

---

## 4

# FRA PROBLEM TIL REPORTASJE

I forrige kapittel ble det gitt en oversikt over hvordan de undersøkte reportasjene så ut og litt om hva de inneholdt. Kapitlet bygde stort sett på en analyse av de reportasjene som har stått trykket i avisene. Kapitlet var i hovedsak beskrivende. Det ble ikke gjort forsøk på å forklare hvorfor journalistene og avisene valgte å kjøre fram akkurat disse sakene, og hvorfor reportasjene fikk den utformingen de fikk.

I dette kapitlet trekkes det inn en del av den øvrige informasjonen som er samlet inn: intervjuer med informanter, journalister, mellommenn, saksbehandlere, osv. samt skriftlige kilder ut over avisene, som for eksempel sakspapirer fra sosialetaten. Siktemålet er å forsøke å forklare hvorfor visse temaer tas opp og hvorfor de tas opp på en bestemt måte. Vi ønsker å forstå hvordan reportasjene blir produsert, og legger vekt på å få fram faktorer – innen avisene og utenfor – som medvirker til å gi reportasjene det innholdet og den utformingen som de framtrer med overfor leserne.

I neste kapittel vil vi se på de enkelte avisene, og variasjonen i deres presentasjon av stoffet. Dette vil bli koplet til avisenes generelle målsettinger, for å se om disse har betydning for de sosialpolitiske reportasjenes utforming.

Ulike retninger innen medieforskningen forklarer på ulike måter hvorfor og hvordan informasjon om bestemte tema blir formidlet. En retning tar utgangspunkt i informasjonsformidlerne, og bruker gjerne begrepet portvakt (gatekeeper). Med det antydes at journalistene velger blant stoffet som er tilgjengelig etter bestemte kriterier. De første studiene (for eksempel White, 1950) betraktet utvalget av stoff som individuelle valg som ble gjort av den enkelte journalist. I senere undersøkelser har man oftest valgt å se journalisten som en del av en større organisasjon (der overordnede, kolleger, osv. er med), slik at den enkelte journalists egne vurderinger blir tillagt mindre betydning (Boone, 1982). I disse undersøkelsene kartlegges holdninger og arbeidsmåter i redaksjonen, og ut fra dette identifiseres de grunnleggende utvelgingsprosessene. En del studier har lagt vekt på arbeidsrutinenes betydning for stoffvalg (særlig konsekvenser av tids- og plassbegrensninger og standardisering av informasjonsinnhenting (for eksempel Rock, 1973). Andre studier har gått nærmere inn på relasjonen mellom kilde og journalist (Molotch and Lester, 1974 og 1975; Tuchman, 1974; Gans 1980). Egenskaper ved media og medias tilgjengelighet for visse grupper er blitt brukt i denne sammenheng. Et annet utgangspunkt har vært å se på journalistenes sosiale

posisjon ( gjerne journalistene som gruppe), rekrutteringen til yrket og hvordan opplæringen har vært lagt opp.

I Norge har det vært foretatt forholdsvis få studier som beskriver utvalget av informasjon ut fra journalistenes posisjon og deres forhold til kildene. Av de få studier som omhandler organisasjonens innflytelse på avisens innhold, kan nevnes Siverts (1982 og 1983), som har sett på organiseringen av Bergens Tidende og hvordan dette gir seg utslag i avisens innhold. Halse (1975) så på forholdene mellom journalistene og informantene, men dette ble ikke sett i sammenheng med avisens innhold. Det samme gjelder for en rekke andre studier, hvor journalistenes bakgrunn, holdninger og partimedlemskap, og informantenes sosiale bakgrunn er blitt kartlagt, uten at de direkte konsekvensene for avisens innhold er blitt analysert (en oversikt over slike studier, se NOU 1982:30).

En annen tilnærming til medias innhold, er å ta utgangspunkt i produktet (avisens totale sammensetning eller informasjonen om ett saksfelt eller en sak), for å kunne si noe om trekk ved utvelgingen som ligger bak. Særlig dersom en har oversikt over hva som kommer inn til avisene, kan en slik analysemåte ha mye for seg. Kjente studier på dette området er Galtung og Ruge (1965), Østgaard (1967), og Bakke (1970). I disse undersøkelsene kommer det fram trekk ved nyhetene som publiseres. Østgaard fant at avisartikler kan karakteriseres ved forenkling, identifisering/personifisering og sensasjon. Galtung og Ruge finner fram til tolv faktorer som styrer mediernes oppmerksomhet på en hendelse. Også de har med personifisering som ett kjennetegn. Bakke viser at nærhet til problemene øker sannsynligheten for at et tema tas opp.

De to tilnæringsmåtene som her er omtalt utelukker ikke hverandre, fordi problemene tas opp på ulikt nivå. I den ene måten er det de generelle trekk ved de sakene som gjøres til gjenstand for behandling i avisene som er i fokus. Her er man mindre interessert i å finne ut hvem som treffer avgjørelsene. I den første av tilnærmingene er det personene og de sosiale forhold i redaksjonene som står i sentrum for oppmerksomheten. I begge tilfeller kan det være slik at journalistene kan være oppmerksomme på de faktorene som spiller inn i utvelgingen av stoff, men det trenger ikke være slik. Trolig er det slik at journalistene ikke er klar over alle prosessene og de samlede resultatene av enkeltavgjørelsene. Og det finnes flere eksempler på at journalister reagerer negativt på forskningsresultater med den begrunnelse at de ikke kjenner seg igjen i forskerens beskrivelser.

Med det materialet vi har til disposisjon, har vi gode muligheter for å si noe om utvelgingsprosessen når det gjelder sosialreportasjer. Vi behøver ikke bare se på journalistenes vurdering av saken: vi kan sammenholde dette med det vi vet om informantens faktiske situasjon, deres vurderinger og samspillet med andre parter. Det vi mangler informasjon om, er alt det som «kunne blitt» reportasjer, men som ikke ble det på grunn av at en journalist ikke tok et bestemt initiativ, eller at en henvendelse ble avvist. Gjennom intervjuene med journalistene har vi fått en klar forståelse av at antallet henvendelser til redaksjonene er langt større enn det man tar opp i form av reportasjer.

Utgangspunktet for analysen i dette kapitlet, er at vi har minst to typer aktører i

alle sakene: informanter og journalister. Klientgruppen og journalistgruppen hører stort sett til ulike sosialgrupper, og har noe ulike kultur- og erfaringsbakgrunn. Dette er viktig fordi sosial bakgrunn og kulturbakgrunn er med på å bestemme de forventningene en har til en bestemt situasjon, og den måten utfallet av situasjonen tolkes etterpå. Informantene vil, før de tar kontakt med avisene, ha visse forestillinger om hvordan en eventuell kontakt med avisene vil arte seg. Disse forestillingene er med på å avgjøre om informanten i det hele vil søke kontakt med avisen.

I møtet mellom informant og journalist, vil begge parter ha noe verdifullt å tilby hverandre. Informanten har et mulig tema for en reportasje. Journalisten har på sin side spalteplass å tilby informanten dersom journalisten vurderer saken som så interessant at den kommer på trykk. Det vil foregå en del eksplisitte og implisitte forhandlinger mellom informant og journalist omkring flere tema. Diskusjonen av om problemet fortjener en plass i avisen, vil være ett tema; hvordan informasjonen skal brukes av journalisten (navn eller ikke navn, bilde eller ikke bilde, osv.) vil være et annet tema. Ulike informanter vil stå ulikt rustet til slike forhandlinger. Dels vil de ha varierende mulighet til å forstå rekkevidden av å stå fram, og dels vil de ha varierende kjennskap til journalistens arbeidsmåte. Derfor vil de også i ulike grad vite hva de må passe på. De informantene som har best kunnskap om journalistenes verden og tenkemåte, vil stille sterkest i denne diskusjonen. Uten slik kunnskap kan det tenkes at informanten framstiller sitt problem på en slik måte at det avvises av journalisten, eller at informasjonen brukes på en annen måte enn informanten hadde tenkt seg.

Journalisten vil bedømme den informasjonen informanten kommer med ut fra sin vurderingsramme, som bærer preg av det en kan kalle journalistkulturen. Dette betyr at det innenfor presseverdenen har dannet seg en forholdsvis bred enighet om hva som er godt stoff. Journalistkulturen innebærer også en felles holdning til hva som er en god artikkel, og hva som er yttergrensene for hva som kan presenteres.

Disse generelle retningslinjene, kombinert med den enkelte avis sosialpolitiske profil, den enkelte journalists vurderinger, og innholdet og presentasjonen av den sak som legges fram for journalisten blir dermed de viktigste forklaringene på den behandling den enkelte sak får. Dessuten kommer begrensninger som tids- og plassknapphet på bestemte tidspunkter.

