Norsk Redaktørforening

Styremøte Palma 21. september 2012

AJ

***Sak 2012-38: Gjennomgang av Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten – innstilling av medlemmer til NP-utvalg***

Sekretariatet viser til vedlagte utkast til styredokument til Norsk Presseforbunds styremøte fredag 28. september.

Som det fremgår legger NPs generalsekretær opp til en drøfting av tre henvendelser:

1. Henvendelse fra NR vedr tekstreklame.

2. Henvendelse fra Blå Kors og IOGT (Lørenskog) vedr alkoholomtale.

3. Henvendelse fra Likestillings- og diskrimineringsombudet vedr ”stereotypier i pressen”.

4. ”Forholdismen” i Vær Varsom-plakaten.

Det legges opp til at en egen komité får i oppdrag å gå gjennom Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten. NR-sekretariatet er muntlig bedt om å bidra til at NR-styret foreslår to medlemmer til komiteen.

Etter sekretariatets syn er det fornuftig med en gjennomgang av så vel Vær Varsom-plakaten som Tekstreklameplakaten. Det siste følger naturlig av styresak 2012-36 og Teksreklameutvalgets rapport. Men også Vær Varsom-plakaten bør etter sekretariatets mening gjennomgås. Det er fem år siden sist det ble gjort endringer i plakaten (2007), og syv år siden siste store revisjon (2005). Gjennomgangen av begge plakatene bør forankres i grundige høringsrunder blant NPs medlemsorganisasjoner.

I tillegg til dette mener sekretariatet det er naturlig å se på PFUs vedtekter. Blant annet bør det vurderes å få vedtektsfestet tydelige regler for åpenhet i PFU og hvilke krav som skal stilles til ”varsling” til klager i de tilfeller hvor det viser seg at innklagede artikler eller innslag er publisert i flere medier. Det kan også være andre deler av PFUs praksis, slik den har utviklet seg de siste årene som bør gjennomgås. Denne oppgaven kan enten legges til den samme komiteen som skal vurdere Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten, eller NR kan initiere at det settes ned et eget utvalg til å se på vedtektene. NPs generalsekretær har også antydet muligheten for at to ulike utvalg skal gå gjennom henholdsvis Vær Varsom-plakaten og Tekstreklame-plakaten. NR-sekretariatet heller mot en løsning hvor ett utvalg ser på så vel begge plakatene, som vedtektene.

**Forslag til vedtak:**

NR støtter oppnevnelsen av en komité til å gjennomgå Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten med sikte på mulige endringer og revisjoner. NR foreslår samtidig at den samme komiteen også får i oppdrag å gjennomgå PFUs vedtekter, blant annet med sikte på å vedtektsfeste prinsipper for åpenhet i PFU. Som NR-representanter i komiteen foreslås…

**Vedlegg 1**

RevVVp2012

Til Styret

i Norsk Presseforbund

Oslo, 3. september 2012

Det er en utvilsom styrke ved de presseetiske normer i vårt land at Vær Varsom- og Tekstreklameplakatene jevnlig vurderes og revideres. Dette er en styrke som er fremhevet og understreket også av pressekolleger i andre land, fordi en slik prosess ikke bare sikrer et mest mulig ajourført og relevant presseetisk regelverk, men også en bred etisk debatt med høringsrunder i pressemiljøet.

Det er nå sju år siden den forrige omfattende revisjon av Vær Varsom-plakaten (2005), og fem år siden Tekstreklameplakaten ble revidert og endret på et par punkter (2007). I 2007 fikk Vær Varsom-plakaten dessuten bestemmelser om betalingsjournalistikk, som førte til et helt nytt punkt, pkt. 3.11, samt to tillegg i pkt. 1.3 og pkt. 3.2.

Sekretariatet mener det nå er tid for ny gjennomgang av plakatene:

1. Tekstreklameutvalget som NR nedsatte i august 2011, presenterte sin rapport på foreningens vårmøte i Bergen i mai 2012. Rapporten er sendt på høring til NRs medlemmer og regionforeninger. Frist for tilbakemelding til NR-sekretariatet er satt til 10. september. **(Vedlegg 1).**

Vi vet ikke sikkert om høringsrunden vil ende i forslag fra NR om nye punkter eller tilleggsformuleringer, men etter rapporten og debatten i Bergen å dømme, er det all grunn til å tro at prosessen vil ende med slike forslag.

