

SAK 10

Revisjon av Vær Varsom- plakaten

Revisjonskomiteens mandat fra NP-styret:

Komiteen skal vurdere de forslag som er kommet til Presseforbundet, og den skal også på eget initiativ kunne foreslå endringer og tilføyelser som den mener er nødvendige eller ønskelige.

Komiteen forventes å levere sin innstilling i løpet av første halvår 2013.

Komiteen har bestått av Thomas Spence (leder), Julie Teresa Olsen, Hege Iren Frantzen, Egil Sundvor, Kjell Øvre Helland, Knut Olav Åmås, Anders Opdahl, Trine Eilertsen, Stig Finslo, Even Trygve Hansen, Christina Dorthellinger og Per Edgar Kokkvold.

Revisjonskomiteens innstilling er enstemmig.

Oslo, 13. februar 2013

Vær Varsom med alkohol?

Norsk Presseforbund fikk sommeren 2012 en henvendelse fra organisasjonen Blå Kors Norge, som mener "medienes massive (og stort sett positive) dekning av alkohol" i praksis utradere reklameforbudet. Organisasjonen mener at Vær Varsom-plakatens pkt. 2.6 (som pålegger pressen å avvise alle forsøk på å bryte ned det klare skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold) bør få et tillegg. Konkret foreslår Blå Kors: *"Det gjelder spesielt innenfor områder der loven begrenser eller forby muligheten for reklame, for eksempel legemidler, tobakk, alkohol"*.

Blå Kors viser til at svensk presses etiske normer, "Spelregler för press, radio och TV" (inkl "Riktlinjer mot textreklam") nettopp inneholder en formulering som ber journalister være spesielt aktsomme og kritiske i sin dekning av alkoholrelatert stoff: *– när utomstående intressenter, t ex PR-byråer, lobbyister, forskare, företag, myndigheter eller organisationer, bidrar med information och upplysningar. Det gäller särskilt för läkemedel, tobak, alkohol och reklam riktad till barn"*.

IOGT Lørenskog sluttet seg til forslaget fra Blå Kors. IOGT skriver at 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, skriver organisasjonen. Det vises blant annet en undersøkelse av Ivar Andenæs ved IJ, "Spaltefyll og edle dråper" fra 2009. IOGT anfører samtidig at forbudet mot tobakksreklame, i motsetning til forbudet mot alkoholreklame, stort sett ser ut til å bli respektert av pressen.

Komiteen har drøftet innspillet, men foreslår ingen endringer eller konkretiseringer i Vær Varsom-plakaten eller Tekstreklameplakaten når det gjelder alkoholen og dens skadevirkninger på mennesker og samfunn. Disse negative virkningene er det en ordinær journalistisk oppgave for mediene å forholde seg til. I den grad det kan påvises at det drives tekstreklame for alkoholprodukter, er det brudd på Tekstreklameplakaten. Skulle det finnes andre uetiske sider ved omtalen av alkoholprodukter, dekkes slike forhold av andre sider ved det eksisterende presseetiske regelverk.

Komiteen er derfor av den oppfatning at det ikke trengs en spesifisering i plakatene med hensyn til alkoholprodukter. Konsekvensene av alkoholbruk og -misbruk er i sin kjerne et sosialpolitisk, ikke et presseetisk problem. De presseetiske normer skal ikke ha en sosialpolitisk agenda, hvor god den enn måtte synes.

For øvrig er mediene frie til å bedrive forbrukerveiledning om alkoholprodukter, siden de er fullt lovlige. Det gjør mediene med en lang rekke varer og tjenester, fra bøker til husvask. Men komiteen vil understreke at mediene har et stort ansvar for å få frem de negative personlige og sosiale konsekvensene av alkoholmisbruk. Vi oppfordrer gjerne medienes organisasjoner til å diskutere disse spørsmålene.

Forholdisme-korrigeringer

Pressens Faglige Utvalg fikk i 2012 en betimelig henvendelse fra nettstedet forholdisme.no, som påpeker tre "i forhold til"-feil i Vær Varsom-plakaten. Feilene har eksistert i hvert fall siden 1994 uten at noen har reagert:

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

Revisjonskomiteen foreslår at ordet "overfor" her erstatter "i forhold til".

I pkt. 2.3 står det: "Redaksjonelle medarbeidere må ikke ha oppdrag eller verv, økonomiske eller andre bindinger som kan skape interessekonflikter *i forhold til* deres redaksjonelle oppgaver..."

Her foreslår komiteen at "som kan skape interessekonflikter *i forhold til* deres redaksjonelle oppgaver", endres til "som kan skape interessekonflikter *i sammenheng med* deres redaksjonelle oppgaver".