## **4.1 Faktorer som styrer journalistenes arbeid**

Det er enkelte faktorer som bør undersøkes dersom en skal gi et rimelig dekkende svar på hva som styrer journalistenes arbeid. Her skal nevnes tre forhold som kan sies å være av spesiell interesse i forbindelse med sosialreportasjer:

- avisenes mål
- generell presse-etikk
- taushetsplikt og rett til innsyn

#### 4.1.1 Avisenes mål

To grunnleggende menneskeretter er knyttet til massemediene: trykkefrihet og rett til informasjon. Den første kan tolkes slik at alle skal kunne få fram sine synspunkter gjennom massemediene, uten at myndighetene eller andre skal ha lov til å hindre dette. Denne retten er grunnlovsfestet. Den praktiseres ikke slik at alle har krav på å få synspunkter på trykk. Avisenes redaksjoner har full rett til å unnlate å ta opp saker, noe de ofte benytter seg av. Trykkefriheten som en juridisk rettighet, går i Norge ikke lenger enn til at myndighetene ikke har lov til å drive sensur, og at personer ikke kan straffes for noe de har skrevet med mindre det bryter med andre lover som er laget hovedsakelig for å beskytte enkeltpersoner. Trykkefriheten gir alle som har ressurser til det, rett til å starte aviser.

Retten til informasjon er knyttet til mottakerne. En mottaker skal ha rett til å få tilstrekkelig informasjon til at han eller hun kan orientere seg i samfunnet. Retten til informasjon er ikke lovfestet, men står for eksempel sentralt i UNESCOs arbeid for en ny verdensorden for informasjon. Trolig må en betrakte begge rettigheter som sentrale for at et demokrati skal kunne fungere.

Går en litt nærmere inn i de to rettighetene, blir det likevel noe uklart hvilke oppgaver en egentlig mener pressen har og bør ha. I Maktutredningen (NOU 1982:30) siteres en svensk utredning som skiller mellom fire oppgaver eller funksjoner:

- informasjonsfunksjonen
- kommentarfunksjonen
- overvåkingsfunksjonen
- gruppekommunikasjonsfunksjonen

Pressestøtteutvalget (NOU 1982:44) skiller mellom

- informasjonsfunksjonen
- kritiker- eller overvåkingsfunksjonen
- forumfunksjonen

Særlig Pressestøtteutredningen legger vekt på at det er viktig å bevare pressen som informasjonsleverandør, men understreker også den særstilling pressen har til å kunne kritisere (både den offentlige og den private sektor), noe man lettere kan gjøre i pressen enn i det nasjonale monopolorganet NRK.

Journalistene ser informasjonsformidling som sin viktigste oppgave ifølge en undersøkelse som ble gjennomført ved Institutt for presseforskning (NOU 1982:30, s. 69). Overvåkingsfunksjonen kommer på en solid andreplass.

Pressen befinner seg i en dobbeltstilling. På den ene siden er den en del av kulturlivet og politikken. Den forventes å skulle ha ideelle mål med sin virksomhet, og den skal oppfylle kravene til ytringsfrihet og publikums rett til informasjon. På den annen side er pressen en del av næringslivet. De største avisene kommer med på lista over de 500 største bedriftene i Norge, rechnet etter omsetning. Det forteller at avisdrift koster mange penger, og disse midlene må stort sett skaffes fra dem

som er frivillige kjøpere av dette produktet, enten i form av abonnement/løssalg eller i form av spalteplass til annonser. Innen alle aviser vil disse to rollene – gjerne kalt henholdsvis katedral og børs – komme i konflikt med hverandre. De fleste av dem som påvirker avisens innhold og utforming vil daglig merke dobbeltrollen i sitt arbeid.

Pressen er ikke en enhetlig blokk. Norsk presse består av små og store aviser, aviser som bare dekker en del av en kommune, og aviser som har pretensjoner i retning av å være nasjonale. Noen aviser støtter politiske partier, mens andre tar sikte på å opptre nøytralt. Også innen en avis kan det være rimelig å skille mellom ulike grupper. En har eiere og redaktører som øver innflytelse over hele avisa, de redaksjonelle medarbeiderne har visse mål, og andre deler av avisa, for eksempel annonseavdelinga, kan ha atter andre mål. Endelig kan en se på den enkelte medarbeider. Han eller hun vil ha holdninger og verdier, meninger og fordommer. Dette er et komplisert mønster som til sammen utgjør det vi kan kalle Norsk Presse.

Denne pressen har også felles mål med virksomheten. Disse målene kan variere mellom ulike aviser, og mellom grupper og enkeltpersoner innen avisene. Likevel kan en sammenfatte viktige trekk ved målene i norsk presse i følgende tre punkter:

- propaganda/opinionspåvirkning
- sosialt ansvar
- publikumsmaksimering/maksimering av profit

Dette er mål for avisenes virksomhet, men de vil også gjenspeile seg i journalistenes egne holdninger.

Ingen av disse punktene er lette å avgrense i forhold til de andre. Men selv om dette skulle være mulig, vil det fremdeles være vanskelig å plassere de enkelte avisene entydig i en av gruppene på grunn av ulike vurderinger i ulike deler av avisa. (Forholdet mellom styringen av mediene og mediernes mål er drøftet i et vedlegg til Medieutredningen, se Østbye, 1983.)

#### *Propaganda/opinionspåvirkning*

En avis kan ha som mål å få publikum til å ha bestemte oppfatninger. Siden store deler av norsk presse oppgir å representere politiske partier, må en rekne med at propaganda/opinionspåvirkning er ganske utbredt. I slike tilfeller vil det dreie seg om å få publikum til å slutte seg til et politisk parti. I andre tilfeller kan det være mer generelle ideologier som kjøres fram, eller avisene forsøker å fremme et bestemt syn på en avgrenset sak blant sitt publikum.

Om en skal kalle dette propaganda eller opinionspåvirkning er mer et spørsmål om ordvalg. I faglitteraturen brukes ordet propaganda mest, men siden propaganda har fått en negativ ladning med et klart islett av uhederlighet, kan det være like rimelig å bruke opinionspåvirkning. Uansett ordvalg, bør det legges til at det å forsøke å overbevise andre ikke er noe moralsk mindreverdig. Det ligger ikke noen fordømmelse i å si at en avis driver opinionspåvirkning eller propaganda for

et bestemt syn. Tvert imot: et demokrati er avhengig av opinionspåvirkning og propaganda for at folk skal bli kjent med de ulike standpunkter og ideologier som de skal velge mellom.

#### *Sosialt ansvar*

Mediemålsettingen «sosialt ansvar» innebærer at mediene skal gi publikum de typer stoff som publikum har behov for. Mediene skal etter denne målsettingen arbeide for å øke folks kunnskaper, sosiale engasjement og demokratiske deltakelse. I stor grad vil dette bety en satsing på informasjon, men en kan også forsvare underholdningsstoff ved å hevde at hjelp til avkopling er noe av det moderne mennesker trenger mest av alt.

Et viktig problem med målet om sosialt ansvar er at det er svært vanskelig å påvise ved objektive mål hva folk virkelig har behov for. Vanligvis vil det imidlertid ligge i denne ideologien at publikum skal få den typen informasjon som vil gjøre det lettere for den enkelte å orientere seg i samfunnet, løse dagliglivets problemer, bedre sine livsbetingelser og i det hele få et bedre liv. I den norske versjonen av ideologien om sosialt ansvar ligger at objektivitet og allsidighet skal være mål for virksomheten. Men det er heller ingen grunn til å skjule at det også kan være vanskelig å skille mellom propaganda og sosialt ansvar.

#### *Publikumsmaksimering/maksimering av profitt*

Målsettingen om publikumsmaksimering er enkel: det gjelder å lage et budskap som når fram eller blir kjøpt av så mange som mulig. Et annet, nokså likt mål, er profittmaksimering, altså det å lage et produkt som gir avisa størst mulig overskudd. Inntektene til en avis kommer ikke bare fra publikum, annonseinntektene er vel så viktige. Men siden det er en nær sammenheng mellom opplag og annonsepriser, vil de to målene for en stor del falle sammen. I en så grov inndeling av avisenes mål som den som presenteres her, har det derfor liten hensikt å skille mellom publikumsmaksimering og profittmaksimering.

Det viktigste med disse målene er at innholdet i avisene tilpasses mottakernes ønsker. Dersom en stofftype «selger», produserer avisa stoff av denne typen. Er det noe som «selger» dårlig, blir det kuttet ut så raskt som mulig.

