936-plakaten er det en årsaksrelasjon mellom overskriften og siste avsnitt i Vær Varsom-plakaten 1975: ”Vær varsom” (*fordi*) ”Det trykte ord gir både makt og ansvar”. Videre er den semantiske relasjonen mellom setningene i siste avsnitt en konsekvensrelasjon: ”Det trykte ord gir både makt og ansvar.” (*derfor*) ”Misbruk det ikke!”. Argumentene som etableres gjennom de kontrastive, kausale og konsekvensrelasjonene er med på legitimere de presseetiske retningslinjene.

Når det gjelder høyere grads semantiske relasjoner kan det også i Vær Varsom-plakaten 1975 identifiseres ”problemer” som skal ”løses”. Problemet er at det trykte ord kan misbrukes – løsningen er å følge de retningslinjene som er lagt fram. Et annet problem som identifiseres i Vær Varsom-plakaten 1975 er at ”... noen (...) søker å hindre fri informasjonsformidling...” og løsningen er å ”... verne om sin integritet.” (punkt 1) og ta det ansvar som ”(t)rykkefriheten og ytringsfriheten legger(...) på journalisten og avisen” (punkt 2). I motsetning til foregående plakater er det ikke det pressen gjør som her identifiseres som et problem, men ”noen” som søker å hindre pressen. Dette bidrar til å understreke endringer i sosiale relasjoner mellom pressen og de som ønsker å øve innflytelse på pressen, ved at pressen ikke lenger er villig til å gi etter for press utenfra. Det vitner videre om en større faglig selvbevissthet i pressen og en større vektlegging av at det er pressens rett til å informere. Dette bidrar til å legitimere pressens posisjon som uavhengig.

6.3 Diskurser og representasjoner

Hovedtemaene i Vær Varsom-plakaten 1975 er (1) personvern vs. informasjonsansvar ("Unngå bruk av navn og bilder (...) hvis ikke sterke allmenne hensyn taler for det"), (2) retts- og kriminalreportasjen ('Legg særlig vekt på saklighet og omtanke i rettsreportasjen...') og (3) pressens posisjon i samfunnet ("Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet..."), (4) behovet for tillit og integritet ("Den enkelte avis og (...) journalist må (...) verne om sin integritet") og (5) forholdet til kildene ("Vær kritisk til valg av kilder..." og "Vern om avisens kilder!").

To sentrale nye tema er (6) pressens oppgaver i samfunnet ("Det er en oppgave for pressen å beskytte enkeltmennesker mot overgrep...") og (7) ytringsfrihet og uavhengighet ("Den kan ikke gi etter for press fra noen som søker å hindre fri informasjonsformidling...").

6.3.1 Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord

Nye nøkkelord i Vær Varsom-plakaten 1975 er fri, oppgaver, formidling, samfunnskritikk, rett, avdekke, kritisk, åpen debatt, beskytte, overgrep, uavhengig, integritet, trykkefriheten, ytringsfriheten, aktsomhetskrav, saklighet, forsvarsløst, saklighet og omtanke. Fjernede nøkkelord er ridderlighet, vederheftighet, mektig, våpen, såre, skade og unge lovovertridere.

I Vær Varsom-plakaten 1975 brukes fortsatt en del faguttrykk som kan knyttes opp mot en juridisk diskurs. Det er imidlertid mindre bruk av juridiske faguttrykk i 1975-plakaten enn i 1956-plakaten. Dette har sammenheng med at punktet om retts- og kriminalreportasjen er betydelig kortet ned. Samtidig brukes flere begreper og formuleringer som kan knyttes til en journalistisk diskurs enn i tidligere plakater, eksempelvis i punkt 2: "Trykkefrihet" og "ytringsfrihet" og i punkt 1: "formidling av informasjon, debatt og samfunnskritikk" og "avdekke kritikkverdige forhold". Formuleringen "saklighet og omtanke" kommer inn i Vær Varsom-plakaten i 1975, og har siden vært sentrale begreper i presseetikken¹³. Ifølge Svein Brurås ([2000] 2002:203-204) innebærer begrepet saklighet en oppfordring om å legge vekt på det vesentlige, på den informasjonen som publikum har behov for å vite, og ikke på det som faller utenfor offentlig informasjonsbehov. Begrepet omtanke innebærer en oppfordring om å unngå unødig krenkelser av menneskers følelser. Saklighetsbegrepet henspiller på

¹³ I *Forarbeide til revisjon av etiske normer for trykt presse, radio og fjernsyn* (1995:37) skriver Gunnar Gran at saklighet og omtanke er "helt sentrale begreper i presseetikken".

vesentlighetskravet, som ifølge Audgunn Oltedal (2001:98ff) er en sentral verdi og et krav til journalisten, og det henger sammen med forståelsen av pressens oppgave i samfunnet, som også eksplisitt kommer inn Vær Varsom-plakaten i 1975. Saklighetskravet henspeler også på kravet til objektivitet, som kom inn i plakaten i 1956. Innlemmelsen av flere begreper knyttet til en journalistisk diskurs vitner om en økende profesjonalisering og sterkere faglig identitet innad i pressen.

Integritet, uavhengighet, ytringsfrihet og personvern

Allerede ved revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1966 kom det inn en retningslinje som omhandlet journalistens integritet, og dette punktet har senere blitt kalt ”samvittighetsklausulen”: ”Der er pressemannens rett og plikt til ikke å skrive eller gjøre noe som strider mot hans samvittighet og overbevisning”. Dette punktet styrket journalistens posisjon overfor redaktører og aviseiere. I forbindelse med revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1975 var det viktig å understreke kravet om journalistens integritet ovenfor allmennheten. I tillegg står ideen om at tillit er viktig sentralt i pressens bevissthet. Ifølge Andreas Norland, er tillit et gjennomgangstema i Vær Varsom-plakaten, og behovet for tillit ligger under kravene i den reviderte plakaten (Journalisten august 1974:14). Vektleggingen av integritet og tillit kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten gjennom de retningslinjene som inngår i hyponymirelasjonen som etableres. Å ikke skrive noe som strider mot egen overbevisning, ikke gi etter for press, ikke misbruke andres tillit eller det trykte ord, ikke utnytte sin stilling og aldri gi tilsagn om redaksjonell omtale som motytelser for annonser – kategoriseres som å verne om sin integritet.

I Vær Varsom-plakaten 1975 er det en overleksikalisering i forbindelse med frihet/uavhengighet; fri, fritt, åpen, uavhengig, trykkefriheten og ytringsfriheten. Dette viser at uavhengighet og ytringsfrihet er sentrale temaer i Vær Varsom-plakaten, og at NP vektlegger denne delen av presseetikken. Ifølge Raaum (1999:162) er kravet om ytringsfrihet et bærende element i frigjøringsstanken, som er en del av profesjonaliseringsprosessen. At dette nå kommer inn i plakaten viser at pressen har kommet lenger i frigjørings- og profesjonaliseringsprosessen.

I likhet med foregående plakater finnes en overleksikalisering i forbindelse med publiseringsnormer og kravet om varsomhet, som peker på at temaet personvern vs. informasjonsansvar fortsatt er sentralt i den presseetiske diskursen. Identifiseringsproblematikken var sentral i kritikken fra juristene (Røsland 1999:160). Med revisjonene av Vær Varsom-plakaten skulle personvernet styrkes. I punkt 6 står det blant annet:

”Unngå bruk av navn og bilder i retts- og kriminalreportasjen hvis ikke sterke allmenne hensyn taler for det.”. Begrepet ”unge lovovertridere” fra 1956-plakaten ble tatt ut av dette punktet. Ifølge Gunnar Gran (1995:61) skulle Vær Varsom-plakaten få en strengere fortolkning ved å fjerne den trange rammen hvor bare unge lovovertridere skulle beskyttes. I den reviderte utgavene av plakaten skal identifisering bare forekomme når sterke allmenne hensyn taler for det, og kun dersom det er tilfellet må personvernet vike for informasjonsansvaret i retts- og kriminalreportasjen. I Vær Varsom-plakaten i 1975 vektlegges pressens uavhengighet og frihet, i tillegg til varsomhetskravet og publiseringsnormene.

6.3.2 Representasjon av prosesser og sosiale aktører

I likhet med foregående plakater blir prosesser overveiende representert som materielle passivhandlinger og som eksistensielle og relasjonelle tilstander i Vær Varsom-plakaten 1975. Det er imidlertid flere handlinger med uttrykt agens i 1975-plakaten som helhet sammenlignet med de tidligere plakatene, og disse forekommer i all hovedsak i punkt 1 og punkt 2. I denne delen av plakaten, som omhandler pressens oppgaver og posisjon i samfunnet er altså ansvarsskjulingen mindre enn i andre deler av plakaten. Det kommer tydeligere frem at journalisten og avisen er har et ansvar som følge av trykke- og ytringsfriheten.

Hovedaktørene i Vær Varsom-plakaten 1975 er, i likhet med foregående plakater, pressen, journalister og de pressen skriver om, og disse blir representert som henholdsvis aktive og passive aktører. Andre aktive aktører i prosessene som er representert i Vær Varsom-plakaten er ”noen” i punkt 1, tredje setning: ”Den kan ikke gi etter for press fra noen som søker å hindre fri informasjonsformidling...” (punkt 1). Denne noen kan peke på stortingsrepresentant Faremo, og hans forslag om å innordne pressen under politiske organ. I tillegg er ”... offentlige myndigheter og institusjoner, organisasjoner, private foretak og andre...” (punkt 1) aktive aktører. Måten disse representeres på gjør at de stilles i et dårlig lys, i motsetning til i 1956-plakaten. Pressen blir på sin side stilt i et godt lys, som den som beskytter ”... enkeltmennesker mot overgrep...” mot disse aktørene (punkt 1). Dette peker på et endret maktforhold mellom myndigheter og presse som følge av den begynnende fristillingen fra partiene, og denne fremstillingsmåten peker mot en yrkesideologi som minner om ”journalismen”, hvor tanken er at pressen er den lille borgers beskytter ovenfor myndighetene (Petersson i Edvardsen 1994:29).

Imidlertid brukes ordet ”overgrep” også i forbindelse med pressen. I punkt 6 påpekes at også pressen begår overgrep: ”Utsett ikke offeret, de impliserte pårørende og andre i deres miljø for slike overgrep”. I motsetning til tidligere plakater er det offeret og pårørende som ikke skal

vernes mot overgrep, ikke (mulige) forbrytere. Den presseetiske debatten dreide seg tidligere i større grad om den anklagede i kriminalsaker, mens den på 1970-tallet i større grad også er rettet mot hensynet til de pårørende (Kvam og Røssland 1998:111). Dette perspektivet kommer til uttrykk i Norlands redegjørelse for revisjonene av Vær Varsomplakaten i NPs hovedstyremøte i juni 1974: ”Et vesentlig punkt i avsnittet om kriminalreportasjen er den vekt vi legger på hensynet til dem som utsettes for en forbrytelse. (...) vi har forsøkt å fange inn noe av den større nyansering og nytenkning som gjør seg gjeldende på området kriminalitet (gjengitt i Journalisten august 1974:14). Dette viser hvordan den presseetiske diskursen ytrer seg i samspill med endringer i samfunnet.

6.3.3 Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet

Den reviderte utgaven av Vær Varsom-plakaten er kortet ned fra ca 1500 til 700 ord, uten at noen temaer er fjernet fra 1956-plakaten. Det at teksten ble såpass kortet ned kan ha medført mindre nytteverdi som veiledning fordi teksten muligens blir for generell i formen og mer abstrakt enn formålet krever (Raaum 1986:80-81). Det er særlig punktene om retts- og kriminalreportasjen som er kortet ned og retningslinjene i forhold til dette emnet er mindre spesifikke enn i forrige plakat. På den annen side omhandler punktet i all hovedsak de samme problemstillingene som foregående plakat. Unntaket er tidligere avsnitt 15 om at pressen skal avholde seg fra ytringer som kan påvirke domstolen inntil det har falt dom i en sak, og at pressen skal påtale skritt og metoder anvendt av myndigheter først etter at retten har talt. Dette punktet er tatt ut av plakaten. De andre avsnittene er kortet betydelig ned, og dette har sammenheng med Vær Varsom-plakaten ikke lenger viser til retningslinjene for pressens omtale av rettssaker. Mindre spesifikke retningslinjer var også hensikten med revisjonen av plakaten i 1975¹⁴.

Pressens oppgaver i samfunnet kommer eksplisitt inn i Vær Varsom-plakaten i 1975. Det kan ha sammenheng med et mer publikumsorientert selvjustissystem i forbindelse med omleggingen av PFU i 1972. I debatten om Vær Varsom-plakaten i NPs hovedstyremøte i 1994, mente Hallvard Rieber-Mohn, en av allmennhetens representanter i PFU at ”(r)ejisjonen av Vær Varsom-plakaten skal ikke være bare revisjon av en tekst, men en revisjon av tekstens plass i allmennhetens bevissthet (...) Vær Varsom-plakaten skal ikke bare være trafikkregler for

¹⁴ Norland hevdet i forbindelse med revisjonene av Vær Varsom-plakaten i 1974: ”I revisjonsarbeidet har vi forøvrig lagt vekt på å unngå at en ny Vær Varsom-plakat får karakter av å være et debattskrift. (...) Vær Varsom-plakaten bør være tidløs og brennaktuell.” (gjengitt i Journalisten august 1974:13).

journalisten. Den må også bli en tekst for leseren, en tekst som forklarer journalistens rettigheter og plikter. Vær Varsom-plakaten må også være litt av en verdideklarasjon for norsk presse, en deklarasjon som uttrykker en selvforståelse innen pressen og dens plass i samfunnet.”. Saksforhold i punkt 1, om pressens oppgaver, representeres særlig på en abstrakt måte: ”En fri presse ivaretar viktige oppgaver i vårt samfunn ved formidling av informasjon, debatt og samfunnskritikk.”. ”Det er pressens rett å informere...” osv. Tatt i betraktning hvilket formål punktene i punkt 1 skal tjene, kan representasjonen sies å ikke være for abstrakt enn det formål krever, snarere tvert imot. Ved at dette blir representert på en abstrakt måte som tilstander bidrar til årsaksskjuling. Det sies ingenting om hvorfor pressen har disse oppgavene og rettighetene i samfunnet. Det er noe som blir tatt for gitt, noe som har universell gyldighet. På denne måten tjener den abstrakte framstillingsmåten nettopp det formålet punktet har. Noe av årsaken til at årsaksskjulingen kan passere ligger i ideen om pressens ”samfunnskontrakt”, som innebærer at pressen har visse oppgaver og plikter i samfunnet, og at dette gir pressen visse rettigheter. Denne ”kontrakten” er en del av en historisk utvikling av forholdet mellom presse og samfunn, og denne hovedtanken har fått tilnærmet universell gyldighet i samfunnet.

For øvrig blir saksforhold i Vær Varsom-plakaten representert på en generell måte, så som i foregående plakat. I likhet med 1936-plakaten er kun én konkret hendelse representert i teksten: Vær Varsom-plakaten ble vedtatt av Norsk Presseforbund 12. november 1975. Enkelte hendelser som Vær Varsom-plakaten er en del av, er imidlertid implisitt inkludert i plakaten. Debatten omkring offentlighetsloven kan muligens også gjenfinnes i punkt 1: ”... fri adgang til kildene...”. Offentlighetsloven ga rett til nettopp adgang til kilder og offentlig informasjon.

I forbindelse med debatten om pressestøtten leverte Hellerudkomiteen sin innstilling som hadde tittelen ”Innstilling om tiltak for å opprettholde en differensiert dagspresse”. Kravet om en differensiert presse kan gjenfinnes i Vær Varsom-plakatens punkt 1: ”Samtidig har pressen et ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk...”.

Personvern og identifiseringsproblematikken var sentral i juristenes kritikk av retts- og kriminalreportasjen. Generalsekretær i NP, Andreas Ihlebæk, som også satt i Norlands komité, var for en innstramming i bruken av navn og bilde i kriminal- og rettsreportasjen. Mye av bakgrunnen for Ihlebæks syn for innstramming var den kriminalpolitiske debatten som foregikk, hvor KROM (Norsk forening for kriminalreform) deltok aktivt (Fremo 1994:124-125). Ifølge Raaum var juristenes langvarige kritikk av rettsreportasjen en direkte årsak til at formuleringen om bruk av navn og bilde tatt med i plakaten (Raaum 1986:77).

I likhet med tidligere plakater var den reviderte utgaven av Vær Varsom-plakaten 1975 influert av de svenske publiseringsreglene¹⁵, både i forhold til pressens rolle i samfunnet, saklighet, og i kriminalpolitisk holdning (Fremo 1994:225).

6.4 Stil og sosial identitet

Generalsekretær i PFU Hans A. Ihlebæk satt betydelig preg på den reviderte utgaven av Vær Varsom-plakaten, selv om plakaten var et resultat av et mer organisasjonsmessig arbeid enn de tidligere plakaten. Det var han som skrev utkastene, men han påpeker at det var etter grundig debatt innad i utvalget¹⁶ (Journalisten august 1974).

Plakaten har fortsatt en autoritativ og ansvarlig, så vel som en belærende og beskyttende stil. Vær Varsom-plakaten 1975 er skrevet i en nøktern stil, i motsetning til 1956-plakaten som var mer pompøs og hvor språkbruken var mer svulstig. Ifølge Norland ble det i revisjonen av Vær Varsom-plakaten "... valgt en nøktern utforming, noe mer egnet for tonen i vår tid enn i den nuværende Vær varsom-plakat." (Journalisten august 1974).

Den har imidlertid en mer "erklærende" stil enn tidligere plakater. Første punkt i plakaten er preget av store honnørord, og plakaten kan på dette punktet sies å være like pompøs som foregående plakat. Den erklærende stilen og språkbruken har sammenheng med publikumsorienteringen i presseetikken. Punkt 1 i Vær Varsom-plakaten 1975 ligner et manifest. Ifølge generalsekretær i PFU Hans A. Ihlebæk hadde man i arbeidet med den nye plakaten tatt sikte på at plakaten skal ha en utadvendt adresse til leserne med understrekning av informasjonsfriheten og den journalistiske integriteten, og en innadvendt adresse mot pressen selv om å iakttå en del grunnleggende regler (Journalisten august 1974).

¹⁵ I Sverige ble "Spelregler för pressen" revidert i 1970. Første "sats" konstaterer at "Pressens roll i samhället kräver saklighet och opartiskhet i nyhetsförmedlingen" (Ekström & Nohrstedt 1996:82). Påvirkningen fra andre lands retningslinjer kommer også fram i Norlands redegjørelse for revisjonen av Vær Varsom-plakaten: "Vi har også (...) forsøkt å få med trekk fra yrkesetiske leveregler i andre land, der hvor disse etter vår oppfatning kunne ha gyldighet også i Norge." (gjengitt i Journalisten august 1974:13).

¹⁶ Ihlebæk var generalsekretær i NP, hvor en av hans viktigste oppgaver var å fungere som sekretær for PFU. Han var også med i Andreas Norlands komité, som utarbeidet nytt utkast til Vær Varsom-plakaten. Disse tre posisjonene førte til at Ihlebæk hadde stor innflytelse på utformingen og tolkningen av pressetikken på 1970-tallet (Røsland 1999).

6.4.1 Modalitet: "Vær varsom" som modal markør

I Vær Varsom-plakaten 1975 (i likhet med 1956-plakaten) blir modale hjelpeverb og markører mest brukt i siste del av plakaten. Første del av plakaten (punkt 1 og 2) har en sterk forpliktelse til sannhet: "En fri presse ivaretar viktige oppgaver i vårt samfunn...", "Det er pressens rett å informere..." og "Trykkefriheten og ytringsfriheten legger et ansvar på journalisten og avisen.". Det er også en sterk grad av forpliktelse til nødvendighet: "Den (pressen) kan ikke gi etter for press...", "... gi aldri tilsagn om redaksjonell omtale som motytelser for annonser." og "Misbruk ikke andres tillit!". Den sterke graden av forpliktelse innebærer at NP fremstår med stor autoritet i når det gjelder innholdet i disse retningslinjene.

Vær Varsom-plakaten 1975 som helhet fremstår som mer kategorisk enn tidligere plakater. Dette kan ha sammenheng med at presseetikken nå er et klarere etablert felt i den journalistiske praksisen. På den annen side brukes formuleringen "Vær Varsom" i plakaten 1975 i visse tilfeller som en modal markør. "Vær varsom" har en svakere forpliktelse til nødvendighet enn for eksempel "unngå". Modaliteten i "vær varsom" kommer til uttrykk i punkt 5: "Unngå bearbeidelse som endrer et bildes karakter og skaper et feilaktig inntrykk. Vær varsom med bruk av bilder i en annen sammenheng enn den opprinnelige". Den første setningen har en sterkere forpliktelse til nødvendighet enn den siste setningen. Mens "vær varsom" fremstår som en sentral verdi i seg selv i 1956-plakaten, blir begrepet i 1975-plakaten og i de etterfølgende plakaterne oftere brukt som et modal markør.

6.4.2 Pressens verdier: Vær kritisk og uavhengig

I likhet med foregående plakater uttrykker Vær Varsom-plakaten at det er ønskelig med tillit, å være varsom, verne om avisens kilder, integritet, korrekte opplysninger, og at det er uønskelig med misbruk, gi tilsagn om redaksjonell motytelse og å pålegges å skrive eller gjøre noe som strider mot egen overbevisning. Det som er nytt er at det er ønskelig med fri presse, avdekke kritikkverdige forhold, beskytte, opptre fritt og uavhengig, trykkefrihet og ytringsfrihet, være kritisk, saklighet og omtanke, fri informasjonsformidling, fri adgang til kildene, åpen debatt, ulike syn kommer til uttrykk. Det er uønskelig med overgrep, utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler.

"Saklighet" og "omtanke" fremstår som sentrale normer: "Utsett ikke offeret (...) for slike overgrep..." (punkt 6), innebærer (i likhet med foregående plakater) en erkjennelse av at pressen faktisk begår overtramp, noe som bidrar til å legitimere de presseetiske retningslinjer. For å unngå å utsette offeret for overgrep må journalisten legge vekt på saklighet og omtanke.

Flere av setningene i punkt 1 er som nevnt erklærende antakelser om pressens oppgaver og rettigheter i samfunnet. Pressen skal "avdekke kritikkverdige forhold" og "beskytte enkeltmennesker". Antakelsene henspiller på en liberalistisk presseideologisk diskurs (Siebert m.fl. 1977), og er i tråd med pressens forståelse av sin samfunnsrolle slik det beskrives i journalistikk-perspektivet, hvor avsløring er en sentral verdi. Imidlertid hevdes det at "Samtidig har pressen et ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk..." (punkt 1) og at "Trykkefriheten og ytringsfriheten legger et ansvar på journalisten og avisen" (punkt 2). Begrepet "differensiert presse" har blitt stående som det fremste pressepolitiske mål i Norge. I dette ligger et presseideologisk postulat om meningsmangfold, variasjon (Dahl og Bastiansen 2000:275-276). I Vær Varsom-plakaten 1975 hevdes det at pressens har et ansvar for dette. Vær Varsom-plakaten 1975 som helhet uttrykker et verdisystem som i stor grad trekker på sosialt ansvarsideologi. Pressen skal være fri, uavhengig og kritisk, men har samtidig et ansvar ovenfor samfunnet som gjenytelse for trykke- og ytringsfriheten, blant annet i forhold til å påse at ulike syn kommer til uttrykk. Dersom ikke pressen ikke klarer å oppfylle denne plikten kan, ifølge teorien om det sosiale ansvar, staten gripe inn (Siebert m.fl. 1977). Pengestøtten kan på mange måter ses som en slik statlig regulering.

Pressens samfunnsrolle legitimeres gjennom antakelser og verdier som blir tatt for gitt: "En fri presse ivaretar viktige oppgaver i vårt samfunn...", "Det er pressens rett å informere...", "Det er en oppgave for pressen å beskytte enkeltmennesker mot overgrep...", "Den enkelte avis (...) må kunne opptre fritt og uavhengig...". Nytt i Vær Varsom-plakaten 1975 er at pressens posisjon og rolle i samfunnet også bygger på en legitimeringsstrategi basert på instrumentell rasjonalitet. Dette kommer blant annet til uttrykk gjennom argumentene som etableres i årsaks- og konsekvensrelasjonene mellom setningene i punkt 1 ved at det er mulighet for å sette "derfor" eller "fordi" mellom de ulike antakelsene nevnt ovenfor. Uavhengig og integritet er sentrale verdier i legitimeringen av pressens posisjon i samfunnet.

6.5 Oppsummering

Det skjedde en endring på 1970-tallet i forholdet mellom ulike parter som hadde innflytelse over pressen. I Vær Varsom-plakaten 1975 uttrykkes en tydeligere grensemarkering mot myndighetene, ved at punkt 1 henvender seg til myndighetene med påstander om pressens posisjon i samfunnet. Den sosiale relasjonen mellom myndigheter og pressen har en fremtredende plass i Vær Varsom-plakaten 1975, og maktforholdet i relasjonen kan sies å være betydelig endret fra Vær Varsom-plakaten 1956, blant annet som følge av en begynnende

avpartifisering av pressen. I tillegg er sosiale relasjoner innad i pressen endret. Som et resultat av en sterkere faglig organisering står journalistene samlet og har større innflytelse på innholdet i Vær Varsom-plakaten 1975 ved at plakaten kom i stand etter et grundigere organisasjonsmessig arbeid.

Før andre verdenskrig ble utenrikspolitisk engasjement ansett som myndighetens anliggende. På 1960- og 1970-tallet endret dette synet seg, og det skjedde en endring i synet på borgernes og pressens generelle kompetanse når det gjaldt samfunnet og verden omkring oss (Dahl og Bastiansen 2000:321). Vær Varsom-plakaten 1975, og især punkt 1 om pressens rolle og posisjon i samfunnet, er orientert mot publikum i tillegg til journalistene og myndighetene. NP uttrykker stor grad av forpliktelse både til nødvendighet og til sannhet når det gjelder pressens oppgaver og posisjon i samfunnet. Sosial makt innebærer muligheten til i stor grad å forme hvordan virkeligheten skal forstås, makt til å få et bestemt syn og representasjon av verden til å få universell status (Fairclough 2004:45,55). Utformingen av punkt 1 i Vær Varsom-plakaten, og vektleggingen av temaene integritet og uavhengighet, gjør at pressen gjennom etikken har en mulighet til å påvirke samfunnets syn på pressens rolle i samfunnet.

Avpartifiseringen kan sees som et ledd i pressens frigjørings- og profesjonaliseringsprosess. Denne prosessen innebærer endringer i ”pressekontrakten” mellom samfunnet og pressen, og derfor er det viktig for pressen å fremsette påstander om hva som er deres oppgaver og rettigheter i samfunnet. Mer enn tidligere finner det sted en kniving om hva som er pressens samfunnsrolle. Fristillingen fra partiene, sterkere debatt rundt ytringsfrihet og pressepolitikk innebærer at pressen må legitimere sin eksistens på en annen måte enn som tilknyttet det politiske partisystemet. Dette er noe av årsaken til at 1975-plakaten i så mye større grad enn tidligere vektlegger pressens oppgaver og posisjon i samfunnet.

Den tydeligste forskjellen i forhold til foregående plakater er at Vær Varsom-plakaten i mye større grad enn tidligere vektlegger at det er ønskelig å ”avdekke kritikkverdige forhold” og ”vær(e) kritisk...”, og den vekten plakaten legger på ”fri og uavhengig” (punkt 1). I tillegg er det i Vær Varsom-plakaten større vekt på verdien integritet. Pengestøtten, den begynnende avpartifiseringen av pressen og offentlighetsloven fra 1970 viser at pressefriheten siden 1960-årene har blitt utvidet (Dahl og Bastiansen 2000:291-293). I tråd med samfunnsendringene er ytringsfrihet og trykkefrihet nye sentrale begreper i Vær Varsom-plakaten 1975. Pressens avsløringsoppdrag er en ny sentral norm, det er også normene om saklighet og omtanke. Revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1975 innebærer både en skjerping av kravet om ytringsfrihet og uavhengighet og en skjerping av personvernet.