I pkt. 3.3 heter det: "Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervjusituasjoner og ellers *i forhold til* kilder og kontakter."

Komiteen foreslår at "i forhold til" endres til "overfor": "Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervjusituasjoner og ellers *overfor* kilder og kontakter".

Sitatsjekk: Økt makt til kildene?

1. Innledning.

Flere amerikanske medier (New York Times og Reuters) innførte regler i 2012 som stanset kilders rett til "sitatsjekk". Årsaken er økt tendens til at kilder ønsker å styre intervjuet gjennom å stryke, endre, legge til eller endog true med å trekke intervjuet. Danske Politiken går motsatt vei og tilbyr i stedet alle sitatsjekk.

Også i Norge er kildenes eventuelle rett til "sitatsjekk" omstridt og et tilbakevendende tema. Det er gjort lite forskning på temaet, men det er grunn til å tro at spesielt økt bruk av pr-, info- og kommunikasjonsrådgivere er et signal om at kildene oftere og sterkere krever å benytte "sitatsjekken" til å endre intervju og sitater i en for dem gunstig retning.

Den digitale medieutvikling med kontinuerlige deadlines medfører potensielt flere konflikter fordi "sitatsjekk" er tidkrevende og konkurransehemmende. Muligheten for å trenere og sabotere legitim publisering er i høy grad til stede.

Sist, men ikke minst meldte NTB høsten 2012 om konkrete eksempler som har skapt frustrasjon og reiser spørsmål ved om maktpersoner utnytter «sitatsjekk» ut over alle rimelige definisjoner av begrepet:

1) Helseminister Jonas Gahr Støre krevde sitatsjekk av alle en-til-en-intervjuer han gjorde etter sitt besøk på Ullevål sykehus. (På en pressekonferanse på Ullevål sykehus etter 22. juli krevde sykehuset sitatsjekk - fra pressekonferansen).

2) NTB opplevde at justisminister Grete Faremo krevde sitatsjekk på en sak, og at hennes medierådgiver meldte tilbake først etter fire timer.

2. Problemstillinger.

Vet journalister og redaktører nok om dagens regelverk og praksis utformet av PFU? En undersøkelse fra Høyskolen i Oslo indikerer at mange journalister tror kilden har eiendomsrett til sine sitater frem til «trykking», slik reglene var inntil 1994.

Har det utviklet seg en praksis som gjør at kilder krever og får rett til større endringer i intervju enn Vær Varsom-plakaten og etablert praksis i PFU tillater?

Bør det innføres tidsfrister for sitatsjekk?

3. Dagens regler

Fem paragrafer i Vær Varsom, særlig 3.8, berører ulike sider av temaet "sitatsjekk".

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.

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

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.

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.

Rettighetene og pliktene gitt kildene i ovennevnte paragrafer, må avveies mot forsøk fra kilder på å:

A) Forsinke eller hindre nyhetsformidling

B) Endre intervjuer utover å korrigere feil, misforståelser eller tilføre relevant ny informasjon.

C) Hindre redaksjonens suverene rett til å avgjøre hva som er relevant og skal publiseres. Journalistikk er ikke gruppearbeid.

4. Forslag

Revisjonskomiteen har diskutert om intervjuobjektets rett til sitatsjekk bør innskrenkes noe, eller innskrenkes kraftig: Om det var riktig å fastslå at sitatsjekk er ingen "rettighet" for enhver kilde, men noe som kan benyttes når særlige hensyn taler for det, for eksempel følsomme tema, komplekse spørsmål, usikre journalister eller kilder som er uvant med intervjusituasjonen: "Sitatsjekk kan benyttes når særlige hensyn taler for det".

Komiteen konkluderer likevel med at en slik innskrenkning verken vil være riktig eller klok, og er i stedet blitt stående med formuleringer som åpner for å tillate sitatsjekk, men som skal forebygge at kilder i etterkant krever sitatsjekk, eller krever å få se hele manus/reportasjer, vite hva andre kilder har sagt, og ikke minst hindre at sitatsjekk brukes til å stanse eller forsinke publisering. Vi foreslår også det tydelig skal framgå av plakaten at det er redaksjonens ansvar å avgjøre hva som endelig skal publiseres.

Den gjeldende Vær Varsom-plakaten:

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.

Forslag til nye pkr 3.7 og pkt. 3.8. i Vær Varsom-plakaten:

3.7. Det er pressens rett å gjengi uttalelser avgitt offentlig eller i en intervjusituasjon.

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

3.8. Avtale om eventuell sitatsjekk bør inngås i forkant av intervjuet, og det bør gjøres klart hva tilbudet omfatter og hvilke tidsfrister som gjelder. Endring av avgitte uttalelser bør begrenses til korrigerende av faktiske feil. Redaksjonen selv avgjør hva som endelig publiseres. Ingen uten redaksjonell myndighet kan gripe inn i redigering og presentasjon av redaksjonelt materiale.