Avisa er et sammensatt produkt, og publikum kjøper en hel avis, ikke bare de delene som er av interesse. En bestemt kjøper vil ha visse typer stoff som gjør at han eller hun velger denne avisa, altså stoff som man har et positivt forhold til. En aksepterer visse mengder stoff som er uten interesse, men det vil også kunne være visse typer stoff som en reagerer negativt på. Siden publikum er forskjellig, må en norsk avis ha mange typer stoff for å kunne tilfredsstille flest mulig av lesergruppene. Men det vil være viktig for en redaksjon som baserer seg på publikumsmaksimering at en har så lite stoff som mulig som det reageres negativt på.

### *Pressens målsettinger og sosialreportasjer*

De tre målsettingene avisene kan ha for sin virksomhet vil rimeligvis påvirke tema og utforming av reportasjene, men vil alene neppe kunne avgjøre om avisa skal eller ikke skal inneholde sosialreportasjer.

Når det gjelder målsettingen om publikumsmaksimering, vil en kunne rekne med at avisene tillemper reportasjene etter hva de tror publikum ønsker. Dagspressens kartlegging av hva publikum egentlig ønsker er nokså dårlig sammenliknet med de nitide publikumsundersøkelsene ukepressen regelmessig gjennomfører. Likevel må en anta at pressen har fått visse ideer om hvilke typer sosialreportasjer som selger. De kan både bruke leserundersøkelser og studier av salgstall (løssalg) for å få en systematisering av denne informasjonen. Det er ikke offentliggjort noen undersøkelser som direkte gir noe svar. Det synes imidlertid som om journalistene som arbeider med sosialreportasjer har et inntrykk av at det er lettere å nå fram til publikum med reportasjer dersom de inneholder personlig stoff, gjerne navn, en del detaljer om personene, og helst bilde. Dessuten gjelder slagordet om «jo verre, jo bedre» – jo mer urimelig behandling man har fått av det offentlige, jo dårligere situasjon man er i, jo større sjanse er det for at en journalist bruker en henvendelse som grunnlag for en artikkel.

Personifisering og ønske om å presentere ekstreme situasjoner er kjennetegn som ofte reknes opp som utvalgs-kriterier i nyhetsreportasjer (Galtung og Ruge, 1970, s. 262 og 265–67).

Mens målsettingen om publikumsmaksimering slår ut hovedsakelig i presentasjonsform, vil målsettingen om propaganda også ha betydning for valg av tema. Alle politiske partier i Norge har et sosialpolitisk grunnsyn som kommer til uttrykk i partiprogrammet. I tillegg vil et etablert politisk parti ha fremmet eller tatt standpunkt til konkrete sosialpolitiske tiltak. En må rekne med at en avis som støtter et slikt parti, vil være mer tilbøyelig til å ta opp sosialpolitiske temaer som er aktuelle for partiet, eller eksponere saker som enten viser at avisens eget parti har rett eller at motstanderne tar feil. Alt etter hvor viktig den sosialpolitiske plattform er, vil avisene kunne bruke ulik styrke i reportasjenes virkemidler. Det kan godt være at man bruker de samme virkemidlene som en avis med publikumsmaksimering som mål, dersom man antar at disse virkemidlene vil virke sterkest til å underbygge argumentasjonen. Men det vil være visse farer ved å bruke for sterke virkemidler dersom det viser seg at de som framstilles i reportasjene blir utnyttet. Det er rimelig å tro at aviser som har propaganda som et viktig mål vil sette sosialreportasjene inn i en klar partipolitisk og sosialpolitisk sammenheng. For sterke virkemidler kan derfor slå tilbake, ikke bare på avisen, men også på partiet.

Ideologien om sosialt ansvar vil også kunne gi grunnlag for personidentifiserende sosialreportasjer. Men målsettingen vil være å vekke en opinion til fordel for bestemte sosiale tiltak. En vil være svært varsom med å bringe reportasjer som kan slå tilbake på dem som framstilles. Trolig vil en forsøke i størst mulig utstrekning å bruke personer som er klare over mulige konsekvenser av reportasjene. Dette vil igjen føre til at de som framtrer i reportasjene er forholdsvis ressurssterke. Det er

også rimelig å tro at aviser som bekjenner seg til ideologien om sosialt ansvar vil følge opp enkeltstående sosialreportasjer med mer generelle artikler som fremmer krav om endring av bestående ordninger eller forsvar for ordninger som er utsatt for kritikk.

#### SAMMENFATNING AV SAMMENHENG MELLOM PRESSEIDEOLOGI OG SOSIALREPORTASJER

Presseideologi	Hvor ofte person-identifiserende sosialrep.	Formål med slike reportasjer	Utvalgsriterier
Publikumsmaksimering	Forholdsvis ofte	Produsere «human interest»-historier	Jo verre, jo bedre, men helst med happy ending
Propaganda	Forholdsvis ofte	Illustrere politiske standpunkt	Vekt på sakstype, må passe med parti-standpunkt/ideologi
Sosialt ansvar	Noe sjeldnere	Rette på svakheter i samfunnet	Vekt på sakstype, men tar nødvendig opp saker som skader unødig dem som står fram, eller de som framstilles gjør det med åpne øyne for å fremme en generell sak

Alle tre ideologier vil være representert i alle aviser, men det kan variere fra avis til avis hvor sterk innflytelse hver av ideologiene har på utformingen av det endelige produktet.

#### 4.1.2 Generell presse-etikk

Blant journalistene i pressen er det som nevnt mange som mener pressen skal overvåke andre institusjoner i samfunnet. Ytringsfriheten skal kunne brukes til å kritisere myndigheter, uten at pressen skal være redd for at det offentlige skal legge hindringer i veien for det. I tråd med dette hevder pressen det prinsipp at avisene og journalistene skal ha rett til å beskytte sine kilder. Dette prinsippet har ikke vunnet fram overfor politi og rettsvesen. Likevel står det i Vår Varsom-plakaten (pressens egne gjennomarbeidede og vedtatte regler for god presseskikk):

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 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.

Dette må oppfattes som en meget sterk uttalelse. Først når en rettsavgjørelse krever at en kilde skal oppgis, skal avis og journalist vurdere om pålegget skal følges. Også i praksis har pressen vernet om sine kilder – en redaktør gikk i fengsel heller enn å oppgi kilden til et utsagn (Wale, 1978, s. 182).

Pressen har gått langt i å kreve – og et stykke på veg fått medhold i – retten til å kunne innhente informasjon. Til gjengjeld har pressen også pålagt seg selv et ansvar for ikke å skulle skade enkeltpersoner. I den grad slike prinsipper er formulert, vil de i stor grad være hentet fra sosial ansvarlighets-ideologien. Tre punkter fra Vær Varsom-plakaten er av særlig interesse for personorienterte sosialreportasjer:

- Misbruk ikke andres tillit. Det bør framgå 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. Framhev ikke personlige avvik når dette er saken utedkommende.

Følgende utsnitt av Vær Varsom-plakaten gjelder rettsreportasjer, men visse sider av det som tas opp, kan overføres til personomtale i sosialsaker:

Legg særlig vekt på saklighet og omtanke i rettsreportasjen, så vel i sivilsaker som i straffesaker. (. . .)

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 sante forgåelser.

<sup>1</sup>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.

Et tema som det synes å være en viss uenighet om innen pressen, er om en person som er intervjuet skal ha rett til å lese gjennom og eventuelt godkjenne intervjuet før det går i trykken. Blant de journalistene som ble intervjuet i vår undersøkelse, ga de fleste uttrykk for at de anså dette som et rimelig krav. Det viste seg også at flere av informantene i vårt utvalg hadde fått lese gjennom manuskriptet før det ble trykt. Men det finnes andre oppfatninger blant journalistene. I en artikkel skrev journalisten Einar Lyngar at han oppfattet kravet som en fornærmelse: «Jeg føler at man blir mistenkt for ikke å kunne faget» (Journalisten, november 1980, s. 40).

Også bruk av bilder har sin etiske side, ikke minst når det gjelder bilder i en sosialreportasje. Vær Varsom-plakaten har et avsnitt også om billedbruk:

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

Kilde for Vær Varsom-plakaten:  
Wale, 1978, s. 171–172

Det bør legges til at grensene for hva som aksepteres som god presseskikk stadig endres, og jamnt over utvides. Innen pressen er det en stadig diskusjon om slike spørsmål.

### 4.1.3 Taushetsplikt og rett til innsyn

Tradisjonelt har norsk statsforvaltning vært nokså lukket. Mot slutten av 1960-tallet ble spørsmålet om økt rett til innsyn i statsadministrasjonens arbeid tatt opp fra flere hold, ikke minst var pressen en viktig pressgruppe. For at pressen skulle kunne utføre sin kritikerfunksjon (eller rollen som fjerde statsmakt) måtte den få rett til å kikke byråkratiet i kortene. Det er ikke nok at pressen får tilgang til å skrive om sakene når de er avgjort. For at publikum skal bli informert på en slik måte at det kan være med i beslutningsprosessene, må informasjon formidles om saker som er under behandling.