7 Vær Varsom-plakaten 1987: Ytringsfrihet vs. personvern

7.1 Sosiale hendelser

Rundt midten av 1980-tallet foregikk en intens offentlig debatt om pressefrihet og personvern. Igjen var det retts- og kriminalreportasjen som ble utsatt for kritikk, blant annet knyttet til forhåndsdomming og bruk av navn og bilde. I 1983-84 var det en rekke kriminalsaker som fikk sterk omtale i Norge¹⁷ (Mathiesen i Andenæs og Elvik 1984:161). Ifølge Lars Øvrum var bakgrunnen for revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1987 at det i lengre tid hadde vært uenighet, både innad i og utenfor pressen, om bruken av navn og bilde i retts- og kriminalreportasjen (Øvrum og Wolland 1992:109). I forbindelse med revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1987 ble pressens samarbeid med juristorganisasjonene formelt avsluttet (Fremo 1994:137).

I 1981 oppnevnte hovedstyret i NP en komité, ledet av redaktør Andreas Hagen, som skulle vurdere virksomheten til PFU, og som leverte innstillingen "Pressens selvjustis" i 1982. Innstillingen var grunnlaget for PFUs nye vedtekter som ble vedtatt i 1984 (Fremo 1994:137 og Raaum 1986:95). Høsten 1984 satt NP ned et nytt utvalg, igjen ledet av Andreas Hagen (Hagen-utvalget), for å se på de etiske reglene. I den organisasjonsmessige behandlingen av Hagen-utvalgets forslag om ny Vær Varsom-plakat nedsatte Norsk Journalistlag (NJ) og Norsk Redaktørforening (NR) hvert sitt miniutvalg. Disse samarbeidet om et nytt utkast til Vær Varsom-plakat, som langt på vei var basert på Hagen-utvalgets innstilling. Innstillingen fra utvalget ble organisasjonsmessig behandlet i alle tre grunnorganisasjonene (NJ, NR og NAL). Hovedstyret i NP behandlet revisjonen av Vær Varsom-plakaten på et møte 2. desember 1987. Foran hovedstyremøtet hadde miniutvalget fra NJ og NR lagt fram sitt forslag til ny Vær Varsom-plakat. NP løste de siste stridspunktene mellom NJ og NP i forhold til Vær Varsom-plakatens formuleringer, og revidert Vær Varsom-plakat ble vedtatt (Journalisten 18. desember 1987:2).

Disse sosiale hendelsene kan settes innenfor rammen av en juridisk praksis, journalistisk praksis og organisasjonspraksis.

¹⁷ Dette var blant annet Orkdal-saken, Otis-saken, Achilles-saken og Treholt-saken (Mathiesen i Andenæs og Elvik 1984:161, 172).

7.2 Sjanger og handlingsmåter

Vær Varsom-plakaten 1987 innebærer igjen en endring av form. Plakaten ble utvidet og fikk en mer ryddig struktur med fem kapitler med tilhørende underpunkter (27 i alt).

Vær Varsom-plakaten 1987 er en del av en sjangerkjede som blant annet inkluderer debatt om reformer i PFU, debatt om retts- og kriminalreportasjen, debatt om personvern og presse- og ytringsfrihet, møter i NJ og NR og hovedstyremøtet i NP, og tilhørende debatter om og forslag til ny Vær Varsom-plakat, og vedtak om endelig revidert utgave av Vær Varsom-plakaten.

7.2.1 Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner

Forholdet mellom utsagnssetninger og bydesetninger er likt for 1975- og 1987-plakaten. Påstandene dominerer hovedsaklig i kapittel 1, og direktivene dominerer i siste del av plakaten.

Både NP, NJ og NR hadde mye å si for utformingen av Vær Varsom-plakaten 1987. Journalistene samlet hadde dermed stor innflytelse på revisjonen. Direktivene og påstandene i teksten kan likevel peke på en autoritær relasjon mellom organisasjon og individ. En autoritær og belærende holdning fra organisasjonenes side ovenfor den enkelte journalist kommer også til uttrykk ved at NJ understreket det pedagogiske aspektet ved punktene i Vær Varsom-plakaten, ved at den også skal tjene som en lærebok for journalister (Journalisten 18. desember 1987).

I likhet med 1975-plakaten, henvender Vær Varsom-plakaten 1987 seg til publikum og til myndigheter, især i punkt 1, "Pressens samfunnsrolle". Dette punktet består av en del påstander om hva som er pressens rolle i samfunnet og om ytringsfrihet, eksempelvis: "Pressen skal verne om ytringsfriheten og trykkefriheten" og "Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet...". Disse påstandene har sterk grad av forpliktelse til sannhet og nødvendighet, og ved å poengtere dette i Vær Varsom-plakaten viser pressen at kravet om ytringsfrihet er et viktig tema. Dette er en markering overfor jurister og andre som har kritisert pressen. Sjangerkjeden Vær Varsom-plakaten 1987 er en del av viser at samarbeidet mellom pressen og juristene om "Retningslinjer for pressens omtale av rettssaker" ble avsluttet forut for revisjonen. Det peker på at det er viktig for pressen å vise at den ikke lenger er villige til å gi etter for press utenfra, og det viser en sterkere grensemarkering overfor juristene.

I likhet med foregående plakater kan Vær Varsom-plakaten 1987 sies å ha et implisitt strategisk formål. Igjen får pressen kritikk fra jurister, særlig i forbindelse med personvern. Vær Varsom-plakaten 1987 kan sees som et svar til juristene om at pressen ikke lenger lar seg presse. Debatten om ytringsfrihet og personvern kan gjenfinnes i utvidelsen plakats punkt 1.

Boka *Stopp pressen!?* Om ytringsfrihet og personvern (Andenæs og Elvik 1984), som er en samling av flere bidrag til denne debatten fra fremtredende pressefolk og jurister, viser at pressefolk var de som argumenterte mest for pressefrihet, mens jurister i hovedsak argumenterte for personvern. Punkt 1, ”faneparagrafen”, har muligens blitt utvidet fra 1975-plakaten som et strategisk selvforsvar overfor de som kritiserer pressen ved sterkere å vektlegge pressens rettigheter.

7.2.2 Semantiske relasjoner: Vern om Integriteten for å oppnå frihet og uavhengighet

Vær Varsom-plakaten 1987-plakaten er (i likhet med 1975-plakaten) dominert av additive relasjoner, kausale relasjoner og elaborerende relasjoner. Relasjonen mellom kapitteloverskriften og påfølgende punkt er i hovedsak elaborerende, mens relasjonen mellom underpunktene hovedsaklig er additiv. Det er flest kausale relasjoner i forbindelse med pressens samfunnsrolle og ytringsfrihet, pressens integritet (kapittel 2) og i punkt 4.5 og 4.6 som omhandler retts- og kriminalreportasjen. Avhengige relasjoner forekommer hovedsaklig i plakatsens siste del som omhandler publiseringsregler og forholdet til kildene. De avhengige relasjonene peker her på dilemmaet personvern vs. ytringsfrihet, og viser til en lavere grad av forpliktelse til nødvendighet og til sannhet på dette området fra NP sin side.

I likhet med 1975-plakaten er et problem at ”... noen (...) vil hindre *fri* informasjonsformidling...”, og løsningen er å verne om sin integritet. I punkt 2.2 etableres en kausal formålsrelasjon ved at ”... den enkelte medarbeider må verne om sin integritet *for å* kunne opptre fritt og uavhengig...” (mine uthevinger). ”Problemet” i de tidligere plakaterne, at det trykte ord kan misbrukes, kan imidlertid ikke lenger gjenfinnes i Vær Varsom-plakaten 1987. Det peker på at normen om presse- og ytringsfrihet er i ferd med å få mer vekt enn i tidligere plakater.

7.3 Diskurser og representasjoner

Hovedtemaene i Vær Varsom-plakaten 1987 er lett å få øye på i og med at plakaten nå er delt inn i kapitler: (1) pressens samfunnsrolle, (2) journalistisk integritet og ansvar, (3) forholdet til kildene, (4) publisering og (5) god presseskikk. Nye temaer er her pressens samfunnsrolle og god presseskikk. Under publiseringsregler gjenfinnes også hovedtemaene fra tidligere plakater, (6) retts- og kriminalreportasjen, (7) personvern vs. informasjonsansvar (”Avstå fra

identifikasjon når dette ikke er nødvendig for å tilfredsstille berettigede informasjonskrav”) og (8) ytringsfrihet og uavhengighet (”Ytringsfrihet (...) er grunnelementer i et demokrati. En (...) uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.”).

7.3.1 Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord

Nye nøkkelord i Vær Varsom-plakaten 1987 er demokrati, pressens samfunnsrolle, (pressen som) institusjon, samfunnsmessig, redaktør, redaksjon, redaksjonell medarbeider, identifikasjon, berettigede informasjonskrav, barns identitet, etiske normer og god presseskikk. I tillegg er unge lovovertridere tatt inn i plakaten igjen.

Nøkkelord som er fjernet er hovedsaklig hentet fra punkt 4.5 og 4.6, om retts- og kriminalreportasjen: allmenne hensyn, eldre og sonete forgåelser, ofre og pårørende. I tillegg er maktbegrepet fjernet fra Vær Varsom-plakaten 1987, noe som kan tyde på at pressen ikke vil vektlegge dette aspektet ved presseetikken utad. I Vær Varsom-plakaten 1987 vektlegges pressens oppgaver, rettigheter, integritet og ansvar, snarere enn maktaspektet, og nye nøkkelord omhandler i stor grad disse områdene.

I Vær Varsom-plakaten 1987 gjenfinnes de samme overleksikaliseringene som i 1975-plakaten, i forbindelse med varsomhet, publisering, frihet og integritet. I likhet med 1975-plakaten etableres det også en hyponymirelasjon i forhold til hva som blir kategorisert som å verne om sin integritet. Dette temaet er imidlertid utvidet og skjerpet. I 1987-plakaten kan det identifiseres en kollokasjon mellom ordene integritet og fritt og uavhengig. Det som gir journalister og pressen integritet er å være fri og uavhengig.

Nytt i Vær Varsom-plakaten 1987 er punkt 5, ”God presseskikk”: ”Den enkelte redaktør og medarbeider har et ansvar for å kjenne pressens etiske normer, og plikter å legge disse til grunn for sin virksomhet.”. Dette punktet kan også tolkes som en erklæring utad om at pressen ”kan holde orden i eget hus”¹⁸ og ikke trenger restriksjoner utenfra i forhold til sin virksomhet.

¹⁸ På høstmøtet i NR i 1987, hevdet redaktør Magne Bjørnerud i Hamar Arbeiderblad: ”Det er utglidningene som har ført til en skjerpelse i domstolene, som tydeligvis ikke lenger tror på pressens egen selvjustis. Nå lager domstolene sitt eget regleverk gjennom de mange domsavsigelser, der hvor vi burde holdt orden i eget hus.” (Journalisten 11. november 1987:5).

Journalistisk vs. juridisk terminologi

Faguttrykk som brukes i Vær Varsom-plakaten 1987 er som i de foregående plakatene hovedsaklig hentet fra en juridisk diskurs og en journalistisk diskurs. Det er imidlertid flere begreper som kan knyttes til den journalistiske diskursen i Vær Varsom-plakaten 1987 enn i 1975-plakaten, og færre ord og uttrykk som kan knyttes til den juridiske diskursen. Bruk av juridisk terminologi i Vær Varsom-plakaten ble diskutert i forbindelse med revisjonen i 1987. Ifølge Skjalg Fremo (1994:237) går det fram av Hagen-komiteens innstilling at Rolf Øvrum, en av representantene fra NR i Hagen-utvalget, hadde en bestemt hensikt med forslaget om å bruke formuleringen ”berettigede informasjonskrav” i stedet for ”allmenne hensyn”. Det ene var at han mente denne formuleringen ville skjerpe personvernet ytterligere, og det andre var å unngå den sistnevnte formuleringen fordi den er et juridisk faguttrykk og har en annen betydning i presseetisk sammenheng. En del av frigjøringsprosessen er å frigjøre seg fra juridisk terminologi (Raaum 2003:142). Begrepet ”berettigede informasjonskrav” peker mot en forståelse om at allmennheten har en rett på informasjon, og at pressen har en plikt til å informere. Ifølge Kvam og Røsland (1998:119) var endringen fra ”sterke allmenne hensyn” til ”berettigede informasjonskrav” ment å innebære en viss liberalisering i forhold til identifisering av kriminelle.

Ytringsfrihet vs. personvern

I 1987-plakaten er begrepene ytringsfrihet og trykkefrihet flyttet fram til punkt 1.1. Dette gir uttrykk for at disse begrepene anses som helt sentrale begreper i den presseetiske diskursen. I 1992 skrev Rolv Øvrum boken *Budbringerens dilemma* sammen med Steingrim Wolland. Boken omhandler ytringsfrihetens plass i presseetikken, og den tar for seg revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1987. I boken hevdes det at:

Personvern er en viktig del av presseetikken, men bare en del, som ikke kan rives løs fra det ideologiske system som pressen egentlig er. For presseetikken er først og fremst et ideologisk system som bygger på ytringsfriheten som menneskerettslig prinsipp, og som beskriver den frihet og uavhengighet så vel redaksjoner som enkelte redaktører og journalister skal ha i enhver samfunnsmessig sammenheng – i forhold til makthaverne og myndigheter, til eiere og annonsører. (1992:91-92).

Fokuseringen på ytringsfrihet og uavhengighet er også tydelig i Vær Varsom-plakaten 1987. Et annet tegn på at ytringsfriheten vektlegges, snarere enn personvernet, i 1987-plakaten er at formuleringen ”unge lovovertredere” er tatt inn i plakaten igjen. Dette innebærer en innsnevring av hvem som har et særskilt krav på personvern i pressen. Dette kommer også til uttrykk ved at

barn kommer inn i plakaten for første gang i 1987. Forut for revisjonen var det debatt om identifikasjon i retts- og kriminalreportasjen, og i Vær Varsom-plakaten har kun unge lovovertredere og barn et særskilt vern i dette henseende, blant annet i punkt 4.8: "Vær varsom med å røpe barns identitet i omtale av familietvister eller saker som behandles av barnevernet".

Pressens samfunnsrolle

Punktet om pressens samfunnsrolle er utvidet i Vær Varsom-plakaten 1987. I dette punktet etableres en hyponymirelasjon ved at "pressens samfunnsrolle" kategoriseres som å være "... en fri og uavhengig presse", være "... blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn", ha "... rett til å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold " og ha "... ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk". Videre har pressen "viktige oppgaver", som i Vær Varsom-plakaten 1987 er kategorisert som "formidling av informasjon, debatt og samfunnskritikk", "...beskytte enkeltmennesker mot overgrep (...) fra offentlige myndigheter" og "verne om ytringsfriheten og trykkefriheten".

Punkt 1, "Pressens samfunnsrolle", inneholder en rekke "samfunnsvitenskaplige" faguttrykk: samfunnsrolle, demokrati, pressen som institusjon, samfunnsmessig betydning. Begrepene er knyttet til en samfunnsfaglig diskurs som muligens er med på å gi dette punktet tyngde og troverdighet. I punkt 1.1. står det: "Ytringsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri og uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn". Det blir tatt for gitt at det finnes demokratiske samfunn og at dette er ønskelig. Videre blir det tatt for gitt at pressen spiller en avgjørende rolle for å opprettholde demokratiske samfunn. De eksistensielle og erklærende antakelsene i dette punktet bidrar til å legitimere pressens posisjon i samfunnet.

7.3.2 Representasjon av prosesser og sosiale aktører

Vær Varsom-plakaten 1987, som de foregående, er dominert av materielle prosesser og relasjonelle prosesser. I 1987-plakaten blir prosesser hovedsaklig presentert som materielle passivhandlinger og tilstander, noe som innebærer ansvars- og årsaksskjuling. I likhet med 1975-plakaten er det likevel flere handlinger med uttrykt agens. Dette gjelder særlig i kapittel 1, som omhandler pressens rolle i samfunnet, dens rettigheter og oppgaver. Likevel er agens til en viss grad skjult også her. Plakaten sier ingen ting om hvem som har gitt pressen dens rolle, dens rettigheter og dens oppgaver. Saksforholdene er videre presentert som tilstander ("En fri presse

og uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.”), og dette bidrar til årsakskjuling.

Punkt 2 inneholder handlinger med uttrykt agens i de retningslinjene som omhandler pressens og journalistens integritet. I likhet med foregående plakater, dominerer passivhandlinger i de retningslinjene som omhandler forholdet til kildene (punkt 3) og publiseringsregler (punkt 4).

I likhet med 1975-plakaten fremstår pressen som beskytter av den vanlige borger i Vær Varsom-plakaten 1987. Imidlertid er retningslinjen om å ikke utsette ”(...) offeret, de implisertes pårørende og andre (...) for slike overgrep.”, fra punkt 6 i 1975-plakaten fjernet. Implisitt uttrykker fjerningen av denne retningslinjen at det ikke er pressen som utsetter folk mot overgrep. Dette er et brudd med tidligere plakater. Helt siden ”gapestokken” i 1936-plakaten har Vær Varsom-plakaten advart mot overgrep fra pressens side og på den måten uttrykt en erkjennelse av at det forekommer. Videre understreker fjerningen av ofre og pårørende tendensen til krav om større ytringsfrihet, ved at det er færre å ta hensyn til i publiseringen.

Punkt 2, ”Integritet og ansvar”, omhandler hovedsaklig kravet om integritet. Det er kun ett punkt om ansvar (punkt 2.1). Dette punktet sier imidlertid at det er den ansvarlige redaktør som har ansvaret for avisens innhold: ”Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for avisens/bladets innhold, og skal fremme en saklig og fri informasjons- og opinionsformidling.”. Redaktøren nevnes før første gang i Vær Varsom-plakaten 1987. Ifølge Øvrum og Wolland (1992:116) er redaktøransvaret et uttrykk for den redaksjonelle uavhengighet, slik at redaktøren står som selve symbolet på pressens frihet. Redaktøransvaret er videre knyttet til ideen om pressen som samfunnsnyttig i et demokrati. Demokrati, ytringsfrihet og uavhengighet er sentrale temaer som vektlegges i større grad enn i tidligere plakater. Redaktøransvaret kommer inn i plakaten i tråd med denne endringstendensen i den presseetiske diskursen.

7.3.3 Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet

Sosiale hendelser i Vær Varsom-plakaten 1987 blir representert på en abstrakt og generell måte. Punkt 1.1 - 1.4 i kapittel 1 beskriver saksforhold på en abstrakt måte, eksempelvis: ”En fri og uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.”. I de øvrige punktene representeres saksforhold hovedsaklig på en generalisert måte. I likhet med de foregående plakater blir kun én konkret hendelse lokalisert i tid: ”Vedtatt av Norsk Presseforbund (...) 2. desember 1987”.

Hovedinnholdet i Redaktørplakaten og Favørutvalgets innstilling¹⁹ ble innbakt i Vær Varsom-plakaten 1987. I Redaktørplakaten står det blant annet: ”Gjennom sin avis skal redaktøren fremme en saklig og fri informasjons- og opinionsformidling.” og ”(d)en ansvarshavende redaktør har det personlige og fulle ansvar for avisens innhold. ”. Dette gjenfinnes i punkt 2.1 i Vær Varsom-plakaten 1987.

Tillit, troverdighet og integritet var et gjennomgangstema for Vær Varsom-plakaten 1975, og i tråd med denne tendensen vedtok NJs landsmøte i 1981 at organisasjonen skulle gå inn for å fjerne favørene fra pressekortet, til tross for intern strid (Ottosen 1996:376-377). Fjerningen av favørene fra pressekortet kan også sees som et ledd i den ”etiske rensingen” og som del av pressens vekt på egen integritet og uavhengighet (Raaum 1999:41).

Vær Varsom-plakaten 1987-plakaten inkluderer ikke eksplisitt andre stemmer og sier ikke noe om hvilke ”... personer eller grupper som vil øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet” (punkt 2.2). Bakgrunnen for revisjonen tatt i betraktning impliserer dette at det gjelder jurister som kritiserte retts- og kriminalreportasjen. ”Personer eller grupper” kan imidlertid også henvise til kommersielle interesser og profesjonelle kilder. Punktet om integritet har blitt utvidet, med særlig vekt på at journalister ikke skal la noe påvirke det journalistiske innholdet, blant annet i punkt 2.6: ”Pressen må kunne gå god for at det som publiseres er et resultat av en redaksjonell vurdering.”. Frigjøringen fra partiene har medført at partiet ikke lenger kan øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet. Høyere eierkonsentrasjon, økt konkurranse og krav om profitt har imidlertid ført til nye økonomiske bindinger som kan øve innflytelse på journalistikken.

7.4 Stil og sosiale identitet

I etikkutvalget satt seks personer, blant disse var Hans Andreas Ihlebæk, som også var med på revisjonsarbeidet i 1975 og generalsekretæren i NR, Rolv Øvrum. Mens det i 1975 var Ihlebæk som satte sitt preg på den reviderte Vær Varsom-plakaten, var det Øvrum som ved revisjonen i

¹⁹ Gratisytelsene og særfordelene som var listet opp i pressekortet ble kalt ”favørene”. Delegat Skjalg Fremo fremmet et forslag om å fjerne favørene fra pressekortet på landsmøtet i NJ i 1977. Landsstyret satt ned et utvalg, bestående av Per Vassbotn, Sverre Østhagen og Skjalg Fremo, til å utrede forslaget nærmere. På landsstyremøtet i 1979 ønsket flertallet at favørene skulle opprettholdes, men at man skulle ta sikte på en gradvis avvikling av favørene. Saken hadde imidlertid også blitt behandlet i NP, som oppfordret alle grunnorganisasjonene til å få fjernet favørene (Ottosen 1996:376-377).

1987 fikk gjennomslag for en del av sine forslag. Han var opptatt av at hensynet til personvern ikke skal overskygge prinsippet om ytringsfrihet, og det bærer den reviderte plakaten preg av.

Den endelige utformingen av Vær Varsom-plakaten 1987 har imidlertid blitt til gjennom omfattende debatt innad i pressen. Redaktørene ønsket gjennomgående mer generelle formuleringer i plakaten enn journalistene, og uttrykte engstelse for at mange konkrete og kategoriske regler kunne virke som en tvangstrøye. Representanter fra NJ betonet det pedagogiske aspektet ved de forskjellige punktene. Regelverket skulle også tjene som lærebok for nye journalister og ikke bare sette grenser for god presseskikk (Journalisten 18.12 1987:2). Det pedagogiske aspektet gjenfinnes i Vær Varsom-plakaten 1987 i den belærende stilen. 1987-plakatens første del har (i likhet med 1975-plakaten) en erklærende stil og plakaten viser fortsatt en ansvarlig og autoritativ stil og den har en bydende tone. Vær Varsom-plakaten ble noe mer detaljert enn det NR-ledelsen ønsket, men plakaten inneholder ikke mange konkrete og kategoriske retningslinjer noe som kommer til uttrykk i modaliteten i teksten.

7.4.1 Modalitet: "Vær varsom" med bruk av navn og bilde

Det er sterk grad av forpliktelse både til sannhet og til nødvendighet i punkt 1 og 2: "Ytringsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati" (1.1), "Det er pressens rett å informere..." (1.4), og "... gi aldri tilsagn om redaksjonell omtale som motytelser for annonser." (2.6), "Den ansvarlige redaktør (...) skal fremme en saklig og fri informasjons- og opinionsformidling" (2.1). I tillegg innebærer punkt 5 en sterk forpliktelse til nødvendighet: "Den enkelte redaktør og medarbeider (...) plikter å legge disse til grunn for sin virksomhet."

Punkt 3, om forholdet til kildene og punkt 4, om publiseringsregler, er preget av en svakere forpliktelse til nødvendighet. Det er mindre bruk av modale hjelpeverb i 1987-plakaten enn i de foregående plakatene. I likhet med i 1975-plakaten kan begrepet "vær varsom" imidlertid sies å fungere som modal markør. Diskusjonene i forbindelse med revisjonen av 1987-plakaten viser at pressen anser "vær varsom" som lite kategorisk. Uenigheten mellom NR og NJ gikk hovedsaklig ut på at NJ i større grad ville bruke ordene "skal", "unngå" og "utilbørlig", mens NR-utvalget ønsket større bruk av det allmenne "vær varsom"²⁰ (Journalisten 11. november 1987:5). Begrepet "vær varsom" som modal markør brukes hovedsaklig i punkt 4, som omhandler publiseringsregler blant annet i forbindelse med retts- og

²⁰ I spørsmålet om revisjon av selvmordsparagrafen ønsket NJ å opprettholde formuleringen "som hovedregel ikke omtales", mens NRs representanter mente at det måtte være nok med at man skulle "være varsom i omtale av selvmord" (Journalisten 11. november 1987:5).

kriminalreportasjen. Barn er eksplisitt nevnt i punkt 4.8, noe som peker på et særskilt personvern: ”Vær varsom med å røpe barns identitet i omtale av familietvister eller saker som behandles av barnevernet”. Imidlertid bidrar begrepet ”vær varsom” til en svakere grad av forpliktelse til barns personvern enn dersom det hadde stått ”unngå å røpe barns identitet”.

7.4.2 Pressens verdier: Ytringsfrihet og demokrati

I Vær Varsom-plakaten 1987 er det i likhet med foregående plakat ønskelig å være varsom, verne om avisens kilder, vise respekt, skille mellom annonser og redaksjonell tekst, gi korrekte opplysninger, avdekke kritikkverdige forhold, beskytte (enkeltmennesker), med tillit og integritet, trykkefrihet og ytringsfrihet, fri informasjonsformidling, fri adgang til kildene, åpen debatt, saklighet og omtanke, opptre fritt og uavhengig og at ulike syn kommer til uttrykk. Det er uønskelig med misbruk, gi tilsagn om redaksjonell motytelse, utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler og gi etter for press. Nye positive normer og verdier i Vær Varsom-plakaten 1987 er demokrati og plikt til å kjenne pressens etiske normer og legge disse til grunn for sin virksomhet.

Kravene om integritet er utvidet og skjerpet, og NP uttrykker en sterk grad av forpliktelse til nødvendighet i disse retningslinjene. I tillegg er retningslinjen om ”god presseskikk” en pliktetisk norm med sterk grad av forpliktelse til nødvendighet. Ytringsfrihet blir sterkere vektlagt i 1987 enn i tidligere plakater og står først i punkt 1. Punktene om personvern fremstår med svakere modalitet. Det er en tendens i retning av en mer pliktetisk tankegang rundt pressens informasjonsansvar.

