

Knut Gabrielsen

# Kommunikasjon, informasjon og etikk

Eller: Den fristende fjernheten

*"The scarce resource in ethics is independent thinking - not rule compliance..."*  
(Mark Pastin)

Høgskolen i Hedmark  
Rapport nr. 9 - 2000

Online-utgave

Utgivelsessted: Elverum

Det må ikke kopieres fra rapporten i strid med åndsverkloven og fotografiloven eller i strid med avtaler om kopiering inngått med KOPINOR, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

**Forfatteren er selv ansvarlig for sine konklusjoner. Innholdet gir derfor ikke nødvendigvis uttrykk for Høgskolens syn.**

I rapportserien fra Høgskolen i Hedmark publiseres FoU-arbeid og utredninger. Dette omfatter kvalifiseringsarbeid, stoff av lokal og nasjonal interesse, oppdragsvirksomhet, foreløpig publisering før publisering i et vitenskapelig tidsskrift etc.

Rapporten kan bestilles ved henvendelse til Høgskolen i Hedmark.  
(<http://www.hihm.no/Publikasjon/default.htm>)

Rapport nr. 9 - 2000

© Forfatteren/Høgskolen i Hedmark

ISBN: 82-7671-117-0

ISSN: 0808-2626



# Høgskolen i Hedmark

<b>Tittel:</b> Kommunikasjon, informasjon og etikk.			
<b>Forfatter:</b> Knut Gabrielsen, Høgskolen i Hedmark, Avd. for økonomi, samfunnsfag og informatikk, 2450 Rena e-post: Knut.Gabrielsen@osir.hihm.no			
<b>Nummer:</b> 9	<b>Utgivelsesår:</b> 2000	<b>Sider:</b> 170	<b>ISBN:</b> 82-7671-118-9 <b>ISSN :</b> 1501-8563
<b>Oppdragsgiver:</b>			
<b>Emneord:</b> Pliktetikk, konsekvensetikk, situasjonsetikk, makt, påvirkning, språk, teknologi, organisasjon, lojalitet, etiske retningslinjer.			
<b>Sammendrag:</b> Den norske informatørens yrkeshistorie er relativt kort, selv om "PR" ble en del av språket vårt like etter 2. verdenskrig. PR - fornorsket til "Informasjon og samfunnskontakt" - ble for alvor en yrkesbetegnelse først rundt 1970, og yrkesgruppen har siden vokst jevnt i takt med at informasjonsfunksjonen er blitt anerkjent både i næringslivet og i den offentlige forvaltning. I 1999 var det registrert vel 2000 informatører i Kommunikasjonsforeningen som "organiserer" informatører. Ansatt for å påvirke målgrupper er informatøren i en mer potent etisk-politisk rolle enn mange andre yrkesutøvere. Det må derfor stilles krav til den enkelte informatør om etisk-moralsk bevissthet og årvåkenhet. Hensikten med dette arbeidet er å bidra til at informatøren gjenkjenner den etiske situasjonen når han/hun er i den. Rapporten drøfter generelle etiske problemstillinger og det fokuseres dessuten på tre "strukturer" - språket, teknologien og organisasjonen - for å vise hvordan informatøren kommer i maktposisjon i forhold til publikum. Rapporten gir få svar, men forhåpentligvis et bedre grunnlag til å stille de rette spørsmålene.			





# Høgskolen i Hedmark

<b>Title:</b> Communication, information and ethics.			
<b>Author:</b> Knut Gabrielsen Hedmark College, Dept. of Business Administration, Social Sciences and Computer Science, 2450 Rena			
<b>Number:</b> 9	<b>Year:</b> 2000	<b>Pages:</b> 170	<b>ISBN:</b> 82-7671-118-9 <b>ISSN:</b> 1501-8563
<b>Financed by:</b>			
<b>Keywords:</b> Deontological ethics, utilitarian ethics, situational ethics, ethical codes, power, influence, loyalty, language, organization, technology.			
<b>Summary:</b> The history of professional PR in Norway is relatively short, although “PR” became part of the vocabulary few years after The second world war. Since the beginning of the 1970’s, however, PR has been regarded as an im-portant function both in private and in public sector, and in 1999 the number of PR pratitioners amounted more than 2000. PR is about influencing other people - the target group. Therefore the practitioners evidently is an ethical-political actor in a higher degree than members of most other professions, a matter of fact that demands high ethical consciousness from him/her. The aim of this article is to help the practitioners to recognize the ethical situation whenever he/she is in it, a prerequisite for acting adequately. After having discussed ethical theories, I focus on language, technology and organization in order to show how these unavoidable “structures” are empowering the practitioners in relation to their target groups. The article gives few answers, but hopefully it may help PR practitioners to pose more relevant questions.			



## Forord

Informatøren representerer en av de mest mediefokuserte yrkesgruppene i samfunnet og omtalen er ikke alltid like positiv. Han/hun blir ofte framstilt som en som er villig til å selge seg for et hvilket som helst formål bare det er godt nok betalt. Selv om de såkalte “informasjonsrådgiverne” bare representerer en liten nisje innen en ikke altfor klart definert yrkesgruppe, så er det grunn til å tro at det er nettopp de som i opinionen har satt standard for hva informasjonsfolk er og bedriver, om de har tittelen informasjonsrådgiver, -direktør, -sjef eller -konsulent. Saken er imidlertid at det store flertall av informatører – innen offentlig forvaltning så vel som i det private næringslivet – er i en helt annen lønns- og arbeidssituasjon enn rådgiverne, ansatt som de er som “vanlig” fagfolk et eller annet sted i organisasjonen.

De norske informatørene har ikke oppnådd formell profesjonsstatus, det skyldes bl.a. at det ikke stilles entydige krav til utdanning. De er slik sett en høyst uensartet gruppe de vel 2000 som er tilsluttet Kommunikasjonsforeningen, og vegen til prinsipielt ufravikelige utdanningskrav for informatører synes i dag å være svært lang. Men under denne marsjen kan det være fornuftig å arbeide med et annet krav en profesjon må fylle: En etisk kodeks – ikke bare “på papiret”, men også innarbeidd i informatørenes praksis.

Involvert i utdanning av informatører er det blitt et påtrengende spørsmål hvordan man skal lære studentene etikk. Men “å lære” gir i denne sammenheng en misvisende assosiasjoner. I stedet for å gi studentene svar, bør vi gi dem bedre grunnlag for å *stille de riktige spørsmålene*, en ambisjon som avspeiler seg i dette arbeidet ved at jeg først gir en generell innføring i vår kulturs etiske hovedretninger, for så – i lys av pliktetiske og konsekvensetiske prinsipper – å problematisere noen særtrekk ved informatøryrket. Resonnementet bak denne tilnærmingen hviler på at etikk og moral først og fremst handler om å opptre som samfunnsgavnlig mennesker i sin allminnelighet, men at den konkrete

yrkessituasjonen kan stille oss overfor spesielle utfordringer. Det er et hovedpoeng å gjøre informatøren i stand til å *gjenkjenne* de etisk-moralske situasjonene når de er i dem. Det er en forutsetning for å kunne handle riktig.

Som statsviter er det naturlig at jeg er *maktorientert*. Og jeg mener at makt – eller det noe “svakere” begrepet *påvirkning* – er sentralt i enhver etisk-moralsk situasjon. Jeg gjør gjerne den danske filosofen Knud E. Løgstrups ord til mine: “Våre innbyrdes forhold (er) på et umiddelbart vis (...) maktforhold, hva enten det nå er den andres stemning eller skjebne, som er i vår makt”.

Denne reviderte utgaven av rapport nr. 4 1999 inneholder bl.a. resultater fra en undersøkelse jeg har gjort blant 251 informatører i tillegg til at den har et nytt kapittel (om lojalitet).

Rena september 2000

Knut Gabrielsen



# Innhold

<b>Forord</b> .....	<b>7</b>
<b>Innhold</b> .....	<b>9</b>
<b>Kap. I Etikken - vår tids arkimediske punkt?</b> .....	<b>11</b>
Profesjonsetikk .....	13
Praktisk klokskap .....	15
Handlingen eller konsekvensene.....	19
Realisme og ansvar .....	23
Konflikt og dilemma.....	25
Diskursetikk.....	26
<b>Kap. II Problemstilling, metode</b> .....	<b>31</b>
Språket.....	32
Teknologien.....	33
Organisasjonen .....	35
Metode.....	36
Innholdsoversikt .....	38
<b>Kap. III Språket - ikke nøytralt</b> .....	<b>41</b>
Avsendermakt.....	42
Språkhandlinger og gyldighetskrav .....	45
Når gyldigheten trekkes i tvil .....	49
Språket - etikkens siste begrunnelse?.....	51
<b>Kap. IV Teknologien - øker vårt ansvar</b> .....	<b>55</b>
Nærhet, .....	55
....distanse .....	57
....og ansvar.....	60
<b>Kap. V Byråkratiet - den fristende fjernheten</b> .....	<b>63</b>
Handlingsmediering .....	64
Konsulenten .....	66
<b>Kap. VI Fra propaganda til gjensidig forståelse</b> .....	<b>69</b>
Interpersonlig påvirkning .....	69
Overbevisning - overtale.....	71
Uklart språk .....	73
Symmetrimodellen - et kolombiegg.....	77
....eller keiserens nye klær? .....	80
Symmetrien problematisk.....	83

Modellmakt.....	87
Informasjon vs. markedsføring .....	89
Effektivitet - et moralsk spørsmål .....	91
Blandede motiver, delt lojalitet .....	96
Problematisk begrepsbruk .....	98
<b>Kap. VII Informatøren - personen og rollen.....</b>	<b>101</b>
Etiske dilemmaer .....	102
Informatøren og loven .....	104
Informatøren og den overordnede .....	105
Informatøren og faget .....	105
Informatøren og det sivile samfunn .....	107
Bevissthet og ytringsfrihet .....	108
Offentlig vs. privat.....	110
<b>Kap. VIII Lojaliteten – en trussel mot ytringsfriheten .....</b>	<b>113</b>
Bidra til etisk debatt. ....	114
Ytringsfriheten taper! .....	115
Nøytral - og nyttig idiot? .....	117
Et "kontrært" forhold.....	118
Et spørsmål om bevissthet.....	120
Skjult disiplinering .....	121
Motsattrettet sosialisering .....	122
<b>Kap. IX Verdensanskuende eller situasjonsbetinget.....</b>	<b>125</b>
Verdensanskuelse.....	127
Ikke alt verifisert.....	131
Situasjonsetikk - etisk relativisme? .....	133
Konteksten viktig uansett .....	136
Sannhet eller sannferdighet - et valg? .....	139
Samvittigheten.....	143
<b>Kap. X Retningslinjer .....</b>	<b>145</b>
Ulike oppfatninger.....	145
Pliktetikk.....	148
Hever nivået.....	149
<b>Kap. XI Spørsmålene viktigere enn svarene .....</b>	<b>155</b>
Det "lille" og det "store" perspektivet .....	156
Struktur og handling.....	158
<b>Litteraturoversikt.....</b>	<b>161</b>

## Kap. I Etikken - vår tids arkimediske punkt?

1990-årene var på mange måter etikkens ti-år. Internasjonalt var det først og fremst FN og dens organisasjoner som satte temaet på dagsordenen, med fokus særlig på økologi-/miljøspørsmål<sup>1</sup> og på forholdet mellom de rike landene og den tredje verden. Men etiske spørsmål har det siste tiåret også preget den allminnelige offentlige debatten i store deler av verden og har vært et sentralt tema blant moralfilosofier, men også i andre akademiske kretser og blant litterater og politikere. I Vesten er etisk kompetanse blitt en etterspurt "vare" innen næringslivet som er opptatt av forholdet mellom etikk og profitt ut fra en forestilling om at etikken er viktig for bedriftenes troverdighet - noe som i neste omgang forventes å være gunstig for deres markedsanseelse: "Behaving ethically makes increasingly good business sense" (White og Mazur 1995:239, se også Pratt 1993:220 og Leeper 1996:133-134). Det er flere grunner til denne økende interessen for etikk og en viktig forklaring finner vi utvilsomt i den teknologiske utviklingen, særlig framvoksten av genteknologien og informasjonsteknologien.

I Norge har vi sett lignende tendenser: En generell interesse for etiske spørsmål i de fleste samfunnssektorene,<sup>2</sup> en interesse som bl.a. har vist seg gjennom offentlig debatt i massemediene og i litteraturen. Vi ser økende oppmerksomhet rundt etikk innenfor kultur og idrett og tilbudene på kurser, seminarer o.l. i etikk har "eksplodert" i løpet av relativt kort tid. Det er stor søknad til faget på universitetene, der det nå drives utstrakt forskning på etiske og moralfilo-

---

<sup>1</sup> Vi kan med stor rett si at Brundtland-kommisjonen (1987) forfattet et etisk dokument.