Kravet om åpenhet i forvaltningen møter imidlertid på motstand på to måter. For det første behandler offentlige organer saker som direkte vedrører en rekke enkeltpersoner og private virksomheter. Det offentlige kan kreve informasjon fra disse personene og virksomheten. Men dette er i stor grad informasjon som er av fortrolig karakter, og som det av hensyn til privatlivets fred og integritet bør legges restriksjoner på bruken av. På et annet plan kommer det motstand mot åpenhet fordi det vanskeliggjør administrasjonens arbeid. Dels kan åpenhet binde saker på et tidlig tidspunkt, som kan gjøre det vanskelig å finne fram til gunstige løsninger. Men dels kan åpenhet gjøre det vanskelig å skjule feil og tabber som det offentlige gjør. Dette siste er ikke en rimelig grunn til å hindre innsyn, tvert imot kan en si at en av pressens oppgaver nettopp er å peke på feil.

Når det gjelder sosialsaker, kommer mange av innvendingene mot innsyn med full tyngde. En kan ikke åpne sosialarbeidernes saksmapper for hvem som helst, og slett ikke for pressen som vil kunne bringe sakene videre til offentligheten. Men et fullstendig lukket system vil heller ikke alltid være til klientens beste: da vil det være lettere for saksbehandlere og institusjoner å skjule feil og overgrep overfor klientene, eller som det har vært påpekt, dekke over skjevfordelinger av offentlige goder til ugunst for de dårligst stilte (Kjønstad og Øyen: 1980, del 2).

De lovbestemmelsene som finnes på dette feltet, består i stor grad av avveininger mellom bestemmelser om taushetsplikt og rett til innsyn.

#### *Lovregulering*

Da offentlighetsloven (Lov om offentlighet i forvaltningen) ble satt iverk i 1971, ble det innført som et hovedprinsipp at alle som ønsker det, skal ha rett til innsyn i

forvaltningens saksdokumenter. Men samtidig ble visse opplysninger holdt utenfor. I forbindelse med sosialreportasjer, er det særlig taushetspliktbestemmelser som skal beskytte enkeltpersoner som er av betydning. De personer som det finnes taushetspliktbelagte opplysninger om, kan imidlertid be om å få innsyn i taushetspliktbelagt materiale som omhandler dem, og de kan på litt ulike vilkår kreve at andre som de bemyndiger også kan få innsyn i dokumentene.

De viktigste bestemmelsene i offentlighetsloven i denne forbindelse er:

«§ 2

Forvaltningens saksdokumenter er offentlige så langt det ikke er gjort unntak i lov eller i medhold av lov.

Enhver kan hos vedkommende forvaltningsorgan kreve å få gjøre seg kjent med det offentlige innholdet av dokumenter i en bestemt sak. Det samme gjelder journal og lignende registre . . .

§ 5a

Opplysninger som er undergitt taushetsplikt i lov eller medhold av lov er unntatt fra offentlighet . . .

§ 10

Gjelder begjæringen et dokument som inneholder opplysninger undergitt taushetsplikt, jfr. § 5a, og denne taushetsplikten faller bort ved samtykke fra den som har krav på taushet, skal begjæringen på anmodning forelegges vedkommende til uttalelse med en passende frist. Svarer vedkommende ikke, regnes dette som nektelse av samtykke.»

De lovene som det siktes til i § 5a er delvis lover om enkelte profesjoner, slik som lege-loven, osv., og delvis forvaltningsloven. Tjenestemenn har taushetsplikt når det gjelder «opplysninger om fysisk og psykisk helse, familieforhold, boligforhold og andre sosiale forhold» for enkeltpersoner (Kjønstad og Øyen, 1980:42).

En journalist som ønsker innsyn i fortrolige opplysninger som administrasjonen har om en klient, kan få klientens samtykke til å få se dokumentene. Klientene kan altså løse saksbehandlerne og institusjonene fra taushetsplikten. Men det er ikke sikkert at journalisten likevel vil få innsyn. Administrasjonen kan påberope seg en taushetsrett, basert på forvaltningens eget skjønn (Kjønstad og Øyen, 1980:50; Benneche, 1979:45). Saksbehandlerne kan altså holde på sin taushetsrett i visse tilfeller, vanligvis begrunnet med at klienten må beskyttes uansett om han eller hun har avgitt en erklæring om frigjøring av taushetspliktbelagt materiale.

En annen måte å få opplysninger om en enkeltsak på for journalisten, er å gå inn i saken som *fullmektig* for klienten. Journalisten blir dermed part i saken og skal ivareta klientens tarv. De opplysninger journalisten får tilgang til på denne måten, kan imidlertid ikke bringes videre i pressen, da «parten etter forvaltningslovens § 13b, siste ledd, utelukkende (kan) bruke opplysningene i den utstrekning det er nødvendig for å ivareta sitt tarv i saken» (Benneche, 1979:101).

### *Praksis og konsekvenser*

En del av de journalistene som har spesialisert seg på sosialreportasjer har erfaringer med praktiseringen av taushetspliktbestemmelsene. Noen av journalistene har bare positive erfaringer, og aksepterer at saksbehandlerne henviser til taushetsplikten. Men flere av journalistene er skuffet over måten taushetspliktbestemmelsene håndheves på. De som har negative erfaringer henviser ofte til at bestemmelsene brukes inkonsekvent: i noen tilfeller kan journalisten få opplysninger som er undergitt taushetsplikt, mens det i andre tilfeller er umulig å få svar på selv de mest «uskyldige» spørsmål.

Det at journalistene stenges ute fra en del kilder, strir mot pressens funksjon som overvåker – det er umulig å overvåke noe når man hindres i innsyn. Pressen oppfattes – og framfor alt oppfatter seg selv – som det eneste organ som kan overvåke de politiske organene og forvaltningen på en uavhengig måte. Dersom visse felt stenges for innsyn, betyr det at disse feltene ikke blir kontrollert, og at det kan innarbeides en uheldig praksis uten at dette blir påtalt og rettet. Pressen vil hevde at en kan få et system der det blir tatt avgjørelser i strid med lovverket eller lovens intensjoner og enkeltpersoners interesser. Ettersom det i sosialsaker dreier seg om mange personer med små personlige ressurser, oppfatter en del journalister det som et felt der ytre kontroll er svært viktig.

Ingen av journalistene vi kontaktet, ga uttrykk for at det var galt at det fantes personvern. Ingen mente at alle opplysninger skulle kunne spres til alle og enhver. Det journalistene opplevde i sin arbeidssituasjon med saker der taushetsplikten var i bildet, var at de bare fikk adgang til en del av den relevante informasjonen i saken, og derfor vanskelig kunne forme et *selvstendig* bilde av saksforhold og avgjørelser. Teorien om pressen som en fjerde statsmakt innebærer både uavhengighet fra staten og tilgang til informasjon.

Gerd Benneche, som gjennom sin utdanning som jurist og sin lange praksis som journalist har fått særlig innsikt i disse problemene, skriver i sin bok *Taushet, Vern eller maktmisbruk?* at «forvaltningen kan ønske å 'forklare seg' i den hensikt at det ikke skal komme ut uriktige opplysninger eller at pressens framstilling skal bli 'skjev'. Forutsetningen er at opplysningene gis i fortrolighet» (Benneche, 1979:9). Denne framgangsmåten fører til at journalisten får en dobbelt eller kanskje til og med firedobbel lojalitet (overfor informanten, saksbehandleren, avisen og leserne). Fortrolige opplysninger fra saksbehandlere kan føre til at journalisten ikke lenger foretar selvstendige vurderinger av opplysningene som er framkommet (se også Bakke, 1984:75–105).

Benneche nevner også de situasjoner der journalisten går inn i rollen som fullmektig for informanten (1979:86) og på den måten får tilgang til alle dokumenter som informanten som part har krav på å få se (noe som heller ikke betyr at *alle* saksdokumenter er tilgjengelig). Denne rolle vil være i samsvar med mange journalisters krav om å få tilgang til så godt som all relevant informasjon. Men pålegget om taushetsplikt og lojalitet overfor klienten vil samtidig gjerne oppleves som problematisk for journalisten.