XXXXXXX

Kilder:

Ida Korneliussen: Sitatsjekk - en form for kildestyring? Fordypningsoppgave HiOA 2012

Arnestad, Julie (2007): Ordet fanger? Skrivende journalisters praksis og vurderinger ved sitatsjekk. Oslo: Fordypningsoppgave ved Høyskolen i Oslo.

Michaelsen, Bård (1998): Om kontrollen over utsagn gitt i intervjuer. Andenes: Andøyposten AS.

Endring av pkt. 4.3

Likestillings- og diskrimineringsombudet (LDO) understreket i sin høringsuttalelse til "NOU 2011:12 Ytringsfrihet og ansvar i en ny mediehverdag" behovet for økt kunnskap om hvordan mediene kan unngå å skape eller videreformidle stereotype forestillinger om sårbare grupper. Samtidig reiste ombudet spørsmålet om et mulig nytt punkt, eller tillegg til det nåværende pkt. 4.3 i Vær Varsom-plakaten: "Vær varsom med å fremstille personer og saksforhold slik at det bygger opp under stereotypiske oppfatninger som er uriktige, unøyaktige eller irrelevante i sammenhengen".

I et brev til Norsk Presseforbund skriver LDO at medienes ansvar ikke er godt nok synlig i den nåværende Vær Varsom-plakaten. Pkt. 4.3 er etter ombudets mening ikke dekkende, og "heller ikke egnet til å håndtere alle de utfordringer den enkelte redaktør, journalist mv. står overfor i sin vurdering av om ytringer bidrar til at enkelte grupper i samfunnet utsettes for stigmatisering og trakassering gjennom negative fremstillinger i media".

Norsk Presseforbunds generalsekretær har hatt, etter invitasjon, et møte hos Likestillingsombudet for å diskutere disse spørsmålene. LDO understreker at arbeidet med å forhindre stereotyper og fordommer er av stor betydning for ombudet, særlig sett i lys av internasjonale konvensjoner som Norge er forpliktet til å følge og som ombudet fører tilsyn med. Senere har ombudet trukket sitt konkrete forslag til formuleringer i Vær Varsom-plakaten, men viser i stedet til andre lands presseetiske normer, som ombudet håper Revisjonskomiteen kan la seg inspirere av. Fra den britiske plakaten: "*Details of an individual's race, (...) must be avoided unless genuinely relevant to the story*". Og fra den irske: "*Newspapers and magazines shall not publish material intended or likely to cause grave offence or stir up hatred against an individual or group on the basis of their race, religion, nationality, colour, ethnic origin, membership of the travelling community, gender, sexual orientation, material status, disability, illness or age*".

Revisjonskomiteen tror ikke det er mulig, og heller ikke ønskelig, å lage et nytt pkt. 4.3 i Vær Varsom-plakaten som "er egnet til å håndtere alle de utfordringer" pressefolk står overfor når det gjelder diskriminering og stigmatisering i samfunnet. Men komiteen mener det både er mulig og ønskelig å bringe stigmatiseringsbegrepet inn i plakaten.

Pkt. 4.3s nåværende ordlyd: "Vis respekt for menneskers egenart og identitet, privatliv, rase, nasjonalitet og livssyn. Fremhev ikke personlige og private forhold når dette er saken uvedkommende".

Komiteen foreslår en ny andre linje i pkt 4.3: "**Vis ansvar ved bruk av begreper som kan virke stigmatiserende**". Den nåværende andre setning bør stå, men blir således punktets tredje og siste setning.

Samtidig foreslår komiteen at ordet "rase" i første setning erstattes med ordet "etnisitet".

Noen små korrigeringer

I pkt. 2.7 foreslår Revisjonskomiteen at ordet "pekere" endres til "lenking", dvs at "ved bruk av pekere og andre koplinger" endres til "**ved lenking og andre koplinger**".

I pkt. 3.2, siste linje, foreslår komiteen at formuleringen "informasjon som er gitt fra kilder mot betaling" endres til "informasjon som er gitt **av** kilder mot betaling".

I pkt. 3.4 foreslår Revisjonskomiteen å fjerne et "er", slik at formuleringen blir "Kildevernet er et grunnleggende prinsipp i et fritt samfunn og (er) en forutsetning for at pressen..."

I pkt 4.7 foreslår komiteen at "relevans til de forhold" endres til "relevans **for** de forhold..."

I pkt. 4.8 rettes "barnevernsaker" til "**barnevernssaker**".

I pkt. 4.14 rettes "såvidt mulig" til "**så vidt** mulig".