Punkt 1, ”Pressens samfunnsrolle”, er et sentralt nytt tema i plakaten og demokrati blir eksplisitt nevnt som en positiv verdi. Punktet om pressens rolle i samfunnet vektlegger videre at pressen har viktige samfunnsoppgaver, og det legges vekt på det ansvaret som følger med ytringsfriheten ved at pressen har et ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk. De mange årsaksrelasjonene i punkt 1 innebærer en legitimering av pressens samfunnsrolle basert på instrumentell rasjonalitet. Pressens samfunnsrolle blir i tillegg legitimert med referanse til et verdisystem, gjennom ulike antakelser om pressens rolle i samfunnet som det ikke stilles spørsmål ved, eksempelvis: ”Ytringsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri og uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn” (punkt 1.1). ved at ” og at ”Pressen skal verne om ytringsfriheten og trykkefriheten” (punkt 1.3). På den måten blir verdiene ytringsfrihet og trykkefrihet brukt til å legitimere pressens rolle i samfunnet

7.5. Oppsummering

Debatten om retts- og kriminalreportasjen på 1980-tallet hadde mye til felles med debatten i 1975. Imidlertid innebar revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1975 en skjerping både av kravet om pressens uavhengighet og en skjerping av personvernet. Revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1987 innebar en skjerping av kravet om ytringsfrihet og integritet. I pressen ble det vektlagt at personvernet ikke måtte overskygge (vernet om) ytringsfriheten, og dette bærer Vær Varsom-plakaten 1987 preg. Den handler i stor grad om ytringsfrihet og informasjonsansvar vs. personvern i retts- og kriminalreportasjen, som i 1936, men denne gangen har ytringsfriheten og informasjonsansvaret sterkere vekt. Vekt på ytringsfrihet og uavhengighet er en rød tråd i Vær Varsom-plakaten 1987. I denne sammenheng blir retningslinjer om redaktørens ansvar innlemmet i plakaten. Det er videre en tydeligere vektlegging av pressens samfunnsrolle i den presseetiske diskursen. Formuleringen ”pressens samfunnsrolle” blir for første gang brukt i Vær Varsom-plakaten 1987, kapittel 1, og dette kapitlet blir kalt ”faneparagrafen”. Plasseringen av verdiene ytringsfrihet og uavhengighet i punkt 1 understreker at dette er sentrale temaer. På denne måten innehar NP en form for normmakt gjennom utvelgelse og vektlegging av temaer som signaliserer hvilke normer og verdier som er viktige. NP uttrykker en sterk forpliktelse til sannhet og nødvendighet i påstandene om pressens samfunnsrolle og om ytringsfrihet, eksempelvis i punkt 1.4: ”Det er pressens rett til å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold”, som retter seg mot publikum, jurister og myndigheter, i tillegg til den enkelte journalist.

Kritikk av retts- og kriminalreportasjen var igjen bakteppet for revisjonen av plakaten. Samarbeidet med juristorganisasjonene om ”Retningslinjer for pressens omtale av rettssaker” ble imidlertid avsluttet og i Vær Varsom-plakaten 1987 brukes det færre ord knyttet til den juridiske diskursen. Det er med på å forsterke trenden i den journalistiske praksisen mot en stadig frigjøring fra og grensemarkering mot andre sosiale praksiser. Juristene har ikke lenger like stor innflytelse over presseetikken.

I likhet med 1975-plakaten er den reviderte Vær Varsom-plakaten 1987 et resultat av et omfattende organisatorisk arbeid. NR og NJ nedsatte egne miniutvalg, noe som peker på en sterkere yrkesfaglig identitet som ledd i pressens profesjonaliseringsprosess. Imidlertid uttrykkes en maktrelasjon mellom organisasjonene og den enkelte journalist i Vær Varsom-plakatens pedagogiske aspekt, ved at plakaten har en belærende og bydende stil. NJ, NR og NP har autoritet til å definere overfor den enkelte journalist hva som er rett og aktverdig handling, og hva som ikke er det.

8 Vær Varsom-plakaten 1994: Troverdighet og økonomiske og ideologiske bindinger

8.1 Sosiale hendelser

1990-tallet var preget av flere mediepolitiske og presseetiske debatter og utredninger enn tidligere, både offentlig og internt i pressens organisasjoner. Både NJ og NR hadde presseetikk som hovedtema på sine landsmøter i 1991, og 2. april 1993 kom Kulturdepartementet med St.meld. nr. 32 (1992-93) *Media i tida*.

Retts- og kriminalreportasjen var fortsatt gjenstand for kritikk, både fra jurister og publikum. I 1992 ble pressens dekning av Bjugn-saken, der en mannlig barnehageansatt ble siktet for seksuelt misbruk av flere barn i en barnehage i Bjugn, utsatt for kritikk²¹.

Kulturdepartementet mente at det var behov for å en styrking av det presseetiske arbeidet i Norge, særlig på bakgrunn av de mange klagene som hadde blitt rettet mot pressen de siste årene²². Åse Kleveland, statsråd i Kulturdepartementet, var kritisk til om pressens selvjustis var effektiv nok, og truet med sanksjoner blant annet under et møte i Kringkastingrådet i 1991 og fra Stortingets talerstol 14. Februar 1992 (Ottosen m.fl. 1996:465 og Raaum 1999:123). Departementet kom imidlertid fram til at det burde bygges videre på dagens ordninger, og ville ikke anbefale å opprette et medieombud, eller anbefale en lovfesting av de presseetiske reglene (St.meld. nr. 32 1992-93:13).

I likhet med tidligere plakater (1975, 1987) følger revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1994 etter reformer i PFU. Den 13. april 1994 satt styret i NP ned et utvalg (VV-utvalget) med oppdrag om å utrede revisjon av Vær Varsom-plakaten. Sekretær for arbeidet var NPs generalsekretær Gunnar Gran, som senere fikk i oppdrag å lage dokumentet *Forarbeide til revisjon av etiske normer for presse, radio og fjernsyn* (1995) (heretter kalt *Forarbeide*). Utvalgets forslag var ute til bred høring i NJ og NR, som leverte sine kommentarer til NP i november 1994. VV-utvalget gikk gjennom Vær Varsom-plakaten ut fra to

²¹ Etter barnehagesaken i Bjugn var mange kritisk til om det var nødvendig å gå så detaljer til verks i omtalen av saken (Gran 1995:4).

²² I stortingsmeldingen *Media i tida* heter det blant annet at: "Avgjørelsene i PFU synes å være avbalanserte og rimelige. Derimot skorter det en del når det gjelder etterlevingen av Vær Varsom-plakaten og uttalelsene fra PFU. Det synes som om PFU ikke har den respekten i bransjen som et etisk utvalg bør ha. Det synes å være behov for en opprusting av det apparatet PFU rår over. Pressen bør markere tydeligere at de tar det etiske arbeidet på alvor." (nr. 32 1992-93:61).

hovedforutsetninger: 1) å foreta en generell revisjon ut fra en eventuell utvikling av presseetikken og 2) å foreta endringer som bedre ivaretar plakatens funksjon som rettesnor for både trykt presse og kringkasting (Gran 1995:1). Allerede i 1992 ble NP utvidet til å omfatte kringkastingsselskaper, og både NJ og NR gikk inn for at også PFU skulle dekke både presse og kringkasting (Ottosen m.fl. 1996:462).

1990-tallet var også preget av debatter om ytringsfrihetens kår i Norge. I *Media i tida* understrekes medias samfunnsfunksjoner og Kulturdepartementet ser på pressen som forvalter av ytringsfriheten, trykkefriheten og informasjonsfriheten, men påpeker imidlertid at ytringsfriheten ikke er uten grenser, fordi den kan komme i konflikt med andre mål, særlig personvern (St.meld. nr. 32 1992-93:10). Presseorganisasjonene på sin side mente at norsk lov til dels var i utakt med den europeiske menneskerettighetskonvensjonen i forhold til ytringsfrihet. NR nedsatte en komité i 1991, bestående av seks advokater og én redaktør som skulle utarbeide forslag til endringer i injurielovgivningen. Og i 1993 bestilte NR en utredning om ytringsfrihetens vilkår i Norge²³. Rapporten konkluderte med at det i Grunnloven mangler et reelt vern for ytringsfriheten. Redaktørforeningen fremmet krav om juridisk utredning av ytringsfrihetens betingelser i Norge. Sommeren 1995 bøyde regjeringen av for presseorganisasjonenes krav og bestemte seg for å nedsette en kommisjon (Ytringsfrihetskommisjonen) til å utrede ytringsfrihetens grunnlovsværn (Ottosen m.fl. 1996:466-467).

Disse sosiale hendelsene kan settes innenfor rammen av journalistisk praksis, organisasjonspraksis, politisk praksis, byråkratisk praksis juridisk praksis og ”publikumspraksis”.

8.2 Sjanger og handlingsmåter

Med revisjonen i 1994 blir Vær Varsom-plakaten ytterligere utvidet. Den inneholder fire hovedkategorier, men disse punktene har flere underpunkter enn i 1987-plakaten.

Vær Varsom-plakaten 1994 er en del av en sjangerkjede som inkluderer pressedekningen av Bjugn-saken, stortingsmeldinger og utredninger både om ytringsfrihet og det presseetiske systemet, mediepolitisk debatt, debatt om pressens selvjustissystems forhold til

²³ Rapporten, skrevet av Joachim Brenno, ble lagt frem på NRs årsmøte i 1994. Han konkluderte med at det i Grunnloven ”savnes en rettslig ramme som setter grenser og krever struktur i lovgivningen. Årsaken til problemet er mangelen på et reelt grunnlovsværn for ytringsfriheten i det norske rettssystemet.” (Ottosen m.fl. 1996:466-467).

kringkastingen, og om ny Vær Varsom-plakat, forslag til revidert plakat og vedtak om revidert Vær Varsom-plakat.

8.2.1 Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner

I Vær Varsom-plakaten 1994 er det flere indirekte språkhandlinger. Det er 10 utsagnssetninger, som indirekte er direktiver. Ett eksempel på et indirekte direktiv er punkt 3.2: ”Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervjusituasjoner og ellers i forhold til kilder og kontakter”. Setningen fremstår som påstand om hva god presseskikk er, men er samtidig et direktiv om å gjøre premissene klare i intervjusituasjonen. Graden av direktehet sier, som tidligere nevnt, noe om sosiale relasjoner og maktforhold. Ved indirekte språkhandling er man mindre direkte, noe som kan peke på mindre sosial avstand mellom NP (presseorganisasjonene) og den enkelte journalist. Vær Varsom-plakaten 1994 består av omtrent like mange setninger som fremstår som påstander som av direktiver. Dette gir en mer erklærende framstilling – ting bare er sånn. NP, som avsender av plakaten, fremstår med autoritet til å påstå og definere hva god presseskikk er overfor den enkelte journalist.

Myndighetene har en fremtredende plass forut for revisjonen av plakaten. Vær Varsom-plakaten 1994 ble revidert etter at blant annet myndighetene hadde kritisert det pressetiske systemet for ikke å være effektivt nok. Dette kan peke i retning av at myndighetene fortsatt har innflytelse på presseetikken. Imidlertid omhandler de fleste nye punktene i Vær Varsom-plakaten kravet om integritet og forholdet til kildene. I tillegg er ytringsfrihet sterkt vektlagt i plakaten, til tross for at det var presseetikken i forbindelse med personvern som ble kritisert av publikum, jurister og myndigheter. Kritik, blant annet i forbindelse med Bjugn-saken, kan ha bidratt til at ytringsfrihet får så stor vekt i Vær Varsom-plakaten. Gjennom påstander med sterk forpliktelse til sannhet ønsker pressen å påpeke og understreke overfor publikum og myndigheter at personvernet i visse tilfeller må vike for ytringsfriheten og informasjonsansvaret²⁴.

I likhet med revisjonene av de foregående plakaten skjer revisjonen av Vær Varsom-plakaten etter at pressens selvjustissystem har fått kritikk. I tillegg hadde det blitt reist spørsmål om både medieombud og presselov. Ved å revidere Vær Varsom-plakaten viste pressen at ”...

²⁴ I *Forarbeide til revisjon av etiske normer for trykt presse, radio og fjernsyn* skriver Gran at man i saker som Bjugn-saken må ta sterke hensyn til barna, men at man ikke må tie en slik sak i hjel. ”Det er også viktig å beskrive sakens kjensgjerninger (...) for at folk skal få vite hva det gjelder – og ut fra det veie opp mot sin rettsfølelse og kontrollere rettssikkerheten.” (Gran 1995:4).

de tar det etiske arbeidet på alvor.”, som Stortingsmeldingen *Media i tida* oppfordret til (nr. 32 1992-93:61). Vær Varsom-plakaten har på denne måten et implisitt strategisk formål. Etikken avhjelper kritikk utenfra og bidrar til at pressen unngår regulering fra instanser utenfor pressen.

8.2.2 Semantiske relasjoner: Vær varsom fordi ord og bilder kan misbrukes

I likhet med 1975- og 1987-plakaten er 1994-plakaten dominert av additive, elaborerende og kausale relasjoner. Den semantiske relasjonen mellom overskriften og den siste formuleringen i plakaten kan sies å være en kausal relasjon: Vær varsom *fordi* ord og bilder er mektige våpen (kausal). *Derfor* må de ikke misbrukes (konsekvensrelasjon). I Vær Varsom-plakaten 1994 en ”problem – løsning”-relasjon, som også gjenfinnes i 1987- og 1975-plakaten, der problemet er at noen vil hindre fri informasjonsformidling. Men til forskjell fra 1987-plakaten er det igjen en erkjennelse av at ”ord og bilder er mektige våpen” og at disse kan misbrukes. Igjen kan det altså i Vær Varsom-plakaten identifiseres et problem ved at pressen kan misbruke sin posisjon. Løsningen er å følge de ”... etiske normene og (...) legge disse til grunn for sin virksomhet.” (plakatens innledning). Den semantiske relasjonen mellom overskriften og den siste formuleringen er en kausal årsaksrelasjon. Punktet om pressens samfunnsrolle består av mange kausale relasjoner, som innebærer en legitimering av pressens posisjon ut fra instrumentell rasjonalitet, og dette blir understreket av tekstens argumenterende stil.

8.3 Diskurser og representasjoner

I likhet med 1987-plakaten er hovedtemaene i Vær Varsom-plakaten 1994 delt inn i kapitler: (1) pressens samfunnsrolle, (2) integritet og ansvar, (3) forholdet til kildene og (4) publisering. I tillegg er (5) retts- og kriminalreportasjen, (6) personvern vs. informasjonsansvar, (7) ytringsfrihet og uavhengighet og (8) pressens posisjon i samfunnet videreført som hovedtema. Nytt i 1994-plakaten er at det legges større vekt på (9) journalistiske metoder, (punkt 3.10: ”Skjult kamera eller falsk identitet skal bare brukes i unntakstilfeller...” og i punkt 3.3 ”Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervjusituasjonen...”), og (10) problemer knyttet til kommersialisering (punkt 2.2: ”... opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse...”). Kapittel 5, god presseskikk, fra 1987-plakaten er ikke lenger et eget kapittel men flyttet fram som en innledning til retningslinjene.

8.3.1 Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord

Nye nøkkelord i Vær Varsom-plakaten 1994 inkluderer informasjonsfrihet, offentlighetsprinsippet, kringkastingssendingen, radio, fjernsyn, interessekonflikter, dobbeltroller, troverdighet, ideologiske, økonomiske, sponning, reklame, intervjusituasjonen, kontakter, upublisert materiale, utenforstående, redaksjonell myndighet, presentasjon, forhåndsdømming, nyhetsformidling. Dessuten er ordene mektig, våpen, ofre og pårørende tatt inn i plakaten igjen.

I likhet med 1987-plakaten er de fleste av nøkkelordene som er fjernet hentet fra juridisk terminologi: sivilsaker, straffesaker, anmeldelser, siktelser, tilbakeslutninger, stevninger, retten. Dette henspiller på tendensen til å bruke mindre fagord fra den juridiske diskursen for å styrke den faglige identiteten og markere grensen mot juristene, som et ledd i pressens profesjonaliseringsprosess.

Informasjonsfrihet og *offentlighetsprinsippet* er nye begreper som kommer inn i plakaten i tillegg til yringsfrihet og trykkefrihet. Begrepet innebærer at pressen har rett til informasjon, og at denne verdien kommer inn i plakaten i 1994 kan ha sammenheng med ønsket fra pressens side om en forbedring av Grunnlovens § 100. I *Forarbeid* står det at "VV-utvalget mener at informasjonsfrihet er et så sentralt begrep at det bør med, også fordi yringsfrihet og trykkefrihet ikke uten videre omfatter informasjonsfrihet." (Gran 1995:3). Videre hevdes det at det er like viktig offentlighetsprinsippet blir tatt inn i plakaten fordi det er "... et grunnleggende innslag i informasjonsfriheten." (ibid.).

VV-utvalget mente at det er viktig å rette oppmerksomheten mot *forhåndsdømming* i enda sterkere grad enn tidligere (Gran 1995:50). Ordet forhåndsdømming blir for første gang brukt i Vær Varsomplakaten 2001, til tross for at det å unngå forhåndsdømming, som vist i analysen av de foregående plakatene, alltid har vært en sentral verdi.

Integritet, troverdighet og forholdet til kildene

Kapittelet om forholdet til kildene er betydelig utvidet. I Vær Varsom-plakaten 1994 finnes en overleksikalisering i forbindelse med kilder ved at "kilde" i en eller annen sammensetning av ordet forekommer 12 ganger i teksten. Ifølge Gran (1995:17) har styrking og klargjøring av forholdet til kildene vært en av de største oppgavene for VV-utvalget. Utvidelsen innebærer en styrking av kildevernet, blant annet ved å begrunne det med at det "er et grunnleggende prinsipp

i et fritt samfunn og er en forutsetning for at pressen skal kunne fylle sin samfunnsoppgave...”. Kilder får et styrket vern i et nytt punkt i forhold til journalistiske arbeidsmetoder: ”Skjult kamera/mikrofon eller falsk identitet skal bare brukes i unntakstilfeller” (punkt 3.10). Pressen styrker imidlertid sin posisjon overfor kildene med punkt 3.8.: ”Ingen uten redaksjonell myndighet kan gripe inn i redigering og presentasjon av redaksjonelt materiale.”. Videre har VV-utvalget strammet inn formuleringen om retten til tilsvare ved å bruke formuleringen ”sterke beskyldninger” (Gran 1995:75) i punkt 4.14: ”De som utsettes for sterke beskyldninger skal såvidt mulig ha adgang til samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger.”.

Kapittel 2, om integritet, er utvidet i Vær Varsom-plakaten 1994. Nye nøkkelord i plakaten omhandler også i stor grad dette temaet, blant annet ordene ”dobbeltrøller” og ”interessekonflikter”. VV-utvalget begrunner at disse begrepene er tatt inn i plakaten med en prinsipputtalelse fra PFU: ”Det er klart uheldig at en journalist dekker en sak når han/hun har et nært forhold (...) til kilden eller den/de omtalte. (...) Ettersom spørsmålet om integritet først og fremst er et spørsmål om lesernes tiltro til redaksjonen og dens medarbeidere...” (Gran 1995:8).

Ordet *troverdighet* forekommer i hele fem paragrafer i Vær Varsom-plakaten 1994, mens ordet ikke var tilstedet i de foregående plakaten. I tidligere 1975- og 1987-plakaten ble det etablert en hyponymirelasjon i forhold til hva som kategoriseres som integritet. En del av begrepene som inngår i den hyponymirelasjonen, vil også kunne inngå i en hyponymirelasjon i forhold til begrepet *troverdighet*. Dette kan tyde på at begrepene i presseetikken blir brukt for å beskrive det samme saksforholdet. Imidlertid er ikke begrepene synonyme. Det blir også påpekt av VV-utvalget, som hevder er det like viktig at redaksjonelle medarbeidere bevarer sin *troverdighet*, som at de verner om sin integritet: ”For selv om man innenfor redaksjonen mener å ha full sikkerhet for at (...) medarbeidernes integritet er urokkelig, kan publikums mistanke om påvirkning i seg selv være uheldig og skade *troverdigheten*.” (Gran 1995:7). Dette kan peke på at pressens omdømme anses som vel så viktig som integriteten i seg selv.

Kommersialisering og markedsretting

Metaforen fra 1956-plakaten, ord som mektig våpen, er tatt inn i plakaten igjen. Ved revisjonen i 1956 satt man med erfaringen fra andre verdenskrig om at det trykte ord kan brukes som et våpen, blant annet ved å spre propaganda, og 1956-plakaten bar preg av en ”krigsdiskurs”. Når denne metaforen nå tas inn i plakaten igjen i 1994, må bakgrunnen være en annen. Nye ord som ”økonomiske”, ”sponsing” og ”reklame” hentet fra en markedsdiskurs, viser at Vær Varsom-plakaten legger større vekt på problemer knyttet til markedsrettingen i pressen. Vær Varsom-

plakaten advarer mot å la kommersielle hensyn påvirke det journalistiske innholdet, i punkt 2.2: ”opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av (...) økonomiske (...) grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet.”, og i punkt 2.8: ”Det er uforenlig med god presseskikk å la sponing påvirke redaksjonell virksomhet...”.

Odd Raaum (1999:105) har pekt på at: ”(p)rofilering skjer naturligvis ikke bare ved hjelp av mediene, men de er spesielt viktige redskaper, ikke bare som rene formidlere av reklame og sponsorbudskaper, men fordi de også har et redaksjonelt innhold som kan infiltreres av markedsføringssignaler.”. Videre kan også politikere, både som mektige kilder og gjennom PR-byråer utnytte pressen for å sette dagsorden. Det er ikke bare pressen som har gått gjennom en profesjonaliseringsprosess, der har også skjedd en profesjonalisering av pressens kilder i løpet av 1990-tallet (Allern i Eide (red) [2001] 2004:282). Økt fokus i Vær Varsom-plakaten på økonomiske påvirkningsfaktorer og på mer profesjonelle kilder kan peke på en sterkere erkjennelse i presseetikken av at økonomiske og ideologiske interesser kan bruke pressen (ord og bilder) som våpen. Denne utviklingen er foranledningen for at informatørene ble ekskludert fra NJ i 1997, som et ledd i den etiske rensingen i pressen (Raaum 1999:33). Dette kan knyttes til profesjonaliseringsprosessen og den ønskede grensemarkeringen mot andre yrkesgrupper for å understreke pressens uavhengighet og krav om journalistisk integritet.

8.3.2 Representasjon av prosesser og sosiale aktører

Materielle handlinger med uttrykt agens dominerer første del av plakaten, mens handlinger uten agens dominerer andre del. Videre er det gjennom hele Vær Varsom-plakaten 1994 mange prosesser som representeres som tilstander, både relasjonelle og eksistensielle.

I første del av plakaten fremstår pressen, redaktøren og den enkelte journalist som ansvarlig for handlingene. I andre del av plakaten er det mer agensskjuling enn i første del, men ofte kan man slutte seg til at det er pressen/journalisten som er den handlende aktør. Dette er nødvendigvis ikke alltid tilfelle. I plakats siste formulering er det er ikke gitt at det er pressen som ikke skal misbruke ord og bilder, det kan vel så gjerne henvises til kilder og økonomiske interesser.

Hovedaktøren i Vær Varsom-plakaten 1994 er i hovedsak pressen (redaksjonelle medarbeidere, redaksjonell ledelse), og pressen og journalisten representeres som aktiv handlende aktør. Videre presenteres pressen som en beskytter. Offentlige myndigheter, institusjoner, private foretak og andre er det borgerne må beskyttes mot.

8.3.3 Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet

I Vær Varsom-plakaten 1994 representeres saksforhold både på en abstrakt, og på en mer generell måte. I tillegg er to konkrete sosiale hendelser inkludert i plakaten. Kringkastingen innlemmes i pressens etiske apparat, og det kommer eksplisitt til uttrykk i underoverskriften. Det samme gjelder vedtaket om revidert Vær Varsom-plakat: ”Ethiske normer for pressen (trykt presse, radio og fjernsyn). Vedtatt av Norsk Presseforbund 14.12. 1994”.

Hensynet til ofre og pårørende ble tatt inn i plakaten igjen. Noe av bakgrunnen for dette er at pressen fikk mye kritikk for den detaljerte omtalen av ofrene i Bjugn-saken. I forbindelse med denne saken påpeker Gunnar Gran (1995:4) i *Forarbeidet*: ”Det er klart at man her måtte ta sterke hensyn til barna i saken, slik at de ikke skulle lide unødvendig skade.”. Et slikt syn kommer til uttrykk i punkt 4.6: ”Ta hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og pårørende. (...) Vis hensyn overfor mennesker i sorg eller ubalanse.”.

8.4 Stil og sosial identitet

I motsetning til ved tidligere revisjoner kan det synes som om den reviderte Vær Varsom-plakaten 1994 ikke hadde én person som tydelig satt sitt preg på plakaten, men at den var et resultat av en enda bredere organisasjonsmessig behandling.

1994-plakaten har en mer erklærende stil enn tidligere plakater, men viser fortsatt også en ansvarlig og autoritativ stil og har fortsatt en bydende tone.

8.4.1 Modalitet: ”God presseskikk” som modal markør

I likhet med foregående plakater viser NP sterk grad av forpliktelse til sannhet i kapittel 1 og 2 og i plakats siste formulering. I tillegg uttrykkes sterk grad av forpliktelse til sannhet i punkt 3.4: ”Kildevernet er et grunnleggende prinsipp i et fritt samfunn og er en forutsetning for at pressen skal fylle sin samfunnsoppgave og sikre tilgangen på vesentlig informasjon.”. NP uttrykker sterk grad av forpliktelse til nødvendighet i innledningen, kapittel 1 og 2 og i deler av kapittel 4, eksempelvis i punkt 4.5: ”Unngå forhåndsdomming i kriminal og rettsreportasjen.”.

NP uttrykker en svakere forpliktelse til sannhet i store deler av kapittel 3 og 4, eksempelvis i punkt 3.1: ”Pressens troverdighet styrkes ved at kildene for informasjon identifiseres, *med mindre* det kommer i konflikt med behovet for å verne kildene.”. Det er videre svakere forpliktelse til nødvendighet i kapittel 3 og 4, og det kommer til uttrykk i de

mange modale markørene som brukes i disse kapitlene: 3.5 (hvis ikke), 3.8 (bør), 3.10, 4.3 (når), 4.7 og 4.10 (vær varsom), 4.15 (med mindre), 4.14 (så vidt mulig).

I forbindelse med debatten om selvmordsparagrafen ved revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1987, ble det uttrykt at formuleringen ”vær varsom” har en svakere forpliktelse til nødvendighet enn formuleringen ”som hovedregel”. I tråd med denne forståelsen av begrepene har barn fått et sterkere personvern i Vær Varsom-plakaten 1994 enn i 1987. I punkt 4.8, står det nå at ”Barns identitet skal som hovedregel ikke røpes i familietvister, barnevernsaker eller rettssaker”. I tillegg til at ”vær varsom” har blitt byttet ut med ”som hovedregel”, har rettssaker blitt lagt til i dette punktet. Det kan ha bakgrunn i kritikken pressen fikk i forbindelse med barnehagesaken i Bjugn, og viser at retningslinjer ofte kommer til, og får ordlyd, på bakgrunn av enkeltsaker.

Formuleringen ”det er god presseskikk...”, slik den brukes i retningslinjene, kan på den ene siden anses som å uttrykke en sannhet, men på den andre siden, som et indirekte direktiv, kan formuleringen anses å peke på en nødvendighet. På lik linje med formuleringen ”vær varsom”, uttrykker ”det er god presseskikk” en svakere grad av forpliktelse til nødvendighet. Eksempelvis i punkt 4.5: ”Det er god presseskikk å omtale en rettskraftig avgjørelse i saker som har vært omtalt tidligere”. Dersom punktet hadde en sterk grad av forpliktelse til nødvendighet, ville det stått at pressen *skal* omtale rettskraftige avgjørelser.

8.4.2 Pressens verdier: Troverdighet og integritet

Det er ingen positive normer og verdier som er fjernet fra foregående plakat. Nytt er at det er ønskelig med informasjonsfrihet, verne om offentlighetsprinsippet, med troverdighet og eksplisitt at man skal unngå forhåndsdomming. Det er uønskelig med dobbeltroller, interessekonflikter og sponing.

Kildevernet som sentral verdi ble styrket ved revisjonene i 1994, og revisjonen innebar en skjerping av kravet om integritet og troverdighet. NP uttrykker sterk grad av forpliktelse til sannhet og nødvendighet når det gjelder disse normene. Styrkingen av disse normene har sammenheng med antakelsen som blir gjort i plakaten om at ”personer eller grupper (...) av ideologiske, økonomiske eller andre grunner...” (punkt 2.2) ønsker å påvirke det journalistiske produktet.

Informasjonsfrihet, ytringsfrihet og trykkefrihet er sentrale verdier i Vær Varsom-plakaten 1994. Imidlertid viser endringer i publiseringsreglene (punkt 4), en vektlegging av at pressen skal ”(t)a hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og

pårørende” (punkt 4.6). I tillegg uttrykker NP en sterk forpliktelse til nødvendighet når det gjelder å unngå forhåndsdomming. Disse normene kan knyttes opp mot en konsekvensetisk tankegang.