En inkonsekvent håndtering av taushetspliktbestemmelsene kan lett skape et

inntrykk av at taushetsplikten brukes vel så mye for å beskytte saksbehandlerne som for å beskytte klientene. En journalist som får avslag på krav om å få se bestemte dokumenter i en sak, vil gjerne bli skuffet og tro det foregår noe som saksbehandleren ønsker å skjule. Men det glemmes lett at journalistene selv går inn for en meget sterk beskyttelse av sine egne kilder, og også etter sine egne etiske regler skal beskytte folk som ikke er i stand til å beskytte seg selv (Vær Varsom-plakaten, punkt 2: «Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan være klar over virkningene av sine uttalelser. . . ; se avsnitt 4.1.2).

De journalistene vi snakket med, hadde ingen enhetlig oppfatning av hvordan problemet med innsynsrett og taushetsplikt i sossalsaker burde løses. Flere hadde begrensede erfaringer på området, og de hadde ofte ikke vurdert problemet. Andre syntes sosialetaten burde bruke taushetsplikten på en mer smidig måte. Hva dette innebar kunne variere – noen mente de skulle tilsette en pressetalsmann som kunne vurdere hva som ville ramme klienten og hva som ikke ville gjøre det. Da ville sosialetaten kunne bli mer villig til å svare på spørsmål som ikke ville ramme klientene. Et forslag til endring av den nåværende praksis gikk ut på å institusjonalisere selektiv informasjonsspredning. Det ble foreslått at noen journalister burde kunne opparbeide seg et tillitsforhold til sosialetaten, og da få innsyn i dokumenter. Men, ble det presisert, ikke alle journalister fortjente å bli betrodd dette, slik at en burde få en utvelgning. Om forslaget var gjennomtenkt og seriøst ment, eller heller en spontan tanke, er uklart. Den representerer nettopp noe Benneche tar avstand fra, av frykt for å ufarliggjøre sosialreportasjene.

En kan si at det i pressens holdning til taushetsplikten finnes en dobbelt holdning: på den ene siden insisterer man på retten til å beskytte sine egne kilder, på den andre siden krever man innsyn i offentlige arkiver med meget sensitive opplysninger, for på eget ansvar å vurdere om opplysningene skal kunne offentliggjøres eller ikke.

Spørsmålet blir dermed ikke bare om taushetsplikten er bra eller ikke, det blir også et spørsmål om *hvem* som skal få adgang til taushetspliktbelagte opplysninger (Kjønstad og Øyen, 1980).

## 4.2 Kontakt journalist–informant

Det oppstår stadig situasjoner som kunne føre til avisreportasjer. Bare noen få av disse sakene blir slått opp i avisene og utslingsprosessen skjer gjennom flere ledd.

For at en sak skal bli en reportasje, må noen ta et initiativ. Ved starten på prosjektet var vår antakelse at de fleste initiativ kom fra journalistene, men vi regner også med at en stor del av initiativene kom fra de personene som følte seg utsatt for en urettferdig behandling eller som på annen måte var i en vanskelig situasjon. Gjennom prosjektet ble vi oppmerksom på at det var en tredje gruppe som var viktig, personer som formidlet kontakt mellom klientene og journalistene. Dette er en svært sammensatt gruppe personer, men med et samleord kan vi kalle den *mellomledd*.

Ser vi bort fra at en del reportasjer først ble tatt opp i andre aviser og deretter i en av de tre avisene vi har lest, og konsentrerer vi oss om hvem som tok initiativet til reportasjene i første omgang, viser det seg at journalisten bare *sjelden* har tatt initiativet. Av de 46 reportasjer i utvalget hadde journalisten/redaksjonen tatt initiativet i 5 av tilfellene. Informanter hadde kontaktet avisen i 27 av tilfellene, mens mellomledd opprinnelig tok initiativet i nesten en tredel av reportasjene, ialt 14 tilfeller. Særlig det siste var en overraskelse.

#### 4.2.1 Reportasjer på initiativ fra journalisten

Når vi ser på hvilke måter journalister får tilgang til stoffet sitt, må vi ta hensyn til det spesifikke med de sosialreportasjer vi har studert, nemlig at det er reportasjer der enkeltindivider står fram og forteller om sine problemer med (deler av) sosialsektoren. Mange tradisjonelle kilder som journalister bruker til daglig faller dermed bort. Ingen holder pressekonferanse, bare ytterst sjelden er det noe å hente på teleksen, o.s.v. Tilgangen til stoffet kommer da via andre aviser/media, i dragsuget av politiske begivenheter eller gjennom tips fra publikum.

Det ligger i sakens natur at nyheter har mer nyhetsverdi på ett tidspunkt enn på et annet. Journalistene vil derfor være mer interessert i å innhente opplysninger om aktuelle saker. Nedleggelse av en institusjon, for eksempel, kan ofte være kontroversielt stoff som en avis vil være interessert i å utdype videre. I en slik situasjon vil journalisten ofte oppsøke institusjonen, snakke med ansatte, styreren o.s.v. Samtidig kan det bli aktuelt med en sosialreportasje om en av beboerne som da skal illustrere problemene med nedleggelse.

Likevel er det bare få reportasjer som starter på denne måten. En av reportasjene, om en klient ved en institusjon for psykisk utviklingshemmede, kom som følge av avisskriverier om fysiske overgrep fra personalets side. I dette tilfellet fikk journalisten kontakt med en del av personalet mens hun var på institusjonen for å lage en reportasje om overgrep og hun bestemte seg i samråd med dem å lage en reportasje om individuelle skjebner. En annen reportasje hvor journalisten selv tok initiativ, kom i stand fordi journalisten hadde intervjuet en av lederne for en mannsguppe. Journalisten var da interessert i å snakke med en skilt mann med problemer, fordi dette temaet akkurat da var aktuelt. En journalist, som leste i lokalavisen at husleien i trygdeboligene skulle stige tok selv kontakt med en av beboerne. Endelig er to reportasjer initiert av redaksjonen – det gjelder her en dobbeltreportasje (som vi omtaler som to reportasjer) om minstepensjonister. Disse ble aktuelle fordi det ble kjent at minstepensjonene skulle gå opp ca. 10 kr. pr. uke. Her fikk to journalister i oppdrag «å finne en minstepensjonist».

En del av forklaringen på hvorfor journalistene selv sjelden tar initiativ til sosialreportasjer, er at de har liten tid på hver enkelt sak. I avisene produseres det 2–3 sider redaksjonelt stoff pr. medarbeider pr. uke – opp til 5–6 sider i mindre aviser (Borrevik, 1982). Journalistene har ikke anledning til å se seg om etter stoff ved for eksempel å oppsøke et saneringsstrøk i byen, gå på møte i foreldrelaget for funksjonshemmete e.l. Kommer journalister på slike møter, har de vanligvis så

liten tid at de ikke blir værende gjennom hele møtet. Selvsagt er det forskjeller på hvor mye tid den enkelte journalist kan bruke på en sak, men poenget er at journalistene ikke går ut, uten at de *vet* at de har en «sak». Det er konturene av en sak de kan bruke som argument overfor seg selv og de andre i redaksjonen, ikke at de skal lete etter noe uten spesifisert mål. Bare de færreste journalistene har faste rutiner for å finne fram til sosialstoff på egen hånd.

En annen faktor som virker inn er at journalistene er varsomme med ikke å bli oppfattet slik at de trekker folk fram mot deres vilje. En slik praksis ville antagelig blant kolleger bli oppfattet som den verste form for sosialpornografi. For *journalisten* er det ikke det samme om det er hun/han som tar initiativet, eller om det er en annen, selv om resultatet for *informanten* kan være det samme.

En del av reportasjene har journalistene hentet fra andre aviser. Gangen fra en mindre avis til en stor avis er ikke uvanlig – dette skjedde i fire saker. Heller ikke er det uvanlig at lokalavisene tar opp saker som riksavisene har tatt opp. I ett tilfelle hadde en lokalavis allerede laget et intervju med informanten, men hadde ikke trykt det. Etter at saken kom opp i distriktsavisen ble originalintervjuet også trykt i lokalavisen.

#### 4.2.2 Reportasjer på initiativ fra informanten

I mer enn halvparten av de 46 reportasjene i utvalget var det, i alle fall i utgangspunktet, informanten som selv tok kontakt med avisen. Det var ikke nødvendigvis den avisen vi så reportasjen i, fordi avisene som nevnt henter stoff fra hverandre. Informantene i denne gruppen utgjør en heterogen gruppe, og de har forskjellige interesser/forventninger knyttet til reportasjen. Idealtypisk kan en skille tre typer foranledninger til at de tok kontakt med pressen.

