

PRESSENS FAGLIGE UTVALG UTTALER:

Klagen gjelder Costume-redaktør Vanessa Rudjords roller i forbindelse med to større fotoreportasjer i magasinet Costume fra april og juni 2014. Reportasjene gjaldt Pia Tjeltas kjolekolleksjon (9 sider + cover) og Jenny Skavlans nye bikinikolleksjon (18 sider + cover). Rudjord var også stylisten i de to reportasjene.

Klager er generalsekretæren i Norsk Presseforbund som benytter initiativretten. Hun skriver at Rudjord er venninne av Tjelta og Skavlan og mener Rudjord her blander roller på en måte som er uforenlig med god presseskikk. Bakgrunnen for klagen, skriver klager, er erkjennelsen av at mediene er avhengig av troverdighet, og at leserne derfor skal være sikre på at det redaksjonelle innholdet er basert på en fri og uavhengig journalistikk. Det vises til Vær Varsom-plakatens punkt 2.2. (vern om integritet og troverdighet) og til punkt 2.3 (unngå dobbeltroller). Også Tekstreklameplakaten mener klager er brutt.

Costume avviser klagen og mener begge reportasjene i seg selv er helt i tråd med magasinet oppdrag. At Rudjord opptrer som stylist, er ifølge Costume normalt, da Rudjord er en av magasinet mest brukte stylisten. Costume mener en stylist ikke har innflytelse på det journalistiske produktet, og at Rudjord slik sett ikke kan sies å ha påvirket det journalistiske resultatet. Videre er det også naturlig at redaktøren er på store og bærende fotoopptak som de to reportasjene er. Costume mener venninneforholdet mellom Tjelta og Rudjord er godt kjent, og at et eventuelt presseetisk krav om åpenhet, er tilstrekkelig ivarettatt. Når det gjelder Skavlan og Rudjord hevder Costume at deres relasjon er av profesjonell karakter, og at de møtes privat fordi Rudjords samboer og Skavlans ektemann er venner.

Pressens Faglige Utvalg vil understreke at troverdighet er nødvendig for alle redaktørstyrte medier. Publikum må ha tillit til at redaksjonens valg og vurderinger er gjort uavhengig av krefter og interesser utenfor redaksjonen. Derfor er også Vær Varsom-plakaten utstyrt med et helt kapittel som handler om integritet og ansvar. Utvalget viser blant annet til forarbeidene til Vær Varsom-plakatens punkt 2.2 og 2.3: Integritet handler ikke bare om at man selv vet at man ikke har latt seg påvirke, men «minst like viktig [er det] at redaksjonen/medarbeideren bevarer sin troverdighet overfor publikum. For selv om man innenfor redaksjonen mener å ha full sikkerhet for at redaksjonens eller medarbeiderens integritet er urokket, kan publikums mistanke om påvirkningen i seg selv være uheldig og skade troverdigheten». Også Tekstreklameplakaten nevner dette hensynet i sin innledning.

Utvalget konstaterer at Costumes redaktør Vanessa Rudjord og Pia Tjelta er nære venninner, mens Jenny Skavlan og Rudjord har en noe løsere relasjon. Ut ifra det som fremkommer i tilsvarsrunden, er utvalget imidlertid av den oppfatning at også Rudjord og Skavlan har en relasjon som skaper habilitetsutfordringer.

Utvalget mener de to sakene om Pia Tjelta og Jennys Skavlans designprosjekter er aktuelle og av allmenn interesse, og at Costume, ved redaktør Vanessa Rudjord, på tross av vennskapet, var i sin fulle rett til å publisere reportasjer om dette. Men utvalget reagerer på måten det er gjort på.

Utvalget mener at de nevnte relasjoner stiller krav om økt bevissthet til hvordan man, på tross av vennskap, skal ivareta publikums tillit til at stoffet er journalistisk motivert. Gitt reportasjenes omfang, og den direkte reklameverdi reportasjene gir de omtalte, mener utvalget at Costume ved redaktør Rudjord i disse reportasjene skulle gjort mer for å verne

om sin egen og bladets troverdighet (jfr. Vær-Varsom-plakatens punkt 2.2)

I de påklagede tilfellene mener utvalget at det på en tydelig måte, i tilknytning til artiklene, skulle vært opplyst om redaktørens relasjoner til de omtalte. Utvalget har gjentatte ganger uttalt at mediefolk må være åpne om forhold som kan gi publikum grunnlag for å stille spørsmål ved deres egen eller redaksjonens habilitet. Utvalget minner om at redaktører og journalister er offentlige personer som gjennom sitt arbeid utøver betydelig innflytelse, og man bør kunne forvente at mediefolk viser samme åpenhet i egen publisering som man krever av andre innflytelsesrike personer i samfunnet.

Videre har utvalget flere ganger uttalt at det er klart uheldig at en journalist dekker en sak når hun/han har et nært forhold til den omtalte. Slik utvalget ser det, må dette også gjelde en stylist i den type reportasjer som det her er tale om. Utvalget mener derfor at Rudjord som i disse tilfellene både var redaktør, stylist og venninne, i tillegg til å informere om relasjonen, skulle unngått å delta i opptakene og blitt med på reportasjetur. Utvalget viser til Vær Varsom-plakatens punkt 2.3: «Redaksjonelle medarbeidere må ikke ha oppdrag eller verv, økonomiske eller andre bindinger som kan skape interessekonflikter i forhold til deres redaksjonelle oppgaver. De må unngå dobbeltroller som kan svekke deres troverdighet. Vis åpenhet om forhold som kan påvirke redaksjonelle medarbeideres habilitet.»

Utvalget merker seg også at bildene fra Skavlan-reportasjen fremstår som identiske med bilder brukt i reklamesammenheng senere, og utvalget mener dette bidrar til å svekke skillet mellom journalistikk på den ene siden og reklamemateriell på den andre. Etter utvalgets mening fremstår dette som et brudd på intensjonen i Tekstreklameplakaten, spesielt formuleringen om at «Medienes troverdighet er avhengig av et klart skille mellom journalistiske materiale på den ene siden og sponsering/produktplassering og annet ikke-journalistisk materiale på den andre. Publikum skal være trygg på at det redaksjonelle stoffet springer ut av en selvstendig og uavhengig journalistisk vurdering, og at innhold og presentasjon er uten bindinger til utenforstående interesser.»

Costume har brutt god presseskikk.

Oslo, 26. august 2014

Alf Bjarne Johnsen,
Øyvind Brigg, Alexandra Beverfjord, Tone Angell Jensen
Amal Aden, Eva Sannum, Henrik Syse