Vær Varsom-plakaten 1994 inneholder en rekke antakelser som både bidrar til å legitimere de presseetiske retningslinjene og pressens rolle i samfunnet. Blant annet innebærer punkt 3.4, om at kildevernet er ”en forutsetning for at pressen skal kunne oppfylle sin samfunnsoppgave”, en erklæring av at pressen har en samfunnsoppgave. Både styrkingen av kildevernet i presseetikken og pressens samfunnsrolle blir legitimert gjennom antakelsen om at pressen ”ivaretar viktige oppgaver” (punkt 1.2). Pressens integritet og troverdighet fremstår som helt avgjørende for at pressens virksomhet skal kunne oppretthold sin legitimitet. Retningslinjene blir videre legitimert ut fra en antakelse om at pressen har makt og at denne makten kan misbrukes, altså med referanse til verdisystem.

8.5 Oppsummering

På 1990-tallet kommer flere offentlige utredninger om mediepolitikk, ytringsfrihet og presseetikk. Revisjonen av Vær Varsom-plakaten 1994 følger etter revisjoner i PFU, blant annet som følge av kritikk av at selvjustissystemet ikke er effektivt nok og synlig nok for publikum. Også innad i pressen var det mange som mente at allmennheten måtte få flere representanter i PFU. Dette forsterker tendensen til rolleforskyvning i forhold til hvem som har innflytelse på pressen. Gjennom intertekstualiteten i Vær Varsom-plakaten kommer det til uttrykk at publikum får mer innflytelse på presseetikken, samtidig som jurister og politikere har fått mindre innflytelse. Grensemarkeringen mot juristene kommer også til uttrykk i at mye juridisk terminologi fjernet fra plakaten.

Imidlertid brukes termer knyttet til økonomisk diskurs i større grad i 1994-plakaten. Avpartifiseringen på 1970-tallet frigjorde pressen fra partipolitiske bindinger, men det kan hevdes at disse har blitt erstattet av økonomiske bindinger. Pressen måtte tidligere ta hensyn til hva partiet ønsket. Nå må pressen i større grad ta kommersielle hensyn på grunn av økt konkurranse og de nye eiernes krav om avkastning, og dette sees som en trussel mot den journalistiske uavhengigheten, integriteten og troverdigheten. Odd Raaum (1999:48) har pekt på at: ”(i)ntegritetstrusler fra verden utenfor mediebedriften kommer først og fremst fra de viktigste finansieringskildene (annonser og sponsorer) og fra informasjonskildene, hvis man skal ta mediens etikkdokumenter på ordet”. Pressen er et mektig våpen, også for kommersielle og ideologiske interesser.

Bruk av journalistisk terminologi er økende i Vær Varsom-plakaten, særlig i forhold til kildebruk og informasjonsfrihet. Disse normene har, i tillegg til normene om integritet og troverdighet, blitt styrket i den reviderte plakaten. Personvernet har også blitt styrket fra foregående plakat. Normen om å ta hensyn av konsekvensene av journalistisk handling blir også vektlagt i nye tillegg i plakaten, noe som bidrar til at Vær Varsom-plakaten kan sies å ligge nært opp til en konsekvensetisk diskurs.

9 Vær Varsom-plakaten 2001: Internett, journalistisk atferd og barns presseetiske vern

9.1 Sosiale hendelser

Slutten av det 20. århundre er kjennetegnet av ny kommunikasjonsteknologi (digitalisering), og medielandskapet er preget av store forandringer i et høyt tempo. Internett ble for alvor tatt i bruk på slutten av 1990-tallet. Kulturdepartementet framla 28. september 2001 St.meld. nr. 57 (2000-2001) *I ytringsfrihetens tjeneste. Mål og midler i mediepolitikken*. Her ble det slått fast at ”Internett-avisene er i ferd med å få en sentral plassering i mediebildet. Den høye oppslutningen om avisenes nettsider og et redaksjonelt medium som Nettavisen, tyder også på at Internett begynner å få en posisjon som kilde for nyheter og aktualitetsstoff i samfunnet.”. Det hevdes videre at det vil være behov for en ny utredning om mediepolitiske mål og virkemidler om fem år på grunn av det høye tempoet i den teknologiske utviklingen og i strukturen i medielandskapet (nr. 57 2000-2001). I en kort periode fra midten av 1980-tallet og fram til 2000 skjedde en eierkonsentrasjon i medielandskapet ved at avisene gikk over på få eiere, og det er få land som i dag har like høy eierkonsentrasjon som Norge (Ottosen m.fl. 2002:213). Internettets inntog reiser nye pressepolitiske og pressetiske utfordringer. Både i og utenfor pressen, blant jurister og internettekspertene, har det pågått en debatt om den rettslige tilstanden og ansvaret knyttet til ulike debattformer i digitale medier²⁵.

Debatten om Norge burde ha et medieombud fortsatte etter at Vær Varsom-plakaten ble revidert i 1994. Den 11. mai 1994 oppnevnte Kulturdepartementet en arbeidsgruppe på tre personer for å utrede spørsmålet om medieombud. Arbeidsgruppen mente at dagens medieetiske situasjon ikke var god nok og hevdet at ”(D)et skyldes ikke mangler ved «Vær Varsom-plakaten» eller den generelle tilslutningen til den. Men det medieetiske arbeidet er lite synlig for folk flest, og mange reagerer på aggressive og nærgående omtaler.” (NOU 1996:12). Arbeidsgruppen foreslo å opprette et medieombud, oppnevnt av Norsk Presseforbund, med mulighet for raske initiativ, mekling og informasjon som viktigste oppgaver (Ibid.). Regjeringen kom imidlertid fram til at den ikke ville foreslå et medieombud. Regjeringen mente at presseetikk i utgangspunktet er et redaktøransvar, og ”(r)egjeringen legger derfor vesentlig vekt

²⁵ Innstilling fra Vær Varsom-komiteen mars 2001 fremlagt på styremøte i NP 4. april 2001, ”Revisjon av Tekstreklame- og Vær Varsom-plakaten”.

på uttalelsene fra Norsk Redaktørforening i denne saken. Regjeringen antar at det vil være vanskelig å gjennomføre forslagene i utredningen med en så massiv motstand fra bransjen som høringen har vist.” (Ot. prp. 77 1996-97).

De siste årene hadde det også foregått en debatt om journalistiske arbeidsmetoder, blant annet på bakgrunn av barnedrapssaken i Hedrum, der en 12 år gammel jente ble drept. Pressedekningen førte til et anstrengt forhold mellom pressen og befolkningen i Hedrum, som ønsket å beskytte de pårørende. NJ tok initiativ til en undersøkelse, som først og fremst omhandlet de arbeidsmetodene som var benyttet i saken. Undersøkelsen resulterte i en rapport, Hedrumrapporten (Prosjekt Hedrum: FULL SKJÆRING. – Drapssaken, nyhetsjakten og menneskene bak nyhetene) skrevet av Brurås og Røssland²⁶.

Høsten 1999 var det en UNICEF-konferanse i Oslo, ”The Oslo Challenge”, som omhandlet barns vern i pressen, og som kom med anbefalinger knyttet til presseetiske normer (Raaum 2003:131-132). Våren 1999 tok sekretariatet i NP initiativ til et møte mellom PFU og Barneombudet om barns presseetiske vern²⁷. I 2001 kom en offentlig utredning, *Oppvekst med prislapp* (NOU 2001: 6), hvor utrederne pekte på mangler i Vær Varsom-plakaten i forhold til barns vern. På samme tid ble EUs regler om vern av barn skjerpet. Vær Varsom-komiteens utredning skjedde altså i en tid med flere politiske debatter om forholdet mellom barn og pressen.

Det var imidlertid ikke reist krav verken fra pressens selv eller andre om omfattende revisjon av Vær Varsom-plakaten i 2000. I et brev fra generalsekretær i NP, Per Edgar Kokkvold, til styret i NP hevdes det at sekretariatet likevel mener det er på tide å nedsette en Vær Varsom-komité med et begrenset mandat, for å vurdere tre presseetiske områder, barns selvstendige vern i pressen, journalistiske arbeidsmetoder og internettjournalistikk. NPs styre nedsatte Vær Varsom-komiteen 29. november 2000, som leverte sin innstilling i mars 2001. På styremøtet i NP 26. september 2001 ble høringsuttalelser til Vær Varsom-komiteens innstilling behandlet. NP mottok fem uttalelser: fra TV 2, NJ, NR, Den Norske Fagpresses Forening, PFU og NRK²⁸. De endelige vedtakene ble gjort på NPs styremøtet onsdag 28. november 2001²⁹.

Ytringsfrihetens stilling i Norge var også et sentralt tema på slutten av 1990-tallet. Norsk Redaktørforening hadde, som nevnt, framsatt krav om utredning av ytringsfrihetens kår, og Ytringsfrihetskommisjonen ble nedsatt 23. august 1996 under ledelse av professor Francis

²⁶ Styremøte i NP 20. september 2000, sak 4 ”Revisjon av Vær Varsom-plakaten”.

²⁷ Ibid.

²⁸ Styremøte i NP 26. september 2001, sak 3 ”Høringsuttalelser til Vær Varsom-komiteens innstilling”.

²⁹ Styremøte i NP 28. november 2001, sak 6 ”Revisjon av Vær Varsom-plakaten”.

Sejersted. Kommisjonen avga sin utredning om revisjon av grunnlovsvernet for ytringsfriheten 22. September 1999 (NOU 1999: 27). Utredningen ble sendt på bred høring³⁰. Grunnlovens § 100 ble revidert etter Grunnlovsbestemmelse 29. oktober 2004.

Disse sosiale hendelsene kan settes innen for politisk praksis, juridisk praksis, ”ombudspraksis”, byråkratisk praksis, journalistisk praksis, organisasjonspraksis, og ”publikumspraksis”.

9.2 Sjanger og handlingsmåter

Vær Varsom-plakaten 2001 er del av en sjangerkjede som inkluderer stortingsmeldinger og offentlige utredninger, debatt omkring Internett, ytringsfrihet, medieombud og barnepolitiske debatter, brev til NPs hovedstyre, hovedstyremøter i NP, forslag til ny Vær Varsom-plakat, høringsuttalelser fra organisasjoner og presseaktører og vedtak om revidert Vær Varsom-plakat.

9.2.1 Setningsformer, språkhandlinger og sosiale relasjoner

Vær Varsom-plakaten er fortsatt dominert av bydesetninger. Nye utsagnssetninger i 2001-plakaten peker på tendensen i foregående plakat om at utsagnssetninger ofte kan sees som indirekte direktiver. Eksempelvis i punkt 4.8: ”Når barn omtales, er det god presseskikk å ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet” og i punkt 4.16: ”Det er god presseskikk å informere brukere av interaktive tjenester om hvordan publikasjonen registrerer og eventuelt utnytter bruken av tjenestene”. Utsagnssetninger sier noe om hvordan virkeligheten er. Bruk av indirekte direktiver gjør at retningslinjene fremstår mer som oppfordringer enn påbud. Muligens peker dette på en relasjon mellom NP og den enkelte journalist, hvor NP fremstår med autoritet til å si noe om hvordan ting er, snarere enn å fremstå med autoritet til å gi påbud.

Vær Varsom-plakaten 2001 kan sies å ha et implisitt strategisk formål. Selv om Regjeringen ikke ville anbefale medieombudsordning, ligger spørsmålet om pressens selvjustis er god nok stadig i luften. Videre hadde pressen igjen fått kritikk for retts- og kriminalreportasjen, og særlig i forhold til journalistiske arbeidsmetoder, og nye problemstillinger dukker opp i forbindelse med Internett. At sekretariatet i NP finner tiden inne

³⁰ I St.meld. nr. 42 (1999-2000) *Om endring av Grunnloven § 100* fremmet Regjeringen en rekke alternative utkast til utforming av en ny paragraf 100. På denne bakgrunn fremmet også stortingsrepresentanter fra seks ulike partier forslag om endring av Grunnloven § 100.

til å revidere Vær Varsom-plakaten selv om det ikke har blitt fremmet noe krav, sier noe om en føre-var-tankegang, der man ønsker å revidere de etiske retningslinjene før andre krever regulering (utenfra). Selv om det ikke ble registrert noe krav om endring, orienterer pressen seg om hvordan omverdenen reagerer, og noen ganger resulterer det i endringer i de presseetiske retningslinjene.

9.3 Diskurser og representasjoner

Med revisjonen i 2001 blir Vær Varsom-plakaten ytterligere utvidet. Ingen punkter eller hovedtemaer er tatt ut av plakaten. Imidlertid har det kommet et nytt tema inn i Vær Varsom-plakaten, digitale medier og Internett. I tillegg har barns vern i pressen og journalistiske arbeidsmetoder fått en mer fremtredende plass.

9.3.1 Ordvalg, kategorisering og semantiske relasjoner mellom ord

Nye nøkkelord er særlig knyttet til Internett, som viser at dette er et sentralt nytt tema i Vær Varsom-plakaten 2001. Videre er nye faguttrykk i Vær Varsom-plakaten hentet fra en IKT-diskurs (informasjons- og kommunikasjonsteknologi): pekere, digital, interaktiv og nettpublikasjon. I Vær Varsom-plakaten blir ordet ”medier” brukt for første gang. Ved revisjonen i 2001 valgte Vær Varsom-komiteen å endre bruken av presse til medier når det er snakk om ulike typer av medier, som følge av at nye kommunikasjonsmidler legges under Vær Varsom-plakaten. Men ”pressen” blir fortsatt brukt når det er snakk om denne som institusjon i entall³¹.

Habilitet og åpenhet

Et nytt ord i Vær Varsom-plakaten er *habilitet* (punkt 2.3). Dette fremstår som en sentral presseetisk verdi, som tidligere kan sies å ha kommet inn under begrepet integritet. Et annet nytt ord i punkt 2.3 er *bindinger*, brukt i forbindelse med ”økonomiske og andre...”. Dette kan tyde på at pressen i enda større grad ønsker å understreke viktigheten av habilitet ved å unngå bindinger av ulike slag. Problematikken omkring nye bindinger som følge av frigjøringen fra partibindinger og endringer i eiermønster og struktur gjenfinnes altså i punkt 2.3; ”Redaksjonelle medarbeidere må ikke ha oppdrag, verv, økonomiske og andre bindinger som kan skape interessekonflikter i forhold til deres

³¹ Styremøte i NP 20. september 2000, sak 4 ”Revisjon av Vær Varsom-plakaten”.

redaksjonelle oppgaver. (...) Vis åpenhet om forhold som kan påvirke redaksjonelle medarbeideres habilitet”.

Kravet om *åpenhet* kommer eksplisitt inn i plakaten i 2001. Ifølge Odd Raaum (1999:171) er åpenhet en bestanddel av reportasjeprinsippet i journalistikken³², og innebærer at pressen skal spille med åpne kort overfor sine omgivelser, inkludert publikum og kilder. Åpenhet kan dermed knyttes til et annet tema som får stor oppmerksomhet i den reviderte utgaven av Vær Varsom-plakaten, nemlig journalistisk atferd og den journalistiske arbeidsprosessen.

9.3.2 Representasjon av prosesser og sosiale aktører

I likhet med foregående plakater er prosessene i første kapittel hovedsaklig representert som materielle handlinger med uttrykt agens, og som tilstander. Også tillegget i punkt 1.4 har uttrykt agens: ”Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.”. Det sies imidlertid ikke noe om hvem som har gitt pressen sin samfunnsrolle. At pressen har en slik plikt kan ha sin opprinnelse i de mange debattene om hvem som skal overvåke overvåkerne. Dette skal jeg komme nærmere tilbake til.

Det var (og er) debatt rundt hvem som har ansvaret for digitale diskusjonsgrupper, chat og elektroniske oppslagstavler. Punkt 4.17 i Vær Varsom-plakaten 2001 omhandler nettopp dette temaet, og i motsetning til resten av punktene i kapittel 4, om publiseringsregler, er agens uttrykt i disse retningslinjene. Dette er et signal om profesjonell ansvarlighet fra pressens side. Ytringsfrihetskommisjonen tok opp muligheter og utfordringer knyttet til den nye teknologien:

Først og fremst vil det føre til et åpnere samfunn med utvidede muligheter for kommunikasjon. Det er imidlertid problemer knyttet til reguleringen av de nye medier når det gjelder ansvars plasseringen. Kommisjonen vil understreke at problemene med å regulere denne kommunikasjon ikke bør hindre en utnyttelse av de positive muligheter teknologien representerer i ytringsfrihetsperspektiv. I en viss forstand er det et spørsmål om å avvente resultatet av den prosess som er i gang i retning av å integrere internett i den institusjonaliserte verden som omgir nettet (NOU 1999 nr. 27).

Vær Varsom-plakaten går altså lenger enn Ytringskommisjonen hva angår ansvars plasseringen: ”Redaksjonen har et selvstendig ansvar for så snart som mulig å fjerne innlegg som bryter med god presseskikk” (punkt 4.17). Ved å understreke redaktøransvaret understreker pressen også kravet om uavhengighet, ved at redaktøransvaret er et grunnlag for redaksjonell frihet.

³² Reportasjeprinsippet bygger på en forståelse av journalistikken som kjennetegnes ved at den avgir rapporter og faktapåstander om nåtidsfenomener (Raaum 1999:170).

I Vær Varsom-plakaten 2001 er det (i likhet med foregående plakater) i hovedsak pressen (redaksjonelle medarbeidere, redaksjonell ledelse) som representeres som aktiv aktør. Nye sosiale aktører i Vær Varsom-plakaten 2001 er *brukere* (i punkt 4.16). I tidligere plakater har man vært opptatt av pressens publikum. I 2001-plakaten kommer det tydeligere frem at publikum også er brukere av pressen, særlig av interaktive tjenester i forbindelse med nettpublikasjoner.

9.3.3 Representasjon av sosiale hendelser og intertekstualitet

Problematikken rundt nettpublikasjoner og nettetikk

Problematikken rundt Internett og internettjournalistikk kan gjenfinnes i siste del av punkt 2.7, i 4.16 og 4.17. I likhet med St.meld. 57 (2000-2001) legger Vær Varsom-komiteen vekt på de tekniske mulighetene som internett og andre digitale publiseringsformer åpner for. Ett nytt ord i den forbindelse er ”kopling” (2.7) og interessant her er som Vær Varsom-komiteen peker på at ”(m)ens kopling har vært et negativt begrep for journalister i 100 år, er kopling et av nettets fremste fortrinn”³³. På den annen side var Vær Varsom-komiteen klar over at lenking fra redaksjonelle sider til kommersielle sider er utbredt. I 2001 ble det avdekket at det i nettutgavene til VG og TV 2 var avtaler med andre kommersielle foretak om produktomtale (Ottosen m.fl. 2002:200). Disse hendelsene kan impliseres i punkt 2.7: ”Sørg for å opprettholde et klart skille mellom journalistisk og kommersiell kommunikasjon også ved bruk av pekere og andre koplinger”. Et nytt tillegg i punkt 4.4 omhandler problemet med kopijournalistikk, særlig i forbindelse med nettpublikasjoner: ”Det er god presseskikk å oppgi kilden når opplysningen er hentet fra andre medier”. Den nye teknologien innebærer at informasjon spres i et mye høyere tempo enn tidligere, og konkurransen om å være først ute med nyheter blir større. Dette innebærer blant annet at informasjon fra en nettpublikasjon oftere blir kopiert av andre nettpublikasjoner uten at kilde blir referert (Rasmussen i Eide (red) [2001] 2004: 371).

Barns selvstendige rettsvern i pressen

Samtidig som Vær Varsom-komiteen utredet spørsmålet om barns vern i pressen, kom den offentlige utredningen *Oppvekst med prislapp* (NOU 2001: 6), hvor utrederne pekte på mangler i Vær Varsom-plakaten i forhold til barns vern. I et brev til PFU datert 26. august 1999, fremmet

³³ Innstilling fra Vær Varsom-komiteen mars 2001 fremlagt på styremøte i NP 4. april 2001, ”Revisjon av Tekstreklame- og Vær Varsom-plakaten”

Barneombudet forslag til endringer av Vær Varsom-plakaten i forhold til å forsterke barns selvstendige vern i pressen³⁴. Møtet med barnevernet og diskusjoner om barns vern i pressen kan gjenfinnes i punkt 4.8, som fikk navnet ”barneparagraf”. Ingen av forslagene til endringer fremmet av Barneombudet er innlemmet i plakaten, men de ble diskutert i forarbeidene. Og problemstillingen som både barneombudet og daværende nestleder i NJ Ann-Margit Austenå har pekt på, barnets selvstendige vern i pressen selv når omsorgspersoner/foresatte har gitt sitt samtykke til eksponering³⁵ har blitt innlemmet i punkt 4.8: ”... Dette gjelder også når foresatte har gitt sitt samtykke til eksponering”. Vær Varsom-plakaten 2001 inkorporerer ikke eksplisitt andre stemmer i teksten (ingen direkte sitat). Likevel kan Barneombudets stemme muligens sies å komme til uttrykk i ”barneparagrafen”.

Journalistiske arbeidsmetoder

Diskusjoner omkring journalistisk metode og atferd og blant annet Hedrum-rapporten kan gjenfinnes i innledingen, kapitteloverskriften i kapittel 3, og i punkt 3.9. Ifølge Vær Varsom-komiteen har det blitt stilt spørsmål ved om presseetikken gjelder for alle nivå og stadier i det journalistiske arbeidet. Hedrum-rapporten viste at tillit til mediene ikke bare bygger på hva som publiseres, men i like stor grad er avhengig av publikums erfaringer i møte med journalistene. Vær Varsom-komiteen deler det synspunktet: ”(...) kritikkverdig journalistisk atferd ikke bare reduserer mediens anseelse, men også vanskeliggjør pressefolks arbeidssituasjon og svekker pressens fremtidige legitimitet”. Ved å endre overskriften til ”Journalistisk atferd og forholdet til kildene” ønsket Vær Varsom-komiteen ”(...) å understreke at kilder svært ofte er mennesker og at kravet til saklighet og omtanke ikke bare gjelder presentasjon og publisering, men hele den journalistiske prosessen”³⁶.

Plikt til selvkritikk

En av endringene i Vær Varsom-plakaten 2001 som fikk mye oppmerksomhet etter at den reviderte utgaven ble vedtatt, var tillegget i punkt 1.4: ”Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle”. I forbindelse med styremøtet i NP 28. november 2001 foreslo sekretariatet i NP et nytt tillegg i Vær Varsom-plakaten punkt 1.4,

³⁴ Brev fra Barneombudet til PFU, datert 26. august 1999: ”Forslag til endringer på ”Vær Varsom-plakaten”.

³⁵ PFU-sak nr. 096/00.

³⁶ Innstilling fra Vær Varsom-komiteen mars 2001 fremlagt på styremøte i NP 4. april 2001, ”Revisjon av Tekstreklame- og Vær Varsom-plakaten”.

som ikke ble sendt til ny høring. Begrunnelsen for det nye punktet er ifølge sekretariatet åpenbar: ”Pressefolk understreker, med rette, at en fri presse aldri skal styres av statsmakter. Hvem skal overvåke overvåkerne? Det kan bare en våken og kritisk opinion, gjennom mediene. Vi har her et særlig oppdrag på vegne av publikum. Kapittel 1 i Vær Varsom-plakaten inneholder pressens faneparagrafer, og dette tillegget er en slik faneparagraf.”³⁷. I denne uttalelsen gjenfinnes debatter og utredninger om hvem som skal overvåke overvåkerne, blant annet utredninger om medieombud (jf. St.meld. 57 (2000-2001)³⁸ og NOU 1996: 12). Med denne begrunnelsen viser pressen at den tar avstand fra ekstern regulering. Punktet om selvkritikk signaliserer at pressen kan holde orden i eget hus, samtidig som det er en erkjennelse av at pressen har makt og at pressen gjør feil. Disse aspektene har tidligere kun implisitt kommet til uttrykk i Vær Varsom-plakaten. Med innføringen av dette punktet i 2001 kommer disse aspektene eksplisitt til uttrykk i plakaten. Dette viser hvordan presseetikken i plakaten orienterer seg mellom de forventningene omverdenen har til at pressen må overvåkes og ønsket om frihet og uavhengighet.

9.4 Stil og sosial identitet

Det var generalsekretær i NP, Per Edgar Kokkvold, som tok initiativ til revisjonen av Vær Varsom-plakaten 2001. Det var også han som tilføyde det nye tillegget i punkt 1.4 om pressens plikt til selvkritikk. Denne retningslinjen er en sterk pliktetisk norm, og Vær Varsom-plakaten uttrykker en pliktoppfyllende stil. I 2001-plakaten vises fortsatt en ansvarlig og autoritativ stil og plakaten har fortsatt en bydende tone og et erklærende preg.

9.4.1 Modalitet: Modale uttrykk i nettetikken

Det nye tillegget i punkt 1.4 er et av de punktene med sterkest forpliktelse til nødvendighet i Vær Varsom-plakaten: ”Det er pressens *plikt* å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle”. Også i punkt 2.3, om pressens habilitet og økonomiske bindinger, er det en sterk forpliktelse: ”Redaksjonelle medarbeidere *må* ikke ha oppdrag eller verv,

³⁷ Styremøte i NP 28. november 2001, sak 6 ”Revisjon av Vær Varsom-plakaten”.

³⁸ ”Kulturdepartementet holder fast ved at lovgivning i utgangspunktet ikke er best egnet til å foreta den vanskelige balansegangen mellom på den ene siden hensynet til personvern og privatlivets fred og på den andre siden hensynet til ytringsfrihet, åpenhet og kritisk journalistikk. I medieetiske spørsmål er det først og fremst bransjen selv som har fagkunnskapen og som sitter i posisjon for å foreta de nødvendige skjønnsmessige avveiningene.” (St.meld. nr. 57 (2000-2001)).

økonomiske eller andre bindinger, som kan skape interessekonflikter (...) De *må unngå dobbeltroller...*". NP uttrykker dermed stor autoritet i forhold til retningslinjene om plikt til selvkritikk og kravet om pressens habilitet, integritet og troverdighet.

Som jeg tidligere har vært inne på peker uttrykk som "god presseskikk" og "var varsom" på en svakere forpliktelse til nødvendighet og sannhet. Dette gjenfinnes blant annet i endringene i punkt 4.8: "Når barn omtales, er det *god presseskikk* å ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet". Dette er en svakere forpliktelse til nødvendighet enn om retningslinjen hadde sagt: "Når barn omtales, *må* det tas hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet". Til tross for at barns selvstendige vern i pressen var et stort tema i forbindelse med revisjonen av plakaten, og "barneparagrafen" ble utvidet, gjør modaliteten muligens at barns vern i pressen likevel ikke er så sterkt som man får inntrykk av.

En av problemstillingene i forbindelse med nettpublikasjoner er det høye tempoet i den teknologiske utviklingen. I likhet med St.meld. 57 vektlegger Vær Varsom-komiteen dette aspektet i forhold til retningslinjer for nettpublikasjoner; "Vær Varsom-komiteen har funnet det lite formålstjenlig å lage for spesifikke bestemmelser, da disse raskt kan bli irrelevante som et resultat av den teknologiske utviklingen."³⁹. Dette kommer til uttrykk i modaliteten i punktene som omhandler nettpublikasjoner, i punkt 4.16: "Vær varsom med å opprette pekere fra digitale medier..." og "Det er god presseskikk å informere brukere av interaktive tjenester...". "Må bekjentgjøres" i punkt 4.17 peker på en sterk forpliktelse til nødvendighet. Imidlertid peker "dersom" og "så snart som mulig" på en svakere grad av forpliktelse: "Dersom redaksjonen velger ikke å forhåndsredigere digitale meningsutvekslinger, *må* dette bekjentgjøres på en tydelig måte (...) Redaksjonen har selv et selvstendig ansvar for *så snart som mulig* å fjerne innlegg som bryter med god presseskikk". Standarder som "så fort som mulig" gir liten rettledning i forhold til hvor rask en etterfølgende kontroll av meningsutvekslinger på Internett skal være innenfor grensen for god presseskikk.

