

GUIDE

PRESSE ETISKE RETNINGS LINJER

**OM MEDIERNES ETISKE RETNINGSLINJER
OG HVORDAN MAN KLAGER OVER MEDIERNE**

PRESSE ETISKE RETNINGS LINJER

GUIDE presseetiske retningslinjer

© 2024 Dansk Journalistforbund og Danske Medier

Redigeret af: Hans Jørgen Dybro & Holger Rosendal

Grafisk opsætning: Nanna Nim Christensen

Illustrationer: Bob Katzenelson

Tryk: Iprinting, Tinglev

Oplag: 10.000

Denne folder indeholder de presseetiske retningslinjer.

Med folderen ønsker Dansk Journalistforbund og Danske Medier at gøre retningslinjerne så synlige som muligt blandt mediebranchens udøvere og i offentligheden. Derfor findes folderen også digitalt. Download den med QR-koden nederst på siden.

Retningslinjerne for god presseskik er blevet opdateret, så de tager højde for den betydelige udvikling, som medierne – og samfundet i det hele taget – gennemløber. De anvendes på redaktionerne fra 1. januar 2024.

Danske redaktionelle medier og journalister har en høj standard i forhold til etik, uafhængighed og troværdighed. Det skal de presseetiske retningslinjer være med til at understøtte.

Folderen indeholder desuden en vejledning til, hvordan man kan klage over et medies brud på retningslinjerne for god presseskik. For på trods af alt, så sker der fejl. Også i medierne. Og når fejl sker, så skal de rettes.

Dansk Journalistforbund

Danske Medier

Tine Johansen
Formand

Christina Blaagaard
Formand



“Massemediernes indhold og handlemåde skal være i overensstemmelse med god presseskik”

Medieansvarslovens § 34, stk. 1.

God presseskik

God presseskik er ikke defineret eller beskrevet i nogen lov. God presseskik er i stedet en såkaldt ‘retlig standard’, som er et udtryk for det, man betegner som sædvanlig og god handlemåde. Hvad der er sædvanlig og god handlemåde i en konkret sag, afgøres i sidste ende af Pressenævnet, men nævnets behandling af en sag sker med udgangspunkt i de retningslinjer for god presseskik, som kan læses fra side 6.

Pressenævnet

Pressenævnets funktion er at fastholde et højt presseetisk niveau i medierne. Det fungerer som et supplement til retssystemet, der kan pålægge straf, erstatning og godtgørelse. Det kan Pressenævnet ikke, men det kan dels udtale kritik af et medie og dels kræve, at et medie bringer et genmæle. Reglerne for dette findes i medieansvarsloven.

Pressenævnets kritik er ofte den mest effektive oprejsning for den, der har følt sig krænket af et medie. Klageformen er uformel, og klagen kan skrives uden juridisk bistand. Samtidig går det langt hurtigere at få behandlet en sag ved Pressenævnet end ved domstolene, og den krænkede får dermed afgjort sagen tættere på tidspunktet for offentliggørelsen af det, der var årsag til klagen. Endelig er det gratis at klage til Pressenævnet.

Klager til mediet eller Pressenævnet

Den, der ønsker at klage over et medies brud på de presseetiske retningslinjer, kan sende klagen til mediet selv eller direkte til Pressenævnet. Klagen skal være modtaget senest 12 uger efter offentliggørelsen af den artikel eller udsendelse, som klagen handler om.

Hvis klagen drejer sig om DR, TV 2 Danmark eller en af de regionale TV 2-virksomheder, skal den altid sendes direkte til den pågældende radio- eller tv-virksomhed.

Mediets svar på klagen kan indbringes for Pressenævnet, hvis klageren ikke er tilfreds. Det skal ske senest 12 uger efter, at klageren har modtaget afgørelsen fra mediet.

Medieansvarslovens kapitel 7 beskriver Pressenævnets klagebehandling, og på Pressenævnets hjemmeside er der en vejledning til, hvordan man klager: www.pressenaevnet.dk/

Historie

Kernen i retningslinjerne for god presseskik stammer fra 1981, men nogle af reglerne går helt tilbage til 1960. Selvet Pressenævnet blev oprettet ved lov i 1991 og har været aktivt siden 1. januar 1992.

Retningslinjerne blev justeret i 2013 i lyset af den teknologiske udvikling. Danske Medier og Dansk Journalistforbund ønsker, at retningslinjerne i videst muligt omfang afspejler det aktuelle mediebillede og har derfor opdateret retningslinjerne igen i 2023.



Retningslinjer for god presseskik

Som vedtaget af Dansk Journalistforbund og Danske Medier

Grundlæggende synspunkter

Sikringen af ytringsfriheden i Danmark står i tæt forbindelse med mediernes frie adgang til at indsamle informationer og nyheder og til at offentliggøre dem så korrekt som muligt. Den frie kommentar er en del af ytringsfriheden. Medierne skal anerkende hensynet til den enkelte borgers krav på respekt for integritet og privatlivets fred og skal beskytte borgeren mod uberettiget krænkelse både ved research og offentliggørelse. Medierne skal på alle platforme tydeligt vejlede om, hvordan der kan klages over disses indhold og handlemåde.