##### *Avisreportasjen som spontanreaksjon*

Informanter som opplever overtramp og føler seg forurettet p.g.a. dette, kan i sinne kontakte avisen, nærmest for å avregere. Dette skjedde i ett tilfelle – med høyt adrenalininnhold i blodet ringte informanten tips-telefonen i avisen for å fortelle hvilken holdning hun som bevegelseshemmet hadde opplevd fra en av samfunnets service-ytere. De fleste informanter som tok kontakt med avisen fordi de reagerte spontant på en hendelse, hadde likevel hatt litt tid til å tenke seg om, muligens også for å samle mot. Hensikten med å kontakte avisen var ikke i første omgang å få en bedre behandling selv, men de ønsket en mulighet for å vise andre lesere hva de hadde vært utsatt for og hva andre kunne bli utsatt for. Saken trenger ikke i og for seg gripe særlig dypt inn i vedkommendes liv. Det eneste trekk som ut fra de 6 analyserte tilfellene synes å karakterisere denne gruppe informanter, er at de har hatt kontakt med pressen tidligere og til en viss grad kan regnes som mediavante.

At det er flere reportasjer som legges fram *som om* de har oppstått som spontane reaksjoner, kommer av at det i reportasjen ofte ikke står noe om når hendelsen

skjedde. På denne måten kan journalisten opprettholde inntrykket av at det er dagsaktuelle ting hun/han skriver om. Dessuten vil det i mange reportasjer der mellommenn har tatt initiativet, ikke framgå av teksten at det ikke var informanten som tok kontakt med pressen. Reaksjonene fra omgivelsene blir likevel de samme som om informanten hadde gått til pressen med problemet sitt.

#### *Avisreportasjen som en siste utvei*

En god del informanter kommer fordi de ser pressen som siste utvei til å få en sak avgjort til sin fordel. Her er det snakk om problemer som lenge har vært aktuelle, og situasjonen har gjerne blitt prekær som for eksempel hvor en av informantene var henvist til å bo i telt, etter å ha prøvd å komme fram til mange andre løsninger. Kontakten med pressen blir det siste hjelpemiddel en ser for å komme seg ut av utføret.

De informantene som har hatt problemer lenge og som bruker avisen som siste utveg for å tvinge fram en løsning, har i de fleste tilfellene små ressurser. De har gjerne prøvd ulike måter å løse problemene på, den ene etter den andre. I ett tilfelle hadde informanten klaget på avgjørelsene flere ganger, noen ganger pent, noen ganger sint og under henvisning til mange paragrafer som han syntes saksbehandleren hadde syndet mot. Informanten hadde dessuten politianmeldt sosialkontoret og var oppe i en rettssak om dette. De ulike måter å prøve å få sitt syn gjennom på i saksbehandlingen hadde bare gitt negative resultater, noe som førte til at informanten stadig varierte angrepene overfor motparten, men uten en helhetlig plan. Det ene utspill var mere bestemt av feilene ved det foregående, enn av en langsiktig strategi.

#### *Avisreportasjen som del av en langsiktig strategi*

De ressurssterke som selv har kontaktet pressen – og det er ikke særlig mange – har hatt mere langsiktige strategier. De har brukt reportasjene som et ledd i en slik strategi. Det typiske er at reportasjen ikke står alene, men går sammen med andre påvirkningsmidler for å få situasjonen endret. Reportasjen kan for eksempel understøtte et politisk utspill som kommer samtidig eller like etter reportasjen.

Informanten tar her opp prinsipielle spørsmål, ved å ta utgangspunkt i sin egen situasjon. Informanten trenger ikke alltid selv å ha direkte nytte av endret situasjon, men prinsippene i avgjørelsene synes å være det viktigste. Deres egen sak tjener som innfallspport til en slik prinsipiell vurdering og blir brukt på en slik måte. Disse informantene har gjerne kontroll over innholdet i reportasjen og måten det konkrete eksemplet blir brukt på, fordi de krever gjennomlesning av manuskriptet før det trykkes.

Som nevnt er det snakk om idealtyper og noen reportasjer kan for eksempel bære preg både av spontanitet og strategi samtidig.



### 4.2.3 Reportasjer på initiativ fra mellomledd

Av de 46 reportasjer i utvalget er 14 opprinnelig satt i gang av andre enn journalist eller informant. Vi vil kalle disse andre, som kontakter pressen om en konkret sak, for mellomledd – de formidler kontakt mellom informant og journalist.

Når det her er snakk om mellomledd, så tenker vi på personer som selv tar initiativet til reportasjen, med eller uten informantens samtykke på forhånd. Vi har bare funnet ett eksempel på at *informanten* gjorde bruk av et mellomledd for å ta kontakt med pressen – i dette tilfellet har informanten spurt en i bekjentskapskretsen om å ta kontakt med avisen (det gjelder en informant som selv hadde store problemer med å kommunisere). I det tilfellet har vi regnet informanten som initiativtaker. Mellomleddene kan deles inn i tre kategorier alt etter hva slags interesser de har i saken og hva slags forhold de står i i forhold til informanten.

#### *Private mellomledd*

I 4 tilfeller har bekjente av informanten uten noen direkte tilknytning til problemet, bedømt situasjonen som så «hårreisende» eller håpløs at de har tatt kontakt med avisen. Disse personene kan være slektninger, arbeidsgivere eller andre som kjenner informanten personlig. Motivene for å kontakte avisen har delvis vært humanitære, delvis også egeninteresse – for eksempel er det greiere for en arbeidsgiver at arbeidstakeren har bolig og ikke trenger å ta barna med på jobben. Hovedmålet med reportasjen er å få en endring i saken, slik at problemet kan løses. Men spontanitet (som vi skilte ut som bakgrunn for informanter som tok kontakt direkte med avisen) kan også ligge bak mellomleddets ønske om å henlede allmenhetens oppmerksomhet på et overtramp overfor informanten.

#### *Representanter for interesseorganisasjoner som mellomledd*

For fem reportasjer kom initiativet fra aktive medlemmer av interesseorganisasjoner (for eksempel fra en sekretær i en lokal avdeling av Handikapforbundet). Selv om det ligger bekymringer for informantens situasjon til grunn for initiativet, er synliggjøring av problemtypen en viktig grunn for å gå til pressen. Reportasjen skal vise bestemte problemer som bestemte typer mennesker står overfor, og de kan i neste omgang brukes i interesseorganisasjonens arbeid for å endre situasjonen generelt. Reportasjen kan brukes som legitimering av krav som organisasjonen reiser overfor det offentlige. For initiativtakeren vil det generelle/prinsipielle i saken være viktig, og i 3 saker har mellomleddet også fått anledning til å uttale seg og sette enkeltsaken i perspektiv.

#### *Saksbehandler som mellomledd*

Fem reportasjer ble initiert av representanter for hjelpeapparatet. Vi hadde forventet å finne noen «lekkasjesaker», der ansatte i en offentlig etat ville kontakte pressen under henvisning til en konkret sak som etaten ikke greidde å løse på tilfredsstillende måte. Men henvendelsen som springer ut av intern maktkamp i etaten har vi ikke i vårt materiale, bortsett fra en sak som vi ikke fikk følge opp.

Der ser det i reportasjen ut til at bakgrunnen er en intern konflikt som kommer opp i pressen. Det var sannsynligvis den tilsynelatende «tapende» parten som tok kontakt med pressen i dette tilfellet.

I de tilfellene hvor en saksbehandler tok kontakt med pressen angående en enkeltsak, var det altså ikke for å kritisere egen etat, men for kritisere *en annen* offentlig myndighet. Saksbehandleren mente denne etat forhindret en heldig løsning i en sak hvor saksbehandlerens egen etat følte seg avhengig av andre offentlige myndigheter. Mellomleddet formidler i slike saker kontakt med pressen for å øve press på andre myndigheter – enten en annen etat eller de politiske myndigheter – som står i veien for at deres klienter får løst sine problemer.

I ett tilfelle dreier det seg om bevilgninger til egen etat, i tre tilfeller om manglende tilbud fra en annen etat, og i ett tilfelle prøver en å influere en politisk avgjørelse vedrørende klienten. Reportasjene kan kalles for «et nødskrik fra det offentlige» som ikke vil risikere å utsette sine klienter (i alle 5 tilfeller ytterst ressursvake) for sensasjonspresse og revolverjournalistikk. I fire tilfeller var mellomleddet tilstede under intervjuet og krevde å lese gjennom manuskriptet for seg og informanten, og i to av sakene fikk mellomleddet anledning til å komme med sine synspunkter i den samme reportasjen.

### 4.3 Journalistenes akseptering av sakene

Alle journalister med erfaring på sosialreportasjefeltet, er enige om at bare en brøkdel av alle henvendelser til avisen ender med en reportasje. Vi har ikke materiale om alle henvendelser til avisene i en bestemt periode og en analyse av utvalgsriterier fra primærdata er derfor umulig. Vi har imidlertid snakket med journalistene om hvilke typer saker og klienter som det blir laget reportasjer om.