9.4.2 Pressens verdier: Selvkritikk og åpenhet

I Vær Varsom-plakaten 2001 er det ønskelig å "... sette kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle" (selvkritikk), "(o)pptre hensynsfullt i den journalistiske arbeidsprosessen", vise åpenhet, skille mellom journalistikk og kommersiell kommunikasjon,

³⁹ Innstilling fra Vær Varsom-komiteen mars 2001 fremlagt på styremøte i NP 4. april 2001, "Revisjon av Tekstreklame- og Vær Varsom-plakaten".

”... ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet”, være varsom ved bruk av pekere og ”... informere brukere av interaktive tjenester om hvordan publikasjonen registrerer og eventuelt utnytter bruken av tjenestene”. I plakaten vektlegges at det er uønskelig med økonomiske, ideologiske og andre bindinger.

Det er imidlertid uklart om det er ønskelig med *forhåndsredigering* i forbindelse med nettpublikasjoner. I forslaget fra NP til ny plakat lød teksten i punkt 4.17: Dersom det av praktiske årsaker ikke er mulig å forhåndsredigere digitale meningsutvekslinger...”. Da forslaget ble sendt på høring, mente NRK at formuleringen kan tolkes som om forhåndsredigering er å foretrekke, og at det nødvendigvis ikke er tilfelle⁴⁰. NRK foreslo en endring i teksten, og det var den som ble vedtatt i den endelige utgaven av plakaten. Punkt 4.17 lyder nå: ”Dersom redaksjonen velger ikke å forhåndsredigere meningsutvekslinger...”. Usikkerheten rundt ulike aspekter ved Internett og nettpublikasjoner, gir seg utslag i modaliteten i disse retningslinjene og peker på at nettetikk er et nytt tema som ennå ikke er klart definert.

Vær Varsom-plakaten vektlegger verdiene habilitet og troverdighet, og i den forbindelse kommer åpenhet inn i plakaten som en sentral verdi. Denne verdien har også tilknytning til en annen ny sentral positiv verdi som kommer inn i Vær Varsom-plakaten 2001, kravet om selvkritikk. Ideen er at pressen skal kunne overvåke makthaverne i samfunnet, må pressen ha åpenhet rundt egen virksomhet. Nye tillegg i plakaten omhandler kravet om hensyn i den journalistiske arbeidsprosessen og kravet om hensyn til konsekvensene presseomtale kan få for barn. Og disse normene er skjerpet fra foregående plakater.

Punkt 1.4 om pressens plikt til selvkritikk blir representert som en tilstand: ”Pressen har plikt til å sette et kritisk søkelys på hvordan media fyller sin samfunnsrolle.”, noe som bidrar til årsaksskjuling. Det innebærer at dette punktet blir legitimert med referanse til en antakelse om at pressen har en slik plikt. Denne plikten blir blant annet legitimert ut fra normen om åpenhet, i tillegg til normene integritet og troverdighet. Disse normene fremstår som nødvendige for at pressens rolle som overvåker skal kunne opprettholde sin legitimitet.

⁴⁰ I høringsnotatet fra NRK 19. september 2001 vedrørende revisjon av Vær Varsom- og tekstreklameplakaten står det: ”Men slik redigering vil etter vår skjønn ikke nødvendigvis være ønskelig. Forhåndsredigering av innlegg vil forsinke kommunikasjonen og dermed svekke den atraktive dynamikken som ligger i disse elektroniske fora.”

9.5 Oppsummering

Netteetikk er et sentralt nytt tema i Vær Varsom-plakaten 2001. Det kommer til uttrykk i plakaten blant annet gjennom nye begreper som kan sies å være knyttet til en IKT-diskurs/ internettdiskurs. Digitalisering og nettpublikasjoner gir nye presseetiske utfordringer særlig i forhold til ansvars plassering. Vær Varsom-plakaten uttrykker en relativt svak forpliktelse til nødvendighet når det gjelder retningslinjer om nettpublikasjoner, men hevder likevel at redaktøren har et ansvar for innholdet. Intertekstualiteten i Vær Varsom-plakaten viser at den presseetiske diskursen endrer seg i takt med samfunnsendringene.

Vær Varsom-plakaten 2001 uttrykker en erkjennelse av farene ved en mulig utvikling fra partipolitiske bindinger til økonomiske bindinger. Det er flere begreper knyttet til en markedsdiskurs enn i de foregående plakaterne og verdier som åpenhet og habilitet vektlegges sterkt i plakaten. Tidligere påvirket partiene det journalistiske innholdet, nå er det i større grad markedet og eiernes krav om økt avkastning.

Publikum har fått større innflytelse på presseetikken. Dette kommer til uttrykk ved at kritikken av pressedekningen av Hedrum-saken spilte en så stor rolle for revisjonen av Vær Varsom-plakaten 2001. Publikum hadde gitt uttrykk for misnøye og kritisert pressens arbeidsmetoder under dekningen av barnedrapssaken i Hedrum. Journalistisk atferd kom inn som et nytt hovedtema i 2001-plakaten, og hensyn i den journalistiske arbeidsprosessen kommer eksplisitt til uttrykk for første gang i Vær Varsom-plakaten 2001. Barns vern i pressen er styrket i den reviderte plakaten, og særlig vektlegges det ansvaret pressen har for konsekvensene av presseomtalen. I dette henseende trekker Vær Varsom-plakaten på en konsekvensetisk diskurs. Plikten til selvkritikk er imidlertid en klar pliktetisk norm og NP uttrykker sterk grad av forpliktelse til nødvendighet til denne normen. Bakgrunnen for dette nye punktet var blant annet flere debatter om hvem som skal overvåke overvåkerne. NPs vedtak om revisjon av Vær Varsom-plakaten i 2001, til tross for at det ikke var reist noe krav om revidering, peker på det strategiske elementet i presseetikken, som innebærer en tillempling av normer og verdier ut fra en tanke om hvor mye etikk som er nok (Raaum 2003:196). Presseetikken avhjelper kritikken utenfra samtidig som den bidrar til autonomi, legitimitet og uavhengighet.

10 Tekst i kontekst

Diskurs konstruerer sosiale relasjoner (sjanger), systemer av kunnskap og forestillinger (diskurs) og sosiale identiteter (stil) (Fairclough 1992:64). Sentralt i dette prosjektet er å undersøke hvordan den presseetiske diskursen har utviklet seg, og hvordan den blir formet av, og er med på å forme samfunnet. Et hovedpoeng i kritisk diskursanalyse er at det er et dialektisk forhold mellom diskurs og samfunn. Diskurser og samfunn har en gjensidig påvirkning på hverandre. Den presseetiske diskursen kan sees som en diskursorden som er i stadig endring innen videre sosiale og kulturelle endringsprosesser, og dette påvirker pressen selv og andre tilknyttede sosiale praksiser. I kritisk tekstanalyse er det et hovedpoeng å undersøke hvordan samfunnsstrukturen påvirker teksten, og motsatt, hvordan teksten påvirker samfunnsstrukturen (Vagle m.fl. 1995:211). I den videre analysen skal jeg gå nærmere inn på det dialektiske forholdet mellom utviklingen av den presseetiske diskursen og journalistikkens utvikling som fag og yrke, utviklingen av journalistenes oppfatning av egen yrkesrolle, partipressens slutt, pressens samfunnsoppdrag, verdiendringer i samfunnet og kritikken av pressen.

10.1 Vær Varsom-plakaten som sjanger

De ulike utgavene av Vær Varsom-plakaten har variert i form og omfang. Fra bokstavelig talt å være en plakat i 1936, til å bli betydelig utvidet i 1956 og kortet ned igjen i 1975. Ved revisjonen i 1987 ble plakaten igjen utvidet, og senere revisjoner har i stor grad kun kommet med nye tillegg til plakaten og dermed bidratt til utvidelse av den presseetiske kodeksen.

Vær Varsom-plakaten har blitt revidert relativt hyppig og det har vært få prinsipielle etiske debatter knyttet til revisjonene. Som Rasmussen (2004:62) har påpekt er en sidevirkning av dette at Vær Varsom-plakaten ikke fremstår som et prinsipielt, men som et mer pragmatisk dokument. Plakaten er hensiktsmessig og retningsgivende, og fremstår ikke med et ufravikelig normsett. Første plakat ble vedtatt som svar på kritikk mot retts- og krimreportasjen, uten større prinsipiell debatt. Revisjoner har også kommet som følge av enkeltsaker som har fått mye negativ oppmerksomhet. På denne måten benyttes Vær Varsom-plakaten og revisjonene av den til å avhjelpe mot kritikk og beskytte journalistikken mot innblanding utenfra.

10.1.1 Etikk som strategi: Strategisk element i Vær Varsom-plakaten

En sjanger kan både ha eksplisitte og implisitte strategiske formål. Dette gjør seg gjeldende i større eller mindre grad for alle plakaten. Som nevnt innebærer det strategiske aspektet ved sjangere samhandling orientert mot å oppnå resultater (Fairclough 2004:71). Presseetikken er en institusjonalisert etikk med en strategisk rasjonalitet som innebærer resultatorientert handling.

Dette kan videre knyttes til Ekström og Nohrstedts (1996:38ff) perspektiv om strategisk og rituell handling. Strategisk handling er problemløsende handling, man vurderer ulike midler i bestrebelsen etter et å nå et visst mål. I rituell handling er drivkraften ekspressiviteten og opprettholdelsen av sosialt samhold. Gjennom ritualer reprodueres det kollektive og det sosiale. Rituell handling er symbolsk og verdiskapende handling, og uttrykker nyhetsjournalistikkens ideal. Rituelle handlinger innehar en dobbelthet; samtidig som de skal opprettholde felles overbevisninger innad, skal de også gi legitimitet utad. Strategisk rituell handling innebærer en sammenveving av på den ene siden de ideal som journalistikken får sin legitimitet fra, og på den andre siden de vilkår man arbeider under. Ekström og Nohrstedt ser tillempeingen av de idealene som får sin legitimitet fra som strategiske fordi de utvikles og tillempe for å unngå kritikk.

Vær Varsom-plakaten 1936 hadde et implisitt strategisk formål ved at vedtaket om Vær Varsom-plakaten bidro til at det ikke ble innført noen presselov. Både revisjonen i 1956 og i 1975 hadde et mer eksplisitt strategisk siktemål, ved at den skulle fungere som et hinder mot innblanding utenfra. Utvidelsen av faneparagrafen for å understreke pressens rettigheter og plikter i samfunnet kan sees som et strategisk element ved Vær Varsom-plakaten 1987. Etter at pressen hadde fått mye kritikk (blant annet i forbindelse med Bjugn-saken) og etter at mediepolitikk ble satt på dagsorden, skulle Vær Varsom-plakaten i 1994 vise at pressen tar presseetikken på alvor og ikke trenger regulering utenfra. I 2001 førte pressens dekning av den såkalte Hedrum-saken til at pressen fikk mye kritikk, og kritikken bidro til revisjon på tross av at det ikke var antydnet noe krav om revisjon av Vær Varsom-plakaten.

10.1.2 Presseetikken i et nettverk av ulike sosiale praksiser

I analysen av Vær Varsom-plakatene har jeg belyst hvordan sjangeren opptrer innen, og bidrar til, sosial samhandling i sosiale hendelser. De sosiale hendelsene som de ulike utgavene av Vær Varsom-plakaten har vært en del av kan alle bli satt innenfor rammen av juridisk praksis, journalistisk praksis og organisasjonspraksis. Med unntak av 1987-plakaten kan Vær Varsom-plakaten også settes innenfor rammen av politisk praksis. Disse praksisene blir på fleksibelt og

varierende vis knyttet sammen i et nettverk gjennom den sjangerkjeden Vær Varsom-plakaten og de reviderte utgavene av den er en del av.

Alle utgavene av Vær Varsom-plakaten har vært del av en sjangerkjede som innebærer debatt om retts- og kriminalreportasjen og møter i NP og i andre organisasjoner. Dette innebærer at det dannes et nettverk av juridisk praksis, journalistisk praksis og organisasjonspraksis. Som jeg har vist i analysen ble journalistisk praksis og organisasjonspraksis knyttet tettere sammen fra og med revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1975. Dette er en utvikling i tråd med pressens profesjonaliseringsprosess, hvor nettopp etableringen av presseorganisasjoner, og at disse får en vesentlig plass i samtalen om pressens virksomhet, kan forstås som en økende faglig og bransjemessig bevissthet.

Felles for mange av plakatenes er at de også er del av en sjangerkjede som omfatter debatt om og forslag til presselovgivning (1936, 1956, 1975 og 1994). Dette innebærer at det i tillegg dannes et nettverk av politisk praksis og journalistisk praksis. Det samme gjelder for debatten om det presseetiske selvjustissystemet som er inkludert i sjangerkjeder de fleste utgavene av Vær Varsom-plakaten er en del av (1936, 1975, 1987, 1994 og 2001). Fra og med revisjonen i 1994 blir også stortingsmeldinger og utredninger en sentral del av sjangerkjeden. Selv om (størsteparten av) pressen ikke lenger er knyttet til politiske partier, er journalistiske og politiske praksiser fortsatt knyttet sammen. Under partipressen var pressen i større grad diktert fra partiledelsen. Avpartifiseringen som startet på 1960- og 1970-tallet innebar at myndigheter og pressen i større grad ble skilt fra hverandre. Nå tar relasjonen mellom myndigheter heller form av mediepolitiske utredninger og stortingsmeldinger (Rasmussen 2004:82-83). Ifølge Dahl og Bastiansen (2000:277) innebar pressestøtten en prinsipiell endring av forholdet mellom stat og presse ved at pressedebatter nå ble vanlige i Stortinget.

Ved at sjangerkjeder knytter ulike sosiale praksiser sammen kan endringer i sjangerkjeder bidra til å belyse sosial endring og endringer i sosiale relasjoner. En endring i sjangerkjeden Vær Varsom-plakaten er en del av finner sted når klager fra publikum blir en del av sjangerkjeden. Ved revisjonen i 1975 hadde allmennheten i større grad begynt å interessere seg for personvern knyttet til retts- og kriminalreportasjen, og denne tendensen, at publikums kritikk blir en større del av sjangerkjeden, har siden vært økende.

Debatter om ytringsfrihet og personvern er en del av sjangerkjeden de fleste plakatenes er en del av, men er særlig framtrådte fra og med revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1975. Debatter om ytringsfrihet og mediepolitikk representerer to av de klareste endringene i sjangerkjeden. Debattene kan knyttes opp mot avpartifiseringen, pressens profesjonaliseringsprosess og tilhørende endringer i "pressekontrakten". Fristillingen fra de

politiske partiene bidrar til endringer i relasjonen mellom myndigheter og pressen, noe som innebærer en reforhandling av forholdet mellom pressen og samfunnet i "pressekontrakten", og dette må videre understrekes og legitimeres i presseetikken. Hvordan pressen legitimerer sin posisjon overfor myndigheter og samfunn i Vær Varsom-plakaten skal jeg komme nærmere inn på senere (se punkt 10.4).

10.1.3 Sosiale relasjoner: Maktforholdene endres

Mot en mer likeverdig sosial relasjon innad i pressen

I Vær Varsom-plakaten 1936 og 1956 artikuleres en sosial relasjon der NP og respekterte pressemenn har autoritet ovenfor den enkelte journalist. Da den yrkesetiske kodeksen ble vedtatt i 1936 var ikke journalistene ennå etablert som egen yrkesgruppe. Både den faglige og bransjemessige bevisstheten økte etter andre verdenskrig og utover 1950-tallet, blant annet gjennom utdanning og etableringen av ulike presseorganisasjoner, men det var fortsatt ingen organisasjonsmessig behandling av revisjonene av Vær Varsom-plakaten. Revisjonene av Vær Varsom-plakaten i 1975-2001 peker på endringer i maktforhold mellom NP og den enkelte journalist. Journalistene får mer innflytelse på presseetikken blant annet ved at NJ spiller en mer sentral rolle i revisjonsarbeidet, og et mer likeverdig forhold mellom de ulike presseorganisasjonene etableres.

Alle plakaten innebærer en belærende, overtalende og handlingspåkallende argumentasjon. Imidlertid sier både modaliteten og intenderte språkhandlinger noe om hvordan NP etter hvert søker å skape et mer likeverdig forhold mellom NP og den enkelte journalist, og søker å fremstå som mindre autoritær. I Vær Varsom-plakaten 1994 og 2001 artikuleres nettopp en mer likeverdig relasjon med liten grad av hierarki og sosial forskjell mellom NP og den enkelte journalist, hvor NP fremstår med autoritet til å påstå hvordan virkeligheten er, snarere enn til å gi påbud. Dette kommer til syne i Vær Varsom-plakaten blant annet ved at direktiver ofte er kamouflert som påstander og at direktivene dermed fremstår som oppfordringer heller en påbud.

En tekst som blir forhandlet frem gjennom omfattende organisasjonsmessig behandling går fra konflikt til konsensus. Vær Varsom-plakaten uttrykker liten grad av konflikt. Dette har også sammenheng med at Vær Varsom-plakaten og det presseetiske systemet kan sies å bygge på konsensus, på at det finnes felles verdier innen journalistikken og i allmennheten generelt som

alle er enige om⁴¹. På denne måten har presseetikken en form for symbolmakt som referer til symboler, normer og felles oppfatninger. Gjennom presseetikken defineres hvilke verdier og handlemåter som er akseptable og hvilke som ikke er det.

Grensemarkering overfor jurister og myndigheter og plikter overfor publikum

Utviklingen av den pressetiske diskursen kan sees som en tautrekking mellom representanter fra jurister, politikere og pressen (Raaum 2003:147). Mens jurister og myndigheter hadde autoritet og makt til å øve innflytelse på pressens virksomhet både i 1936 og i 1956 var det ved revisjonen i 1975 en klarere grensemarkering mot myndighetene, blant annet som følge av en sterkere faglig identitet. I de reviderte utgavene av Vær Varsom-plakaten i 1987, 1994 og 2001 artikuleres en likeverdig relasjon mellom presse, myndigheter og jurister, hvor det fremheves at pressen ikke er villig til å gi etter for påtrykk fra disse instansene. Samtidig har det foregått en statlig deregulering. Politikerne er lite interessert i å regulere pressen. Dette kommer blant annet til uttrykk i *Media i tida*: ”Departementet vil ikke tilrå/anbefale at det blir opprettet et medieombud. Departementet vil heller ikke anbefale en lovfesting av de pressetiske reglene, men vurdere utviklingen nøye i tiden framover og komme tilbake til spørsmålet om lovgivning på området dersom det skulle vise seg nødvendig.” (St.meld. nr 32 1992-93:13). Myndighetene opererer imidlertid altså fortsatt med et ris bak speilet, som understreker pressens behov for, gjennom presseetikken, å unngå innblanding og kontroll utenfra. Som Rasmussen (2004:56) har påpekt kan den pressetiske diskursen ta av for kritikken og finne en balanse mellom full avvisning av kritikk og å legge seg flat for den, fordi den er normativ og dermed både mer varig enn journalistfaglige begrunnelser og fordi den benytter moralens begreper i argumentasjonen.

Det skjedde en rolleforskyvning mellom ulike parter som hadde innflytelse over pressen på 1970- og 1980-tallet. Redaktørene styrket sin posisjon og dette innbar en markering av journalistikkfagets autonomi. Profesjonaliseringen av journalistene har bidratt til en økende faglig bevissthet rundt egen yrkesrolle, noe som har gitt journalistene større selvstendighet og selvtillit. Redaktører og journalistene la vekt på å framstille seg som folkets lojale tjenere (Raaum 1999:31).

Revisjonen i 1975 innebærer en endring i sjangerkjeden ved at det dannes et nettverk av journalistisk praksis og ”publikumspraksis”. I tillegg skjer det en endring i relasjonen mellom allmennheten og pressen ved at allmennheten får representanter i PFU. Dette kan relateres til

⁴¹ På hovedstyremøtet i 19. Juni 1975 sa Hallvard Rieber-Mohn, en av allmennhetens representanter i PFU, at det er enestående i Europa at pressen kan stå samlet i en så bred enighet om etiske spørsmål (Journalisten august 1975).

avpartifisering av pressen, og ideen om at det ikke lenger er partiene, men leserne som er pressens arbeidsgiver. I tillegg innebærer ideen om pressens avsløringsoppdrag, som kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten fra 1975, at pressen har en plikt overfor publikum, snarer enn partiet. Petersson (i Edvardsen 1994:29-30) beskriver denne ideen i journalistikk-perspektivet. Ifølge journalistikken skal pressen være et redskap på vegne av publikum. Pressen skal avsløre urettmessigheter som blir begått, særlig av myndigheter ovenfor borgerne.

Til tross for at publikum får større betydning i denne perioden, peker den sosiale relasjonen mellom pressen og publikum som artikuleres i Vær Varsom-plakaten 1975, imidlertid på at pressen har en viss diskursiv makt til å definere hva som er pressens rettigheter og plikter overfor publikum. Sosial makt innebærer muligheten til i stor grad å forme hvordan virkeligheten ("common ground") skal forstås, makt til å få et bestemt syn og representasjon av verden til å få universell status (Fairclough 2004:45,55). Vær Varsom-plakaten skal bidra til at pressen får gjennomslag for sin virkelighetsoppfatning overfor publikum.

10.2 Diskurser i den presseetiske diskursordenen

Sjangerkjeden Vær Varsom-plakaten er en del av belyser hvordan diskurser fra juridisk, politisk og journalistisk praksis, samt organisasjonspraksis og "publikumspraksis", rekontekstualiseres i den presseetiske diskursen. Den presseetiske diskursen knytter sammen diskursordenen for pressesystemet, det juridiske systemet, det politiske systemet, for vanlig private liv og etter hvert for teknologi. Ulike diskurser kan gjenfinnes i hvilke hovedtemaer Vær Varsom-plakaten omhandler og i hvilke ordvalg som er gjort.

Alle utgavene av Vær Varsom-plakaten omhandler temaene personvern vs. informasjonsansvar, retts- og kriminalreportasjen og pressens posisjon i samfunnet. Disse temaene kan knyttes til juridisk, politisk og journalistisk diskurs. Fra og med revisjonene i 1956 og 1966 blir også behovet for tillit og integritet, som kan knyttes til en etisk diskurs, og forholdet til kildene, som kan knyttes til en journalistisk diskurs, sentrale temaer og viktige verdier. To nye hovedtemaer blir introdusert ved revisjonen i 1975, pressens oppgaver i samfunnet og ytringsfrihet og uavhengighet. Dette er sentrale temaer som stadig har fått større betydning i presseetikken, og som kan knyttes til journalistisk, juridisk og politisk diskurs, og videre til en liberalt-demokratisk diskurs. Med revisjonen i 1994 blir problemstillinger knyttet til økonomiske bindinger og vekt på journalistisk metode mer vektlagt. Her gjenfinnes en markedsdiskurs knyttet til kapitalistiske samfunn. Journalistisk atferd er knyttet til journalistisk og presseetisk diskurs. Revisjonen i 2001 bringer problemer knyttet til internett og digitale

medier inn i Vær Varsom-plakaten. I disse temaene kommer en IKT- diskurs tydelig til uttrykk i Vær Varsom-plakaten.

Det er ingen hovedtemaer som faller ut av plakaten, det er kun nye tillegg. Det kan være et tegn på at journalistiske feltet har blitt mer komplisert. Presseetikken dekker over stadig flere områder, og presseetiske spørsmål får stadig mer oppmerksomhet⁴². Pressens profesjonaliseringsprosess og utdifferensieringen av pressen som et autonomt felt, gjør at presseetikken spiller en viktigere rolle enn tidligere når det gjelder opprettholdelsen av pressens legitimitet. Økende tabloidisering og personfokusering i pressen, økt eierkonsentrasjon, krav om lønnsomhet og høyt tempo i den teknologiske utviklingen, gir nye presseetiske utfordringer og bidrar til at flere temaer omfattes i Vær Varsom-plakaten.

10.2.1 Fra varsomhet til troverdighet

Gjennom de ulike revisjonene av plakaten har det vært en utvikling fra mye bruk av juridisk terminologi og liten bruk av journalistisk terminologi, til mindre bruk av juridiske termer og mer bruk av journalistiske termer. Med revisjonen i 1987 kommer det tydelig til uttrykk en motstand mot bruk av juridiske termer, i motstanden mot den juridiske termen ”allmenne hensyn”. Dette er i tråd med den økende faglige bevisstheten i pressen og ønsket om å markere grensen mot andre yrkesgrupper, især den juridiske. Videre har det skjedd en utvikling i begrepsbruken fra svulstige, metaforiske og allmenntiske begreper som ridderlighet og vederheftighet, til mer spesialiserte begreper som objektivitet, integritet, samfunnskritikk og informasjonsformidling.

Helt siden 1956 har behovet for tillit vært et sentralt tema i Vær Varsom-plakaten. Dette kommer også fram i et sitat av Andreas Norland, som ledet arbeidet med ny Vær Varsom-plakat i 1974, fra hovedstyremøtet i NP 20. juni 1974: ””Tillit og toleranse” er et gjennomgangstema i Vær Varsom-plakaten i dens nye utforming. Vi vil ha en fri og en anstendig presse og vi tror at pressen bare kan leve opp til rollen som fjerde statsmakt hvis den har tillit. Dette ligger under kravene i den reviderte plakaten.” (gjengitt i Journalisten, august 1974). I Vær Varsom-plakaten har retningslinjene om behovet for tillit og kravet om uavhengighet, integritet og troverdighet blitt mer og mer utvidet og vektlagt gjennom revisjonene av plakaten. Dette viser en endring i forhold til hvilke tema som blir vektlagt i Vær Varsom-plakaten. Det er altså tillit,

⁴² ”De siste årene har den generelle interesse for medieetikk økt i samfunnet. Arbeidsgruppen mener at den økende bevissthet hos publikum er en viktig og positiv utvikling. Medieetikk var et sentralt tema i stortingsmeldingen «Media i tida», som ble behandlet i Stortinget våren 1993.” (NOU 1996:12)

troverdighet og uavhengighet som er de sentrale temaene, ikke varsomhet. Bruken av begrepet "vær varsom" har endret seg gjennom de ulike revisjonene. "Vær varsom" går fra å være en sentral verdi i seg selv, til å i større grad bli brukt som en modal markør. Imidlertid har formuleringen "saklighet og omtanke" vært sentral i den pressetiske diskursen siden revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1975. Begrepene blir hovedsaklig brukt i forbindelse med publiseringsnormene i plakaten.

En annen klar endring i hvilke temaer og verdier som vektlegges i Vær Varsom-plakaten finner sted når pressens samfunnsoppgaver introduseres som et nytt tema ved revisjonen i 1975. Ytringsfrihet og samfunnskritikk er sentrale begreper som kommer inn i plakaten, og senere revisjoner har bidratt til en sterkere vektlegging av disse normene i den pressetiske diskursen.

10.2.2 Ansvarlig og selvbevisst presse

I alle utgavene av Vær Varsom-plakaten kommer pressen som handlende aktør tidlig inn i plakaten. Dette bidrar til at pressen i mange materielle prosesser kan tolkes som den ansvarlige for handlingen. Det er en tendens til at prosesser representert som passivhandlinger blir mindre og mindre dominerende i de senere plakaten. I Vær Varsom-plakaten 1956 representeres flere handlinger med uttrykt agens enn i 1936-plakaten. Fra og med Vær Varsom-plakaten 1975 dominerer handlinger med uttrykt agens i punkt 1, som omhandler pressens samfunnsrolle. Det er flere aktive setningsformer enn tidligere, noe som bidrar til mindre ansvarsskjuling ved at det ansvaret pressen og journalisten har kommer tydeligere fram. Dette peker på en større selvbevissthet og selvtillit innad i pressen. Fra og med Vær Varsom-plakaten 1987 blir pressen og journalisten som handlende aktør i punkt 2, som omhandler integritet, i tillegg til i punkt 1. I Vær Varsom-plakaten 2001 er pressen og journalisten i enda større grad representert som aktivt handlende aktører.