Med til god presseskik hører, at medierne ikke må hindre offentliggørelse af information af væsentlig betydning for offentligheden eller lade sig presse af krav fra andre, der kan rejse tvivl om mediernes frie og uafhængige position. Det er brud på god presseskik, hvis en journalist pålægges opgaver, som er i strid med de presseetiske retningslinjer, vedkommendes samvittighed eller overbevisning.

Retningslinjerne omfatter redaktionelt stof, herunder debat, analyser, kommentarer og lignende på alle platforme. Retningslinjerne omfatter ud over traditionelt frembragt redaktionelt stof også redaktionelle elementer, der helt eller delvist er frembragt ved brug af kunstig intelligens.

Retningslinjerne omfatter også annoncer og reklamer på alle mediets platforme i det omfang, disse ikke er omfattet af andre regler.

Retningslinjerne omfatter omtalte eller afbildede personer, herunder også afdøde personer og juridiske personer.

Retningslinjerne omfatter ikke konkrete brugerkommentarer og lignende, som ikke har været underkastet redaktionel behandling. Her skal der være synlige og klare retningslinjer for brugernes bidrag til debatten og gives effektiv adgang til at klage til mediet over indlæg. Mediet skal behandle sådanne klager hurtigst muligt, som udgangspunkt inden for et døgn.

Retningslinjerne indhold

A

Korrekte meddelelser

1. Det er mediernes opgave at bringe korrekt og hurtig information. Så langt det er muligt, skal det kontrolleres, om de oplysninger, der gives eller gengives, er korrekte.
2. Der skal udvises kritik over for nyhedskilderne, især når disses udsagn kan være farvet af personlig interesse eller skadevoldende hensigt.
3. Oplysninger, som kan være skadelige, krænkende eller virke agtelsesforringende for nogen, skal efterprøves i særlig grad, inden de bringes, først og fremmest ved forelæggelse for den pågældende. Forelæggelse skal ske således, at der gives en rimelig frist til at svare.
4. Angreb og svar skal, hvor det er rimeligt, bringes i sammenhæng og på samme måde. Dette gælder i særlig grad ved krænkende eller skadelige udsagn.
5. Det skal gøres klart, hvad der er faktiske oplysninger, og hvad der er kommentarer eller vurderinger.
6. Præsentation af redaktionelt indhold i tekst, lyd eller billede skal i form og indhold have dækning i den pågældende artikel eller udsendelse.
7. Berigtigelse af urigtige meddelelser skal finde sted på mediets eget initiativ, så snart man får kendskab til fejl af betydning i de bragte meddelelser. Berigtigelsen skal foretages så læserne, lytterne eller seerne får klar mulighed for at blive opmærksomme på fejl.

B

Adfærd i strid med god presseskik

1. Det enkelte menneske har krav på beskyttelse af sin personlige anseelse. Privatlivets fred må ikke krænkes, medmindre klar almen interesse berettiger offentlig omtale.
2. Hvis selvmord eller selvmordsforsøg omtales, skal der tages størst muligt hensyn.

3. Ofre for forbrydelser eller ulykker skal vises det størst mulige hensyn. Det samme gælder vidner og pårørende til de implicerede. Ved indsamling og formidling af billeder og kommentarer skal der vises hensynsfuldhed og takt. Der fordres skærpet opmærksomhed ved formidling i realtid. Ved omtale af gidseltagning skal der endvidere tages ekstraordinære hensyn til ønsker, der udtrykkes af dem, der handler på gidslets vegne.
4. Annoncer og annoncørbetalt indhold skal tydeligt adskilles fra redaktionelt indhold og klart deklarereres.
5. Der skal udvises særligt hensyn over for børn og andre personer, som ikke kan ventes at være klar over virkningerne af deres udtalelser eller anden medvirken. Ved offentliggørelse skal forældresamtykke indhentes, når emnets karakter og den mindreåriges alder taler for det.
6. Ved indsamling eller offentliggørelse af information må andres tillid, følelser, uvidenhed, manglende erfaring eller svigtende herredømme ikke udnyttes.
7. Offentliggørelse af skjulte optagelser må kun ske, hvis de medvirkende har givet samtykke, eller hvis den samfundsmæssige interesse klart overstiger den enkeltes krav på beskyttelse, og den fornødne journalistiske dokumentation ikke eller kun meget vanskeligt kan skaffes på anden måde.



Retsreportage

1. De under A og B anførte almindelige presseetiske retningslinjer gælder også for retsreportagen.
2. Retningslinjerne for retsreportagen gælder også sagernes forberedelse, herunder straffesagers behandling hos politi og anklagemyndighed.
3. Retsreportagen bør være objektiv. På ethvert stadium af sagernes forberedelse og ved behandlingen i retten skal mediet tilstræbe en kvalitativ ligelig gengivelse af parternes – i straffesager anklagemyndighedens og forsvarrets – synspunkter. En omtale af en straffesag bør følges op med et referat af sagens afslutning, hvad enten denne finder sted i form af tiltalefrafald, frifindelse eller domfældelse.