<sup>2</sup> Som eksempel kan nevnes at NHO har hatt "etikk-kampanjer" overfor næringslivsledere, og det er dannet et "etisk refleksjonsråd" for næringslivets internasjonale satsing.

sofiske temaer.<sup>3</sup> Denne fokuseringen til tross: Det blir stadig avslørt eksempler på manglende etisk-moralsk bevissthet og innsikt, også blant dagens<sup>4</sup> og framtidens<sup>5</sup> "samfunnstopper".<sup>6</sup> Det positive er at dette har bidratt til å holde liv i den offentlige debatten om etikk og det er en nødvendig forutsetning for at det etiske nivået i samfunnet skal vedlikeholdes og helst høynes. Men selv om den etiske bevisste alltid vil være på leting etter moralske "sannheter" - etisk-moralsk refleksjon preges nettopp av slik søken - så er ikke etikk primært et spørsmål om kontemplasjon, det er et fellesanliggende og dermed en del av politikken i et demokratisk samfunn - i aristotelesk tradisjon.<sup>7</sup> Dermed er det også sagt at *praksis* er viktig. Den tyske sosiologen Jürgen Habermas sier at våre erfaringer gjennom sosialisering "former våre institusjoner og lærer oss mer om moral og (særlig) umoral enn alle argumenter er i stand til" (Henriksen og Vetlesen 1997: 171).

---

<sup>3</sup> Et NAVF-opnevnt utvalg med mandat å utrede behovet for forskning omkring etiske normer og verdier, la i 1990 fram en vidtfemnende innstilling: *Forskning om etiske normer og verdier. En utredning fra Rådet for humanistisk forskning*. Ved Universitetet i Oslo (Gaustadalléen) har det vært flere ulike forskningsprogrammer i gang - for å antyde noe av aktiviteten.

<sup>4</sup> Det har i løpet av de siste tiårene vært flere eksempler på at ledere i politikken, offentlig forvaltning og i det private næringslivet har måtte trekke seg pga uetisk atferd. (Olav Duun skriver at "Samvite veks når makta minkar" - og vice versa?!).

<sup>5</sup> En undersøkelse utført av Johannes Brinkmann viser at 42 % av nærmere 900 økonomistudenter ved Norges Markedshøyskole (NMH) sier at de vil benytte umoralske metoder for å oppnå suksess. Tilsvarende tendens er avdekket blant BI-studentene (Aftenposten 22. og 24. februar og 1. mars 1997).

<sup>6</sup> Filosofen Andreas Føllesdal antyder at det er nettopp denne fokuseringen på etikk som forklarer alle avsløringene av tvilsom praksis i næringslivet (Kronikk i Aftenposten 16. mars 1997).

<sup>7</sup> Aristoteles beskrev politikk bl.a. som "praktisert moral".

## Profesjonsetikk

Nært knyttet til den generelle etikkdebatten har en rekke profesjoner fokusert på etikk og ansvarlighet,<sup>8</sup> og det gjelder også informasjonsyrket. Her fikk Exxon Valdez-ulykken i Alaska (1990) stor betydning: Informasjonsproblemene som fulgte etter oljekatastrofen og måten de ble taklet på, ga næring til etikkdebatt blant informatører og informasjonsforskere også utenfor USA. Og det er både naturlig og betimelig at informatører som yrkesgruppe kritisk vurderer sin egen funksjon i samfunnet. De blir gjerne sett på som organisasjonens sosiale og etiske samvittighet (Hofstede 1980, Pearson 1989a, Pratt 1993:221, Leeper 1996:133-134, L'Etang 1996:92, White 1997:159) og blir tidlig involvert i kriser og andre stress-situasjoner både internt og i forholdet mellom organisasjonen og omverdenen. Etikkdebatten blant informatører må også sees som et bidrag til arbeidet med å bygge opp en selvstendig profesjon (Pratt op. cit., s. 219)<sup>9</sup>. L'Etang (op. cit., s. 95) peker på at "The interest that public relations has in ethics can thus be seen to be instrumental to its own status", mens Scott M. Cutlip mener at "concern for the ethical behaviour in public relations addresses the emerging profession's efforts to qualify *morally*" (Cutlip et al. 1994:135f), og

to qualify as a profession, practitioners - both individually and collectively - must operate as moral agents in society. This requirement *is the ethical basis for professional practice: placing*

---

<sup>8</sup> Som eksempel kan nevnes at i 1994 kom *Principles of health care ethics* (Gillon, Raanan (eds.), Philadelphia: University of Pennsylvania Press) ut i USA. Det er en bok på 1100 sider som i sin helhet er viet medisinsk-etiske temaer. Her heime er yrkesetikk behandlet av bl.a. Lingaas (1992), Henriksen og Vetlesen (1996) og Olsvold (1996).

<sup>9</sup> Sveriges Informasjonsforenings Yrkesnormer innledes med: "Yrkesetik är en av grunderna för informatörens professionalisme". Profesjonssosiologer peker på at selve arbeidet med etiske retningslinjer er et viktig bidrag til utviklingen av en profesjon (White og Wooten 1986:67ff).

*public service and social responsibility over personal gains and privat special interests (min uthev.).*

Den norske informatørens yrkeshistorie er på vel 30 år,<sup>10</sup> og det er først i det siste tiåret at det kan sies å ha vært en offentlig etikkdebatt i dette miljøet.<sup>11</sup> Debatten har sprunget ut av en generell interesse for og en økt bevissthet om etiske og moralske spørsmål i tilknytning til yrket i tråd med den internasjonale tendensen, men den har også vært knyttet til konkrete tilfeller av tvilsom yrkesetikk hos norske informatører. Det finnes relativt lite norsk-språklig litteratur om temaet informasjon og etikk og det må karakteriseres som påfallende at "etikk" og "moral" stort sett er fraværende i stikkordsregistrene i litteratur som tar opp temaer som informasjon og samfunnskontakt.<sup>12</sup> Her skiller informasjonsfaget seg fra bl.a. journalistikken, noe som trolig først og fremst skyldes at journalistikk er et "gammelt" yrke. Det er forsket lite når det gjelder (norske) informatører og etikk, men vi vet at yrkesgruppen er opptatt av bl.a. forholdet til

---

<sup>10</sup> Norsk forening for informasjon og samfunnskontakt ("Informasjonsforeningen") ble opprettet 1950 som Den Norske Public Relations Klubb. Medlemmene var i hovedsak privatansatte informatører, men foreningen var også åpen for offentlig ansatte. Informasjonsforeningen hadde ca. 1500 medlemmer i oktober 1998. Forum for offentlig informasjon (FOI) ble stiftet 1975 og hadde vel 1000 medlemmer våren 1999, ikke alle heltidsansatte som informatører. Høsten 1999 slo FOI og Informasjonsforeningen seg sammen til Norsk Kommunikasjonsforening.

<sup>11</sup> Kfr. INFORUM (organ for FOI) nr. 1, 1992 og "Jeg ser hva du sier. Et hjelpemiddel i arbeidet med holdninger og etikk i norske bedrifter", utgitt av Næringslivets Forlag A/S 1993. Høsten 1991 arrangerte FOI og Informasjonsforeningen et felles etikk-seminar.

<sup>12</sup> Informasjon og samfunnskontakt er den "autoriserte" oversettelsen av det engelske "public relations" (PR) (Haug 1993:38). James Grunig, en sentral amerikansk PR-forsker bruker *public relations* (PR) og *communication* som synonyme begreper (Dozier, Grunig & Grunig 1995:IX).

massemediene,<sup>13</sup> av å markere grenser mot markedsføring, og - for dem det angår - av å holde klare linjer når det gjelder økonomisk/finansiell informasjon.

Ut fra denne situasjonsforståelsen finner jeg det naturlig å legge til grunn et relativt bredt perspektiv når jeg ønsker å sette informasjonsfunksjonen inn i en etisk-moralsk kontekst. Jeg ønsker bl.a. å fokusere på hvordan tre sentrale "strukturer" - *språket, teknologien og organisasjonen* - på ulike måter er etiske determinanter for informatøren.<sup>14</sup> Hensikten er å berede grunnen for debatt innen miljøet og blant andre interesserte og slik bidra til større innsikt og økt refleksjon rundt yrkesutøvelse og ansvar innenfor denne relativt nye og ekspanderende profesjonen. Med høyere etisk kompetanse vil informatøren for det første lettere kjenne igjen den etiske situasjonen når han<sup>15</sup> er i den, og for det andre være bedre i stand til å takle den. Etikk handler nemlig om å være involvert og om å ha evnen til å se hva som eventuelt står på spill i de situasjonene vi befinner oss til enhver tid. Alene det fenomen - det faktum - at noen mennesker noen ganger er *avhengig* av informatøren, påfører ham et etisk ansvar.

## **Praktisk klokskap**

Begrepene om etikk og moral er ikke entydige. Enkelte forfattere (Lundquist 1988:10, Kemp 1996:37, Føllesdal et al. 1996:257, L'Etang 1996:157) gir dem

---

<sup>13</sup> Her tenkes både på "kilde-tyranni"-aspektet og på å unngå å kjøpe seg positiv redaksjonell dekning ved annonsering. Gabrielsen (1999) er trolig den mest omfattende undersøkelsen som er gjort – blant 251 informatører. (Se også Gabrielsen 2000).

<sup>14</sup> Mine "strukturer" synes å være lik det Henriksen og Vetlesen (1997:12) kaller "ikke-valgte grunnvilkår ved menneskets tilværelse".

<sup>15</sup> I valget mellom pronomenene "hun", "han", "han/hun", "vedkommende" osv., velger jeg i denne artikkelen å bruke "han"!

samme innhold. (De to ordene har beslektet etymologi.) Andre bruker "moral" om konkrete, situasjonsbetingede handlingsregler og "etikk" i betydningen 'moralteori' (DeMarco og Fox (red.) 1988:11, Lingås 1992:16, Fløistad 1996: 111). Atter andre definerer etikk som læren om det Gode og moral som læren om det Riktige (Lukes 1985, MacIntyre 1985, Johansen og Vetlesen 1996).<sup>16</sup> Felles for flere er at de ikke gjennomfører noe strigent og konsekvent skille mellom de to begrepene, noe heller ikke jeg kommer til å gjøre. Jeg vil bruke etikk som et samfunnsrettet, "politisk", begrep som handler om å ha et reflektert forhold til fastsettelse av normer for det noe diffuse "Gode liv". Med moral tenker jeg på de *grensene* vi setter for egen og andres sosiale atferd. Kemp (1996:37) kommenterer disse definisjonene med at etikken "kan føre til det ekstraordinære, det enestående, og hjelpe oss i nye, uforutsette situasjoner", mens moralen er "det samme som det normale, det vedtatte, litt kjedelige, men også problematiske". Noen ganger kan grensene være flytende og begrepene uklare utover at det har med normsetting å gjøre. I slike tilfeller bruker jeg termen "etisk-moralsk".

Det kan og bør stilles mange etisk-moralske spørsmål i tilknytning til informasjonsfunksjonen - og i stedet for å få svar, vil vi bli stillt overfor stadig nye spørsmål. Som yrkesutøver er informatøren i en utpreget etisk situasjon, i realiteten ansatt for å *påvirke* andres oppfatninger og meninger. Han vil ofte befinne seg i brennpunktet til konflikter som oppstår på arbeidsplassen og han kan bli stillt overfor "umulige" valg mellom lojalitet til organisasjonen på den ene siden og publikum på den andre. Informatøren bør derfor ha evne og vilje til etisk refleksjon og analyse, og han bør være i stand til å oppfatte en situasjon

---

<sup>16</sup> Charles Taylor mener moralfilosofiens viktigste oppgave ikke er å fokusere på hva som er rett, slik mestparten av den moderne moralfilosofien gjør, men å undersøke det Gode for å avdekke hvordan vi bør handle. Mao: Det Rette blir avledet fra det Gode (Solveig Bøe 1998: 83).



som etisk-moralsk. Det er sjelden tilstrekkelig å lytte til ens "indre stemme"; informatøren må gjennom erfaring og bevisst læring der dialogen - moralske diskurser<sup>17</sup> - har en sentral plass, utvikle sin etiske kompetanse. Slik kompetanse er nødvendig for at vi skal ha moralsk *integritet*: Vi er i stand til å handle ut fra regler som vi selv holder for å være riktige og som vi mener alle andre bør følge i tilsvarende situasjoner. Mangel på moralsk integritet kan føre til at vi opptrer selvmotsigende ved at vi f.eks. unntar oss selv fra en regel som vi mener skal gjelde for andre. Det er udiskutabelt vanskelig å opptre etisk riktig i enhver situasjon, men vi har plikt til å prøve.