Dette kan ses som et signal til omverdenen om pressens ansvarlighet. Imidlertid er det ofte uklart om det er den enkelte journalist eller pressen (som institusjon) som er ansvarlig for handlingene. Dette er et spørsmål om hvorvidt redaksjonelle medarbeidere i hovedsak blir omtalt som kategori eller som enkeltindivid i Vær Varsom-plakaten. I de tilfellene hvor agens er uttrykt blir journalistene omtalt både som kategori (redaksjonelle medarbeidere) og som enkeltindivid (den enkelte journalist, den enkelte redaksjon, den ansvarlige redaktør). Der hvor agens ikke er uttrykt, henspiller direktiver i imperativ form, "vær varsom", på den enkelte – det står ikke "være varsomme". I og med at det er overvekt av slike direktiver i Vær Varsom-

plakaten, innebærer dette at Vær Varsom-plakaten i stor grad legger ansvaret på individet. Plakaten uttrykker et individuelt ansvar snarere enn et bransjerettet ansvar, til tross for at det ikke er journalisten, men avisen, som kan klages inn for PFU. Det er med på å skape et bilde av at den redaksjonelle medarbeider alene er ansvarlig for det journalistiske produktet, mens virksomheten i virkeligheten også er styrt av utenforstående faktorer. Dermed kommer ikke bransjemessige forhold som legger sterke føringer på den enkelte journalist og det journalistiske produktet, som kommersialisering, eierkonsentrasjon og krav om profitt, til uttrykk verken i den presseetiske diskursen eller i Vær Varsom-plakaten (Raaum 2003:68,194). Presseetikken bidrar på denne måten til å dekke over strukturer i det journalistiske feltet som påvirker pressens virksomhet, og dermed til å tegne et bilde utad av pressen som fri og uavhengig.

Allmenne hensyn/berettigede informasjonskrav er en ytre igangsettende ikke-levende aktør, en kraft, i Vær Varsom-plakaten som bidrar til tilsøring av ansvar ved at det er allmenne hensyn/berettigede informasjonskrav som avgjør handlingen. Dette innebærer at når nytte veies mot skade er det fellesnyttens – allmenninteressen – som blir brukt som begrunnelse for handling (Raaum 2003:115). Handlingen begrunnes i at allmennheten har et krav på informasjon. En slik begrunnelse peker på en yrkesideologi som fremhever at publikum har en rett til å vite det pressen vet, og at pressens oppgave dermed er å offentliggjøre det den vet. Dette ligger nærmere en pliktetisk begrunnelse for handlingen enn en konsekvensetisk begrunnelse.

Makthavere, vanlige mennesker og journalister

Pressen og journalisten representeres som hovedaktører i alle utgavene av Vær Varsom-plakaten. Andre hovedaktører er de pressen skriver om (forbryter, bedrifter, mistenkte osv.).

Hvordan avsender representerer de som blir posisjonert i teksten har betydning for tekstens mening. I motsetning til pressen og journalisten, som er handlende aktører, representeres de pressen skriver om som passive aktører. Dette peker på en asymmetrisk sosial relasjon mellom pressen og de pressen skriver om i det journalistiske produktet. Det er nettopp i dette forholdet at mye av kjernen i presseetikken ligger. Pressen har makt til å skrive om folk, og presseetikken skal gi retningslinjer for hvordan denne makten skal brukes – uten å misbrukes. Representasjonen av de pressen skriver om er noe forandret fra Vær Varsom-plakaten 1936 til 2001-plakaten. Forbrytere blir omtalt i mer nøytrale ordelag etter revisjonen av plakaten i 1975 og barn får et særskilt presseetisk vern etter revisjonen i 1987.

I Vær Varsom-plakaten 1956, hvor "Retningslinjer for pressens omtale av rettssaker" er innlemmet, representeres også juridiske foreninger og kilder som handlende aktører. Leseren

kommer inn i Vær Varsom-plakaten som en sosial aktør ved revisjonen i 1966. 1975-plakaten inkluderer flere aktive aktører i Vær Varsom-plakaten enn tidligere. Nye aktive aktører er ”noen”, myndigheter og institusjoner, private foretak og andre, kilder, og domstol. Juridiske organisasjoner faller ut av plakaten som (eksplisitt) handlende aktører fra og med Vær Varsom-plakaten 1975. I Vær Varsom-plakaten 2001 introduseres en ny sosial aktør, brukeren. Det er en tendens til at flere og flere aktive aktører inkluderes i Vær Varsom-plakaten.

Det skjer en endring i Vær Varsom-plakaten i forhold til hvem som blir representert som ”fienden”. I Vær Varsom-plakaten 1936 og 1956-plakaten er ”fienden” pressefolk som ikke er varsomme, kilder som sper rykter, og de som bruker pressen som redskap. Fra Vær Varsom-plakaten 1975 til 2001-plakaten er ”fienden” blant annet jurister, politikere, profesjonelle kilder og økonomiske interesser⁴³, og de som pressen skal beskytte borgerne mot, offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre⁴⁴. Pressen fremstår her som en beskytter. Dette er i tråd med Peterssens (i Edvardsen 1994:29-30) journalisme-perspektiv. Ifølge journalisten består samfunnet av tre grupper: makthavere, vanlige mennesker og journalister. Journalistene har, ifølge journalisten, en avgjørende oppgave i å granske makthaverne på borgernes vegne og fungere som redskap for de svake i samfunnet. Dette kommer til uttrykk i måten sosiale aktører representeres på i Vær Varsom-plakaten fra og med 1975.

Aktøren ”noen”, både i Vær Varsom-plakaten 1936 og i plakatene fra og med 1975, må tolkes på bakgrunn av konteksten Vær Varsom-plakaten inngår i. I 1936 var det særlig jurister som hadde kommet med kritikk av pressens omtale av personer, og ”noen” kan derfor tolkes som jurister. Aktøren ”noen” blir i 1936-plakaten representert på en måte som tilsier at aktøren har stor autoritet, ved at teksten på den måten springer ut av et ønske om å imøtekomme denne aktøren. Aktøren ”noen” blir imidlertid representert på en helt annen måte i Vær Varsom-plakaten 1975. Forut for revisjonen hadde stortingsrepresentant Osmund Faremo tatt til orde for mer offentlig kontroll av pressen, og setningen i punkt 1 i Vær Varsom-plakaten 1975: ”... ikke gi etter for press fra noen som søker å hindre...”, kan sies å henvise til Faremo-striden. Aktøren ”noen” i de påfølgende plakatene kan også tolkes på denne bakgrunn. Og her kommer det fram hvordan tekster er påvirket av tidligere tekster, som er en tydelig form for intertekstualitet.

⁴³ ”... noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene.” (punkt 1.3. 2001-plakaten).

⁴⁴ ”Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter, og institusjoner, private foretak eller andre.” (punkt 1.5 2001-plakaten).

10.2.3 Sosiale hendelser og intertekstualitet

Intertekstualiteten i tekster belyser hva som er ekskludert og inkludert fra sosiale hendelser i teksten. Sosiale hendelser er i Vær Varsom-plakaten hovedsaklig representert på et generelt eller abstrakt nivå. Dette innebærer at plakaten inneholder liten grad av eksplisitt intertekstualitet. Felles for alle plakaten er at vedtaket om (ny) Vær Varsom-plakat eksplisitt kan gjenfinnes i teksten.

Vær Varsom-plakaten inneholder imidlertid mye implisitt intertekstualitet. Debatten om retts- og kriminalreportasjen kan gjenfinnes i alle utgavene av Vær Varsom-plakaten. I Vær Varsom-plakaten 1956 er det klare likhetstrekk med den svenske Publicistklubbens reviderte publiseringsregler som ble vedtatt i 1953 og senere plakater er også influert av andre lands presseetiske kodekser.

Debatter knyttet til ytringsfrihet og personvern kan gjenfinnes i Vær Varsom-plakaten fra om med 1975, og dette var særlig et sentralt tema ved revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1987. Ved revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1994 var mediepolitikken blitt et sentralt politisk tema, og dette gjenfinnes både i Vær Varsom-plakaten 1994 og 2001. Både St.meld. nr. 32 (1992-93) *Media i tida* og Vær Varsom-plakaten 1994 vektlegger at pressens fremste oppgave er å bringe nyhetsstoff og annen informasjon, og vektlegger verdien om differensiert presse og at pressen skal være et redskap i samfunnsutviklingen. Denne verdien gjenfinnes i Vær Varsom-plakaten fra og med 1975: "... ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk..." (Punkt 1). Likeledes vektlegger både pressen og St.meld. nr 57 (2000-2001) *I ytringsfrihetens tjeneste. Mål og midler i mediepolitikken* pressens demokratiske funksjon og at pressen skal verne om ytringsfriheten. I tillegg vektlegger begge den betydningen integritet og tillit har for pressen. Debatter og problemstillinger knyttet til ny teknologi og Internett gjenfinnes i 2001-plakaten og i St.meld. nr. 57 (200-2001). Dette peker på en gjensidig påvirkning mellom pressen og myndighetene spesielt og samfunnet generelt. Den presseetiske diskursen endrer seg i takt med samfunnsendringene og påvirker både myndighetene og samfunnet.

Det er selektivt hvilke stemmer fra de ulike debattene som er inkludert eller ekskludert i Vær Varsom-plakaten. Felles for alle utgavene av Vær Varsomplakaten er at det er lite eksplisitt intertekstualitet og ulike stemmer må ofte infereres.

Ved at organisasjonen fremstår som avsender er det hovedsaklig NPs stemme som kommer til uttrykk i plakaten. Juristorganisasjonenes stemme er også inkludert i Vær Varsom-plakaten 1956, ved at "Retningslinjer for pressens omtale av rettssaker ble innlemmet i Vær Varsom-plakaten. Andre stemmer i Vær Varsom-plakaten er imidlertid mer "tilslørte" og må tolkes på bakgrunn av den konteksten Vær Varsom-plakaten inngår i. Stemmen til "noen" i Vær

Varsom-plakaten kan, som vist, tolkes som jurister og myndigheter, og etter hvert kommersielle interesser og profesjonelle kilder. Felles for alle plakatene er imidlertid at stemmen til de pressen skriver om, de presseetikken skal verne om, ikke kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten.

10.3 Paternalistisk, autoritativ og erklærende stil

NP fremstår med en autoritativ stil i alle utgavene av Vær Varsom-plakaten. I tillegg fremstår NP som relativt paternalistisk. Som vist i analysene uttrykker NP i Vær Varsom-plakaten en belærende, beskyttende, pliktoppfyllende og ansvarlig stil. Dette gjelder både ovenfor den enkelte journalist, til tross for at den sosiale relasjonen mellom NP og presseorganisasjonene og den enkelte journalist fremstår som mindre hierarkisk i de senere plakatene, ovenfor dem pressen skriver om og overfor myndigheter og publikum.

Fra og med revisjonen i 1975 får Vær Varsom-plakaten i tillegg en erklærende stil. Vær Varsom-plakatens kapittel 1 blir ofte omtalt som pressens faneparagraf, og ligner et manifest som uttrykker pressens (selv)erklærte rettigheter og (selvpålagte) oppgaver og plikter i samfunnet.

10.3.1 Modalitet: Ikke-kategorisk i forhold til kilder og publiseringsnormer, kategorisk i forhold til samfunnsrollen og behovet for troverdighet

Vær Varsom-plakaten 1936 inneholder mange modale uttrykk. Dette har sammenheng med at presseetikken var ny og lite definert. I tillegg handler 1936-plakaten i stor grad om retts- og kriminalreportasjens innhold, og dermed hovedsaklig om det presseetiske dilemmaet mellom personvern og informasjonsansvar. I alle utgavene av Vær Varsom-plakaten blir modale markører mest brukt i punkter om personvern vs. informasjonsansvar i retts- og kriminalreportasjen, og det er færre modale markører når det gjelder pressens posisjon og rolle i samfunnet.

I Vær Varsom-plakaten 1956 fram til 2001-plakaten blir modale uttrykk altså mest brukt i plakatens siste del. Etter at Vær Varsom-plakaten ble inndelt i kapitler i 1987, kommer det tydeligere fram hvilke temaer som har høyest modalitet. I punkt 1, "Pressens samfunnsrolle", er det stor grad av epistemisk og deontologisk modalitet. Det vil si at NP fremstår med en høy grad av forpliktelse til sannhet og nødvendighet når det gjelder pressens posisjon, rolle og oppgaver i samfunnet, og NP fremstår her med stor autoritet. Punkt 2, "Integritet og ansvar", og

kapittel 5, ”God presseskikk”, bærer preg av stor grad av forpliktelse til nødvendighet. Det uttrykkes en lavere grad av forpliktelse til nødvendighet i andre deler av plakaten. Lavest grad av forpliktelse finnes i punktene om forholdet til kildene og publiseringsregler (punkt 3 og 4). Punktet om publiseringsregler inneholder også retningslinjer i forhold til retts- og kriminalreportasjen, og her blir modale uttrykk som nevnt særlig brukt i punkter som omhandler personvern vs. informasjonsansvar. Modaliteten i punktene om kildeforhold og publiseringsregler peker på motsetninger mellom journalistfaglige normer og etiske normer. Journalistens søken etter sannhet kolliderer ofte med etiske normer om hensyn. En dyktig journalist handler nødvendigvis ikke i tråd med en allmenn oppfatning av hva som er etisk godt. De modale uttrykkene i publiseringsnormene og den sterke forpliktelsen til sannhet om pressens samfunnsrolle i Vær Varsom-plakaten viser at pressen noen ganger må ”sette folk i gapestokken”. Presseetikken bidrar dermed til å legitimere de journalistfaglige normene ved å benevne dem som aktverdige.

10.3.2 Verdisystem: Fra vær varsom til vær uavhengig

Etikken som ideal utgjør en del av det overgripende verdisystemet som de som tilhører profesjonen forventes å slutte seg til (Ekström og Nohrstedt 1996:23). Vær Varsom-plakaten, særlig fra revisjonen i 1975, er utformet i fellesskap og det bidrar til å underbygge at det er en samlet presse sine verdier som kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten.

Positive verdier som kommer til uttrykk i alle plakaten er at det er ønskelig med varsomhet, informasjonsansvar, samfunnsansvar og å ta hensyn til konsekvensene av publisering. Negative verdier som kommer til uttrykk i alle plakaten er å unngå å skade (unødvendig) og å unngå forhåndsdomming.

Ifølge Raaum (1999:168) er det grunn til å tro at de aller fleste journalister og redaktører ser det som selvfølgelig å ta hensyn til konsekvensene av sitt arbeid, og at et slik konsekvensprinsipp uttrykker en historisk ”kontrakt” mellom pressen på den ene siden og samfunn på den andre, som en motytelse for den tiltro samfunnet viser pressen ved å gi den frihet og privilegier. Konsekvensprinsippet kan også sees som et ”redskap” fra journalistenes side for å hindre misbruk av pressemakten. Ifølge Raaum hviler prinsippet i så fall på den allmenmmoralske negative normen om at ingen har rett til å skade andre, i utrengsmål. Dette

prinsippet blir knesatt både i Vær Varsom-plakaten 1936 og i 1956-plakaten⁴⁵. Vær Varsom-plakaten 1956 legger i tillegg særlig vekt på verdiene ridderlighet, redelighet, tillit, og respekt, og at det er uønskelig med propaganda og misbruk. Dette kan knyttes opp mot at man under andre verdenskrig fikk erfare at informasjon kan misbrukes, og at pressen fikk et stort behov etter krigen for å oppnå tillit fra leserne. Det understrekes at pressen har behov for tillit, og at pressen dermed må følge retningslinjene i forhold til kildevern, kildevalg, tilsvar og krav om korrekte faktaopplysninger. I tillegg antydes det i 1956-plakaten at det er ønskelig at pressen skal være kritisk ("... pressen påtaler skritt som er tatt..."), skjønt med sterke føringer for når en slik kritikk er på sin plass.

I et tillegg i Vær Varsom-plakaten ved revisjonen i 1966 kommer verdien integritet inn i plakaten: "Det er presseemannens rett og plikt til ikke å skrive eller gjøre noe som strider mot hans overbevisning.". Denne verdien har siden blitt stående som en av de mest sentrale verdiene i den presseetiske diskursen. Det er to sentrale aspekter ved dette punktet. Det ene er at journalisten som ansvarlig for det han eller hun skriver eller gjør, kommer mer eksplisitt fram i Vær Varsom-plakaten, noe som peker på et ansvar på individnivå, mens det i Vær Varsom-plakaten 1936 og 1956-plakaten uttrykkes et mer kollektivt ansvar. Det andre peker det på at journalisten blir synligere i pressesystemet, og det viser en mer selvbevisst og selvstendig journalistrolle trer frem.

Tanken om pressens avsløringsoppdrag kommer inn i Vær Varsom-plakaten med revisjonen i 1975, og en mer pågående journalistrolle seiler opp som ideal. Samfunnskritikk blir en sentral verdi, og kan sees som en pliktnorm slik den kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten fra og med 1975. I tillegg understrekes pressens oppgave i å beskytte borgere mot overgrep (spesielt fra myndighetene), og verdiene ytringsfrihet, informasjonsfrihet, uavhengighet, integritet og troverdighet vektlegges. Dette er i tråd med idealet om en uavhengig presse, fri fra innblanding og regulering.

Samtidig kommer normene saklighet og omtanke inn i plakaten i 1975 som sentrale verdier. Disse verdiene faller inn under en varsomhetsdiskurs. De fleste verdiene og normene som innføres i Vær Varsom-plakaten fra revisjonen i 1975 til revisjonen i 2001 kan imidlertid sies å falle inn under en "uavhengighetsdiskurs" og det Rasmussen (2004:131) kaller en "rettighetsdiskurs", at pressens autonomi sikres ved å understreke pressens rettigheter, som

⁴⁵ I første avsnitt i 1936-plakaten står det: "... setter folk *unødig* i gapestokken". I avsnitt 7 i 1956-plakaten impliseres noe av det samme; "... bruke et blad som redskap for å komme med mennesker til livs *uten å ha aktverdige grunner for det.*" (mine uthevinger).

retten til innsyn og informasjon og et sterkere kildevern. Rettighetsdiskursen vendte debatten fra pressens rettslige ansvar til en kamp for pressens rettigheter. Raaum (1999:138) har også påpekt denne utviklingen, og han mener at det beste eksemplet på hvordan pressen har snudd dagsorden til å dreie seg om forsterking av ytringsfriheten, snarere enn kravet om personvern, er at Ytringsfrihetskommisjonen ble nedsatt etter ønske fra pressens side. Kommisjonens utredning om ytringsfrihetens kår resulterte i en grunnlovsendring av Grunnlovens § 100, og ytringsfriheten fikk et sterkere grunnlovsværn.

Fra og med revisjonen av Vær Varsom-plakaten i 1994 legges det sterkere vekt på at det er uønskelig med dobbeltroller, interessekonflikter og sponning. Dette understreker de sentrale verdiene om integritet og troverdighet, og kommer inn i plakaten på bakgrunn av utviklingen i det journalistiske feltet, med økende kommersialisering og krav om lønnsomhet, samt profesjonalisering av kilder, som kan bidra til å svekke pressens tillit og troverdighet. Sentrale verdier som kom inn i Vær Varsom-plakaten med revisjonen i 2001 er at det er ønskelig med selvkritikk og åpenhet.

Normene om integritet og troverdighet, selvkritikk og åpenhet kan imidlertid sies å ha et strategisk aspekt. Troverdighet blir ansett som nødvendig for at pressen skal kunne opprettholde sin særegne posisjon i samfunnet. Plikten om selvkritikk innebærer at pressen selv setter kritisk søkelys på sin egen virksomhet slik at den unngår regulering utenfra. Åpenhet har, ifølge Raaum (1999:172), vært et viktig element i den etiske rensingen, og dette idealet kan derfor sies å ha et strategisk aspekt. Likeledes hevder Ekström og Nohrstedt (1996:38) at tillempeingen av etiske idealer som saklighet, kildekritikk, allsidighet og kritisk gransking er en strategisk handling – handling for å unngå kritikk. Dette kan knyttes til begrepet termostatikk, som innebærer en slags kalkulering i forhold til hvor mye etikk, og hva slags idealer som bør innlemmes i presseetikken (Raaum 2003:196). På den måten orienterer presseetikken seg mellom reaksjoner og forventninger fra omverdenen og pressens ønske om frihet og uavhengighet. Presseetikken er en ressurs som også skal tjene bestemte interesser.

Personvern vs. informasjonsansvar og ytringsfrihet

Kategorisering og klassifisering former hvordan folk tenker og handler som sosiale aktører. I Vær Varsom-plakaten blir ulike normer og verdier enten differensiert fra hverandre, satt i opposisjon, eller satt likeverdig i forhold til hverandre. Den største konflikten kan sies å ligge i forholdet mellom personvern og informasjonsansvar og kravet om ytringsfrihet. Personvern og

informasjonsansvar har alltid vært sentrale verdier i Vær Varsom-plakaten. Forholdet mellom disse verdiene har, som vist i analyse, imidlertid variert.

Kravet om personvern vektlegges sterkere enn kravet om informasjonsansvar i Vær Varsom-plakaten som helhet fra 1936 fram til 1966-plakaten. Fra og med revisjonen i 1975 er ideen om pressen som samfunnsnyttig sentral. Dette innebærer stor vekt på pressens informasjonsansvar. I tillegg legges det stor vekt på pressens ytrings-, trykke- og informasjonsfrihet. Hvordan de ulike verdiene er arrangert i teksten kan bidra til å belyse hvordan de vektlegges. Vær Varsom-plakaten 2001 starter med å knesette ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet som viktige verdier. Deretter følger integritet og troverdighet. Det er først i plakats siste del (punkt 3, ”Journalistisk atferd og forholdet til kildene” og punkt 4 ”Publiseringsregler”) at ytringsfriheten og informasjonsansvaret balanseres mot personvernet.

Det har vært en tendens i utviklingen av den presseetiske diskursen som går fra en vektlegging av kravet om å ta hensyn til personvernet til vektlegging av pressens informasjonsansvar og pressens rett til ytringsfrihet. Dette er i tråd med rettighetsdiskursen som etter hvert har fått fotfeste i presseetikken. Det er også en tendens som viser seg i samfunnet generelt. Ifølge Raaum (2003:92) har Den europeiske menneskerettsdomstolen i Strasbourg (EMD) en vesentlig del av æren for pressens rettslige spillerom i Europa. I pressens verdisystem og overordnede yrkesideologi har kravet om ytringsfriheten blitt styrket, særlig på bekostning av personvernet.

Til tross for at pressen (og enkelte jurister og politikere osv) i pressedeletter de siste tiårene har tatt til orde for å styrke ytringsfriheten, og at retten til ytringsfrihet har fått en mer fremtredende plass i den presseetiske diskursen, understrekes fortsatt personvernet sterkt i Vær Varsom-plakaten. Det kommer til uttrykk blant annet i at endringer i forbindelse med revisjonen av plakaten i 2001 vektlegger kravet om hensyn i den journalistiske arbeidsprosessen og barns vern i pressen. Ifølge Raaum (1999:207) er det en tendens til at journalistisk handling blir begrunnet pliktetisk – ”det er vår rett og vår plikt”. Presseetikken blir imidlertid gjerne begrunnet konsekvensetisk ved at nytte veies mot skade. Vær Varsom-plakaten inneholder mange pliktetiske normer, men den bygger på en underliggende konsekvensetisk begrunnelse.

10.4 Ideologiske makt og legitimering av samfunnsrollen

Utviklingen av en sterk yrkesideologi har vært viktig i journalistenes profesjonaliseringsprosess, og har vært med på å styrke journalistkollektivets selvbevissthet. En kritisk diskursanalytisk

tilnærming bidrar til å belyse hvordan ideologi og legitimering manifesteres i den presseetiske diskursen, ved at ideologier kan sees i samhandlingsmåter og sosiale relasjoner, og derfor i sjangere, innprentes i måter å være på eller sosiale identiteter, og derfor i stiler, og bli knyttet til diskurser, som forestillinger om virkeligheten. Fairclough (2004:9) definerer ideologi som representasjoner av aspekter ved verden som bidrar til å opprettholde og endre maktrelasjoner. Som Faircloughs definisjon av begrepet ideologi antyder, er dette begrepet nært knyttet til hegemoni og maktkamp. Den ideologiske funksjonen i tekster henger sammen med hegemoni og universalisering, hvor ulike aspekter av virkeligheten blir ansett som realiteter som er uunngåelige og som det ikke settes spørsmålstegn ved (for eksempel pressens rolle i demokrati) (ibid.:18,58).

En tekst gjør alltid antakelser. Hva som "sies" i en tekst skjer på bakgrunn av hva som ikke blir "sagt", hva som blir tatt for gitt. Alle former for fellesskap er avhengig av at man deler meninger, en forståelse av "common ground". Muligheten til å utøve sosial makt, dominans, og hegemoni innebærer muligheten til i stor grad å forme hvordan innholdet i "common ground" skal forstås, det vil si makt til å få et bestemt syn og representasjon av verden til å få universell status (ibid.:40,55). Hegemonisk strid mellom ulike sosiale krefter kan til dels sees som en strid over påstander om at deres bestemte syn og representasjon av verden har universell status. Ideologibegrepet slik det brukes i diskursanalysen, kan bidra til å belyse endring i forhold til "pressekontrakten" og endringer i maktrelasjoner som følge av pressens profesjonaliseringsprosess. Ifølge Martin Eide inngår "pressekontrakten" i en profesjonsideologisk opprustning (i Ottosen og Roksvold (red) 2003). Reforhandling av "pressekontrakten" er derfor et ledd i profesjonaliseringsprosessen i det at det foregår en yrkesideologisk maktkamp i forhandlingene av "kontrakten". I denne prosessen har det vært viktig for pressen å få gjennomslag for at deres syn på pressens rolle i samfunnet skal få universell status.

Gjennom en historisk prosess har pressen fått gjennomslag for den vesentlig del av sitt syn på verden, både blant publikum og ikke minst blant myndighetene. Det kommer til uttrykk blant annet i ulike stortingsmeldinger og utredninger som vektlegger de samme elementene som pressen. Pressen har fått gjennomslag for en virkelighetsforståelse der pressen innehar en samfunnsnyttig og uegennyttig rolle. Det dreier seg om hegemonisk makt, blant annet til å påstå at "Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn." og at "Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det

er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.”⁴⁶. Gjennom presseetikken har pressen på denne måten en form for symbolmakt og normmakt ved rollen som utformer og fortolker av hvilke verdier og normer som er viktige og riktige. I den presseetiske diskursen blir det blant annet tatt for gitt at pressen har en samfunnsrolle, at pressen har rett til å informere, at ytringsfrihet er grunnelementer i et demokrati, og at pressen er blant de viktigste institusjonene i demokratiet. Videre kan det argumenteres for at det gjøres en antakelse om demokrati er ønskelig. Dette er i tråd med Peterssons (i Edvardsen 1994:30) journalistikk-perspektiv, som tilsier at journalistene har en avgjørende demokratisk funksjon. Journalistikken er en maktfaktor i samfunnet fordi den oppfattes som viktig av medborgerne i det at journalistene har et oppdrag på deres vegne. I analysen av utviklingen av Vær Varsom-plakaten har jeg vist at det er klare tendenser til journalistikk i den presseetiske diskursen. Dette kommer til uttrykk i plakaten ved at NP vektlegger pressens oppgave i å beskytte enkeltmennesker mot makthaverne og i antakelsen om at pressens rolle er å være et redskap på vegne av publikum ved å avdekke kritikkverdige forhold.