4. Familiemæssige forhold, race, etnicitet, nationalitet, tro, seksuel orientering eller organisationsforhold bør alene nævnes, når det er relevant for sagen.
5. Så længe en straffesag ikke er endeligt afgjort eller bortfaldet, må der ikke offentliggøres meddelelser, der kan lægge hindringer i vejen for sagens opklaring, eller tilkendegivelser om, at en sigtet eller tiltalt er skyldig. Ved omtale af en straffesag skal det klart fremgå, om sigtede/tiltalte har erklæret sig skyldig eller ikke-skyldig.
6. Der skal i videst muligt omfang følges en klar saglig linje ved afgørelsen af, hvilke sager der omtales, og i hvilke tilfælde navne på de implicerede nævnes. En sigtets eller tiltalts navn eller anden identificering bør udelades, når ingen almen interesse taler for at offentliggøre navnet.
7. Der skal iagttages varsomhed med meddelelser om, at politianmeldelse er indgivet mod en navngiven person. Meddelelser herom bør ikke bringes, før anmeldelse har medført indgriben fra politiets eller anklagemyndighedens side. Dette gælder dog ikke meddelelser, som den anmeldte selv fremdrager, eller hvis det anmeldte forhold i forvejen er kendt i videre kredse eller har væsentlig almen interesse.
8. En sigtet, tiltalt eller domfældt person skal forskånes for at få fremdraget pågældendes tidligere straffedom, hvis den er uden betydning for de forhold, vedkommende nu er sigtet, tiltalt eller dømt for. I anden sammenhæng bør de mod en person tidligere rejste straffesager som regel ikke omtales.

D

Anonymisering, afindeksering og afpublicering

1. Meddelelser offentliggjort i digitale medier vil ofte være tilgængelige længe efter, at de er publiceret. Efter anmodning skal mediet tage stilling til, om det er muligt og rimeligt at hindre tilgængeligheden af tidligere offentliggjorte, følsomme eller private oplysninger, uanset at disse tidligere er offentliggjort i overensstemmelse med god presseskik.

Sidepapir til Retningslinjer for god presseskik 2023

Sidepapiret udgør et fortolkningsbidrag til retningslinjer for god presseskik. Begge tekster er forberedt af den arbejdsgruppe, som mediebranchen nedsatte i juni 2022 med repræsentanter fra Dansk Journalistforbund, Danske Medier, DR og TV 2 Danmark.

Introduktion

Arbejdsgruppens forslag til opdaterede retningslinjer for god presseskik bygger videre på de eksisterende presseetiske regler, men indeholder flere substantielle ændringer, som er nærmere beskrevet nedenfor.

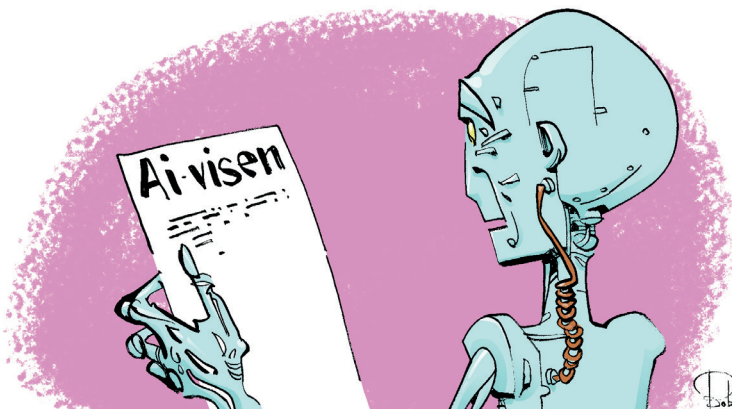
Det har været magtpåliggende for arbejdsgruppen, at mediernes selvregulering signalerer klart overfor offentligheden, at der ikke er tale om tomme ord, men derimod om forpligtende standarder, der sætter en høj barre for al professionel journalistik. Standarder, der samtidig udgør grundlaget for Pressenævnets bedømmelse af, om de redaktionelle medier i konkrete sager har levet op til medieansvarslovens påbud om, at mediernes indhold og handlemåde skal være i overensstemmelse med god presseskik.

Redaktionelle medier adskiller sig derved fra andet indhold, herunder f.eks. på sociale medier, hvor mange deler informationer uden dybere etiske overvejelser. Det samme gør sig i øvrigt også gældende i forhold til det juridiske ansvar, hvor redaktionelle medier i kraft af det særlige medieretlige ansvarssystem er ansvarlige for det indhold, de vælger at bringe, mens andre, herunder navnlig sociale medier, ikke påtager sig ansvar for det indhold, som deres brugere deler. Dette kommer f.eks. klart til udtryk i forbindelse med overholdelse af navneforbud i visse straffesager.

Arbejdsgruppens forslag indeholder endvidere en lang række mindre justeringer, der dels er udtryk for en generel sproglig forenkling og dels kommunikerer det forpligtende element i retningslinjerne bedre.