Vi står i dag overfor en rekke store utfordringer og dilemmaer som i sin kjerne er av etisk karakter. *Teknologisk utvikling, internasjonalisering, multi-kultur, miljøproblemer og verdippluralisering* er sentrale stikkord. Massemediene som bruker stadig sterkere midler for å vinne vår oppmerksomhet, konfronterer oss daglig med disse og andre moralske spørsmål. Og til tross for stor (verbal) internasjonal oppslutning om bl.a. menneskerettigheter og begreper som frihet og menneskeverd, så er det alt annet enn klart hvilke overveielser og hensyn vi bør legge til grunn når vi skal foreta fundamentale valg - individuelle eller kollektive. Dette skyldes tendensen til at normene blir ugyldige, irrelevante eller foreldede i takt med samfunnsutviklingen. Vi befinner oss angivelig på et postmoderne stadium og det er en tautologisk sannhet at normer ikke gir oss

---

<sup>17</sup> Diskurs kommer av det latinske *discursus*, som egentlig betyr 'å løpe hit og dit'. Leksikalsk oversettes ordet med 'samtale', 'vidløftig drøftelse', 'disputt' (Aschehoug og Gyldendals Store Norske Leksikon (1993)) (se kap. III). I dag er "diskurs" langt på veg blitt et moteord, også innenfor akademiske kretser, og det brukes med flytende grenser mot "diskusjon" (slik også jeg bruker det).

svar i anormale og unormale situasjoner.<sup>18</sup> Hvordan skal vi så handle når de gamle normene ikke lenger gjelder og nye normer ennå ikke er etablert? På hvilket grunnlag skal vi etablere nye normer? Dette er påtrengende spørsmål i dag - også for informatører.

Når vi står overfor etiske problemer, så gjenspeiler det ofte at vi har ulike bakgrunn og ulike verdisystemer. Vi har ulike briller til å se virkeligheten med og det kan føre til at vi oppfatter verdikonflikter og -dilemmaer helt forskjellig.<sup>19</sup> Under slike forhold må moralsk atferd knyttes til personlige ferdigheter og evner. Disse evnene som gjør at vi også blir i stand til å opptre etisk bl.a. i yrkessammenhenger, kalles gjerne *dyder*. Det handler om *stabile holdninger som gjør oss i stand til å handle rett og riktig i enhver situasjon* (Henriksen og Vetlesen 1997:159). I følge Aristoteles er det fire sentrale dyder som bør inngå i et nært samspill med hverandre: *Mot, klokskap, rettskaffenhet og måtehold*. Mac Intyre (1981) mener at disse dydene fremdeles er grunnleggende for et sosialt fellesskap. Uansett om vi legger Aristoteles' dyder til grunn eller mener det er andre som er mer relevant: En god yrkesetikk bør legge vekt på å avklare hvilke dyder som det er viktig at utøverne har - og framelske dem gjennom holdning og handling. Det kan i seg selv være en dyd vi kan kalle *praktisk klokskap*.

---

<sup>18</sup> Etikk kommer av det greske *ethos*, som kan oversettes med sedvane. Sedvane viser her til de (sed)vanlige normene i samfunnet, som etterleves uten noen form for tematisering eller problematisering. Det er når sedvanen har tapt sin umiddelbare gyldighet og det er et åpent spørsmål hvordan det bør handles, at det trengs etisk refleksjon for å fastsette normene (igjen).

<sup>19</sup> Dette diskuteres på en lett tilgjengelig måte i kapitlet "Etisk relativisme eller universell etikk?" (Falkenberg og Nordenstam 1998).

Det er vanlig å skille mellom *grunnlagsetikk* og *områdeetikk*. Grunnlagsetikken handler om etikkens basis og vi finner den under overskrifter som "normativ etikk", "metaetikk" og "etikkens historie". Med områdeetikk menes de normative reglene som er relevante ved vurderinger og beslutninger på et avgrenset samfunnsområde. Innen norsk etikkforskning opereres det med seks slike områder:<sup>20</sup> -Medisin og helsestell, -teknologi, miljø og utvikling, -forskning, -næringsliv, arbeidsliv og profesjoner, og -politikk, forvaltning og organisasjoner. Områdeetikken vil være knyttet til praktiske problemstillinger og alle områdene vil ha en relativt stor felles kjerne i tillegg til noe som er mer områdespesifikt.<sup>21</sup> Hvert enkelt område er delt inn i profesjonsetikker som altså dekker yrkesgrupper. De ulike yrkesetikkene innen et og samme område vil gjerne ha mye felles. Det er naturlig å plassere informasjonsprofesjonen i området politikk, forvaltning og organisasjoner.

### **Handlingen eller konsekvensene**

Den som er genuint interessert i å opptre etisk riktig i sitt arbeid, bør gjøre sine valg/ta sine avgjørelser i ly av en viss teoretisk forståelse av problemet/saken. Dette betyr ikke at det kreves "eksamener" i etikk for at f.eks. informatører skal kunne opptre etisk forsvarlig. Men etiske spørsmål oppstår ikke i et vakuum, de er situasjonsavhengige og det er bl.a. for å "oppdage" den etisk relevante situasjonen at et visst teoretisk grunnlag er viktig. Et slik minimumsgrunnlag kan være kunnskap om moralfilosofiske hovedstrømninger.

---

<sup>20</sup> Kfr. utredningen vist til i note 3.

<sup>21</sup> Denne inndelingen minner noe om et samtidsfenomen - "kommunitarismen" - som er etikk for en bestemt gruppe ("community"). Denne bygger på erkjennelsen av at etikk ikke er en samling abstrakte ideer men forestillinger som dannes i konkrete grupper eller fellesskap som har en tradisjon eller historie hvor de har stått sin prøve (Peter Kemp, kronikk i Morgenbladet 5. juli 1996).

Symptomatisk for fraværet av sikre svar finnes det (minst) to tilsynelatende uforenelige<sup>22</sup> etiske hovedretninger: Den *deontologiske* og den *teleologiske*.<sup>23</sup> De norske termene er "pliktetikk" og "konsekvensetikk".<sup>24</sup> I følge konsekvensetikken skal våre handlinger vurderes ut fra konsekvensene som følger av dem. Handlinger med gode konsekvenser er moralsk sett riktige og bedre enn andre handlinger. Med en viss rett kan en si at konsekvensetikken er *konserverende/konservativ*: Den er nytteorientert og vil verne om verdier som har vært/er herskende i samfunnet. Det handler ofte om "de gode gamle dydene", maksimere<sup>25</sup> som er gammeldagse i den forstand at de ikke nødvendigvis står høyt i kurs i det moderne samfunnet, muligens fordi de oppfattes å representere andre verdier enn det samtidens eliter og ekspertkultur står for (Glebe-Møller 1996: 13).<sup>26</sup> Eksempler på slike verdier er dyder som måtehold og selvbeherskelse. Kritikken mot konsekvensetikken går først og fremst på at når resultatet er avgjørende, så kan vi komme til å nytte *midler* som er uetiske – målet helliger midlet. Konsekvensetiske problemstillinger står sentralt i den praktiske hverdagen for informatører.

---

<sup>22</sup> Det betyr ikke nødvendigvis at motsetningen er en eksklusiv disjunksjon, d.v.s. at alle etiske teorier må falle i enten den ene eller i den andre av disse hovedkategoriene.

<sup>23</sup> Deontologisk kommer av det greske 'deon', som betyr plikt, mens teleologisk kommer av 'telos' som er det greske ordet for formål. Det hender også at benevnelsen "sinnelagsetikk" blir brukt om pliktetikken. En oversiktlig diskusjon om og problematisering av forholdet mellom disse to etikkretninger finnes bl.a. i Haga (1992).

<sup>24</sup> I stedet for "konsekvensetikk" brukes også "formålsetikk" eller "nytteetikk". Det kan nok være små nyanseforskjeller i begrepene de betegner. Nytteetikken knyttes først og fremst til utilitaristene hvis mål var å handle slik at det bragte størst mulig lykke til flest mulig. Som filosofisk retning er utilitaristene først og fremst representert ved Jeremy Bentham og John Stuart Mill. En lett tilgjengelig og problematiserende utlegging av deontologisk etikk og konsekvensetikk ("konsekvensialisme") finnes bl.a. i Føllesdal et al. (1996) s. 258ff.

<sup>25</sup> En maksime er en regel vi følger eller vil følge når vi handler (Haga 1992:20).

<sup>26</sup> En sentral "dydsetiker" (eller "nyaristoteliker") er den amerikanske historikeren Christopher Lash (1932-1995), mens Norden har sin representant i danske Knud E. Løgstrup (1905-1981).

For pliktetikken er det *handlingen i seg selv* som er avgjørende. Vi utfører en handling fordi den kan gis en god og gyldig<sup>27</sup> begrunnelse, uten at vi først må vurdere de praktiske konsekvensene av den. Det hindrer selvfølgelig ikke at også konsekvensene kan være gode/ønskelige - det vil de som regel være (Haga 1992:2-3) (se underkapitlet "Realisme og ansvar"). Å gjøre noe av plikt er å ha en bestemt type etisk motivasjon for handlingen. Religionene er pliktetiske, med en Gud som høyeste instans. Som filosofisk retning føres pliktetikken gjerne tilbake til Immanuel Kant (1724-1804) med bl.a. sitt "kategoriske imperativ" om at vi alltid skal handle slik at maksimen for våre handlinger skal kunne gjelde som det prinsipielle grunnlaget for almann lovgeving. Kant bygger sin etikk på respekten for menneskets iboende verdighet som blir begrunnet i dets *autonomi*, dvs menneskets evne til frivillig å handle i overensstemmelse med fornuften. Fornuften er altså den høyeste moralske instans for Kant. I dette ligger det bl.a. en grunnleggende skepsis til våre *følelser*: Moralske utsagn som mistenkes basert på følelser, er ikke gyldige. På dette punktet skiller pliktetikken seg fra *nærhetsetikken* som legger vekt på bl.a. empati. I lys av denne fornuftsrelaterte respekten for mennesket kan vi forstå Kants andre imperativ om at vi alltid må behandle andre mennesker som et *mål* i seg selv - aldri som middel for å oppnå noe.

Kants pliktetikk er universalistisk og den har vært utgangspunkt for moderne rettferdighetsteorier<sup>28</sup> og for diskursetikken som jeg skal komme tilbake til. Kritikerne av pliktetikken stiller spørsmål ved om det i praksis er mulig å stå på standpunktet at konsekvensene av det vi gjør ikke har noen etisk betydning og de peker på at en streng pliktetisk holdning/atferd vil kunne føre til ab-

---

<sup>27</sup> Et standpunkt er *gyldig* når det kan gis en overbevisende argumentasjon for det.

<sup>28</sup> Med stor rett kan en si at deontologisk etikk framfor alt er en *rettferdighetsetikk* (Haga 1992:7).

surde situasjoner.<sup>29</sup> James Grunig<sup>30</sup> (red.) (1992:56ff) diskuterer informasjon i relasjon til pliktetikk og nytteetikk og kommer til et slags kompromiss:

...public relations should be based on a worldview that incorporates ethics into the process of public relations rather than on a view that debates the ethics of its outcomes. (...) The outcome then must be ethical if all parties participate in making decisions and accept the choice of consequences that are to be sought and those that are to be avoided.<sup>31</sup>

Både konsekvens- og pliktetikken kan karakteriseres som "beslutningsetikker" fordi de angår våre overveielser ved og problemer med å ta stilling i beslutnings- eller konfliktsituasjoner. Rettsikkerhet, likhet og rett til offentlig innsyn er stikkord som viser til pliktetiske normer som er relevante for informatøren, mens behov, nytte, effektivitet og brukerinteresser viser til konsekvensetiske normer. I praktisk informasjonsarbeid vil disse normene lett kunne føre til problematiske dilemma-situasjoner for informatøren.

Det er problematisk å plassere den såkalte "nærhetsetikken" i noen av de to hovedretningene. Nærhetsetikerne (bl.a. Emmanuel Lévinas) er ikke primært opptatt av at individet skal tenke på sitt eget gode liv, men ta hensyn til "den Andre" og dennes muligheter for et godt liv. Slik blir etikken som i sin kjerne er et anliggende for den enkelte, til noe som først og fremst angår vårt forhold til andre, til samfunnet rundt oss. Og det rammer informatøren direkte.

---

<sup>29</sup> Et - etter manges mening - grotesk eksempel er religiøse sekter som nekter blodoverføring ved operasjoner med en pliktetisk begrunnelse.

<sup>30</sup> Grunig er en av de mest autoritative og toneangivende forskerne innen informasjon og samfunnskontakt i dag, og han er forfatter av (lære)bøker (bl.a. 1984, 1992) som er sentrale i informasjonsutdanningen i Norge.

<sup>31</sup> Ånund Haga (1992) havner i et tilnærmet mellomstandpunkt, med "fordel" konsekvensetikken.

## Realisme og ansvar

Det kan ikke underslås at vi i konkrete valg-/handlingssituasjoner ikke alltid “blir klok” på verken pliktetikken eller konsekvensetikken. Til det er de som normsystemer både grovmaskede og unyanserte, og det er et ufravikelig faktum – slik Weber har pekt på – at det er tilfeller da det bare er moralsk tvilsomme eller farlig midler som kan realisere et godt mål. På den andre siden forekommer det også at en god handling kan ha negative virkninger. Problematikken til Weber ville ha vært uaktuell dersom det av ondt kom bare ondt og av godt bare godt....