Ved henvendelse til avisen kan en potensiell informant eller et mellomledd bli avvist på ulike nivå. Ved oppringing kan allerede sentralbordet avvise vedkommende. Ved henvendelse i redaksjonen, kan dørvakten utføre samme funksjon ved ikke å slippe henvendelsen gjennom.

Journalistene antydte at mellom 5 og 20% av henvendelsene til dem resulterte i reportasjer. En del av henvendelsene faller bort fordi journalisten oppfatter informanten som kverulant – som en person som bare går til avisen for å få glede av det selv, uten noen form for formell eller moralsk rett til det de krever. Også de som forteller halve sannheter blir forsøkt luket ut på et tidlig tidspunkt.

Selv om informanten kommer med hele og sanne historier, så langt journalisten kan bedømme, vil en del av problemene bli oppfattet av journalistene som for allmenne og dermed for trivielle. Dette gjelder for eksempel boligsaker, og flere journalister forklarte at de ikke ville ta opp slike saker dersom ikke det var barn, gamle eller syke som kunne «sprite opp» historien. Med dette sier journalistene at boligproblemer er så vanlige at en bare kan velge ut de verste tilfellene – at dermed i reportasjen understreker det *unormale* ved situasjonen. Dette legitimerer reportasjen for presseverden generelt, fordi framstilling av det ekstreme og

unormale samsvarer godt med generelle nyhetskriterier. At reportasjene som kommer i avisene dermed *ikke* retter søkelyset mot boligproblemen generelt, var det ingen journalist som nevnte.

Overfør oss ga journalistene uttrykk for at de la særlig vekt på *personifisering* og på at reportasjen måtte ha et klart *poeng av allmenn interesse*. Noe mindre vekt la de på aktualitet. Hva som menes med et godt poeng var det få journalister som kunne uttrykke, men vår analyse av argumenter i reportasjene viser at sakene er preget av henvisninger til sosiale standarder som ikke er oppfylt, personlig situasjon og helsefølger av denne situasjonen. Også avisenes linje spiller inn ved utvalget av saker.

Det bildet reportasjene skaper av informantenes motstandere kan gi en pekepinn om hva avisene er mest interessert i. Vi må likevel være forsiktige med å trekke konklusjoner om årsakssammenhenger på grunnlag av det materialet vi har analysert. Vi vil for eksempel ikke kunne skille mellom det forhold at ulike typer informanter henvender seg til ulike aviser, og at avisene prioriterer ulike typer henvendelser forskjellig. Begge alternativene kan gi ulikheter mellom avisene. Dessuten har journalistene muligheter til å påvirke bildet som reportasjene skaper, ved å skrive på en bestemt måte.

Avisens generelle linje i sossialsaker vil antakelig bety mest i de tilfeller der nye temaer tas opp. De tradisjonelle og aksepterte temaer som boligsaker, trygdesaker, barnevernssaker, osv. vil gjerne bedømmes av journalisten etter de konkrete fakta i saken og måten slike saker vanligvis behandles på i avisen. Men nye tema, som for eksempel reportasje om skilte menns rettigheter, kan bli avvist på grunn av det politiske innhold en slik sak menes å ha. En informant i en sak om skilte fedres rettigheter fortalte oss at han hadde hatt kontakt med Dagbladet som sa de ville lage en reportasje. Selv om han purret på journalistene flere ganger, ble det ikke noen reportasje. Informanten mente dette skyldtes at Dagbladet ikke ville provosere kvinnebevegelsen fordi Dagbladet ønsket å bevare bildet av å stå på kvinnebevegelsens side. Informanten henvendte seg deretter til VG, som laget en reportasje – antakelig ikke fordi det gjaldt skilte menns problemer, men fordi problemet kunne framstilles som «mølbopolitikk», hvor det hadde gått «prestisje i saken».

Gitt at journalisten er interessert i den saken som informanten kommer med, vil journalisten vanligvis kontrollere og supplere opplysningene. Journalisten kan prøve å kontrollere informasjonen hos *motparten*. Her vil en muligens få beskjed om at beskrivelsen av situasjonen stemmer og at motparten omgjør avgjørelsen. Ifølge journalistene løses noen av problemene ved at *journalistene fungerer som en kommunikasjonskanal mellom informant og saksbehandler*, med eller uten en implisitt trussel om at dersom saken ikke løses, kan den bli tatt opp i avisa. Noen journalister føler seg som en slags sosialarbeidere. Å ta kontakt med motparten på et tidlig tidspunkt kan altså føre til at saken ikke blir til en reportasje fordi den blir løst. Det kan også være at kontakten med motparten fører til at journalisten får informasjon som gjør at saken droppes av andre grunner. Særlig i barnevernssaker nevnte journalistene at de av og til fikk stikkord fra sosialkontoret som endret

innholdet i saken, for eksempel antydninger om alkoholmisbruk, seksuell mishandling etc. Dersom journalisten fikk slik informasjon uten å ha satt seg særlig inn i saken fra andre kilder, betydde slik informasjon ofte at saken ble droppet. Spesialister på barnevernsaker vil ofte foretrekke å kontrollere informantenes opplysninger hos personer som ikke er direkte parter i saken, som naboer, slektninger, advokater, etc. Denne kontrollen skjedde ofte for kontakten med sosialkontoret. Argumenter for dette var at journalisten da ikke bare kunne avfeies av sosialkontorets saksbehandlere med noen få, ukontrollerbare stikkord, men at det kunne stilles konkrete spørsmål i saken og at en, om nødvendig, hadde argumenter for å imøtegå slike beskyldninger mot informanten. Som et ledd i denne informasjonssøking forlangte journalisten også å lese sakspapirene – enten hos informanten eller hennes/hans advokat. Journalisten får ofte en erklæring fra informanten i en barnevernssak som løser saksbehandleren fra taushetsplikten. Ikke i noen av de analyserte sakene har dette ført til at journalisten og saksbehandleren fritt har snakket om saken, ettersom saksbehandleren fortsatt har påberopt seg taushetsrett av hensyn til informanten.

Journalisten vil av og til også innhente og gjengi informasjon hos en sakkyndig som står på informantens side. En slik sakkyndig kan være en saksbehandler som fungerte som mellomledd eller en representant for en interessegruppe. Eventuelt kan journalisten selv velge ut slike støttespillere (av og til motparten) for å gi saken en bestemt sosialpolitisk vinkling. Om journalisten innhenter mer informasjon, hva slags informasjon som eventuelt innhentes, og på hvilket tidspunkt, avhenger både av sakstype og av om journalisten har innarbeidet spesielle arbeidsrutiner.

Hvorfor journalistene angriper sakene på ulikt vis, og dermed gir reportasjen en bestemt vinkling, kan delvis tilbakeføres til deres holdninger til og erfaringer med det sosiale hjelpeapparatet. Å kontakte «motparten» tidlig i prosessen går sammen med en holdning om at hjelpeapparatet tross alt ikke fungerer så dårlig og at det stort sett tar fornuftige avgjørelser.

Å lage reportasjer ved å undersøke informantens versjon av saken grundig før en kontakter motparten, krever tid. Å ta seg god til – kanskje bruke flere dager på én sak – har ikke alle journalister muligheter til. For spesialister er det litt lettere å bruke forholdsvis mye tid på én sak, men en distriktsjournalist som skrev om en større barnevernssak, fortalte at han måtte bruke kveldene for å lese gjennom dokumenter. Dette tok forholdsvis lang tid og krevde en ekstra innsats som ikke alle journalister er villige til å bruke på en sak.

Også tilfeldighetene spiller inn ved utvelging og utforming av reportasjer. Kommer det beskjed fra redaksjonen om at de må ha mere stoff til dagens avis, blir det selvsagt lettere å få inn en reportasje og få den slått stort opp. Ser vi på fordelingen av reportasjene over året, ser det likevel ikke ut til at det er en systematisk overvekt av sosialreportasjer i den tradisjonelle «agurktiden» (sommere). Dette henger nok sammen med at sosialreportasjer ikke blir ansett som spaltefyll.

## 4.4 Partenes kontroll

Kontakten mellom journalist og informant (eventuelt mellomledd) består av en eller flere samtaler/møter. Vi har ikke hatt anledning til å studere informant og journalist i en konkret samhandlingssituasjon og må her, som ellers i denne rapporten, bygge på utsagn fra partene. Vårt materiale gir likevel et godt bilde av denne samhandlingen i og med at vi har intervjuet flere parter.

Kontakten mellom partene kan foregå på ulike stadier i produksjonen av reportasjen. I noen tilfeller har informant og journalist kontakt bare én gang, som hvis informanten kommer i redaksjonen og blir intervjuet med det samme. Andre kontakter er spredt over tid og dette har betydning for problemakseptering for begge parter. Journalisten er selvsagt avhengig av å få en del opplysninger om saken for å kunne ta en avgjørelse om hun/han vil gå videre med saken.