Det gælder f.eks. forslaget om, at ”vejledende regler” ændres til ”retningslinjer” og forslaget om at erstatte ”bør” med ”skal” eller ”må” i flere af punkterne; f.eks. *skal* medierne udvise kritik over for nyhedskilderne, ligesom offentliggørelse af skjulte optagelser kun *må* ske, når betingelserne herfor er til stede. I enkelte punkter videreføres ”bør” dog. Det gælder på områder, hvor der er behov for, at medierne i særlige tilfælde – inden for rammerne af den redaktionelle frihed – kan præsentere en historie på en måde, som ikke er mulig, hvis der gælder ultimative krav i kraft af ”skal” eller ”må”.

Endelig har arbejdsgruppen drøftet andre emner, der *ikke* har givet anledning til at revidere eller supplere retningslinjerne. Nogle af disse omtales til sidst i nærværende notat.



Substantielle ændringer i forhold til 2013-reglerne

Brug af kunstig intelligens og fremtidige nye teknologier

Udviklingen af kunstig intelligens har gjort det nødvendigt at forholde sig til, hvem der har ansvaret for indhold i medierne, der helt eller delvist er frembragt ved brug af kunstig intelligens. Arbejdsgruppen har haft en række drøftelser og overvejelser i forhold til brugen af kunstig intelligens og fremtidige nye teknologier.

Arbejdsgruppen konstaterer, at medieansvarsloven og retningslinjerne for god presseskik er fuldt ud gældende for indhold, der helt eller delvist er skabt ved hjælp af kunstig intelligens, og at det derfor også er en del af det indhold i medierne, som Pressenævnet kan behandle en klage over. Ansvar for redaktionel anvendelse af fremtidige nye teknologier hører under den ansv. chefredaktør.

Under ”grundlæggende synspunkter” er der derfor indsat en bemærkning herom, som tydeliggør, at retningslinjerne omfatter redaktionelle elementer, som helt eller delvist er frembragt ved brug af kunstig intelligens.

Kunstig intelligens bygger på selvlærende algoritmer, hvilket stiller særlige krav til udformningen af algoritmerne og til deres formåen, ageren, kritiske kildevalg m.m. Det enkelte medie er forpligtet til at have strukturer, der sikrer kontrol med algoritmernes løbende funktion og ageren i respekt for ”Retningslinjer for god presseskik” og mediets egne etiske retningslinjer. Herunder også beskyttelse af brugeres og kilders persondata og privatliv samt beskyttelse mod manipulering og hacking af algoritmerne.

Kunstig intelligens muliggør meget hurtig publicering af meget store mængder redaktionelt indhold. Det stiller nye krav til medierne om at overveje, hvilket stof de finder det relevant og væsentligt at videreformidle, ligesom der kan være stofområder, hvor det enkelte medie vælger at underkaste artiklerne et særligt kvalitetstjek inden publicering på egen platform og/eller på sociale medier.

Kunstig intelligens kan bruges til alt fra sparringspartner til leverandør af et færdigt redaktionelt produkt. Forskellige medier vil have forskellige tilgange til graden af brug af kunstig intelligens og til om eller i hvilket omfang, man deklarerer brug af kunstig intelligens til skabelse af tekst, billeder og lyd. Hvis kunstig intelligens benyttes til at skabe beskrivelser af begivenheder, der aldrig har fundet sted, eksempelvis ved benyttelse af deep fake, stemmeduplikation, billedmanipulation og lignende, skal deklarering dog finde sted.

Indhold frembragt ved brug af kunstig intelligens skal således være korrekt, jf. A.1, ligesom A.3 og alle andre relevante bestemmelser i retningslinjerne skal iagttages.

Kommentarspor

De ”grundlæggende synspunkter” indeholder en afgrænsning af, hvilket indhold i medierne, der er omfattet af retningslinjerne. Der indføres et nyt begreb, ”brugerkommentarer”, som bedre forklarer, at det indhold, som kommer ufiltreret fra brugerne og dermed ikke har været underkastet redaktionel behandling, *ikke* er omfattet af retningslinjerne.

”Brugerkommentarer” afløser terminologien ”uredigeret debat”, som efter arbejdsgruppens opfattelse har givet anledning til misforståelser. Det gælder særligt i de tilfælde, hvor en brugers ”uredigerede” kommentar til en artikel i et digitalt medie læses af redaktionen og dermed ifølge det fortolkningsbidrag, som fulgte med branchens justering af de vejledende retningslinjer for god presseskik i 2013, skifter status til et ”redigeret debatindlæg” på linje med et traditionelt læserbrev.¹

Arbejdsgruppen har ønsket at tydeliggøre, hvad retningslinjerne omfatter (redaktionelt stof samt annoncer og reklamer), og hvad de *ikke* omfatter (konkrete brugerkommentarer og lignende, som ikke har været underkastet redaktionel behandling). Arbejdsgruppen har imidlertid ikke tilsigtet nogen reel ændring af de presseetiske retningslinjers anvendelsesområde i forhold til debat som beskrevet i det nævnte notat fra 2013.