Spørsmålet er hva man gjør når “idealene møter realitetene”. Da tar vi ansvar! – svarer ansvarsetikerne. Vi kan f.eks. ikke overlate et menneske til sin drapsmann for deretter å toe våre hender i det pliketiske budet om at vi ikke skal lyve (når den potensielle drapsmannen spør oss om vi vet hvor “ofret”, som vi skjuler, er - slik Kant mener). Karl-Otto Apel (1988) diskuterer dette dilemmaet og konkluderer med at det må være grenser for vår idealisme: Vi må ikke oppføre oss som om vi er i et ideelt kommunikasjonsfelleskap; vi kan ikke gå inn i praktiske diskurser (se senere i kapitlet) med hvem som helst i enhver tenkelig situasjon. *Det ville være en sinnelagsetisk misforståelse* (Hellesnes 1999:53). Vi må i stedet gjøre noe med forutsetningene slik at forholdene blir mer ideelle enn de gjerne er i praksis, men det vil vi ikke klare ved (bare) individuelle sinnelagsetiske skippertak. For å få til en gradvis realisering av det ideelle kommunikasjonsfellesskapet trengs det større grad av moral og ansvarsetikk. På denne måten åpner Apel for en konsekvensetisk (mål-middel-) tenking i Webers ånd (Hellesnes *ibid.*).

Hva betyr så denne innrømmelsen? Apel sier at det er mulig å holde seg på "normativ distanse" til etikken og i praksis opptre strategisk ("beregne"), altså ikke kommunikativt. Han mener f.eks. at politikerne ikke uforbeholdent bør prøve å kommunisere på det ideelle grunnlaget men ta den reelle situasjonen

i betraktning. Politikerne er ansvarlig for *konsekvensene* av sine handlinger og de må derfor ta hensyn til "realitetsprinsippet" - og opptre strategisk. Dette er overraskende tatt i betraktning Apel's prinsipielle ståsted, men det er ikke overraskende sett fra politikernes synspunkt: For politikerne er kriteriet på suksess først og fremst *resultater*, ikke enighet. Dette dilemmaet kaller Apel "den kommunikative etikks anvendelsesproblem" (op. cit., s. 258-259), og det mener han er et større problem enn å gi en filosofisk begrunnelse for diskursetikken.

Men dermed gir vel Apel grønt lys for i enhver situasjon å unnvike fra de ideelle kravene - og handle strategisk, for ikke å si instrumentelt?! Selv svarer han altså at f.eks. politikerne må ta hensyn til at det finnes to verdener - en idéell og en virkelig - og så må de la det bli et dialektisk samspill mellom disse to. Resultatet blir altså realitetsprinsippet som er "differansen" mellom ansvarsetikken og den rene realpolitikk - en tilsidesetting av moralen til fordel for strategisk tenking. Dette betyr at den ansvarlige politiker skal ta utgangspunkt i realitetsprinsippet som sier at han skal forsøke å beskytte og bevare de politiske realiteter som han er valgt til å tjene. Men dette fritar han ikke fra primært å *prøve* å løse konflikter ved konsensusdannelse gjennom fri dialog (op. cit., s. 259-260). Ansvarsetikken skiller seg på dette punktet fra den rene realpolitikk-en fordi realpolitikken står ikke i forhold til noe etisk prinsipp, den er av ren strategisk karakter. I en ansvarsetisk vurdering derimot skal en aktør/informator stilles til regnskap for (det samlede) resultatet av det han har gjort – og ikke gjort. Det er forkastelig å velte konsekvensene av sine handlinger over på andre for så å stå igjen med rene hender. Dersom andre må svi fordi jeg er prinsippfast, så har jeg i virkeligheten handlet umoralsk. Ja, Apel går så langt som til å si at de som har fått svi – f.eks blir undertrykt – bør tenke og handle strategisk (se fig. 2). For når ingen andre tar vare på ens interesser, så må vi gjøre det selv (Hellesnes op. cit., s. 54). Apels budskap er at vi må arbeide langsiktig for ord-



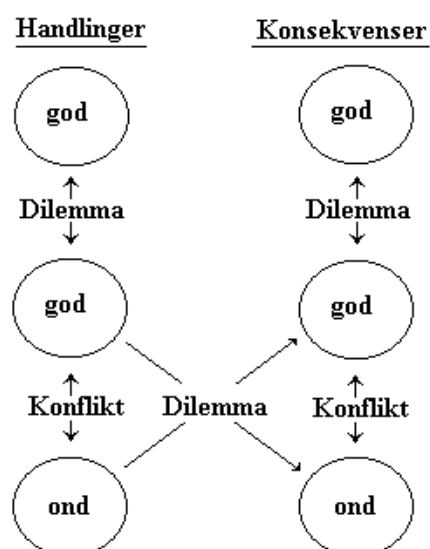
ninger (les: et samfunn – lite eller stort) som er rettferdige. Apel's realitetsprinsipp kan over tid føre til at "realitetene" stadig nærmer seg det ideelle.<sup>32</sup>

## **Konflikt og dilemma**

Vi kan generelt snakke om to hovedtyper etiske problemer: *Konflikter* og *dilemmaer*. En etisk konflikt oppstår når det i en valgsituasjon er innlysende hvilket valg som er det riktige men det likevel står *i motsetning* til et annet legitimt hensyn. Et etisk dilemma møter vi i situasjoner der to hensyn står mot hverandre og det *ikke* er gitt hvilket valg som er det riktige fra et etisk synspunkt; hva man enn velger, blir ikke resultatet helt tilfredsstillende (for alle). Et etisk dilemma kan også oppstå i en valgsituasjon der en i og for seg god handling fører til uønskede konsekvenser, men også der en i og for seg ond handling resulterer i noe godt. Dette betyr at begge typer problemer kan forekomme både hos pliktorienterte og konsekvensorienterte mennesker, og i noen tilfeller går dilemmaene på tvers av dette skillet som fig. 1 viser (Lundquist 1988:68ff). Som nevnt foran vil det som regel *i praksis* ikke være noen konflikt mellom pliktetikken og konsekvensetikken fordi de gode handlinger også gjerne fører til gode konsekvenser.

---

<sup>32</sup> Rent formelt minner denne prosessen om Hegels "triangel": Tese - antitese - syntese.



Figur 1. Problemer i etiske valgsituasjoner

Knut Gabrielsen (1999) viser at norske informatører (offentlig og privat ansatte) relativt sjelden opplever etiske konflikter/dilemmaer: 37 % svarte “sjelden”, 46 % svarte “enkelte ganger” (N=249). Etiske eller ikke; de vanligste konfliktene har informatørene i forhold til ledelsen om *tidspunktet* for offentliggjøring (Gabrielsen op. cit.). Dette bekreftes av en undersøkelse av Johannes Brinkmann og Hans Gudmund Tvedt (1994): De vanligste konfliktene var i forhold til overordnede og til profesjonelle kvalitetsidealer som å oppmuntre til kritisk journalistikk o.l. (Inforum nr. 4, 1994, s. 8-9).

## Diskursetikk

Diskurs handler om samtale, debatt, dialog, diskusjon, men ved å bruke denne fagtermen understrekes det at det dreier seg om samtale der argumentasjonen skal være ærlig, åpen og logisk og der man eksplisitt legger vekt på avklare begreper for å komme til økt gjensidig forståelse. Diskursbegrepet blir gjerne knyttet til Karl-Otto Apel (1990) og Jürgen Habermas (1991). Habermas presenterer begrepet til en åpen og tvangsfri samtale der deltakerne bare er underlagt

de bedre argumenters tvang<sup>33</sup> og der *generaliserbarhet* er et viktig gyldighets-kriterium. For å fylle praktiske diskursetiske krav, må:

- Alle ha mulighet til å delta i diskusjonen
- alle ha mulighet til å komme med spørsmål og andre relevante utspill
- alle ha muligheten til fritt å gi uttrykk for sine holdninger, ønsker og behov
- ingen med maktbruk bli hindret fra disse rettighetene<sup>34</sup>

Kritikere bruker ofte det filosofiske seminaret som bilde på diskursen. Poenget er at det er ingen tids- eller ressursbegrensninger og heller ingen beslutnings-tvang - men derimot *begrunnelsestvang* i en (ideell) diskurs. Og begrunnelsen er helt sentral i den etisk-moralske diskursen som også sikter mot individuell og kollektiv selvforståelse og som er orientert mot hvordan standpunkter lar seg generalisere når det er tale om interesse- og verdikonflikter.

Det er vanlig å skille mellom *teoretiske*<sup>35</sup> og *praktiske* diskurser. Her er det den praktiske diskursen som er relevant og temaet er hvordan vi skal/bør forholde oss til tingene/fenomene og - ikke minst - til hverandre i den *sosiale verden*. Habermas (1991) skiller mellom tre former for praktisk diskurs. Den *pragmatiske* som fokuserer på hvordan vi best kan nå et gitt mål. I den *etiske* diskursen er temaet hvordan vi skal nå Det gode liv, mens den *moralske* dreier

---

<sup>33</sup> Erik Oddvar Eriksen og Francis Sejersted bruker ordet "tvang", mens Jan-Olav Henriksen og Arne Johan Vetlesen snakker om "tyngde". På engelsk brukes "constraints".

<sup>34</sup> I følge Apels definisjon av diskursetikken er det en praktisk diskurs, en dialogisk drøftelse, av normative spørsmål under optimale vilkår (Apel 1988). Mao en slags foregripelse av "det ideale kommunikasjonsfellesskapet".

<sup>35</sup> En teoretisk diskurs handler om hvordan det forholder seg med ting og fenomener i den objektive verden.

seg om hvordan vi bør handle hvis vi skal være innforstått med at det vi gjør er den rette måten å handle på. Et viktig poeng her er at gjennom etiske og moralske diskurser *mister tradisjoner og sosiale normer sin selvfølgelig gyldighet* idet de stadig blir utfordret. De kan bli testet mot universaliseringsteoremet - som vil si at rettferdigheten blir satt på prøve - eller mot det som "faktisk" gjelder - og som angår Det gode liv.

Alle disse "undertypene" av diskurser er relevante for informatører: Den pragmatiske fordi den er den mest utbredte og relevante for dem; den etiske fordi den berører forhold til bl.a. den politisk-demokratiske informasjonen som spesielt offentlig ansatte informatører arbeider med, og den moralske fordi den angår hvordan informatører forholder seg til fundamentale krav om sannhet, sannferdighet osv (se fig. 3).

Habermas er pliktetiker og han er slik i et slektskap med Kant. De står begge for en etikk som er universalistisk, formalistisk og kognitiv: Vi kommer fram til det rette dersom vi følger *den rette prosedyren*. For Habermas er moralsk handling *kommunikativ*, og det betyr at han tilbakeviser Kant's subjektivisme og "monologløsning": Habermas mener at universaliserbarhet bare kan prøves gjennom åpen og tvangsfri dialog. Der Kant finner de allmenngyldige svarene i det enkelte, autonome menneskets moralske refleksjon, så viser Habermas til etisk diskurs. Han mener det bare er diskursen som kan erstatte religionen og normene som standard for etisk-moralsk objektivitet. Til forskjell fra Kants pliktetikikk kan normer som er diskursetisk begrunnet være *både* rettferdige og mulige å revidere eller ta opp til ny behandling. *Vi trenger ikke å forplikte oss på dem en gang for alle*. Hvis det f.eks. viser seg at å følge en norm får ikke-tilsiktede, uønskede konsekvenser, så er det grunn til å ta den opp til ny vurdering.

Cornelius B. Pratt (1993) og Roy Leeper (1996) er blant mange forskere på PR som peker på diskursetikken som et alternativ - i det minste et viktig kor-

rektiv - til det tradisjonelle subjektive og situasjonspregede perspektivet på etikken som i dag er så utbredt blant informatører (Leeper op. cit., s.136). Likeverdighet, lik rett til å delta i beslutninger, rettferdighet og demokrati er sentrale idealer for diskursetikken. Her er det viktig å presisere at Habermas' moralteori ikke har noe konkret - substansielt - *innhold* men er rent prodedyral slik at den bare kan brukes til å teste *validiteten* til etiske avgjørelser. For at et prinsipp skal være universelt, må alle som blir berørt av det og dets konsekvenser kunne akseptere det. Selv om Habermas' "teknikk" ikke gir noe konkret handlingssvar, så gir det en formell veiledning slik at vi bl.a. kan *antesipere* gyldige avgjørelser. Med andre ord: Gjennom diskursteknikken kan vi f.eks. teste og legitimere handlinger *ex post facto*, men vi kan også få en del "svar" på forhånd.