Ifølge Ekström og Nohrstedt (1996:57) kommer de forestillingene om journalistikkens rolle i samfunnet som journalisten hevder, særlig til uttrykk i den måten journalistene beskriver og legitimerer sin egen virksomhet på. Synet på pressens samfunnsrolle, slik det kommer til uttrykk i Vær Varsom-plakaten har endret seg betydelig fra 1936 til i dag. Rune Ottosen (2004:17) anser en *rolle* å innebære en blanding av sosialt betingede posisjoner bestemt av et mønster av plikter og rettigheter som er opparbeidet over tid, kombinert med et normativt element som blir påvirket av samtidens forventninger til en bestemt type atferd. Under partipressen var pressens rolle å fungere som et publiseringsorgan for sine respektive partier. Partiets politikk skulle bringes ut til velgerne. Pressen hadde i mindre grad en selvstendig rolle i samfunnet, men var et redskap til å oppnå politisk makt (Dahl og Bastiansen 2000:94-95). På 1960- og 1970-tallet begynte pressen å frigjøre seg fra de politiske partiene. Denne utviklingen i forhold til pressens rolle og posisjon i samfunnet kommer tydelig til uttrykk i den tidlige omtalte Faremo-striden i 1974 og den påfølgende revisjonene av Vær Varsom-plakaten 1975.

Forståelsen av pressens rolle i samfunnet bunner i tanken om en ”pressekontrakt”. Ideen om en ”pressekontrakt” med tilhørende plikter og rettigheter, må imidlertid vedlikeholdes og markedsføres (Raaum 2003:201). Pressen er hele tiden avhengig av å legitimere sin posisjon i samfunnet og sitt syn på virkeligheten. Pressens legitimeringsplattform har endret seg mye fra tiden med partipresse til dagens pressesystem. Dette gjelder særlig endringer i

⁴⁶ Punkt 1.1 og 1.4 i Vær Varsom-plakaten 2001

legitimeringsmåten i forhold til pressens makt i samfunnet og pressens rolle i samfunnet. I Vær Varsom-plakaten 1936 til 1966-plakaten legitimeres pressens makt og samfunnsrolle kun med referanse til verdisystem. Dette kan ha sammenheng med at mediepolitikk ikke var et sentralt politisk tema, og at det dermed var lite offentlig (og politisk) debatt om pressens samfunnsrolle og pressens maktposisjon i samfunnet. Pressens samfunnsrolle blir tatt for gitt og legitimert ut fra pressens rolle som partipresse.

Fra og med Vær Varsom-plakaten 1975 blir pressens makt og samfunnsrolle legitimert både med referanse til verdisystem og med referanse til instrumentell rasjonalitet. Avpartifisering og sterkere debatt rundt ytringsfrihet og mediepolitikk bidrar til et større behov for å legitimere pressens samfunnsrolle, og derfor kommer punktet om presserollen inn i plakaten. Journalister og redaktører påberoper seg ofte samfunnsoppdraget som legitimeringsgrunnlag for sin virksomhet og sin rolle i samfunnet, og bruker det som hjemmel for pressens frigjøringskrav (Raaum 1999:9). Samfunnsoppdraget hviler på en forståelse av at pressen kun kan gjennomføre sine plikter og oppgaver i samfunnet dersom den er fri og uavhengig. For at samfunnsoppdraget skal gi legitimitet, må pressen dermed ha integritet, tillit og troverdighet. Derfor blir disse idealene sterkt vektlagt i den presseetiske diskursen. Pressen er avhengig av å markedsføre sin virksomhet som kritisk granskende og fri fra ytre påvirkning for å kunne legitimere den journalistiske virksomheten.

Det strategiske elementet i Vær Varsom-plakaten åpner for spørsmålet om retningslinjene må følges for at pressen ikke skal få et dårlig omdømme slik at pressens rolle i samfunnet kan opprettholdes, eller om retningslinjene skal følges slik at folk faktisk ikke opplever å bli satt i gapestokken. Svaret på dette spørsmålet er trolig begge deler. Det at pressen er opptatt av sitt omdømme vises allerede i første setning i den første Vær Varsom-plakaten, og det har siden vært et sentralt element i presseetikken. Tillit og troverdighet fra omverden er helt sentralt i pressens legitimeringsgrunnlag, samtidig som det i norsk presse nok er et oppriktig ønske om å gjøre skadevirkningene av publisering så små som mulig.

11 Avslutning

Gjennom en kritisk diskursanalyse av Vær Varsom-plakaten og de ulike revisjonen av den har jeg belyst hvordan den presseetiske diskursen er strukturert og hvordan den ytrer seg i samspill med samfunnsendringene. Det er imidlertid viktig å være klar over at Vær Varsom-plakaten ikke dekker hele det presseetiske området, som blant annet også innebærer PFU, Tekstreklameplakaten, Redaktørplakaten og normer og verdier i ulike redaksjoner. I dette prosjektet har jeg kun analysert den presseetiske diskursen i den presseetiske kodeksen – Vær Varsom-plakaten og endringene i denne.

Sentrale begreper i Vær Varsom-plakaten går fra ”vær varsom” til ”tillit” og ”troverdighet”. Å verne om pressens uavhengighet og integritet er sentrale verdier. Samtidig trer en mer pågående journalistrolle frem som ideal på 1960- og 1970-tallet, og pressens avsløringsoppdrag vektlegges i Vær Varsom-plakaten. Samfunnskritikk og ideen om pressen som samfunnsnyttig seiler opp som sentrale verdier i den presseetiske diskursen. Det er en tendens fra å sterkt vektlegge ansvaret for personvernet til å vektlegge ansvaret for å verne om ytringsfriheten. Likeledes er det en utvikling fra å overveidende vektlegge det konsekvensetiske aspektet ved informasjonsansvaret, altså å veie nytte mot skade, til å vektlegge pressens rett til å informere. Dette innebærer en klar endring i forholdet mellom personvern, informasjonsansvar og ytringsfrihet.

Det er en rekke sentrale begreper som omhandler personvernet i Vær Varsom-plakaten, eksempelvis ”varsom”, ”hensyn” og ”saklighet og omtanke”. Flere retningslinjer i plakaten legger vekt på at pressen må ta hensyn til konsekvensene av den journalistiske virksomheten. I tillegg står begrepene ”makt” og ”ansvar” og metaforen ”ord og bilder som mektig våpen” sentralt i den presseetiske diskursen, og dette innebærer en antakelse om at pressen har makt, men også er ansvarlig for hvordan denne makten brukes. I analysen av utviklingen av den presseetiske diskursen har jeg imidlertid vist at normen om ”vårt ansvar”, lett blir en norm om ”vår rett”. Rettighetsdiskursen står sterkt i presseetikken, og pressen har i stor grad endret den presseetiske samtalen fra å dreie seg om krav om pressens ansvar til krav om pressens rettigheter.

I dette prosjektet har jeg belyst hvordan endringer i den presseetiske diskursen er en del av endringer i sosiale relasjoner i samfunnet. Kritisk diskursanalyse fokuserer på hvordan tekster innprenter, opprettholder eller endrer ideologier og på hvordan diskursive praksiser, sosiale hendelser og tekster blir ideologisk formet av maktrelasjoner og maktkamp i samfunnet.

Utviklingen av den presseetiske diskursen er en sosial prosess som innebærer maktkamp mellom pressen, jurister og myndigheter. Pressen har gått gjennom en frigjøringsprosess hvor den søker å oppnå autonomi i forhold til jurister og myndigheter. En slik frigjøringsideologi er med på å forme Vær Varsom-plakaten fra og med 1975. Gjennom faneparagrafen i Vær Varsom-plakaten bidrar den presseetiske diskursen til å forme allmennhetens og myndighetenes forståelse av pressens rolle i samfunnet.

Utviklingen av den presseetiske diskursen innebærer også maktkamp innad i pressen. Profesjonaliseringen av journalistene har bidratt til større faglig bevissthet og selvtillit, noe som har gitt journalistene en mer fremtredende posisjon i pressesystemet og som har bidratt til en mer likeverdig relasjon mellom eiere, redaktører og journalister innad i pressen.

Profesjonaliseringen av pressen og fristillingen fra politiske partier innebærer en reforhandling av "pressekontrakten", forholdet mellom pressen og samfunnet må defineres på nytt. I denne prosessen har utviklingen av presseetikken spilt en avgjørende rolle. Gjennom revisjonene av Vær Varsom-plakaten blir pressens yrkesideologi innprentet, vedlikeholdt og endret. Kjernen i yrkesideologien slik den fremstår i Vær Varsom-plakaten, er en forståelse av og en erklæring utad om pressens uavhengighet og samfunnsansvar, et ansvar både til å formidle det pressen vet og et ansvar for hvordan pressens publiseringsmakt utøves. Den presseetiske kodeksen bidrar på denne måten til å belyse hvordan pressen legitimerer sin posisjon i samfunnet. Pressen legitimerer sin virksomhet gjennom en antakelse om at den er en viktig institusjon i demokratiske samfunn ved at den ivaretar viktige oppgaver. I Vær Varsom-plakaten vektlegges pressens samfunnsansvar og behovet for integritet, tillit, troverdighet og uavhengighet. Disse temaene er helt sentrale i pressens legitimeringsgrunnlag. Presseetikken definerer akseptable handlemåter, og gjennom vektleggingen av visse temaer uttrykkes hvilke normer og verdier som er viktige. Etikk er på denne måten en form for diskursiv makt. Gjennom å definere, formidle og endre normene for god presseskikk og hva som er pressens rolle og posisjon har pressens "versjon" av virkeligheten lang på vei fått allmenn tilslutning i samfunnet.

Kritisk diskursanalyse av Vær Varsom-plakaten

I diskursanalysen har jeg villet belyse det gjensidige påvirkningsforholdet mellom diskurs og samfunn, altså hvordan tekster er formet av, og bidrar til å forme, samfunnet. Ifølge Fairclough (2004) kan et fokus på tekstanalyse i diskursanalysen bidra til å belyse sosiale endringer og maktrelasjoner ved å analysere tekster med henblikk på deres sosiale effekter. På den måten kan

tekstanalyse forbedre samfunnsforskningen. Men tekstanalyse alene har sine begrensninger. For å undersøke en teksts kausale virkninger på ulike sosiale praksiser vil det, ifølge Fairclough (ibid.:15), også være nødvendig med ulike etnografiske studier og resepsjonsstudier.

Faircloughs metode for kritisk diskursanalyse har på bakgrunn av dette blitt kritisert for å gripe over så mye at den ikke fungerer som praktisk analysemetode (se Boel og Ledin 2003). Et praktisk problem i Faircloughs modell for kritisk diskursanalyse er blant annet at den ikke gir noen retningslinjer for hvor mye samfunnsanalyse som er tilstrekkelig. Fairclough gjennomfører heller aldri noen fullstendig analyse i samsvar med sitt metodiske rammeverk. Likevel er det fullt mulig å se kritisk diskursanalyse som et teoretisk utgangspunkt for analysen av den presseetiske diskursen. Tekstanalysen må sees som et supplement til samfunnsforskningen ved at den i diskursanalysen kan bidra til å identifisere tendenser fra mikronivå (tekst) til makronivå. Diskursanalysen gir gode analyseredskaper som bidrar til å sette tekst i kontekst og til å identifisere hva sammenhengen mellom tekst og kontekst består i.

I dette prosjektet har jeg belyst sammenhengen mellom Vær Varsom-plakaten og samfunnet (den videre konteksten) gjennom en interdiskursiv analyse av sjanger, diskurser og stiler, og gjennom et fokus på intertekstualitet som bidrar til å belyse hvilke elementer fra konteksten som er inkludert og ekskludert i teksten. I tekstanalysen blir forholdet mellom tekst og kontekst, mellom Vær Varsom-plakaten og samfunnet, mediert gjennom tolkningsprosessen, hvor man går fra betydningen i teksten til meningen med den. Det er viktig å være klar over begrensningen ved at ingen tekstanalyse kan si alt som er å sies om en tekst og at en tekstanalyse alltid vil være farget av tolkerens ståsted. Dette gjelder især for kritisk tekstanalyse i et historisk perspektiv, ved at tekster tolkes ut fra nåtidens referanseramme. Et perspektiv på oppgaven på i underkant av 70 år, er likevel en klar fordel når man analyserer endring. Endringer i den presseetiske diskursen, endringer i normer og verdier, skjer ikke over korte tidsperioder men må sees som en vedvarende prosess. Den pressetiske diskursen endrer seg i samspill med samfunnsendringene. Presseetik er etablert som et mediepolitisk tema, og de mange offentlige utredningene og presseetiske debattene, både innad i og utenfor pressen, viser at reforhandlingen av ”pressekontrakten” fremdeles pågår. Den presseetiske diskursen er altså stadig i utvikling og 1. januar 2006 trådte en ny revidert utgave av Vær Varsom-plakaten i kraft.

Faircloughs metodiske rammeverk er som nevnt omfattende og gir utfordringer knyttet til hvordan en kritisk diskursanalyse skal gjennomføres i praksis. Likevel mener jeg at jeg ut fra mine prioriteringer om hva man skal se etter har funnet en fruktbar måte å gjøre bruk av Faircloughs analysemetode. Ved å fokusere tekstanalysen på maktforhold, legitimering og strategi, har jeg vist at presseetikken ikke bare betegner hva som er god og aktverdig handling,

men også er en ressurs til å dekke over konflikt, og til å legitimere og opprettholde pressens rolle og posisjon i samfunnet.

Den kritiske hensikten med kritisk diskursanalyse er å bidra til kunnskap som kan føre til endringer. Kunnskap om at presseetikken er en strategi og en maktfaktor som bidrar til å legitimere og opprettholde forståelsen av pressens rolle og posisjon i samfunnet, gir en bedre forståelse for presseetikken som en sektor- og bransjespesifikk etikk. Dette er særlig interessant med tanke på utfordringene knyttet til det presseetiske feltet i forbindelse med et høyt tempo i den teknologiske utviklingen, økt kommersialisering, sterkere eierkonsentrasjon og krav om avkastning, som kan føre til at hensyn til opplagstall og seertall går foran ulike hensyn i presseetikken. Eksempelvis i forhold til personvern, saklighet og omtanke og krav om pluralisme. Uavhengighet og troverdighet fremstår som sentrale verdier i den presseetiske diskursen. Presseetikken bidrar imidlertid til å skjule det faktum at pressen er en del av en større sektor og bransje, som nødvendigvis vil påvirke den journalistiske virksomheten. Etikk er makt og strategi, ikke bare et uttrykk for hva som er gode handlinger. Gjennom en kritisk diskursanalyse av Vær Varsom-plakaten har jeg prøvd å trenge gjennom ”godhetsdiskursen” og vist at etikk er en ressurs som bidrar til å gi pressen legitimitet og autonomi.

Referanseliste

Allern, Sigurd ([2001] 2004): "Kildene og mediemakten" i Eide, Martin (red) ([2001] 2004) *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS (s. 273-303)

Bastiansen, Henrik Grue og Dahl, Hans Fredrik (2003): *Norsk Mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget

Boel Englund og Per Ledin: *Teoretiske perspektiv på sakprosa* (2003)

Brurås, Svein ([2000] 2002): *Etikk for journalister*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Dahl, Hans Fredrik og Bastiansen, Henrik G (2000). *Hvor fritt et land? Selvsensur og meningstvang i Norge i det 20. århundre*. Oslo: Cappelen

Eide, Martin (2003): "Redaksjonelt samfunnsregnskap" i Ottosen, Rune, Roksvold, Thore (red.)(2003) *Presseetisk front: festskrift til Odd Raaum*. Kristiansand: IJ-forlaget. (s. 79-80)

Ekström, Mats og Nohrstedt, Stig Arne (1996): *Journalistikens etiske problem*. Stockholm: Rabén Prisma.

Fairclough, Norman ([2003] 2004): *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London: Routledge

Fairclough, Norman (1995): *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London and New York: Longman Group Limited.

Fairclough, Norman (1992): *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, Blackwell Publishers Ltd.

Fremo, Skjalg (1994): *Presseskikk*. Fredrikstad: Institutt for Journalistikk.

Gran, Gunnar (1995): *Vær Varsom. Forarbeid til revisjon av etiske normer for trykt presse, radio og fjernsyn*. Fredrikstad: Institutt for Journalistikk

Hågvar, Yngve Benestad (2003): *Hele folkets diskurs. En kritisk diskursanalyse av den gode VG-sak*. Oslo: Norsk Sakprosa

Johansen, Anders (2001): "Enkeltpersoner og kollektivpersoner" i Eide, Martin (red.) (2001) *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal akademisk. Side 167–196.

Journalisten 18. desember 1987

Journalisten 11. november 1987

Journalisten desember 1975

Journalisten august 1974

Journalisten februar 1956

Kvam, Bjarne og Røssland, Lars Arve (1998): *Tilfeldig gapestokk*. Bergen: John Grieg Forlag AS

Ledin, Per (1996): *Genrebegreppet: en forskningsöversikt*. Lund: Institutionen för nordiska språk

NOU 2001: 6 *Oppvekst med prislapp*

NOU 1996: 12 *Medieombud*

NOU 1999: 27 *Ytringsfrihed bør finde Sted*

Olteidal, Audgunn (2001): *Den myndige journalisten*. Kristiansand: IJ-forlaget

Ot. prp. nr 77 (1996-97) *Om lov om endringer i kringkastingsloven (Medieetikk mv)*

Ottosen, Rune (2004): *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ-forlaget AS

Ottosen, Rune, Røssland, Lars Arve og Østbye, Helge (2002): *Norsk Pressehistorie*. Oslo: Det Norske Samlaget

Ottosen, Rune (1996): *Fra fjærpen til Internett*. Oslo: Aschehoug & Co.

Petersson, Olof (1994): "Journalistene som klass, Journalismen som ideologi" i Edvardsen, Terje Steen (red.) (1994): *Media og samfunnsstyring*, Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS (s. 25-36)

Raaum, Odd (2003): *Dressur i pressen*. Oslo: Universitetsforlaget.

Raaum, Odd (1999): *Pressen er løs*. Oslo: Pax.

Raaum, odd (1986): *Pressens tøyelige etikk*. Oslo: Universitetsforlaget AS

Rasmussen, Terje (2004): *Mektig og aktverdig. Betragtninger om journalistikkens legitimitet*. Kristiansand: IJ-forlaget

Rasmussen, Terje [2001] 2004): "Press og nettpresse" i Eide, Martin (red) ([2001] 2004) *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS. (s. 354-377)

Rasmussen, Terje (2001): *Mediesamfunnets Moral*. Oslo: Pax Forlag A/S

Røssland, Lars Arve (2003): "Presseskikkforvaltarane sine utfordringar" i Ottosen, Rune, Roksvold, Thore (red.)(2003) *Presseetisk front: festskrift til Odd Raaum*. Kristiansand: IJ-forlaget. (s.25-36).

Røssland, Lars Arve (1999): *Presseskikkens samtale*. Bergen: Fagbokforlaget.

Siebert, Fred S., Peterson, Theodore og Schramm, Wilbur (1977) *De fire pressesystemer*, Oslo: Institutt for Journalistikk.

Solumsmoen, Olaf (1966): *Vær varsom redaktør*. Oslo Universitetsforlaget

St.meld. nr. 57 (2000-2001) *I ytringsfrihetens tjeneste. Mål og midler i mediepolitikken*

St.meld. nr. 42 (1999-2000) *Om endring av Grunnloven § 100*

St.meld. nr. 32 (1992-1993) *Media i tida*.

Svennevig, Jan (2002): *Språklig samhandling: Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. Oslo, Cappelen Akademiske Forlag.

Syvertsen, Trine (1998): *Dokumentanalyse i medievitenskapen. Tilgang, kildekritikk, problemstillinger*. Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon.

Vagle, Wenche (1995): "Kritisk tekstanalyse" i *Tilnærminger til tekst. Modeller for språklig tekstanalyse*. Svennevig, J., Sandvik, M. og Vagle, W. (1995) Oslo: Cappelen Akademisk Forlag as. (s. 123-238)

Waldahl, Ragnar (1999): *Mediepåvirkning*. Oslo: As Notam Gyldendal

Østnor, Lars og Lunde, Nils Terje (1998): *Hva vil nyhetsmediene? Søkelys på mediernes etiske målsetning*. Oslo, Universitetsforlaget AS

Øvrum, Rolf og Wolland, Steingrim (1992): *Budbringerens dilemma. Om ytringsfrihet, presseetikk og redaktøransvaret*. Fredrikstad: Institutt for Journalistikk

Dokumenter:

Styremøte i NP 28. november 2001, sak 6 "Revisjon av Vær Varsom-plakaten".

Styremøte i NP 26. september 2001, sak 3 "Høringsuttalelser til Vær Varsom-komiteens innstilling".

Innstilling fra Vær Varsom-komiteen mars 2001 fremlagt på styremøte i NP 4. april 2001, "Revisjon av Tekstreklame- og Vær Varsom-plakaten"

Styremøte i NP 20. september 2000, sak 4 "Revisjon av Vær Varsom-plakaten".

Høringsnotat fra NRK 19. september 2001: "Uttalelse vedr. revisjon av revisjon av Vær Varsom- og tekstreklameplakaten".

Brev fra Barneombudet til PFU, datert 26. august 1999: "Forslag til endringer på "Vær Varsom-plakaten".

PFU-sak nr. 096/00.

Vedlegg

- Vær Varsom-plakaten 1936
- Vær Varsom-plakaten 1956 og 1966. Merk. Denne utgaven av plakaten inneholder tre nye retningslinjer fra 1966. Det gjelder avsnitt 10, 11 og 17.
- Vær Varsom-plakaten 1975
- Vær Varsom-plakaten 1987
- Vær Varsom-plakaten 1990
- Vær Varsom-plakaten 1994
- Vær Varsom-plakaten 2001

Vær varsom!

La det ikke kunne sies med sandhet at pressen setter folk unødig i gapestokken.

Selvmord, selvmordsforsøk og sinnssykdom bør ikke omtales uten i helt ekstraordinære tilfeller.

Sedelighetsforbrytelse bør ikke omtales undtagen hvor det gjelder å advare mot en farlig person eller hvor det gjelder å efterspore en sedelighetsforbryter.

Offentliggjør ikke navn på dem som mistenkes eller anmeldes for noe rettsstridig. Det kan godt hende at vedkommende er like uskyldig som De selv.

Fremhold ikke livsstilling, arbeidssted, politisk eller religiøs opfatning m. v. hos en tiltalt medmindre disse ting står i direkte forbindelse med hans forbrytelse.

Nevn ikke navn når det gis betinget dom. Det dreier sig ofte om et forholdsvis ubetydelig lovbrudd, og offentliggjørelse av navn kan skade vedkommende for livet.

La ikke meldinger om mindre lovbrudd få sensasjonelle overskrifter.

La ikke overskriftene få en tendensiøs form som innholdet ikke berettiger til.

Vær så hensynsfull som mulig ved referater av vidneprov. Understrek ikke den undertiden hensynsløse kryss-eksaminasjon som vidnene kan være gjenstand for i retten.

Ta ikke inn løse forlydender om norske bedrifter uten først å konferere med vedkommende firma. Det har hendt at store bedrifter er blitt skadelidende fordi ukontrollerte rykter er blitt offentliggjort i pressen.

I tvilstilfelle konferer med andre aviser på stedet.

Husk at pressen eier stor makt og derfor pålegges stort ansvar.

N O R S K P R E S S E F O R B U N D

Det trykte ord er et viktig våpen. Misbruk det ikke! De skadevirkninger ubetenksomhet og feil fra presserfolks side kan forårsake, går ofte videre og dypere enn noen på forhånd aner. Vis omhu og varsomhet, vis hensyn og ridderlighet! Det er ofte medmenneskers velferd det gjelder.

Still de strengeste krav til vederhelthet og redelighet i reportasje som i kommentarer. Intet bidrar sterkere til å bryte ned den nødvendige tillit til pressen enn gale eller misvisende meldinger og artikler. Vis utrettelig omhu for å bringe korrekte faktiske opplysninger, og vær ganske særlig varsom når det gjelder stoff som kan gå ut over folks gode navn og rykte! En beriktelgelse etterpå gjenoppretter sjelden hele skaden.

Oppretthold et klart skille mellom nyheter og kommentarer, og sørg for at titlene ikke går lenger enn at de har full dekning i innholdet av meldingen.

Begå ikke tillitsbrudd! Bruk aldri som avisstoff opplysninger av fortrolig orienterende art eller uttalelser som er falt i private samtaler, uten at samtykke til det uttrykkelig er gitt! Vær omhyggelig med å overholde sperrefrister o. l., både av hensyn til kolleger og av hensyn til den som stiller stoffet til rådighet.

Vern om avisens kilder! Oppgi ikke navn på hjemmelismenn for opplysninger eller på forfattere som opptrer under pseudonym, uten at vedkommende har gitt sitt samtykke til det eller det foreligger en domstolavgjørelse i saken av en slik art at man må bøye seg for den.

Vær på den annen side særdeles omhyggelig i vurderingen av den slags kilder og forfattere; ansvaret hviler i slike tilfeller med full tyngde på journalisten. Husk at mange gjerne

vil bruke et blad som redskap for å komme medmennesker til livs uten å ha akverdige grunner for det. Gjør aldri bruk av opplysninger: eller innlegg fra anonyme kilder.

Er ulykken skjedd og en uriktig melding kommet på trykk, så nøl ikke med å beriktige den på skikkelig vis! Vær i så fall ikke redd for å innrømme feilen og beklage den! Vis også den størst mulig imøtekommenhet når det gjelder å gi plass for tilsvare eller dementer fra personer og institusjoner som er angrepet eller som det er brakt uriktige opplysninger om, forutsatt at innlegget er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form.

Vær på vakt mot meldinger som røper militære eller andre hemmeligheter av betydning for rikets sikkerhet. Vær oppmerksom på at det ofte er vanskelig for den ikke-sakkyndige å vurdere skadevirkningene av slike opplysninger; de kan ikke sjelden virke harmløse, men likevel være av stor betydning for en annen maktsetningsvesen. Innhent i viltsikkelig alltid uttalelse fra de ansvarlige myndigheter.

Sørg for å holde et klart skille mellom redaksjonelt stoff og annonser, så leserne aldri kan være i tvil på dette punkt. Det er særlig viktig å behandle alle emner nøkternt og strengt saklig som har tilknytning til annonser, eller kunne ha det. Vær på vakt mot alle forsøk på å oppnå redaksjonell omtale som det ikke er full dekning for. Gi ikke etter for forsøk på å øve påtrykk i noen form.

Det er pressemannens rett og plikt ikke å skrive eller gjøre noe som strider mot hans samvittighet og overbevisning.

Vis særlig varsomhet i politi- og rettsreportasjen! Her er det ofte menneskeskjebner det gjelder, og ubetenksomhet eller hensynsløshet fra presserfolks side kan gjøre ubotelig skade.

Enhver journalist plikter å kjenne og ta tilbørlig hensyn

til de retningslinjer for pressens omtale av rettsaker som er utformet av Norsk Presseforbund i samråd med Riksdoktoren, Den Norske Dommerforening og Den Norske Advokatforening. Særlig viktig er disse reglene:

Omtal ikke politianmeldelser før det eventuelt er innledet straffeforfølgning, dersom da ikke særlige grunner gjør unntak fra denne regel forsvarlig.

Hold alltid for øye at en anmeldt, siktet eller tiltalt person kan være helt uskyldig; skylden er først fastslått når endelig dom foreligger. Klargjør derfor alltid omhyggelig at det politi og påtalemyndighet legger fram i siktelser, tiltalebeslutninger o. l., ikke kan tas som kjensgjerninger før det er prøvet i retten.

Referater av partsinnlegg, vitneprov m. v. i en rettsak skal være objektive, og ingen av partene må favoriseres ved å gis uforholdsmessig spalteplass, oppslag e. l. Vær varsom med å gi angrep eller beskyldninger fra vitner, advokater og andre sensasjonelt utstyr eller å gjengi dem slik at de framtrer som fastslåtte kjensgjerninger.

En må være varsom med å gi detaljerte opplysninger om bevisene i en straffesak, mens den blir etterforsket. Den som skal vitne i en sak, må ikke føle seg bundet av tidligere uttalelser til pressen, og en må derfor være varsom med å gjengi slike uttalelser i direkte tale eller i kategorisk form. Det er utilbørlig å intervju noen som er innkalt som vitne i en sak.