Det betyder, at brugerkommentarer som udgangspunkt *ikke* er omfattet af retningslinjerne, men i det øjeblik redaktionen læser en konkret brugerkommentar og lader den forblive online, vil kommentaren blive betraget som en del af det redaktionelle stof eller ”indhold”, som ifølge medieansvarslovens § 34 skal være i overensstemmelse med god presseskik.

Det bemærkes, at retningslinjerne skelner mellem ”kommentarer”, der er en journalistisk genre og dermed en del af det redaktionelle stof, og ”brugerkommentarer”, som offentliggøres direkte – uden redaktionens mellemkomst.

¹ Se Dansk Journalistforbunds og Danske Mediers udvalgs ”Notat om justering af de vejledende regler for god presseskik” af 8. marts 2013

Omtale af selvmord og selvmordsforsøg - B.2

De vejledende regler for god presseskik har hidtil anvist, at selvmord og selvmordsforsøg ikke bør omtales, medmindre klar almen interesse kræver eller begrunder offentlig omtale. Denne restriktive og nærmest tabubelagte tilgang til omtale af selvmord og selvmordsforsøg er ikke tidssvarende og er blevet kritiseret fra flere sider, herunder af Center for Selvmordsforskning, der i 2014 udgav et faktahæfte med retningslinjer for omtale af selvmord i medierne.² Ifølge centeret viser forskning, at ”der ikke er nogen sammenhæng mellem mediernes omtale og antallet af selvmord”, men at ”dårlig og uansvarlig medieomtale ... kan føre til imiterede selvmord og selvmordsforsøg blandt sårbare og selvmordstruede mennesker.”³

Medieomtale, der fokuserer særligt på forebyggelse og giver information om, hvordan selvmord og selvmordsforsøg skal forstås og forhindres, hvordan risikoen herfor skal identificeres, og hvordan der føres en god samtale med selvmordstruede, pårørende eller efterladte, kan derimod bidrage til øget viden og aftabuisering af selvmord og selvmordsforsøg.⁴

Faktahæftet fra Center for Selvmordsforskning indeholder en nyttig ”kvikguide” med gode råd om, hvordan selvmord og selvmordsforsøg kan omtales, og hæftet giver også eksempler på god og dårlig sprogbrug. Der kan endvidere henvises til WHO’s publikation ”Preventing suicide: A resource for media professionals” fra 2017.⁵

Arbejdsgruppen foreslår derfor, at punkt B.2 i retningslinjerne ændres, således at udgangspunktet ikke længere er, at selvmord eller selvmordsforsøg *ikke* bør omtales, men at der i stedet skal tages størst muligt hensyn, såfremt selvmord eller selvmordsforsøg omtales. Medierne kan finde hjælp hertil – herunder til afvejning af detaljeringsgraden i omtalen – blandt andet i de citerede publikationer. Det fremhæves særligt, at medierne ved omtale af selvmord eller selvmordsforsøg bør henvise til, hvor selvmordstruede eller pårørende kan henvende sig for at få hjælp.

² <https://selvmordsforskning.dk/wp-content/uploads/sites/2/2015/03/Nr.-33-Omtale-af-selvmord.pdf>

³ Ibid. side 8

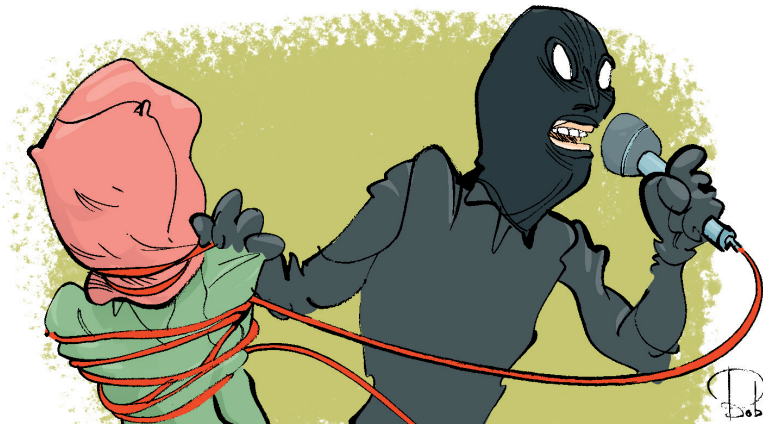
⁴ Ibid. side 11

⁵ Se <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/258814/WHO-MSD-MER-17.5-eng.pdf;jsessionid=202BAD60867E0540FA-8025698EB8645?sequence=1>.

Formidling i realtid - B.3

Journalistisk formidling i realtid er på ingen måde nyt. Der har imidlertid i de senere år været eksempler på f.eks. nyhedsudsendelser, hvor medier er kommet endog meget tæt på ofre for forbrydelser eller ulykker i forbindelse med direkte udsendelser.