For yrkesutøvere vil diskursetikken være av betydning fordi den viser hvordan vi *i praksis* kan utøve grunnleggende moralske plikter som rettferdighet, solidaritet og ærlighet. Diskursetikken skaper en felles basis for mennesker som har felles problemer. Samtidig innebærer den at vi må være villige til å "gi oss" litt for at det skal bli full enighet om en sak. Dersom vi ikke er villig til det, så betyr det at vi ikke bidrar til å utvikle og fremme det moralske fundamentet som disse pliktene er å betrakte som (Henriksen og Vetlesen 1997:140-141).



## Kap. II Problemstilling, metode

*Vår avhengighet av hverandre betyr at vi er gjenstand for maktutøvelse, og at vi selv utøver makt. Vi befinner oss aldri i et makttomt rom. Den enkeltes livsutfoldelse er også alltid en utfoldelse av hans makt over andre. Livs- og maktutfoldelse kan ikke skilles (Løgstrup 1992:143f).*

Som sosiale vesener er vi alle etisk aktive - nøytralitet er umulig. Det moralske ved vår eksistens kan vi ikke velge oss bort fra, det betyr at vår mulighet er å enten være god eller ond. Men det etiske-moralske aktivitetsnivået varierer med bl.a. situasjonen (den sosiale settingen) vi er i til enhver tid. Og vi inngår i situasjonene på ulike måter og med ulike etiske implikasjoner og konsekvenser, bl.a. avhengig av forutsetningene for situasjonen. Jeg tenker her på det som gjør oss mennesker sosialt forskjellige fra hverandre og som kan sammenfattes i stikkordene *rolle og forventning*. Sosialpsykologiske eksperimenter har vist at å opprettholde fullstendig egalitære grupper over noen tid i beste fall er problematisk. Og den dynamikken som oppstår - og som egentlig består i at det utvikles asymmetriske maktforhold mellom medlemmene - er etisk relevant fordi den innebærer at gruppemedlemmene påvirker hverandre i ulik grad. I en klassisk gruppe (et begrenset antall mennesker ansikt til ansikt med hverandre i et avgrenset rom) vil egenskaper som utdanning og selvtillit kunne være avgjørende for hvem som havner hvor i det uformelle hierarkiet som etter hvert oppstår. Og her er *språket* en avgjørende faktor. Hvis vi ser bort fra mer primitiv anvendelse av fysisk makt (bevisst eller ubevisst, direkte eller indirekte), så er det gjennom språket at maktstrukturene i gruppen danner seg. Dette "rammer" informatøren direkte for han representerer en yrkesgruppe som - sammen med journalistene - har språket som viktigste redskap i større grad enn mange andre yrkesgrupper har.

Informatøren *qua* informatør er per definisjon alltid i strukturerte settinger der altså ikke minst språket bidrar til å strukturere relasjonene mellom personene. Men det er som regel flere strukturer og de påvirker alle på ulik måte og i varierende grad det etiske kraftfeltet til informatøren. I dette arbeidet vil jeg fokusere på tre slike "strukturer" som er relevante når temaet er informasjon og etikk. I tillegg til språket er det naturlig å rette oppmerksomheten mot *teknologien* og *organisasjonen/byråkratiet*. Spørsmålet er: *På hvilken måte kan språket, teknologien og organisasjonen påvirke informatøren som etisk aktør?* Hensikten er å bidra til at informatører som yrkesgruppe får et teoretisk grunnlag for å utvise moralsk årvåkenhet i arbeidet - å gjøre dem bedre i stand til å reflektere over konkrete situasjoner med ståsted i sentrale etisk-moralske prinsipper og allment aksepterte verdinormer. Noen "svar" vil jeg ikke prøve å gi. Det er altså ikke tale om en "lærebok" i yrkesetikk. De problemstillingene jeg kommer til å fokusere på, er *allmenne*, dvs. at jeg trekker fram generelle problemstillinger som jeg mener har stor relevans også for informatøren. Dette gjør jeg fordi det er nær sammenheng mellom vår moralske årvåkenhet som mennesker rett og slett og hvordan vi møter og behandler andre i vår rolle som yrkesutøvere.

## **Språket**

Språket er vår viktigste meningsbærer, det aller meste av det vi formidler, formidles verbalt. Derfor er språket også det viktigste medium for etisk-moralske handlinger. Når vi dessuten kan slå fast at språket er informatørens viktigste redskap *sine qua non*, så er samtidig informatørens posisjon som etisk aktør i høg grad bestemt. Bak dette resonnementet ligger en forestilling om at "språk er makt" og at nøytralitet er problematisk for oss *qua* språkbrukere. Selv om det er



nyanseforskjeller blant forskerne, så er det nær allmenn enighet om dette prinsipielle standpunktet.<sup>36</sup>

Språkets etiske implikasjoner kan belyses med to ulike vinklinger: Ved å fokusere på *semantikken* og ved å studere *tale-/språkhandlinger*. Dette betyr at jeg ser på språket som hhv meningsbærer og handlingskoordinator - begge vinklingene er relevante og interessante for informatører. Semantikkdelen tar for seg den "tradisjonelle" tilnærmingen til språk som maktfaktor ved å se på hvordan valg av ord og uttrykk, grammatikalsk form osv gir *avsenderen* et overtak i en dialog (Blakar 1996). Dette asymmetriske forholdet mellom avsender og mottaker er etisk relevant. I tillegg kan denne delen sees som invitasjon til debatt om realismen til Grunig og Hunt's "excellent" kommunikasjonsmodell, den tovegs symmetriske (kfr. kap. VI).

Språkhandlinger er en kategori kommunikative handlinger som jeg ønsker å behandle av to grunner. For det første for å fokusere på *gyldighetskravene* (sannhet, sannferdighet, autentisitet) som følger slike handlinger - det alene har egenverdi. Jeg reiser bl.a. spørsmålet om det i praksis er mulig/ønskelig å tillegge de tre kravene like stor vekt for informatører eller om de som fordringer bør/kan graderes. Siden språket er et viktig handlingskoordinerende medium, så har det også andre makt- og påvirkningsaspekter enn de rent semantiske, og dem er det all grunn for også informatører å kjenne til. Det samme kan sies om Karl-Otto Apel's argumentsjon for språket som etikkens siste begrunnelse.

## **Teknologien**

Etisk-moralske begreper er ikke en tidløs, begrenset og uforanderlig art begreper som nødvendigvis vil ha de samme kjennetegn gjennom hele sin historie.

---

<sup>36</sup> I Norge er det først og fremst Ragnar Rommetveit og Rolv Mikkell Blakar som har arbeidet med språk og makt.

Etikken bygger på kollektive erfaringer og begrepene dannes dialektisk, de endrer seg i takt med med samfunnsutviklingen og vår oppfatning av den - hele tiden påvirket av tidens normer. I følge MacIntyre (1996:10) vil alene det å underlegge etiske begreper (filosofisk) analyse føre til at de endres. Tatt i betraktning at de fleste sentrale begrepene innen etikken hadde sin opprinnelse for fra 200 til 2500 år siden, så er det meget sannsynlig at de har gjennomgått tildels store endringer - ikke minst pga den *teknologiske* utviklingen som i hovedsak fant sted i det 20. århundret. Relevante og aktuelle stikkord her kan være kjernefysikk og genmanipulering.

Teknologien opptrer i forskjellige former og alle angår de menneskenes relasjoner til hverandre om enn i ulik grad. Dette gjelder ikke minst informasjons- og kommunikasjonsteknologien (IKT) som utvider eller erstatter det Kant kalte "den menneskelige forstand", dvs evnen til å operere med begreper i tid og rom. Peter Kemp (1996:242) er skeptisk til teknologien som han mener skyter seg inn som en kile mellom det primære etiske forholdet - forholdet mellom meg og den Andre. Dette skaper en *distanse* som kan være etisk-moralsk problematisk. I tillegg frykter Kemp (op. cit., s. 24) at telematikken vil komme til å gi oss et orwellsk Store-bror-ser-deg-samfunn, noe som stiller oss overfor en stor etisk utfordring. Faren og problemet er at vi prøver å finne løsninger i "anvendt etikk" ved å redusere etikken til en metode eller teknikk for problemløsning i enkeltsaker og på utvalgte problemområder (Olsvold 1996:23). Da mister etikken sin overskridende effekt, "...og setter seg for at løse de etiske spørsmål, som rejses av den moderne teknologi. Men, moderne teknologi reiser ikke nogen etiske spørsmål. For teknologien findes der kun tekniske spørsmål, og deres løsninger er også tekniske" (Frølund 1988: 95). Når vi kan reise etiske spørsmål, så er det "fordi vi allerede har en *etisk sans*, og har haft den længe før nogen fandt på at opstille teorier for det etiske og dets anvendelse" (ibid.).

Poenget med teknologikapitlet er å avdekke etisk-moralske implikasjoner og konsekvenser som følger av den teknologiske utviklingen og som berører informasjonsfunksjonen. Det er en forutsetning for at vi skal kunne bruke vår "etiske sans" der og når den bør brukes.

## **Organisasjonen**

"(...) what good will it do to nourish this moral sensibility and then place the individual in an organizational situation that mocks the very idea of responsible conduct?" spør Winner (1977:304) - og henleder oppmerksomheten på den *byråkratiske organisasjonen* som en etisk determinant. Med sin hierarkiske oppbygging, ofte lange kommandolinjer, arbeidsdeling og roller med inngitt autoritet har byråkratiet klare etiske implikasjoner som særlig berører ledere i organisasjonen. De gir ordrene, mens "sannhetens øyeblikk" - direktekontakten med kunden/brukeren/klienten - er det underordnede som tar seg av.<sup>37</sup> Denne "fristende fjernheten" som følger av lange kommandokjeder i byråkratiet kan være en av forklaringene på at personer i Hitler-Tyskland tilsynelatende uten skrupler kunne kombinere arbeidet med å utrydde jødene med et vanlig familieliv. De kunne "overleve" takket være en psykologisk og strukturell - noen ganger også geografisk - avstand til iverksettelsen og konsekvensene av deres egne barbariske ordrer. Det er et historisk paradoks at byråkratiet, organisasjonsmodellen som Max Weber konstruerte for snart hundre år siden og som den gangen var en seier for sivilisasjonen og forutsigbarheten, nå gir konnotasjoner til det motsatte!

---

<sup>37</sup> Lundquist (1988:223) bruker betegnelsene "nærbyråkrater" og "fjernbyråkrater". Med nærbyråkrater mener han ansatte som har en øye-til-øye-relasjon med sine klienter. Lundquist anslår at disse tar seg av rundt 2/3 av de offentlige oppgavene i Sverige, regner som budsjettandel.

Kompleksiteten i samfunnet generelt så vel som i organisasjons- og arbeidslivet gjør det enklere for oss å finne tilsynelatende gyldige unnskyldninger og bortforklaringer om vi trenger det. Det er imidlertid for naivt å late som om problemet med moralsk ansvar kan løses ved individuell sjelegransking uten å ta hensyn til konteksten som muliggjør også umoralske handlinger, i følge Winner. Men det må ikke bety at strukturene gir oss apologetisert ryggdekning for tvilsomme handlinger. Derfor er det viktig å stimulere til etisk-moralsk refleksjon rundt den funksjonen informatørene har qua yrkesutøvere. Slik refleksjon bør tvinge seg på enhver som går inn i et ansettelsesforhold fordi en stilling er en rolle som skal "spilles" med bl.a. formelle lojalitetsbånd. Det betyr at den som går inn en slik rolle må være beredt til både å båndlegge sider ved seg selv og å handle på en måte vedkommende ellers ikke ville ha gjort. Det kan mao oppstå konflikt mellom rollen og *personen*, og rollen kan altså ikke stilles til ansvar for noe som helst - det kan bare personen. Det er én grunn til at det kreves etisk-moralsk årvåkenhet overfor formelle sider ved vårt arbeidsforhold.

## Metode

Primærmaterialet mitt er *andres publikasjoner* og jeg finner vitenskapelig ryggdekning hos bl.a. *Dag Østerberg* som har bidratt til å utvide det samfunnsvitenskapelige begrepet om *erfaringsmateriale* slik at det også omfatter *dokumentasjon og fortolkninger basert på foreliggende tekster* (Kalleberg 1997:36). Det vil være en utmagring av samfunnsvitenskapelig arbeid å ikke kunne gjøre dette. Tekstanalyse er forøvrig ganske vanlig i "beslektede" fag som filosofi og idéhistorie.