Bortsett fra i to tilfeller har partene hatt i det minste ett møte, enten hjemme hos informanten eller i redaksjonen. I to tilfeller har journalisten snakket med informanten over telefonen. I det ene tilfellet dro fotografen til informanten for å ta et bilde.

I disse samtaler mellom informant og journalist blir det utvekslet informasjon om saken, men det blir også forhandlet om en del andre tema – blant annet om hvordan reportasjen skal se ut, anonymitet, osv. Her kan vi si at det blir forhandlet om *premissene* for reportasjen, hvor journalisten kan tilby spalteplass, mens informanten kan tilby informasjon for å fylle denne plassen.

I tilfellet der informanten selv har tatt kontakt for å få sin sak belyst i avisen, vil journalisten ha en ressurs (spalteplass) som informanten er interessert i. Men informanten kommer også med mer eller mindre konkrete forestillinger om hva resultatet burde bli. Om informanten hadde tenkt seg en anonym reportasje, vil det gjerne bli forhandlinger om dette, ettersom journalistene i de fleste tilfellene klart foretrekker navngitte personer i reportasjen. Blir spørsmålet ikke drøftet direkte, vil det komme opp når fotografen kommer og tar bilder fra avisens side, helst slik at informantens ansikt kommer med. Informanten kan protestere, men vil gjerne føle seg presset til å oppgi anonymitetskravet. I de aller fleste tilfellene ga informantene overfor oss uttrykk for ikke å ha noe imot at navn og bilde ble brukt, men i noen få saker har vi eksempel på at informanten følte seg presset av journalisten for å få reportasjen inn i avisen.

I prinsippet har informanten kontroll over informasjonen som journalisten får av henne/han. Informanten kan nekte å svare på journalistens spørsmål, unngå dem eller lyve. Ikke alle informantene kan forventes å kjenne til spillereglene overfor journalisten – som for eksempel at journalister kan bruke *alt* det som er blitt sagt, så lenge ikke noe annet er avtalt. Den typen konflikter er likevel ikke så hyppig i intervju-situasjonen ettersom informanten ikke blir klar over følgene før etter at de har lest reportasjen. Informanten kan da reagere på flere måter – hun/han kan ringe journalisten eller redaksjonen, skrive leserinnlegg/debattinnlegg i avisen eller ta opp saken med Pressens Faglige Utvalg.

Et forhandlingstema som kan bli aktuelt, er informantens rett til å lese gjennom

manuskriptet før det blir trykt. Intervjuene viser at mange informanter ikke har tenkt på at dette var mulig eller nødvendig. I flere tilfeller leste journalisten opp sine notater etter intervjuet og begge parter ga uttrykk for at de oppfattet situasjonen slik at journalisten hadde informantens tillit til å skrive ut notatene sine.

I tilfeller hvor et mellomledd tar kontakt med pressen, og særlig når det er offentlig ansatte som kontakter pressen om en informant som de vet om gjennom saksbehandling, vil situasjonen være en annen. Mellomledd og informant har allerede før en tar kontakt med pressen, ofte drøftet de kravene de vil stille overfor journalisten. Spørsmål om anonymitet og gjennomlesning av manuskript vil dermed være avklart på forhånd og vil ofte bli presentert som en del av premissene når mellomleddet kontakter pressen. Disse premissene går da inn i journalistenes vurdering av om saken bør føre til en reportasje. I de tilfellene vi har sett på, har journalisten godtatt krav om gjennomlesning og eventuelle krav om anonymisering. Krav om plassering av reportasjen i avisen (for eksempel ikke første side) har ikke blitt stilt, men ville heller ikke blitt akseptert av journalisten, med det argument at heller ikke han/hun selv har kontroll over dette.

I praksis vil det ikke bare være informanten som krever anonymitet eller gir uttrykk for ønske om å gjennomlese manuskriptet – i flere tilfeller har journalisten foreslått dette. Overfor oss begrunnet de dette med å henvise til Vær Varsomplakaten, hvor det heter «Vis hensyn overfor personer som ikke kan være klar over virkningene av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft». At dette skjedde, ble bekreftet av informantene, som etterpå var glad for det. Noen journalister sa også at de tilbød informanter å lese gjennom manuskripter til vanlig. I de tilfellene hvor manuskriptet ble gjennomlest av informanten var det imidlertid et mellomledd med i bildet, som ellers ville ha krevd gjennomlesning.

## 4.5 Viderebehandling av stoffet

Bortsett fra i de tilfellene hvor journalisten ønsker å stå sterkt ved det første møtet med sosialsektoren og taushetsplikten, vil innhenting av mer informasjon skje etter intervjuet med informanten og bestå i at journalisten ringer en representant for motparten. Telefonen blir svært ofte benyttet av journalistene, som ikke har tid til å oppsøke flere enn informanten. Telefonen blir brukt oftere enn journalistene selv synes er ønskelig. Konsekvensen er blant annet at når vedkommende ikke er tilgjengelig over telefonen, er det store sjanser for at hennes/hans synspunkter ikke blir formidlet. Siden de fleste sakene allerede er gamle, kan det se ut til at nyhetspreget ved reportasjen plutselig blir viktig når journalisten har gjort resten av arbeidet. Dette henger heller sammen med at desken har satt av plass for reportasjen, enn at publikum har noen fordeler ved å få vite om saken førstest mulig.

Etter selve intervjuet med informanten og eventuelt kontakt med motparten, må

journalisten skrive ut manuskriptet. Bortsett fra at de hele tiden, på alle trinn av prosessen, jobber under tidspress – «deadline» må overholdes – må journalisten også ta hensyn til plassen. I VG er det en uttalt regel at manus ikke bør overskride 2 manussider. I de to andre avisene er det vanligvis mulig å få mer spalteplass til teksten. I noen tilfeller vet journalisten hvor mye plass han/hun har til disposisjon (som hvor redaksjonen sier på forhånd at om tipset holder, kan en få førstesideoppslag og en halv side inne i avisen), i andre tilfeller risikerer en at manus blir kuttet ned. Traktprinsippet (det at en kommer med det viktigste først og tar med mindre vesentlige poeng mot slutten av reportasjen) kan bli brukt. Men ettersom den vanlige oppbygging er at man først presenterer informantens syn, så eventuelle andre og til slutt «motforestillinger», risikerer en å få kuttet ut den delen som gir reportasjen balanse. Å dele inn reportasjen i to deler kan være en løsning på dette problemet. Uansett om journalisten vet hvor mye plass som står til rådighet, vet hun/han at plass er begrenset og må skrive det hele sammen til en kort, oversiktlig og logisk reportasje.

I samarbeid med redaksjonen kan journalisten legge opp en strategi for utforming av reportasjen. En journalist forklarte at det på forhånd var klart at to reportasjer han hadde skrevet ikke skulle bli førstesides oppslag. (Begge hadde egnet seg til dette fra et rent journalistisk synspunkt.) Den ene for ikke å spolere informantens muligheter for å få løst problemet, den andre for å spare avisen for kritikk for at de laget sensasjon på bekostning av en mindreårig informant. Andre journalister viste til redaksjonen når de forklarte at de ikke ville akseptere anonymitet hvis informantens utsagn kunne være injurierende for motparten.

Journalisten har liten kontroll over den endelige utforming av reportasjen, overskrifter og bilde som blir utført av desken/redaksjonen. Journalistene er opptatt av å skrive artikler som blir lest, mens redaksjonen er særlig opptatt av å lage en avis som selger. Ingen av de tre avisene vi har sett på har særlig stort annonsevolum. De to riksavisene er løssalgsviser og er, eller føler seg avhengige av førstesideoppslagene og overskriftene. Som regel blir sosialreportasjer relativt ofte brukt som førsteside oppslag, og det kan ikke være tvil om at reportasjene også blir brukt i salgsfremmende øyemed. Det salgsfremmende elementet ligger nettopp i den delen av reportasjen som desken utformer: overskriftene, bildene og generell layout. Dette betyr at *det foreligger en ansvarsforskyvning innen avisen*. Journalistene representerer avisen overfor informanten, men trenger ikke å ta ansvar for deler av utformingen – noe som gir henne/ham større (moralsk) spillerom i kontakt med informanten. Selvsagt vet journalisten av erfaring hva slags policy desken fører på dette området og kan, hvis hun/han vil, legge reportasjen opp til dette, men av og til utgjør denne ansvarsfordelingen også et problem for journalister som i stor grad identifiserer seg med informanten. Flere journalister ga uttrykk for at de av og til ble «skremt» av sine egne reportasjer. I en av avisene tok journalisten opp deskens policy på dette området i et internt oppvaskmøte.