Arbejdsgruppen foreslår derfor, at punkt B.3 i retningslinjerne om hensyn til ofre for forbrydelser og ulykker tilføjes en sætning om, at der fordres skærpet opmærksomhed ved formidling i realtid. Der er ikke tilsigtet en ændring af Pressenævnets praksis.



Gidselsager - B.3

Erfaringer fra gidselsager viser, at medierne for gidseltagerne er en velkommen part i konflikten. Medieinteresse kan have indflydelse både på den pris, der bliver krævet for gidslernes frigivelse og på længden af deres tilfangetagelse. Derfor er skærpet opmærksomhed nødvendig i sådanne tilfælde, også hvis en kontakt til gidslet skulle blive gjort mulig, for gidslet er ikke selv herre over sin medvirken. Der bør derfor i videst muligt omfang tages hensyn til udtrykkelige ønsker fra gidselforhandlere og eventuelt andre, som måtte være direkte involveret i konkrete forhandlinger om gidslets frigivelse.

Medierne bør være opmærksomme på, at de ved at tage direkte kontakt til gidseltagerne – og de gidsler, som medierne måtte ønske at komme i kontakt med, kan have indvirkning på gidslernes mulighed for at blive frigivet.

Medierne bør være opmærksomme på, at gidsler ikke kan agere frit, skulle gidseltagerne indvilge i kontakt til gidslerne. Det bør også overvejes, i hvis interesse en eventuel video med gidslerne vil være.

Endelig bør medierne være opmærksomme på den belastning, det er for gidslernes venner og familie at blive kontaktet af medierne i forløbet – og hvordan det samlede mediepres kan være for mennesker, der i forvejen er belastede.

Hvornår er der tale om skjulte optagelser - B.7

Ved offentliggørelse af skjulte optagelser er det en forudsætning, at den skjulte optagelse har væsentlig offentlig interesse. Desuden skal hver enkelt optagelse have dokumentationsværdi. Det betyder, at det, mediet ønsker at dokumentere med den skjulte optagelse, fremgår af materialet – en skjult optagelse må aldrig bare være ”godt indhold”.

Mediet skal altid forsøge at forelægge for den eller de, der optræder på skjulte optagelser, inden publicering.

Derudover bør mediet overveje, om den eller de, der optræder på de skjulte optagelser, skal sløres. Det gælder særligt, hvis der er tale om personer uden et overordnet ansvar eller personer, der handler efter instruks fra andre.

Arbejdsgruppen bemærker, at det at opsøge og konfrontere personer med tændt optageudstyr uden forudgående aftale ikke kan sidestilles med skjulte optagelser. Brugen af den type konfrontationer forudsætter også, at der er tale om forhold af væsentlig offentlig interesse, men derudover bør mediet forud for konfrontationen normalt have forsøgt at komme i kontakt med den eller de, der opsøges, på mindre indgribende måde.

Anonymisering, afindeksering og afpublicering - D.1

Arbejdsgruppen foreslår, at det hidtidige punkt B.8 flyttes til et nyt punkt D.1, da punktet ikke angår offentliggørelse i strid med god presseskik. Uanset at indhold er publiceret i digitale medier i overensstemmelse med god presseskik, kan dette med tiden blive særligt belastende for den omtalte, hvis der er tale om følsomme eller private oplysninger. Ved justeringen af de vejledende regler for god presseskik i 2013 blev der derfor indsat et nyt punkt B.8 om "fjernelse" af gamle oplysninger. I praksis kan tilgængeligheden af oplysninger hindres på tre måder:

"Anonymisering" Mediet ændrer den digitale artikel eller udsendelsen, således at navne eller anden relevant identifikation fjernes. Den oprindelige udformning af artiklen eller udsendelsen er herefter ikke længere tilgængelig hos mediet.

"Afindeksering" Mediet angiver ved hjælp af et metatag i kilde-koden, at websiden ikke længere skal indekseres af søgemaskiner. Hvis mediet har en selvstændig søgefunktion, foretages tilsvarende justering dér. Indholdet af artiklen eller udsendelsen bevares uændret, men kan kun findes, såfremt den eksakte URL kendes.

"Afpublicering" Mediet sletter den pågældende webside. Artiklen eller udsendelsen findes dermed ikke længere hos mediet.

B.8 har i løbet af de godt 10 år siden indsættelsen givet anledning til en righoldig praksis fra Pressenævnet, som viser, at B.8 langt fra kun ønskes anvendt i sager om "almindelige mennesker", der oplever problemer længe efter, at de har været omtalt i medierne. Ofte ønskes omtale af alvorlig kriminalitet fjernet, ligesom personer med fremtrædende roller i samfundet har ønsket ubekvem medie-omtale undertrykt. I nogle tilfælde ønskes B.8 sågar anvendt som et ekstra værn *inden for* klagefristen for det tilfælde, at klagen over brud på god presseskik ikke måtte kunne bære.