Jeg vil fokusere på ansvarsetikk ved å vise hvordan språket, teknologien og organisasjonen stiller informatørene qua yrkesutøver i ulike etiske situasjoner som krever refleksjon og årvåkenhet fordi de tre "strukturene" intervenserer i

forholdet mellom informatøren og målgruppen. Sentrale stikkord er makt og påvirkning<sup>38</sup> - to begreper som er nært knyttet til hverandre. Påvirkning må kunne sies å være informasjonens *raison d'être*, eller for å si det med James L. Tolley (1988): "For me, public relations boils down to getting people to do what you want them to do". En innvending mot å fokusere på påvirkning som noe etisk-moralsk problematisk er at det kan føre til en form for handlingslammelse blant informatører av frykt for å "gjøre noe galt". Jeg finner det imidlertid vanskelig å nærme meg etikken med noen annen vinkling bl.a. fordi påvirkning ligger nært opp til begrepet om *effektivitet* som er sentralt i det informasjonsbegrepet som nyttes i den bærende pensumslitteraturen i medie- og informasjonsstudiene i Norge (kfr. kap. VI). At påvirkning er et etisk-moralsk begrep, betyr selvfølgelig ikke at all påvirkning - for ikke å si all informasjon - er etisk-moralsk problematisk.

I utvelgelsen av kilder har jeg vært ute etter to prinsipielt ulike kategorier litteratur: Den ene er "basislitteratur", den som bidrar til den eksplorerende delen av oppgaven; litteratur som kan gi meg ny kunnskap og innspill til temaet - stoff som jeg har "jaktet" på. Det dreier seg ikke minst om tidsskriftsartikler, bl.a. artikler som behandler etiske problemstillinger i forhold til andre profesjoner. Slike finnes særlig innen medisin og helse-/sosialfag. Den andre kategorien vil jeg kalle "støttelitteratur". Det er litteratur jeg i prinsippet kjenner innhold i men som kan befeste og utvide mine kunnskaper - om bl.a. de to hovedposisjonene innen etikken og annet generelt stoff. Her har jeg benyttet meg av både originallitteratur (Kant, Lévinas, Habermas) og annenhåndslitteratur ("oversiktsbøker") (MacIntyre, Vetlesen, Haga). Metoden har i hovedsak skjedd ved *sammenlignende tekstanalyse*. I utvelgelse av dokumenter ligger det bias

---

<sup>38</sup> *Påvirkning* er et problematisk begrep i denne sammenhengen, noe jeg kommer tilbake til. Når informatører kalles "påvirkningsagenter", så henspeler det nettopp til noe negativt odiøst ved dette begrepet.

(og dermed makt!), det kan jeg ikke velge meg bort fra. Selv om jeg på ulike måter har vært gjennom en stor mengde bøker, tidsskrifter og aviser, så har det skjedd slik det er typisk for kvalitativ metode: Jeg har gått i dybden, mer enn i bredden. (Kilde)kritikken har i hovedsak bestått i å vurdere *relevansen* for mitt prosjekt.

Det er et problem knyttet til å holde en "kjølig" avstand til objektet, en utfordring som alltid følger kvalitative verdianalyser og som blir ekstra påtrengende når temaet er moral og etikk fordi analysen kan komme til å fortelle mer om *mine* verdier enn om de som ligger i kildene. Slik må det trolig være og dersom jeg ikke innrømmet det, så ville jeg få problemer med selvreferansen – hovedbudskapet mitt er tross alt en oppfordring til refleksjon. Jeg prøver å unngå formuleringer som kan oppfattes som moralisering ved at jeg ikke gir eksplisitte råd om hvordan informatører bør opptre i etiske valgsituasjoner. Jeg prøver å *beskrive* hvordan ulike strukturer kan *påvirke den etisk-moralske situasjon på en måte som informatøren bør være oppmerksom på og ta hensyn til, noe som bare kan skje gjennom årvåkenhet og refleksjon, med basis i en viss etisk kompetanse.*

## **Innholdsoversikt**

I kap. III, IV og V tar jeg for meg de tre hovedvariablene og diskuterer mulige implikasjoner og konsekvenser de - språket, teknologien og organisasjonen - kan ha for informatøren. Når det gjelder *språket* så er det to aspekter som er av særlig interesse: *Semantikken*, som gir avsenderen et overtak (les: psykologisk makt) og *tale-/språkhandlinger* som stiller strenge gyldighetskrav til informatører, krav som derfor bør tematiseres. Jeg tar også opp påstanden om at det moderne samfunnets etiske fellesskap er samtalebasert i den forstand at vi holder for etisk riktig de prinsipper som alle berørte parter ville ha godtatt i en ideell kommunikasjon. Grunnen til at jeg tar med dette, er at det understreker *univer-*

*saliserbarheten* som et sentralt etisk begrep - og et prinsipp alle som driver med informasjon bør være fortrolig med.

Teknologikapitlet fokuserer primært på det faktum at vi ikke (lenger) kan forutse - for ikke å si ane - konsekvensene av alt vi gjør. Det at "input" ikke alltid forutsier "output" gir mening til nærhetsetikken og distansetikken. Hva betyr dette f.eks. for informatørens forhold til målgruppene som han kanskje bare har overfladiske kunnskaper om?

Organisasjonens/byråkratiets etiske betydning synes å bli undervurdert i dag. (Kanskje fordi vi tok et en-gang-for-alle-oppgjør med det i Nürnberg etter andre verdenskrig?). Det er all grunn til at informatører er seg bevisst organisasjonens handlingsmediering og den "fristende fjernheten" som følger av å arbeide i/for byråkratiske organisasjoner.

I kapittel VI tar jeg opp igjen tråden fra språkkapitlet og ser på den interpersonlige påvirkningen bl.a. gjennom en analyse av begrepene om *overtaling* og *overbevisning*. Jeg stiller kritiske spørsmål til realiserbarheten av Grunig og Hunt's tovegs symmetriske modell og måten de selv bruker den på, og støtter meg bl.a. til kommunikativ teori (som angivelig også G&H støtter seg til!). Avslutningsvis ser jeg på problematiske sider ved G&H's "excellent" kommunikasjonsbegrep der effektivitet og etikk gjensidig forutsetter hverandre.

Kapittel VII kan sees som en videreutvikling av organisasjonskapitlet. Her diskuterer jeg det weberske skillet mellom personen og rollen i organisasjonen/bedriften og knytter den etiske problemstillingen til informatørrollen. En viktig konklusjon er at i gitte tilfelle kan beste løsningen på interne dilemmaer eller konflikter være å *diskutere problemet offentlig*. Kapittel VIII følger opp problemstillingen fra forgående kapittel og diskuterer det "kontrære" forholdet mellom lojaliteten og ytringsfriheten. Konklusjonen er at dersom informatøren skal velge ytringsfriheten i en slik konflikt, så trengs det større bevissthet om problemstillingen, men også en institusjonell tilrettelegging for større åpenhet i

organisasjonene. I kapittel IX setter jeg fokus på det faktum at informatører gjerne er *situasjonsetisk* orientert, de mangler angivelig et "universalisert" etisk fundament. Er dette nødvendig og/eller ønskelig? Og truer det f.eks. noen av gyldighetskravene knyttet til språkhandlingene? Kapittel X ser jeg på to norske og tre amerikanske etiske retningslinjer for informatørorganisasjoner og jeg vurderer dem i relasjon til de etiske hovedposisjonene jeg har behandlet foran. I kapittel XI avslutter jeg med å slå fast at når temaet er etikk, så vil spørsmålene være flere enn svarene. Samtidig viser jeg at hemmende og tvingende strukturer ikke er annet et tilstivnede handlingsmønstre, og det er alltid(?) prinsipielt mulig å handle annerledes - og endre strukturene!



## Kap. III Språket - ikke nøytralt

*“Disse eksemplene (...) bør være en påminnelse til oss om at språket kan bedra: Det kan få oss til å tro og gjøre hva vi ikke bør gjøre”.*

(Føllesdal, Walløe og Elster 1996)

Opp gjennom tidene er det gjort mange forsøk på å beskrive språkets grunnleggende betydning for oss (som) mennesker.<sup>39</sup> Noen av forsøkene har nok vært mer originale enn andre, men ingen kan sies å "gå for langt" noe som forteller oss at språket blir fattig når det selv er tema! (Det er fristende å minne om Wittgenstein's ord om at det vi ikke kan snakke om, det må vi tie om.)

Dette kapitlet skal ikke handle om språket som den konstituerende faktor for det menneskelige men skal ta for seg språket som *makt- og påvirkningsmiddel* i to høyst ulike utgaver men med det felles at det innebærer manipuleringsmuligheter.<sup>40</sup> Det dreier seg om det påvirkningspotensialet som ligger i *semantikken*<sup>41</sup> og i *talehandlinger*. Dette vil berøre forholdet mellom holdning ("attitude") og atferd ("behaviour") og det klassiske spørsmålet hvorvidt holdninger forutsier atferd. Det finnes ikke noe sikkert forskningsbasert svar (eller riktigere: Det finnes mange "sikre" svar!) selv om dette har vært tema for sosialpsykologisk forskning i store deler av 1900-tallet. Det sikreste vi kan si i dag,

---

<sup>39</sup> Det er språket som skiller oss fra dyrene; det er ved hjelp av språket at vi konstituerer verdenen; uten språk, intet samfunn osv, osv.

<sup>40</sup> Francis Sejersted (1997:218) skriver at "den virkelige makt ligger kanskje mer hos den som kjenner sproget, som kan fange inn virkeligheten i begreper, som behersker diskursen....".

<sup>41</sup> "Den, der vil være diktator, vil gjøre klokt i at studere semantik" (Louis Hjelmslev - i følge Vinje 1982:267)

synes å være at vi gjennom informasjon kan gi folk mer eller mindre nødvendige forutsetninger for å forandre holdning, men at slike holdninger vil være spesifikke og situasjonsbetingede og trenger ikke være varige. Vi kan klare å overtale noen i en bestemt sak, men vi må starte forfra i hver ny sak - og da har vi ingen garanti for at vi vil lykkes (igjen) (se "Overbevise – overtale" i kap. VI).<sup>42</sup> En del av samme problemstilling er hvorvidt *avsenderen* har et (psykologisk) overtak i en dialog, slik bl.a. Rolv-Mikkel Blakar (1996) argumenterer for (kfr. neste underkapittel). De vitenskapelige motargumentene kommer fra *dissonansteoretikerne*<sup>43</sup> (Grunig & Hunt 1984:123). I et valg mellom disse to "skolene" er det naturlig å ta for seg det alternativet som har de største etiske implikasjonene, det som klart plasserer avsenderen i en potensiell maktposisjon. Dissonansteorien vil derfor ikke bli nærmere behandlet her.

### **Avsendermakt**

Det synes å være stor enighet blant forskere om at det ikke er noe balansert, symmetrisk maktforhold mellom avsenderen og mottakeren i en dialog. I de to begrepene - avsender og mottaker - ligger det et initiativ- og tidsaspekt som gir

---

<sup>42</sup> Størst sammenheng mellom holdning og atferd er det når de to er på samme *spesifisitetsnivå*.

<sup>43</sup> En av de sentrale teoretikerne her er Leon Festinger (1957). Dissonansteorien er ingen helhetlig, systematisk teori om påvirkning. Enkelt forklart skiller denne teorien seg fra andre teorier ved at den ser påvirkningsprosessen som mer "innviklet", bl.a. tillegges den som blir påvirket en mer aktiv rolle i prosessen (O'Keefe 1990:77). Følgende er en popularisert utlegging av kognitiv dissonans: Mennesker søker samsvar mellom hva de gjør og hva de sier og mellom hva de sier og hva de mener. Hvis det ikke er slikt samsvar, kan man regne med at de vil justere ett av elementene for å bringe dem mer i harmoni med hverandre. Å leve "i dissonans" i lengre tid kan være en hard prøvelse.

et *asymmetrisk utgangspunkt* som vil prege en (muntlig) dialog slik det kommer fram hos Blakar (1996:45)<sup>44</sup> som ser

(...) *avsendaren som aktivt skapande, aktivt strukturerande* i forhold til det "noko" han snakkar om, i forhold til språket og mediet, i forhold til seg sjøl (qua avsendar) og i forhold til den sosiale situasjonen som kommunikasjonen foregår i.

Språket er altså "eit virke- eller maktmiddel i denne prosessen" (dialogen) (op. cit., s. 49). Blakar viser til seks ulike virkemidler språkbrukeren har til disposisjon (som han "*må* bruke når han talar" (op. cit., s. 50)):<sup>45</sup>

- 1) Valg av ord og uttrykk,
- 2) nyskaping av ord og uttrykk,
- 3) valg av grammatikalsk form,
- 4) valg av sekvens og rekkefølge,
- 5) supra-segmentelle virkemidler (trykk, tonefall, pauser) og
- 6) hva som blir tatt som underforståtte premisser.

Ikke alle disse virkemidlene er like sentrale og blir like mye brukt i enhver språklig sammenheng, og for informatører er det grunn til å anta at 1), 2), 3) og 6) er de mest relevante/"anvendelige".

---

<sup>44</sup> Det aktuelle kapitlet hos Blakar (kap. 2) heter: "Avsendaren som aktiv skapar - og de språklege og kommunikasjonsmessige makt- og virkemiddel han disponerer".