1. Blå Kors Norge mener ”medienes massive (og stort sett positive) dekning av alkohol” i praksis utraderer reklameforbudet. Organisasjonen har skrevet brev til Presseforbundet, blant annet med et konkret forslag om at både Vær Varsom-plakatens pkt 2.6 og Tekstreklameplakaten får et tillegg når det gjelder advarsler mot det som kan bryte ned det klare skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold. Blå Kors foreslår dette tillegget: *”Det gjelder spesielt innenfor områder der loven begrenser eller forbyr muligheten for reklame, for eksempel legemidler, tobakk og alkohol”.* Organisasjonen viser til at svenskenes etiske regelverk har en slik bestemmelse. **(Vedlegg 2).**

Også IOGT (Lørenskog) har henvendt seg Presseforbundet. IOGT mener det har vært en klar dreining i medienes alkoholomtale, fra det mer analyserende til det direkte reklamerende. ”Pressens omtale av alkohol domineres i dag av gladsaker, mens omtalen av alkoholisme, misbruk og alkoholrelatert vold og kriminalitet faktisk får mindre spalteplass” enn tidligere. Det vises blant annet til en undersøkelse av Ivar Andenæs ved IJ, ”Spaltefyll og edle dråper” fra 2009. IOGT skriver at forbudet mot tobakksreklame, i motsetning til forbudet mot alkoholreklame, stort ett ser ut til å bli respektert av pressen. **(Vedlegg 3).**

Sekretariatet inviterer ikke styret til en alkoholpolitisk debatt. Vi har imidlertid lovet forslagsstillerne at deres innspill vil bli vurdert seriøst, og mener at forslaget i hvert fall fortjener å bli vurdert av en ny revisjonskomité.

1. Norsk Presseforbund har også fått brev fra Likestillings- og diskrimineringsombudet. Ombudet er bekymret for stereotypiene i pressen, og mener at de nåværende formuleringene i Vær Varsom-plakatens pkt. 4.3 er for generelle og heller ikke er dekkende. I sin høringsuttalelse til ”NOU 2011: 12 Ytringsfrihet og ansvar i en ny mediehverdag” skriver ombudet at det med fordel kan føyes til en formulering som denne: *”Vær varsom med å fremstille personer og saksforhold slik at det bygger opp under stereotypiske oppfatninger som er uriktige, unøyaktige eller irrelevante i sammenhengen”.* **(Vedlegg 4).**

Ombudet har for øvrig invitert Norsk Presseforbund til et møte for å diskutere dette spørsmålet. Det har vi sagt ja til. Møtet finner/fant sted 18. september.

1. Vi er også blitt gjort oppmerksom på at ”forholdismen” har kommet inn i Vær Varsom-plakaten, dvs formuleringer der begrepet ”i forhold til” er brukt feil. Det gjelder både i pkt. 2.2, pkt. 2.3 og pkt. 3.3. **(Vedlegg 4).**

Påpekningen er utvilsomt korrekt, og det blir ikke noe bedre at formuleringene har fått stå ukorrigert i 18 år, altså siden den store revisjonen i 1994. Sekretariat er motstander av formalisme, mener har kommet til at feilene ikke kan rettes uten styrebehandling.

**Vi har konsultert noen av våre medlemsorganisasjoner når det gjelder (for ikke å si i forhold til!) sammensetningen av en ny revisjonskomité. Det åpnes samtidig for at NP-styret på møtet eventuelt kan supplere komiteen med flere navn.**

FORSLAG TIL VEDTAK:

En egen komité skal gjennomgå både Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten. Komiteen skal vurdere de forslag til endringer som er kommet/kommer inn. Den skal også på eget initiativ kunne forslå endringer og tilføyelser som den mener er nødvendige. Komiteen forventes å levere sin innstilling i løpet av første halvår 2013.

Komiteen får følgende sammensetning:

***PEK***