Danske Medier, Dansk Journalistforbund, DR og TV 2 har tidligere udarbejdet et notat til Pressenævnet med supplerende oplysninger om det forudsatte anvendelsesområde for B.8.⁶

Det følger af medieansvarslovens § 34, at fristen for klager over brud på god presseskik er 12 uger efter offentliggørelsen. Klages der til mediet, kan mediets afgørelse indbringes for Pressenævnet senest 12 uger efter, at den er kommet frem til klageren. Da B.8 vedrører tilgængeligheden af meddelelser ”længe efter, at de er publiceret”, har det været en forudsætning for Pressenævnets behandling af en klage vedrørende B.8, at der forinden har været klaget til det pågældende medie, og at det dermed er mediets afgørelse, der indbringes for nævnet inden for 12 uger efter mediets svar til klager.

Arbejdsgruppen bemærker indledningsvist, at B.8 *ikke* vedrører indhold, der er offentliggjort i strid med god presseskik. Punktet blev derimod indsat i 2013 for at bistå redaktøren i forhold til at beslutte, hvornår tilgængeligheden af indhold, der *tidligere* er offentliggjort *i overensstemmelse med* god presseskik, ikke desto mindre bør hindres. Arbejdsgruppen har derfor fundet det upræcist, at punktets oprindeligt blev indsat i afsnit B om ”adfærd i strid med god presseskik”. Arbejdsgruppen foreslår, at punktets om fjernelse af gamle oplysninger flyttes til et nyt afsnit D, der klarere signalerer, at det vedrører en problemstilling, der ikke er forbundet med selve offentliggørelsen af de pågældende oplysninger, men derimod optræder på et senere tidspunkt – efter udløbet af fristen for at klage.

Hindring af tilgængeligheden af tidligere offentliggjorte, følsomme eller private oplysninger forudsætter, at der er tale om oplysninger, der er særligt belastende for den omtalte. Ved mediets bedømmelse skal der blandt andet tages hensyn til oplysningernes karakter og alvor, samt om oplysningerne har (klar) offentlig interesse. Der skal også henses til, hvor lang tid, der er forløbet siden offentliggørelsen, den eventuelle sanktion og om den omtalte eller afbildede er en offentlig person eller indtager en betroet eller fremtrædende stilling i samfundet.

⁶ Se <https://danskemedier.dk/wp-content/uploads/2019/04/Notat-om-fjernelse-af-gamle-oplysninger.pdf>

Bedømmelsen efter punkt D.1 kan selvsagt afvige fra ét medie til et andet, f.eks. hvor den omtalte har en særlig rolle i et lokalsamfund eller omtalen angår et særligt emneområde.

Der gælder således *ikke* en generel "ret til at blive glemt" inden for journalistikken, hvilket også fremgår klart af EU's databeskyttelsesforordning og den danske databeskyttelseslov.

Personer, der er omtalt eller afbildet i digitale medier, kan imidlertid efter omstændighederne forlange, at søgemaskiner som f.eks. Google holder op med at *linke* til de pågældende artikler eller udsendelser. Klager over afslag herpå kan indbringes for Datatilsynet.

Andre emner

Korrekt information og kildekritik - A.1 og A.2

Medierne modtager store mængder af fotos og videoer uden oplysninger om, hvem der er kilde til billedmaterialet f.eks. fra krige og katastrofer. Sådanne billeder kan både udgøre uvurderlig dokumentation og bevidste forsøg på at manipulere.

Ny teknologi, herunder kunstig intelligens, giver ubegrænsede muligheder for at bearbejde og manipulere billeder og lyd, som derfor slet ikke udgør reel dokumentation, men også uforfalskede billeder kan foregive at dokumentere noget helt andet end det, der reelt er sket.

Arbejdsgruppen konstaterer, at dette stiller høje krav til mediernes kontrol af billedmaterialets ægthed og kontekst inden eventuel publicering. Dette gælder ikke mindst, hvor billedmaterialet kan være egnet til at påvirke en konflikt eller offentlighedens opfattelse af en konflikt.

Præsentation af redaktionelt indhold - A.6

Arbejdsgruppen foreslår en sproglig modernisering af punkt A.6, der vedrører præsentation af redaktionelt indhold enten i den enkelte artikel eller udsendelse, f.eks. overskrifter eller introer, eller løsrevet herfra, f.eks. såkaldte spisesedler eller teasere.

Der er ikke tilsigtet en ændring af Pressenævnets praksis.

Berigtigelser - A.7

Medierne begår undertiden fejl og bringer utilsigtet forkerte oplysninger. Retningslinjerne foreskriver, at medierne berigtiger urigtige meddelelser, så snart man får kendskab til fejl af betydning.

Den digitale medieudvikling indebærer, at fejlagtige historier ofte bliver spredt i andre redaktionelle medier og på sociale medier, inden originalartiklen når at blive rettet. Medierne er ansvarlige for at rette deres egne fejl, men kan ikke klandres for andres mere eller mindre automatiske gengivelse af oplysningerne. Dette er dog en ringe trøst for den, der er berørt af en fejl af betydning.