I pkt 4.16 foreslår Revisjonskomiteen at formuleringen "Vær varsom med å opprette pekere fra digitale utgaver til innhold som bryter med god presseskikk" endres til "Vær varsom med å **lenke** til innhold som bryter med god presseskikk". Begrepet "fra digitale utgaver" går ut, som unødvendig. I andre linje endres også "pekere" til "lenker", for øvrig i tråd med de foreslåtte endringer i Tekstreklameplakaten.

Avslutningsvis tas inn også årets revisjon, i tillegg til de andre.

Vær Varsom-plakaten

Etiske normer for pressen (trykt presse, radio, fjernsyn og nettpublikasjoner)

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

Presseetikken gjelder hele den journalistiske prosessen, fra innsamling til presentasjon av det journalistiske materialet.

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. Avtaler om eksklusiv formidling av arrangementer skal ikke være til hinder for fri nyhetsformidling.

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 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 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 **overfor** 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 eller verv, økonomiske eller andre bindinger som kan skape interessekonflikter i **sammenheng med** 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 **lenking** 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. Kilden for informasjon skal som hovedregel identifiseres, med mindre det kommer i konflikt med kildevernet eller hensynet til tredjeperson.

3.2. Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte. Det er god presseskikk å tilstrebe bredde og relevans i valg av kilder. Vær spesielt aktsom ved behandling av informasjon fra anonyme kilder, informasjon fra kilder som tilbyr eksklusivitet, og informasjon som er gitt **av** kilder mot betaling.

3.3. Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervjusituasjoner og ellers **overfor** kilder og kontakter.

3.4. Vern om pressens kilder. Kildevernet er et grunnleggende prinsipp i et fritt samfunn og 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. **Det er pressens rett å gjengi uttalelser avgitt offentlig eller i en intervjusituasjon.** Pressen har plikt til å gjengi meningsinnholdet i det som brukes av intervjuobjektets uttalelser **på en tilfredsstillende måte.** Direkte sitater skal gjengis presist.

3.8. **Avtale om eventuell sitatsjekk bør inngås i forkant av intervjuet, og det bør gjøres klart hva tilbudet omfatter og hvilke tidsfrister som gjelder.** Endring av avgitte uttalelser bør begrenses til korrigerende av faktiske feil. **Redaksjonen selv avgjør hva som endelig publiseres.** 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.

3.11. Pressen skal som hovedregel ikke betale kilder og intervjuobjekter for informasjon. Vis moderasjon ved honorering for nyhetstips. Det er uforenlig med god presseskikk å ha betalingsordninger som er egnet til å friste mennesker til uberettiget å trå innenfor andres privatsfære eller gi fra seg personsensitiv informasjon.

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, inngresser og inn- og utannonseringer ikke går lenger enn det er dekning for i stoffet. Det er god presseskikk å oppgi kilden når opplysninger er hentet fra andre medier.

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 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 på personer som omtales i forbindelse med klanderverdige eller straffbare forhold. Vis særlig varsomhet ved omtale av saker på tidlig stadium av etterforskning, i saker som gjelder unge lovovertridere, og der identifiserende omtale kan føre til urimelig belastning for tredjeperson. Identifisering må begrunnes i et berettiget informasjonsbehov. Det kan eksempelvis være berettiget å identifisere ved overhengende fare for overgrep mot forsvarsløse personer, ved alvorlige og gjentatte kriminelle handlinger, når omtaltes identitet eller samfunnsrolle har klar relevans **for** de forhold som omtales, eller der identifisering hindrer at uskyldige blir utsatt for uberettiget mistanke.

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, **barnevernssaker** eller rettssaker.

4.9. Vær varsom ved omtale av selvmord og selvmordsforsøk. Unngå omtale som ikke er nødvendig for å oppfylle allmenne informasjonsbehov. Unngå beskrivelse av metode eller andre forhold som kan bidra til å utløse flere selvmordshandlinger.

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 falskt 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 **så vidt** 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 er blitt utsatt for angrep skal snarest mulig få adgang til tilsvaret, med mindre angrep og kritikk inngår som ledd i en løpende meningsutveksling. Ha som krav at tilsvaret er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form. Tilsvaret kan nektes dersom den berørte part, uten saklig grunn, har avvist tilbud om samtidig imøtegåelse i samme spørsmål. Tilsvaret og debattinnlegg skal ikke utstyres med redaksjonell, polemisk replikk.

4.16. Vær varsom med å **lenke** til innhold som bryter med god presseskikk. Sørg for at **lenker** 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!**

Vedtatt av NORSK PRESSEFORBUND

Første gang i 1936, senere revidert i 1956, 1966, 1975, 1987, 1989, 1990, 1994, 2001, 2005, 2007 og 2013 (gjeldende fra 01.07 2013).