

Som bas för prövningen hos MO finns Publicitetsreglerna – de etiska riktlinjer som mediebranschen själv dragit upp. Reglerna är inte exakta utan ska mer ses som ett ramverk, eller principer som svenska medier har att förhålla sig till.

Publicitetsreglerna

Introduktion

Press, radio och tv ska ha största frihet inom ramen för tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen för att kunna tjäna som nyhetsförmedlare och som granskare av samhällslivet och för att kunna publicera det som är av vikt och betydelse för medborgarna. Det gäller dock att skydda enskilda mot oförskyllt lidande genom publicitet.

Etiken tar sig inte i första hand uttryck i en formell regeltillämpning utan i en ansvarig hållning inför den publicistiska uppgiften. De etiska reglerna för press, radio och tv är ett stöd för den hållningen.

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling.
2. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Kravet på saklighet gäller alla delar av en publicering, såväl innehåll som form och presentation.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte används på ett missvisande sätt.

Var generös med bemötanden

5. Felaktig sakuppgift ska rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående ska, om det är befogat, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle ska publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.
6. Uttalanden från Mediernas Etiknämnd bör publiceras enligt de riktlinjer som Medieetikens Förvaltningsorgan (MEFO) fastställer. Klandrat massmedium ska erlagga fastställd expeditiönsavgift.

Respektera enskildas privatliv

7. Överväg noga publicitet som kan kränka enskildas privatliv. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.
8. Iaktta stor försiktighet vid rapportering om självmord och självmordsförsök särskilt av hänsyn till anhöriga och vad ovan sagts om respekt för enskildas privatliv.
9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Prova noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.
10. Framhäv inte berörda personers etniska ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.
12. Tänk på att bildmontage eller förändring av bilder kan uppfattas som vilseledande. Ange alltid tydligt om en bild förändrats.

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiseras i faktaredovisande material, tillfälle att bemöta kritiken

samtidigt. Sträva också efter att återge alla parterers ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.

14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.
16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.
17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

Mer om tillämpning

Publicitetsreglerna är tumregler som ger anvisningar rörande publicistiska beslut, inte lagregler. Reglerna syftar till att ge den enskilde skydd mot publicitetsskador, utöver det som lagen erbjuder. Medieombudsmannen och Mediernas Etiknämnd använder de etiska reglerna som hjälp vid bedömningar.