Arbejdsgruppen konstaterer, at det er åbenlyst urimeligt at pålægge "original-mediet" en forpligtelse til på eget initiativ at opsøge alle de medier og tjenester, der har viderebragt den forkerte oplysning, for at få disse til også at berigtige fejlen. Arbejdsgruppen finder dog anledning til at understrege, at korrekt berigtigelse efter punkt A.7 indebærer, at mediet berigtiger på *alle* de platforme, hvor mediet har bragt den forkerte oplysning, på en sådan måde, at brugerne får klar mulighed for at blive opmærksomme på fejlen.

Arbejdsgruppen finder det endelig gavnligt, såfremt medierne er transparente i forhold til, hvordan man retter fejl af betydning.

Habilitet

Arbejdsgruppen har overvejet, om der i tillæg til punkt A.2 om kritik over for nyhedskilderne er behov for at indsætte en specifik regel om habilitet i retningslinjerne, som forpligter et medie til at gøre opmærksom på en journalists eller redaktørs *personlige* involvering i en sag, der dækkes redaktionelt. Det er imidlertid arbejdsgruppens vurdering, at det ikke er muligt at udforme en sådan regel tilstrækkeligt klart og præcist.

Redaktører og redaktionelle medarbejdere er oftest aktive og interesserede borgere, der beskæftiger sig med og har holdninger til mange forhold i samfundet. Arbejdsgruppen konstaterer, at generel interesse i et emne eller en sag ikke forhindrer, at man behandler emnet eller sagen redaktionelt.

Arbejdsgruppen finder det imidlertid afgørende, at den enkelte redaktør eller redaktionelle medarbejder er opmærksom på ikke at komme i situationer, hvor der med rette kan stilles spørgsmål til vedkommendes personlige integritet, da dette kan kompromittere mediets uafhængighed og troværdighed.

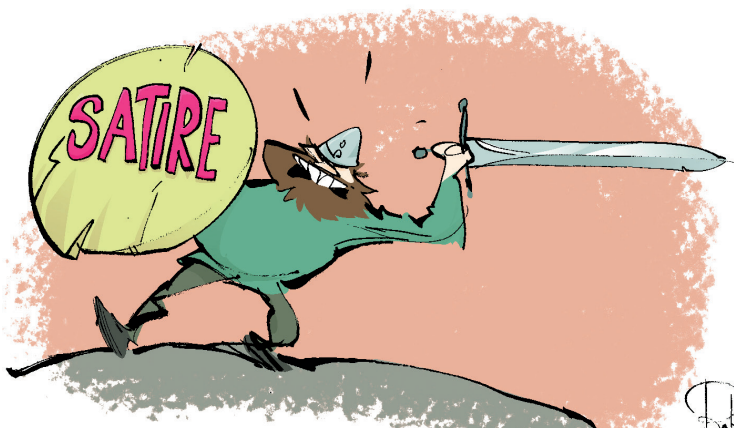
Brugen af satire i medierne

Der er i Danmark en stærk tradition for satiriske indslag i medierne. Satiren indgår på lige fod med andet redaktionelt stof og er dermed underlagt de presseetiske retningslinjer.

Det er ofte åbenlyst, hvornår der er tale om satire, fordi selve indholdet er af en sådan karakter, at det umiddelbart opfattes som satire, eller fordi der anvendes et format, der signalerer, at der er tale om satire. Men stadig oftere præsenteres satire – ikke mindst i elektroniske medier – i en form, der nemt kan forveksles med traditionel journalistik, eller hvor der veksles mellem traditionel journalistik og satiriske elementer.

Det kan gøre det vanskeligt for brugeren at afgøre, hvornår der er tale om satire. Og det kan i specifikke tilfælde rejse tvivl om, hvorvidt klassiske presseetiske regler om forelæggelse og fairness finder anvendelse.

Arbejdsgruppen har derfor drøftet, om der i retningslinjerne bør inkluderes et punkt, som forholder sig til mediernes brug af satire, f.eks. således at medierne forpligtes til at markere, når der er tale om satire.



Arbejdsgruppen har dog ikke fundet det nødvendigt med en specifik reference til satire, da retningslinjerne, navnlig punkt A.3, A.5 og B.1, som udgangspunkt finder anvendelse og dermed udgør et tilstrækkeligt værn. Dertil kommer, at arbejdsgruppen har fundet det ødelæggende for den satiriske tradition at indføre et generelt krav om deklareret.

Arbejdsgruppen noterer samtidig, at brugeren aldrig bør bringes i tvivl om, hvorvidt et publicistisk medie efterlever retningslinjerne for god presseskik. Når indhold ikke er klart markeret som satire, og når det samtidig anvender journalistikkens virkemidler, bør der være øget opmærksomhed på at efterleve retningslinjerne.

PRESSE ETISKE RETNINGS LINJER

Pressenævnets klagevejledning findes på
pressenaevnet.dk

PRESSE ETISKE RETNINGS LINJER



Dansk Journalistforbund
Medier & kommunikation

Tlf: 33 42 80 00
dj@journalistforbundet.dk
journalistforbundet.dk

Danske Medier :

Tlf: 33 97 40 00
mail@danskemedier.dk
danskemedier.dk