<sup>45</sup> Blakar diskuterer også *grensene* for "avsendarens skaparaktivitet" (op. cit., s 64ff), de finnes nemlig. Jeg finner det imidlertid ikke naturlig å gå nærmere inn på disse grensene her, bl.a. av plasshensyn.

Valg av ord og uttrykk er viktig fordi vi gjennom uttrykksformen i en viss grad kan definere og skape ikke bare personers men miljøers, ja til og med kulturers oppfatning av og holdning til aktuelle fenomen (op. cit., s. 53). Gabriel Marcel (i følge Hellesnes 1966) mener f.eks. at vi har valget mellom en "er-kultur" og en "har-kultur", et valg som avgjør om vi lever et "førstepersons-" eller et "tredjepersonsliv". Det ligger større forpliktelse i å si "jeg mener/jeg vil..." enn i å si "man har vedtatt" eller "det er bestemt". Det er sannsynlig at den som har sett denne forpliktelsen, også har annammet det etiske momentet.

Når det gjelder bruk av ord og uttrykk, så er det fristende å sitere Herbert Marcuse (1969:124) som hevder at de som har makt i samfunnet, nytter språket til å definere og *tilsløre* "de reelle forholdene". Men Marcuse peker på at den som vil *avsløre* det eksisterende systemet, kan også bruke språket til det, så og si ved å "døpe om" de eksisterende institusjonene: Vi kan kalle president X og guvernør Y for "gris X" og "gris Y" og sitere talene deres som "nøff, nøff"!

I valg av grammatisk form kan det ligge viktige forskjeller i om vi uttaler oss aktivt eller passivt. Renee Anspach (1988) peker på at det er mulig å *usynliggjøre ansvaret* ved å benytte passiv form - altså ved å utelate handlingssubjektet fra setningen. Vi formidler moralsk sett to svært forskjellige budskap med disse to utsagnene: "Bedriften vår har forurenset Storbekken gjentatte ganger" og "Storbekken er blitt forurenset gjentatte ganger". Premissene for en debatt er selvfølgelig viktige og de som legger dem, har et overtak i dialogen. Et eksempel fra norsk politikk er diskusjonen på 1970-tallet om hvorvidt man skulle debattere "bankdemokratiseringen" eller "banksosialiseringen" (Vinje 1982:266-267).

Blakar (op. cit., s. 63-54) viser også til forholdet mellom *maktposisjon* og språklige maktmidler. For det første har folk med ulike maktposisjoner ulike muligheter til å lære de mer avanserte språklige virkemidlene. For det andre kan den som har mest makt (posisjon) avgjøre hva slags språklige virkemidler som

skal benyttes. For det tredje kan den som har makt, påvirke/avgjøre hva ord og uttrykk skal bety. Og for det fjerde er språklige virkemidler viktige i kampen om maktposisjon. Dette er fire punkter som alle klart "rammer" informatøren og som stiller krav til ham som etisk bevisst yrkesutøver.

Selv om det ikke er full enighet blant fagfolk om alle premissene jeg legger til grunn, så er det god dekning for hovedkonklusjonen: *Å være avsender i en dialog vil si å være i en maktposisjon. Avsenderen og mottakeren utgjør sammen ingen symmetrisk helhet.*<sup>46</sup>

## **Språkhandlinger og gyldighetskrav**

I "How To Do Things With Words" angriper J. L. Austin (1962) den konvensjonelle oppfatningen at språket bare er et middel til å *utsi* noe med. Austin mener at den sannhetsbetingede semantikken ikke er tilstrekkelig ved bruk av *tale-/språkhandlinger*, dvs ytringer som ikke er deskriptive men som konstituerer handlinger. Den grunnleggende antakelsen i talehandlingsteorien er at det er en nøye sammenheng mellom språk og handling på den måten at det også *kan handles gjennom språket*: Å tale er å handle! Dette dreier seg om ytringer som innebærer at vi *gjør* noe idet de utsies - vi forandrer verden snarere enn å beskrive den. Austin lanserer det han kaller "performative ytringer" med utgangspunkt i verb som vedta, unnskyldte, kritisere, love osv. Slike performativer er ikke sanne eller falske men de kan bli utført på en god/heldig eller mindre god/uheldig måte - fordi de altså er å sammenligne med handlinger.

---

<sup>46</sup> Det er naturlig å nevne poststrukturalistiske teoretikere som Michel Foucault og Jacques Derrida, som gjør krav på å ha avslørt språket som undertrykkende og tildekkende: Språkbruk er utøvelse av makt!

Jürgen Habermas er påvirket av Austin og språkhandlinger står sentralt i Habermas' (1981) begrep om *kommunikativ rasjonalitet* som handler om våre evner som rasjonelle kommunikasjonsdeltakere. Slik rasjonalitet er nært knyttet til begrepet om kommunikativ *handling* hvis hensikt er *å nå til enighet gjennom åpen debatt*. Dette går til kjernen i Grunig og Hunt's tovegs symmetriske informasjonsmodell (kfr. kap. IV) som i dag er den toneangivende teorien/modellen i den vestlige verden. Modellen skiller seg fra andre modeller ved at den bygger på kommunikasjonsteori og ikke på teorier om overtaling (Grunig og Hunt 1984:22).

Tale-/språkhandlinger er en underkategori av sosiale handlinger som det finnes to hovedtyper av: *Strategiske* og *kommunikative*. Men det finnes også ikke-sosiale (instrumentelle) handlinger som blir brukt i sosiale sammenhenger. Figur 2 viser Habermas' (1981:446) kategorier når det gjelder de ulike handlingstypene. De tre idealtypene av kommunikative språkhandlinger er knyttet til ulike verdener der det er forskjellige gyldighetskrav som vist i figur 3 (Eriksen 1993b:46). Disse gyldighetskravene kan sies å være selve grunnlaget for Habermas' teori om rasjonalitet.<sup>47</sup>

Men språkhandlinger kan også brukes ut fra rene nyttehensyn - i *strategisk* samhandling.<sup>48</sup> Det er en form for samhandling der aktørene primært er ute etter å realisere sine ønsker og bruker språklige midler overfor de andre aktørene for å få det til (kfr. "Interpersonlig påvirkning" i kap. VI). Dette er imidlertid et usikkert prosjekt hvor en aldri vil være helt sikker på at ens samarbeids-

---

<sup>47</sup> Det finnes mange definisjoner på *rasjonalitet*. I denne sammenhengen kan begrepet defineres som: Evnen til å kunne handle - i videste betydning - på en måte som står seg mot saklig kritikk. En rasjonell aktør er en som har evne til å resonere, til å reflektere, til å stille spørsmål og til å si ja eller nei til en påstand (Eriksen 1993a:59).

<sup>48</sup> A handler *strategisk* overfor B når A kalkulerer inn B's mulige handlingsvalg i sine overlegninger, og gjør på den måten langsiktige nyttekalkuleringer. Spillteorien er ekstremt strategisk.

partnere virkelig har forstått hva det dreier seg om, om de sier det de mener, gjør det de lover osv, fordi det viktigste for deltakerne er å nå resultater. Heri ligger nyttehensynet - det handler ikke om å vinne til forståelse og enighet. I slike situasjoner er det liten mulighet for å realisere kollektive goder. For at det skal skje, må aktørene ha en "performativ innstilling": De må oppriktig ønske å komme til enighet med hverandre.

HANDLING		
IKKE-SOSIAL	SOSIAL	
INSTRUMENTELL Resultatorientert	STRATEGISK Resultatorientert	KOMMUNIKATIV Forståelsesorientert
Instrumentell påvirkning av objekter	Strategisk spill mot personer	Koordinering via språkhandlinger  <u>Idealtyper:</u> -Konstative - empirisk sannhet -Regulative - moralsk riktighet -Ekspressive - sannferdig

Figur 2. Handlingstyper.

Det er en forutsetning for at vi skal kunne komme til full enighet/konsensus at det finnes noen intersubjektive standarder for å avgjøre gyldigheten til ytringene våre. Dette er nødvendig for at vi skal kunne vite hva som teller som argumenter (se fig. 3): I enhver type språkhandlinger vil vi enten påstå eller forutsette noe om et saksforhold i den objektive verden (det vi sier er sant eller falskt); vi vil mene eller forutsette noe om riktigheten av de involverte normene i den sosiale konteksten (det vi sier er riktig eller galt); eller vi vil gjøre krav på å bli trodd (at vi opptrer autentisk/sannferdig). I en åpen, tvangsfri kommunikasjon vil argumentene være gyldige dersom alle deltakerne er enige i dem - og forutsetningene for å etablere konsensus vil være til stedet. Et gyldighetskrav er

"akseptabelt" når det blir satt fram på en slik måte at den det rettes mot kan svare *ja* til det (Habermas 1981:298). Derfor kan gyldighetskrav bare framsettes i 1.-person entall.

De tre gyldighetskravene ligger som en ikke-tematisert forutsetning for enhver fornuftig dialog og det er stort sett uproblematisk fordi det er en del av oppdragelsen og sosialiseringprosessen at vi lærer å være oppriktig, snakke sant osv. Men det øves også "vold" mot disse kravene og for informatører som yrkesgruppe vil f.eks. tap av troverdighet være mer katastrofalt enn det vil være for de fleste andre yrker. Derfor er det viktig og nødvendig at gyldighetskravene og problemstillinger knyttet til dem gjøres til et eksplisitt tema når etikk skal diskuteres i relasjon til informasjonsvirksomheten.

<b>Språkhandlinger</b>	<b>Argumentasjon</b>	<b>Handlingsområder</b>	<b>Gyldighetskrav</b>
Konstative	Kognitiv, instrumentell	Objektiv verden (Vitenskap)	Sannhet
Regulative	Moralsk-praktisk	Sosial verden (Moral og rett)	Riktighet
Ekspressive (Representative)	Estetisk-ekspressiv	Subjektiv verden (Kunst)	Autentisitet

Figur 3. Kommunikativ handling - argumentasjon, handlingsområder og gyldighetskrav.



## Når gyldigheten trekkes i tvil

I vellykket kommunikatív samhandling beveger deltakerne seg innenfor en felles *livsverden*<sup>49</sup> på en slik måte at alle mener å forstå hverandre og ingen finner grunn til å stille spørsmål ved hvordan den andre opplever dialogen. Det tas for gitt at den ene har en virkelighets- og situasjonsoppfatning som gjør at den andre kan godta det han/hun sier uten å måtte redegjøre for forutsetningene som ligger til grunn - og vice versa. Men noen ganger mislykkes slike kommunikasjonshandlinger og de fører ikke til det forventede resultatet. Grunnen kan være at de gyldighetskravene som er knyttet til talehandlingen ikke uten videre blir godtatt. I stedet for å reagere som forventet, kan den andre be om begrunnelse for hvorfor han/hun bør reagere slik det blir forventet. I slike tilfeller representerer livsverdenen en felles referanseramme som de kan gå tilbake til for å finne til avklaringer. Dette gjør de ved å diskutere hvorvidt det som oppfattes som uklart og problematiske kan/bør aksepteres eller ikke, noe som kan skje ved at de *eksplisitt* tar tak i relevante elementer i deres felles referanseunivers/livsverden. Den kommunikative samhandlingssituasjonen går da over til en diskurssituasjon (metadiskusjon) som dreier seg om hvorvidt gyldighetskravene virkelig har et grunnlag i livsverdenen eller ikke. Et eksempel hentet fra Nafstad (1996:454-455):

---

<sup>49</sup> «The everyday concept of the lifeworld» (Habermas 1987:135-136). Begrepet om livsverden er - sammen med "motparten": *systemverden* - sentralt hos Habermas. Livsverdenen står for den felles bakgrunn av erfaringer, oppfatninger, kunnskaper, normer og holdninger som gjør kommunikasjon mulig, og den setter grensene for hva som kan kommuniseres og hvordan det kan kommuniseres. Livsverdenen representerer samtidig et grunnlag for identitetsbevaring og tradisjonsformidling ved at den inneholder de koder og mønstre som vi fortolker oss selv, samfunnet og verden ved hjelp av (Nafstad 1996:454). Trolig var Edmund Husserl den første filosofen som brukte begrepet om livsverden, et begrep som Habermas' ligger nært opp til. Jo Sivertsen (1996:77) definerer livsverdenen som "common sense-omgivelsene våre".

En dag jeg er ute og handler i nærbutikken min skjer følgende: Idet jeg kommer til kassen for å betale, utbryter jeg plutselig: "Nei søren, lommeboka ligger igjen i bilen som jeg satte inn på verkstedet i formiddag!" La oss tenke oss to mulige reaksjoner fra kassadamens side. 1) Hun svarer: "Det gjør ingenting. Bare kom innom med pengene i morgen." 2) Hun stirrer på meg med et blikk som forteller at hun forventer at jeg skal sette varene tilbake i butikken.