Inntil det er falt dom i en sak, må pressen avholde seg fra yringer om den som kan være egnet til å påvirke domstolen. Det er utilstedeilig å drive propaganda for fellelse eller frifinnelse, å gi vurderinger av bevismidler eller vitneprov og å skape stemning for eller imot noen som er innblandet i saken. Dette er ikke til hinder for at pressen på-

taler skritt som er tatt eller metoder som er anvendt av myndighetene ved behandlingen av saken, eller at domsresultatet og bevisføringen blir kritisert etter at retten har talt.

Unngå i omtalen av kriminalsaker detaljer som kan virke særlig oppskakende eller opprørende eller på annen måte uheldig! Særlig varsomhet i så måte må vises når det gjelder seksualforbrytelser. Glem aldri hensynet til ofrene og deres pårørende!

Offentliggjør ikke navn på – eller bilder av – unge lovovertredere! Slik publisitet kan i høy grad vanskeliggjøre arbeidet med å bringe dem på rett vei igjen, og ofte har disse mennesker bare forbrutt seg i ren ubetenksomhet. Vær også ytterst varsom med å trekke fram igjen eldre, somte forgåelser, og fremhev ikke under omtalen av lovovertredere deres rase, nasjonalitet, yrke, politiske eller religiøse overbevisning, når slikt ikke har direkte betydning for saken.

Vitner og andre som opptrer i en rettsak har krav på hensynsfull behandling fra pressens side. I særdeleshet gjelder det ofrene for voldsforbrytelser, pengeutpressing o. l. Glem heller aldri hensynet til en lovovertreders pårørende!

Selv mord og selvmordsforsøk omtales ikke, dersom ikke ganske særegne omstendigheter – f. eks. i samband med alvorlige forbrytelser – gjør det forsvarlig.

Respekter i det hele tatt privatlivets fred i alle tilfeller hvor ikke tungtveiende almene hensyn gjør det uavviselig nødvendig å trekke også private forhold fram for offentligheten.

Det som ovenfor er sagt om å vise hensyn, gjelder også publisering av bilder som kan virke sårende eller som krenker privatlivets fred.

(Vedtatt på NP's årsmøte 13. mai 1956.)

VÆR VARSOM

1. En fri presse ivaretar viktige oppgaver i vårt samfunn ved formidling av informasjon, debatt og samfunnskritikk.
Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnslivet og avdekke kritikkverdige forhold. Den kan ikke gi etter for press fra noen som søker å hindre fri informasjonsformidling, fri adgang til kildene og åpen debatt. Samtidig har pressen et ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk i rimelig utstrekning.
Det er en oppgave for pressen å beskytte enkeltmennesker mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, organisasjoner, private foretak og andre.
Den enkelte avis og de enkelte medarbeidere må kunne opptre fritt og uavhengig og verne om sin integritet. En journalist kan ikke pålegges å skrive eller gjøre noe som strider mot egen overbevisning.
2. Trykkefriheten og ytringsfriheten legger et ansvar på journalisten og avisen:
 - Vær kritisk i valg av kilder og kontroller så langt det er mulig at opplysninger som gis er korrekte.
 - Gjør det klart for leseren hva som er faktiske opplysninger og kommentarer.
 - Misbruk ikke andres tillit. Det bør fremgå at de opplysninger og uttalelser som gis kan bli offentliggjort.
 - Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningene av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft.
 - Vis respekt for menneskers privatliv, rase, nasjonalitet eller livssyn. Fremhev ikke personlige avvik når dette er saken uvedkommende.
 - Sørg for at titlene ikke går lenger enn det er dekning for i stoffet.
 - Oppretthold et klart skille mellom annonser og redaksjonell tekst, og gi aldri tilsagn om redaksjonell omtale som motytelser for annonser.
 - Vær på vakt mot forsøk på å oppnå fordeler i forhold til avisen, og utnytt ikke stillingen som journalist til å oppnå private fordeler.
3. Vern om avisens kilder! Oppgi ikke navn på hjemmelsmann for opplysninger eller forfattere som opptrer under pseudonym, hvis ikke vedkommende selv samtykker. Først når det foreligger et pålegg fra en domstol om å oppgi kilde eller navn på forfatter, er det avisens og den enkelte medarbeiders plikt å vurdere om kilden eller forfatteren skal gjøres kjent.
4. Innrøm og beklag feilen hvis uriktige opplysninger er kommet på trykk. Gi snarest mulig plass for tilsvaret og dementier, forutsatt at innlegget er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form. Utstyr ikke innlegg med redaksjonell, polemisk replikk.
5. For bruk av bilder gjelder de samme aktsomhetskrav som for det skrevne ord. Unngå bearbeidelse som endrer et bildes karakter og skaper et feilaktig inntrykk. Vær varsom med bruk av bilder i en annen sammenheng enn den opprinnelige.
6. Legg særlig vekt på saklighet og omtanke i rettsreportasje, såvel i sivilsaker som i straffesaker. Skyldspørsmålet for en mistenkt, anmeldt, siktet eller tiltalt er først avgjort når endelig dom foreligger. Gjør det derfor alltid klart at det som kommer fram i anmeldelser, siktelser, tiltalebeslutninger, stevninger o.l. ikke kan tas som kjennsgjæringer før det er prøvet av retten.
Unngå bruk av navn og bilder i retts- og kriminalreportasjen hvis ikke sterke allmenne hensyn taler for det. Vær varsom med å trekke fram eldre og sonete forgåelser.
Glem ikke at den som utsettes for en forbrytelse forsvarsløst kan få sitt privatliv utlevert for offentligheten. Utsett ikke offeret, de implisertes pårørende og andre i deres miljø for slike overgrep.
7. Selvmord og selvmordsforsøk skal som hovedregel ikke omtales.

Husk: *Det trykte ord gir både makt og ansvar. Misbruk det ikke!*

Vedtatt av

NORSK PRESSEFORBUND

(Første gang i 1936, senere revidert i 1956 og 1966.

Siste gang revidert 12. november 1975.)

Vær Varsom

1. Pressens samfunnsrolle

- 1.1 Ytringsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.
 - 1.2 Som samfunnsinstitusjon ivaretar pressen viktige oppgaver ved formidling av informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har derfor et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.
 - 1.3 Pressen skal verne om ytringsfriheten og trykkefriheten. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre fri informasjonsformidling fri adgang til kildene og åpen debatt om ethvert spørsmål av samfunnsmessig betydning.
 - 1.4 Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold.
 - 1.5 Det er pressens oppgave å beskytte enkeltpersoner mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.
2. **Integritet og ansvar**
 - 2.1 Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for avisens/bladets innhold, og skal fremme en saklig og fri informasjons- og opinionsformidling.
 - 2.2 Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet for å kunne oppføre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.
 - 2.3 Redaksjonelle medarbeidere må ikke utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler.
 - 2.4 En redaksjonell medarbeider kan ikke pålegges å skrive eller gjøre noe som strider mot egen overbevisning.
 - 2.5 Opprethold et klart skille mellom annonser og redaksjonell tekst. AVVIS annonser som tar sikte på å etterligne eller utnytte et redaksjo-

nel produkt, og som bidrar til å svekke tilliten til den redaksjonelle integritet og avisens/bladets uavhengighet.

- 2.6 Gi aldri tilsagn om redaksjonell motyelse for annonser. Pressen må kunne gå god for at det som publiseres er et resultat av en redaksjonell vurdering.

- 2.7 Redaksjonelle medarbeidere må ikke motta pålegg om oppdrag fra andre enn den redaksjonelle ledelse.

3. Forholdet til kildene

- 3.1 Vær oppmerksom på pressens kilder. Oppgi aldri navn på hjemmelsmann for opplysninger som er gitt under løfte om anonymitet, hvis ikke vedkommende selv samtykker. Det samme gjelder for forfattere som opptrer under pseudonym.
- 3.2 Det bør klart fremgå at uttalelser som gis, kan bli offentliggjort.
- 3.3 Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uviitenhet eller sviktende dømmekraft.

4. Publiseringsregler

- 4.1 Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis og uttalelser som gjengis, er korrekte.
- 4.2 Gjør det klart for leseren hva som er faktiske opplysninger og hva som er kommentarer.
- 4.3 Vis respekt for menneskers identitet, privatliv, rase, nasjonalitet eller livssyn. Fremhev ikke personlige avvik når dette er saken uvedkommende.
- 4.4 Legg vekt på saklighet og omtanke i all reportasje. Sørg for at titlene ikke går lenger enn det er deknning for i stoffet.
- 4.5 Legg særlig vekt på saklighet og omtanke i rettsreportasje, såvel i sivilsaker som i straffesaker. Skyldspørsmålet for en mistenkt, anmeldt, siket eller tiltalt er først avgjort når rettskriftlig avgjørelse foreligger.

Gjør det klart at det som kommer frem i anmeldelser, siktelser, tiltalebeslutninger, stevninger, o.l. ikke kan tas som kjensgjemninger før det er prøvet av retten.

4.6. Vær varsom med bruk av navn og bilde og andre klare identifikasjonstegn i retts- og kriminalrapportasje. Vis særlig omtanke ved omtale av saker som er under etterforskning, og i saker som gjelder unge lovovertredere. Avstå fra identifikasjon når dette ikke er nødvendig for å tilfredsstille berettigede informasjonskrav.

4.7. Selvmord og selvmordsforsøk skal som hovedregel ikke omtales.

4.8. Vær varsom med å røpe barns identitet i omtale av familietvisiter eller saker som behandles av barnevernet.

4.9. Vær varsom med bruk av bilder i en annen sammenheng enn den opprinnelige. Unngå bearbeidelse som endrer et bildes karakter og skaper et feilaktig inntrykk. For bruk av bilder gjelder de samme aksjonskrav som for det skrevne ord.

4.10. Beklag snarest: Teil dersom uriktige opplysninger er kommet på trykk.

4.11. Gi snarest mulig plass for tilsvarende fra personer, institusjoner m.v., som er blitt utsatt for angrep. Ustyttr ikke tilsvarende med redaksjonell, politisk replikk, men ha som krav at tilsvarende er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form.

5. God presseskikk

5.1. Den enkelte redaktør og medarbeider har ansvar for å kjenne pressens etiske normer, og plikter å legge disse til grunn for sin virksomhet.

Vedtatt av
NORSK PRESSEFORBUND

(Første gang i 1936, senere revidert
i 1956, 1966 og 1975.
Siste gang revidert 2. desember 1987.)

Vær Varsom

1. Pressens samfunnsrolle

- 1.1 Ytringsfrihet og trykkefrihet er grunnlegger i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.
- 1.2 Som samfunnsinstitusjon ivaretar pressen viktige oppgaver ved formidling av informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har derfor et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.
- 1.3. Pressen skal verne om ytringsfriheten og trykkefriheten. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre fri informasjonsformidling, fri adgang til kildene og åpen debatt om ethvert spørsmål av samfunnsmessig betydning.
- 1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold.
- 1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltpersoner mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

2. Integritet og ansvar

- 2.1. Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for avisens/bladets innhold, og skal fremme en saklig og fri informasjons- og opinionsformidling.
- 2.2. Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.
- 2.3. Redaksjonelle medarbeidere må ikke utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler.

- 2.4. En redaksjonell medarbeider kan ikke pålegges å skrive eller gjøre noe som strider mot egen overbevisning.
- 2.5. Oppretthold et klart skille mellom annonser og redaksjonell tekst. Avvis annonser som tar sikte på å etterligne eller utnytte et redaksjonelt produkt, og som bidrar til å svekke tilliten til den redaksjonelle integritet og avisens/bladets uavhengighet.
- 2.6. Gi aldri tilsagn om redaksjonell motytelse for annonser. Pressen må kunne gå god for at det som publiseres er et resultat av en redaksjonell vurdering.
- 2.7. Redaksjonelle medarbeidere må ikke motta pålegg om oppdrag fra andre enn den redaksjonelle ledelse.
- 3. Forholdet til kildene**
- 3.1. Vern om pressens kilder. Oppgi aldri navn på hjemmelsmann for opplysninger som er gitt under løfte om anonymitet, hvis ikke vedkommende selv samtykker. Det samme gjelder for forfattere som opptrer under pseudonym.
- 3.2. Det bør klart fremgå at uttalelser som gis, kan bli offentliggjort.
- 3.3. Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft.
- 4. Publiseringsregler**
- 4.1. Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis og uttalelser som gjengis, er korrekte.
- 4.2. Gjør det klart for leseren hva som er faktiske opplysninger og hva som er kommentarer.
- 4.3. Vis respekt for menneskers identitet, privatliv, rase, nasjonalitet eller livssyn. Fremhev ikke personlige avvik når dette er saken uvedkommende.
- 4.4. Legg vekt på saklighet og omtanke i all rapportasje. Sørg for at titlene ikke går lengre enn det er dekning for i stoffet.
- 4.5. Legg særlig vekt på saklighet og omtanke i rettsreportasje, så vel i sivilsaker som i straffesaker. Skyldspørsmålet for en mistenkt, anmeldt, siktet eller tiltalt er først avgjort når rettskraftig avgjørelse foreligger. Gjør det klart at det som kommer frem i anmeldelser, siktelser, tiltalsbeslutninger, stevninger, o.l., ikke kan tas som kjensgjerninger før det er prøvet av retten.
- 4.6. Vær varsom med bruk av navn og bilde og andre klare identifikasjonstegn i retts- og kriminalreportasje. Vis særlig omtanke ved omtale av saker som er under etterforskning, og i saker som gjelder unge lovovertredere. Avstå fra identifikasjon når dette ikke er nødvendig for å tilfredsstille berettigede informasjonskrav.
- 4.7. Selvmord og selvmordsforsøk skal som hovedregel ikke omtales.
- 4.8. Vær varsom med å røpe barns identitet i omtale av familietvister eller saker som behandles av barnevernet.
- 4.9. Offentliggjør ikke navn på omkomne eller savnede personer uten å ha visshet for at de nærreste pårørende er underrettet.
- 4.10. Vær varsom med bruk av bilder i en annen sammenheng enn den opprinnelige. Unngå manipulering som endrer bildets karakter og skaper et feilaktig inntrykk. I de tilfeller montasje likevel kan forsvares (illustrasjoner o.l.), skal det merkes med fellessymbolet «Montasje». For bruk av bilder gjelder de samme aktsomhetskrav som for det skrevne ord.
- 4.11. Beklag snarest feil dersom uriktige opplysninger er kommet på trykk.
- 4.12. Gi snarest mulig plass for tilsvarende fra personer, institusjoner m.v. som er blitt utsatt for angrep. Utstyr ikke slike tilsvarende med redaksjonell, polemisk replikk, men ha som krav at tilsvaret er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form.

5. God presseskikk

5.1. Den enkelte redaktør og medarbeider har ansvar for å kjenne pressens etiske normer, og plikter å legge disse til grunn for sin virksomhet.

Vedtatt av
NORSK PRESSEFORBUND

Første gang i 1936, senere revidert i 1956, 1966, 1975, 1987 og 1992
Tillegg vedtatt november 1989 og februar 1990.

Vær Varsom

Etiske normer for pressen (trykt presse, radio og fjernsyn)
Vedtatt av Norsk Presseforbund 14.12. 1994

Den enkelte redaktør og medarbeider har ansvar for å kjenne pressens etiske normer og plikter å legge disse til grunn for sin virksomhet.

1. Pressens samfunnsrolle

1.1 Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.

1.2 Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

1.3 Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetens prinsipp. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kilderne.

1.4 Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold.

1.5 Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

2. Integritet og ansvar

2.1 Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for avisens, bladets eller kringkastingssendingens innhold.

2.2 Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne oppføre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.

- 2.3. Redaksjonelle medarbeidere må ikke påta seg oppdrag eller verv som skaper interessekonflikter i forhold til deres redaksjonelle oppgaver. De må unngå dobbeltroller som kan svekke deres troverdighet.
- 2.4. Redaksjonelle medarbeidere må ikke utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler.
- 2.5. En redaksjonell medarbeider kan ikke pålegges å gjøre noe som strider mot egen overbevisning.
- 2.6. Avis alle forsøk på å bryte ned det klare skillet mellom reklame og redaksjonell innhold. Avvis også reklame som tar sikte på å etterligne eller utnytte et redaksjonelt produkt, og som bidrar til å svekke tilliten til den redaksjonelle troverdighet og pressens uavhengighet.
- 2.7. Gi aldri tilsagn om redaksjonelle motytelser for reklame. Det som offentliggjøres, skal være et resultat av en redaksjonell vurdering.
- 2.8. Det er uforenlig med god presseskikk å la sponsing påvirke redaksjonell virksomhet, innhold og presentasjon.
- 2.9. Redaksjonelle medarbeidere må ikke motta pålegg om oppdrag fra andre enn den redaksjonelle ledelse.
- 3. Forholdet til kildene**
- 3.1. Pressens troverdighet styrkes ved at kildene for informasjon identifiseres, med mindre det kommer i konflikt med behovet for å verne kildene.
- 3.2. Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte. Ved bruk av anonyme kilder må det stilles særskilte krav til kildekritikk.
- 3.3. Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervju situasjoner og ellers i forhold til kilder og kontakter.
- 3.4. Vem om pressens kilder. Kildevernet er et grunnleggende prinsipp i et fritt samfunn og er en forutsetning for at pressen skal kunne fylle sin samfunnsoppgave og sikre tilgangen på vesentlig informasjon.
- 3.5. Oppgi ikke navn på kilde for opplysninger som er gitt i fortrolighet, hvis dette ikke er uttrykkelig avtalt med vedkommende.
- 3.6. Av hensyn til kildene og pressens uavhengighet skal upublisert materiale som hovedregel ikke utleveres til utenforstående.
- 3.7. Pressen har plikt til å gjengi meningsinnholdet i det som brukes av intervjuobjektets uttalelser. Direkte sitater skal gjengis presist.
- 3.8. Endring av avgitte uttalelser bør begrenses til korrigering av faktiske feil. Ingen uten redaksjonell myndighet kan gripe inn i redigering og presentasjon av redaksjonelt materiale.
- 3.9. Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft.
- 3.10. Skjult kamera/mikrofon eller falsk identitet skal bare brukes i unntakstilfeller. Forutsetningen må være at dette er eneste mulighet til å avdekke forhold av vesentlig samfunnsmessig betydning.
- 4. Publiseringsregler**
- 4.1. Legg vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon.
- 4.2. Gjør klart hva som er faktiske opplysninger og hva som er kommentarer.
- 4.3. Vis respekt for menneskers egenart og identitet, privatliv, rase, nasjonalitet og livssyn. Fremhev ikke personlige og private forhold når dette er saken uvedkommende.
- 4.4. Sørg for at overskrifter, henvisninger, ingresser og inn- og utannonseringer ikke går lengre enn det er dekning for i stoffet.
- 4.5. Unngå forhåndsdomming i kriminal- og rettsreportasje. Gjør det klart at skyldspørsmålet for en mistenkt, anmeldt, siktet eller tiltalt først er avgjort ved rettskraftig dom. Det er god presseskikk å omtale en rettskraftig avgjørelse i saker som har vært omtalt tidligere.
- 4.6. Ta hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og påtørendene. Identifiser ikke omkomne eller savnede

personer uten at de nærmeste pårørende er underrettet. Vis hensyn overfor mennesker i sorg eller ubalanse.

- 4.7. Vær varsom med bruk av navn og bilde og andre klare identifikasjonstegn i kriminal- og rettsreportasje. Vis særlig omtanke ved omtale av saker som er under etterforskning, og i saker som gjelder unge lovovertredere. Avstå fra identifikasjon når dette ikke er nødvendig for å tilfredsstille berettigede informasjonskrav.
- 4.8. Barns identitet skal som hovedregel ikke røpes i familietvister, barnevernsaker eller rettssaker.
- 4.9. Selvmord eller selvmordsforsøk skal som hovedregel ikke omtales.
- 4.10. Vær varsom med bruk av bilder i annen sammenheng enn den opprinnelige.
- 4.11. Vern om det journalistiske fotografiets troverdighet. Bilder som brukes som dokumentasjon må ikke endres slik at de skaper et falsk inntrykk. Manipulerte bilder kan bare aksepteres som illustrasjon når det tydelig fremgår at det dreier seg om en montasje.
- 4.12. For bruk av bilder gjelder de samme aktsomhetskrav som for skriftlig og muntlig fremstilling.
- 4.13. Feilaktige opplysninger skal rettes og eventuelt beklages snarest mulig.
- 4.14. De som utsettes for sterke beskyldninger skal såvidt mulig ha adgang til samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger. Debatt, kritikk og nyhetsformidling må ikke hindres ved at parter ikke er villig til å uttale seg eller medvirke til debatt.
- 4.15. De som utsettes for angrep skal snarest mulig få adgang til tilsvarende mindre angrep og kritikk inngår som ledd i en løpende meningsutveksling. Tilsvarende skal ikke utstyres med redaksjonell, polemisk replikk. Ha som krav at tilsvaret er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form.

ORD OG BILDER ER MEKTIGE VÅPEN. MISBRUK DEM IKKE!



01.12.2003

Etikk | Hva er NP? | Slik klager du | Pressemeldinger | Uttalelser | Offen
Kontakt oss | Lenker | Søker | Statistikk for PFU

Vær Varsom

(NYNORSK VERSJON UNDER)

**Etiske normer for pressen (trykt presse, radio, fjernsyn og nettpublikasjoner)
Vedtatt av NORSK PRESSEFORBUND**

*Første gang i 1936, senere revidert i 1956, 1966, 1975, 1987, 1989, 1990, 1994 og
2001.*

1. Pressens samfunnsrolle

1.1. Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.

1.2. Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

1.3. Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene.

1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.

1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsmøtelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

2. Integritet og ansvar

2.1. Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold.

2.2. Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.

2.3. Redaksjonelle medarbeidere må ikke ha oppdrag, verv, økonomiske eller andre bindinger som kan skape interessekonflikter i forhold til deres redaksjonelle oppgaver. De må unngå dobbeltroller som kan svekke deres troverdighet. Vis åpenhet om forhold som kan påvirke redaksjonelle medarbeideres habilitet.

2.4. Redaksjonelle medarbeidere må ikke utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler.

2.5. En redaksjonell medarbeider kan ikke pålegges å gjøre noe som strider mot egen

overbevisning.

2.6. Avvis alle forsøk på å bryte ned det klare skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold. Avvis også reklame som tar sikte på å etterligne eller utnytte et redaksjonelt produkt, og som bidrar til å svekke tilliten til den redaksjonelle troverdighet og pressens uavhengighet.

2.7. Gi aldri tilsagn om redaksjonelle motytelser for reklame. Det som offentliggjøres, skal være et resultat av en redaksjonell vurdering. Sørg for å opprettholde det klare skillet mellom journalistikk og kommersiell kommunikasjon også ved bruk av pekere og andre koplinger.

2.8. Det er uforenlig med god presseskikk å la sponing påvirke redaksjonell virksomhet, innhold og presentasjon.

2.9. Redaksjonelle medarbeidere må ikke motta pålegg om oppdrag fra andre enn den redaksjonelle ledelse.

3. Journalistisk atferd og forholdet til kildene.

3.1. Pressens troverdighet styrkes ved at kildene for informasjon identifiseres, med mindre det kommer i konflikt med behovet for å verne kildene.

3.2. Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte. Ved bruk av anonyme kilder må det stilles særskilte krav til kildekritikk.

3.3. Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervju situasjoner og ellers i forhold til kilder og kontakter.

3.4. Vern om pressens kilder. Kildevernet er et grunnleggende prinsipp i et fritt samfunn og er en forutsetning for at pressen skal kunne fylle sin samfunnsoppgave og sikre tilgangen på vesentlig informasjon.

3.5. Oppgi ikke navn på kilde for opplysninger som er gitt i fortrolighet, hvis dette ikke er uttrykkelig avtalt med vedkommende.

3.6. Av hensyn til kildene og pressens uavhengighet skal upublisert materiale som hovedregel ikke utleveres til utenforstående.

3.7. Pressen har plikt til å gjengi meningsinnholdet i det som brukes av intervjuobjektets uttalelser. Direkte sitater skal gjengis presist.

3.8. Endring av avgitte uttalelser bør begrenses til korrigerende av faktiske feil. Ingen uten redaksjonell myndighet kan gripe inn i redigering og presentasjon av redaksjonelt materiale.

3.9. Opptre hensynsfullt i den journalistiske arbeidsprosessen. Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft. Husk at mennesker i sjokk eller sorg er mer sårbare enn andre.

3.10. Skjult kamera/mikrofon eller falsk identitet skal bare brukes i unntakstilfeller. Forutsetningen må være at dette er eneste mulighet til å avdekke forhold av vesentlig samfunnsmessig betydning.

4. Publiseringsregler

- 4.1. Legg vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon.
- 4.2. Gjør klart hva som er faktiske opplysninger og hva som er kommentarer.
- 4.3. Vis respekt for menneskers egenart, privatliv, rase, nasjonalitet og livssyn. Fremhev ikke personlige og private forhold når dette er saken uvedkommende.
- 4.4. Sørg for at overskrifter, henvisninger, inngresser og inn- og utannonseringer ikke går lengre enn det er dekning for i stoffet. Det er god presseskikk å oppgi kilden når opplysninger er hentet fra andre medier.
- 4.5. Unngå forhåndsdømming i kriminal- og rettsreportasje. Gjør det klart at skyldspørsmålet for en mistenkt, anmeldt, siktet eller tiltalt først er avgjort ved rettskraftig dom. Det er god presseskikk å omtale en rettskraftig avgjørelse i saker som har vært omtalt tidligere.
- 4.6. Ta hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og pårørende. Identifiser ikke omkomne eller savnede personer uten at de nærmeste pårørende er underrettet. Vis hensyn overfor mennesker i sorg eller ubalanse.
- 4.7. Vær varsom med bruk av navn og bilde og andre klare identifikasjonstegn i kriminal- og rettsreportasje. Vis særlig omtanke ved omtale av saker som er under etterforskning, og i saker som gjelder unge lovovertredere. Avstå fra identifikasjon når dette ikke er nødvendig for å tilfredsstille berettigede informasjonskrav.
- 4.8. Når barn omtales, er det god presseskikk å ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet. Dette gjelder også når foresatte har gitt sitt samtykke til eksponering. Barns identitet skal som hovedregel ikke røpes i familietvister, barnevernsaker eller rettssaker.
- 4.9. Selvmord eller selvmordsforsøk skal som hovedregel ikke omtales.
- 4.10. Vær varsom med bruk av bilder i annen sammenheng enn den opprinnelige.
- 4.11. Vern om det journalistiske fotografiets troverdighet. Bilder som brukes som dokumentasjon må ikke endres slik at de skaper et falsk inntrykk. Manipulerte bilder kan bare aksepteres som illustrasjon når det tydelig fremgår at det dreier seg om en montasje.
- 4.12. For bruk av bilder gjelder de samme aktsomhetskrav som for skriftlig og muntlig fremstilling.
- 4.13. Feilaktige opplysninger skal rettes og eventuelt beklages snarest mulig.
- 4.14. De som utsettes for sterke beskyldninger skal såvidt mulig ha adgang til samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger. Debatt, kritikk og nyhetsformidling må ikke hindres ved at parter ikke er villig til å uttale seg eller medvirke til debatt.
- 4.15. De som utsettes for angrep skal snarest mulig få adgang til tilsvar, med mindre angrep og kritikk inngår som ledd i en løpende meningsutveksling. Tilsvar skal ikke utstyres med redaksjonell, polemisk replikk. Ha som krav at tilsvaret er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form.
- 4.16. Vær varsom med å opprette pekere fra digitale utgaver til innhold som bryter med god presseskikk. Sørg for at pekere til andre medier eller publikasjoner, er tydelig merket. Det er god presseskikk å informere brukere av interaktive tjenester om hvordan publikasjonen registrerer og

eventuelt utnytter bruken av tjenestene.

4.17. Dersom redaksjonen velger ikke å forhåndsredigere digitale meningsutvekslinger, må dette bekjentgjøres på en tydelig måte for de som har adgang til disse. Redaksjonen har et selvstendig ansvar for så snart som mulig å fjerne innlegg som bryter med god presseskikk.

Ord og bilder er mektige våpen, misbruk dem ikke!