I det første tilfellet har jeg utført en talehandling som har lyktes. Kassadamen oppfatter meg som oppriktig forbauset (at jeg reagerer autentisk - kfr. fig. 3) og hun finner ingen grunn til å tvile på at jeg snakker sant. Hun aksepterer en norm om en viss smidighet i en litt problematisk situasjon (lar meg ta med varene). I det andre tilfellet etablerer ikke talehandling min den kommunikasjons-situasjonen som jeg hadde ønsket/forventet. Grunnen er kanskje at kassadamen tror at jeg bare spiller overrasket. "Du ser ikke spesielt forbauset ut", tenker eller sier hun - og trekker i tvil oppriktigheten min. Hun tror i alle fall ikke på historien min, kanskje mener hun å ha sett meg parkere bilen like rundt hjørnet. I så fall setter hun spørsmålsteget ved sannhetsgehalten i det jeg har fortalt, og hun kan be meg om en forklaring. Eller kanskje spør hun meg om hvorfor hun skulle ha tillit til meg når jeg er så vimsete. Gjør hun det, innbyr hun til en diskurs om riktigheten ved normene jeg følger om - talehandlingens regulative gyldighetsfordring.

Dette er et forsøk på å vise at en enkel talehandling kan ha innebygd ulike gyldighetsformer og at hver av disse bærer i seg muligheten for eller nødvendigheten av en metadiskusjon - eventuelt at talehandlinger kan mislykkes langs ulike gyldighetsdimensjoner. Bevissthet rundt dette - f.eks. at vi skjønner hva det (egentlig) betyr å påstå noe, å spørre om noe, å kritisere et syn eller å argumentere for et bestemt standpunkt - det er dette som kalles *kommunikativ kompetanse*. Slik kompetanse er en viktig forutsetning for at informatører skal lykkes som etiske yrkesutøvere.

## Språket - etikkens siste begrunnelse?

Et av de "evige" spørsmålene er hva som er etikkens grunnlag, dens siste begrunnelse, en begrunnelse som ikke er avledet (indusert eller dedusert) av noe annet. Svarene er mange: Sokrates tar utgangspunkt i at etikken bygger på begrepsanalyse i åpne, rasjonelle dialoger/diskurser; Aristoteles mener at etiske normer lar seg begrunne gjennom å analysere og beskrive menneskets natur; utilitaristene hevder at etikken handler om å gjøre menneskene lykkelige, mens Kant begrunner de etiske normene og standpunktene ved hjelp av bl.a. det kategoriske imperativ.

Karl-Otto Apel er «i slekt med» både Sokrates og Kant, han finner etikkens begrunnelse i *språket* - i den argumenterende fornuft. Selv om Apel er pliktetikere, så skiller han seg - i likhet med Habermas - noe fra Kant på dette punktet. Kant setter som nevnt sin lit til det autonome menneskets iboende fornuft, for ham er det enkelte isolerte subjekts bevissthet tilstrekkelig for å avgjøre hva som er etisk/moralsk godt/riktig. Dette kaller Apel (1990:250) en "privat trosbeslutning" (Habermas kaller det "monologisk" (Johansen og Vetlesen 1996: 280)) - en noe sarkastisk formulering som indirekte leder oss over til begrepene om dialog og *intersubjektivitet*.<sup>50</sup> Diskursetikkens grunnsetning er at *bare de normer som alle berørte parter kan godkjenne i en praktisk diskurs*,<sup>51</sup> kan gjøre krav på å være gyldig (op. cit., s. 275).

Apel's hovedpoeng er at etikken er grunnet på språkets virkemåte, en virkemåte som er kjennetegnet av *gjensidighet*. Det kan ikke argumenteres oppriktig mot denne gjensidigheten uten at det oppstår en motsetning mellom ytringen og dens innhold: Selve ytringen kommer til å bekrefte gjensidigheten

---

<sup>50</sup> Her skal det i rettferdighetens navn legges til at Kant også har sitt "offentlighetsprinsipp" som fritt oversatt lyder: Alle handlinger som angår andre mennesker og deres rettigheter og hvis begrunnelse ikke tåler offentlighet, er urettferdige (Bajer 1916:80).

<sup>51</sup> At diskursen er praktisk, betyr at den er virkelig og ikke tenkt - slik Kant's løsning er.

til tross for at innholdet i ytringen pretenderer å benekte den. Vi kan altså ikke motsi normen uten at vi begår det Apel kaller en "pragmatisk selvmotsigelse"<sup>52</sup> (op. cit., s. 256). Dette er for Apel den endelige og avgjørende begrunnelsen for hans etikk, en begrunnelse som altså er avledet av språket selv og ikke av noe annet. Klare ulikheter til tross så representerer Apel's diskursetikk en abstrakt pliktetikk på linje med Kant's etikk. Og Apel innser det abstrakte og ideelle ved sin etikk, han snakker til og med om en "uhyre idealisering" (ibid.), en idealisering som kommer klart fram om vi sammenligner hans kommunikasjonsfelleskap med de reelle, empiriske kommunikasjonsforholdene i samfunnet. Selv om han har funnet en etisk norm som er "selvbekreftende", så betyr ikke det at de ideelle betingelsene - en tvangsfri dialog fundert på gyldighetskrav, dvs argumenter - blir oppfylt i praksis. Tvert imot, sier Apel, vi kan *ikke* forutsette at den etiske normen om herredømmefri kommunikasjon blir fulgt av alle i virkeligheten (op. cit., s. 257) (kfr. "Realisme og ansvar" i kap. I).

Hvilken relevans har så diskursetikken i informasjonssammenheng? For det første mener jeg at det er relevant og nyttig for informatører å kjenne til teorier om språkets (mulige) funksjon ved normdannelse. Dernest kan diskursprinsippet nyttes i en *profesjons- og organisasjonsintern dialog* for å få avklart bl.a. informatørens etiske situasjon. Dessuten er Apel's kommentarer til hans egen diskursetikk relevant og interessant i vurderingen av Grunig's tovegs symmetriske informasjonsmodell (se kap. VIII). Sist men ikke minst: Med Apel's og Habermas' prosedyrale etikkteori har informatører fått et mulig redskap til å teste validiteten til prinsipielle sider ved konkrete avgjørelser og standpunkter de måtte være med på å ta.

Vi bør altså stille spørsmål ved de sosiale maktrelasjonene som ligger i språket og ikke behandle det som en overhistorisk og interessenøytral "størr-

---

<sup>52</sup> Et muntlig utsagn som "Jeg kan ikke snakke" er et eksempel på en slik selvmotsigelse.

else”: Hva slags makt er innbakt i måten vi definerer og klassifiserer et informasjonsrelatert problem? Hvem er i det hele tatt autorisert til å definere noe som et problem? Det ligger makt i det språket som brukes internt i informasjonsmiljøet, både i de begrepene som rettes mot målgruppene og i dem som brukes i relasjon til egen bedrifts-/organisasjonsledelse. Generelt kan en si at det interne profesjonspråket etableres og reproduseres ikke minst som et maktreddskap og de ulike institusjonene tilfører – om enn i varierende grad - språklige kategorier og klassifikasjonssystemer (ny) autoritet (Hjellbrekke og Osland 2000). Dette handler ikke sjelden om å bruke en terminologi på en område der den ikke hører heime – Hans Skjervheim (1991:16) snakker om “semantisk imperialisme”.



## Kap. IV Teknologien - øker vårt ansvar

Nye teknologier har utvidet vårt handlingspotensiale på en dramatisk måte og samtidig ført til at vi står overfor stadig større utfordringer, dilemmaer og farer. Økt handlekraft for noen betyr ofte større avmakt for andre og større teknologisk kontroll over delprosesser og over en begrenset tidshorisont ledsages gjerne av større risiko for mer omfattende skadevirkninger på lang sikt. Det viktigste spørsmålet i dagens situasjon er derfor hvordan vi skal få en effektiv og etisk akseptabel kontroll med utviklingen og bruken av teknologien når vi ikke har råd til å vente og lære av (bitter) erfaring. Nesten like viktig er det hvordan vi i hverdagen skal kunne opptre etisk og moralsk gitt dagens teknologiske situasjon. Eller sagt på en annen måte: Hvordan kan vi unngå at teknologien fører til at vi opptrer mindre etisk-moralsk enn vi ellers ville ha gjort? I dette kapitlet ønsker jeg å peke på hvordan teknologien kan være en etisk utfordring også for informatører og jeg understreker nødvendigheten av å ha et reflektert forhold til slike "strukturer".

### Nærhet,

Påvirket av kristendommens antroposentriske grunnsyn har moralen og etikken i vår del av verden opp gjennom århundrene i hovedsak handlet om relasjoner mellom *mennesker* noe som i førteknologisk tid per definisjon betød mennesker *ansikt til ansikt* med hverandre, og naturen utenfor mennesket hadde ingen etisk relevans. Spørsmålet er om det er mulig å forsvare et så snevert moralsk rom som det et ansikt-til-ansikt-forhold forutsetter tatt i betraktning dagens konsekvensfylte teknologi.<sup>53</sup> Problemstillingen har ført til at det har avleiret seg to

---

<sup>53</sup> Kommunikasjonsteoretikeren Gerald M. Goldhaber (1993) kaller ansikt-til-ansikt-kommunikasjonen for "kvalitetskommunikasjon". Goldhaber frykter at maskinell kontakt, f.eks. via internett, skal føre til "teknologisk isolasjon".

nye "etikkskoler": En som forfekter *nærhetsetikk*, en annen *distansetikk*. Noe forenklet kan en si at vi finner nærhetsetikken i den brede tradisjonen fra Aristoteles opp til vårt århundre med bl.a. Jean-Paul Sartre og Emmanuel Lévinas som sentrale representanter - de som ikke synes å ha "oppdaget" teknologiens etiske betydning.....

Lévinas (1979) mener at tiden og utviklingen mer enn noen gang tidligere nettopp krever en etikk som tar utgangspunkt i det umiddelbare forholdet mellom mennesker. Etikk dreier seg for Lévinas ikke om å handle i overensstemmelse med sosiale lover eller universelle prinsipper men om *et ubetinget ansvar for den Andre*.<sup>54</sup> Den Andre - som vi er ansvarlig overfor - er naboen, vennen eller fienden, overordnet eller underordnet osv.<sup>55</sup> Det er først og fremst i møtet med den andres ansikt at vi kjenner de moralske fordringene.<sup>56</sup> I førteknologisk tid kom det moralske univers til å bare bestå av samtidige mennesker og framtidshorisonten var ikke fjernere enn det forutsigbare. I dag er det vanskelig å operere med et så snevert moralsk rom, noe bl.a. Zygmunt Bauman er opptatt av. Men Bauman (1989) begrunner sin nærhetsetikk nettopp i dagens teknologiske situasjon. Han mener at kombinasjonen distanse - teknologi kan virke hem-

---

<sup>54</sup> Siden symmetri er et viktig begrep for både Habermas og Grunig & Hunt, så er det et poeng i å nevne at Lévinas' etikk er *asymmetrisk* - til fordel for den Andre!

<sup>55</sup> I prinsippet er det denne type etikk som har vært den rådende i den vestlige verden de siste 2500 årene. Det klassiske etiske forholdet mellom mennesker bygger på forestillingen om *naboskapet*, slik det uttrykkes i den engelske oversettelsen av "kjærlighetsbudet" i Det gamle testamentet: "Thou shalt love thy neighbour as thyself" (Kemp 1996:92).

<sup>56</sup> I boka *Empirisme og demokrati* (Thue 1997:129ff) fortelles det om filosofen Arne Næss som etter krigen møtte en (dødsdømt) NS-torturist som hadde tatt livet av en av hans nærmeste venner. Selv om Næss hadde en klar ikke-voldsholdning, går det fram av boka hvordan ansikt-til-ansikt-møtet med sin venns morder påvirket Næss. Boka forteller også om hvordan tyske fangevoktere ble påvirket av deres nære omgang med nordmenn som skulle henrettes. Gerald M. Goldhaber (1993) anbefaler ansikt-til-ansikt-kommunikasjon ("kvalitetskommunikasjon") internt i en organisasjon fordi det gir næring til "den indre dialogen".



mende på vår moralske drivkraft og han viser til moderne masseødeleggelsesvåpen som det grelle eksemplet. Bauman konkluderer med at på grunn av teknologiens akkumulerte fjernvirkninger trenger vi en nærhetsorientert etikk for å kunne overleve. I motsetning til Kant's "kjølige" pliktetiske resonnementer er følelser og empati relevante og viktige begreper i nærhetsetikken, de er "'a basic requisite" of morality" (Leeper 1996:142): Et moralsk subjekt viser seg ved evnen til ansvar og omsorg for andre. Bauman er også opptatt av den distansen mellom handling og konsekvens som byråkratiet kan gi, noe jeg kommer tilbake til.

Sammenlignet med Kant kan vi si at Lévinas flytter fordringene fra jeg'et og over til det andre mennesket mens Kant mener at vi kan gi oss selv disse fordringene, vi er autonome - frie, selvstyrte - mennesker. Men de er begge enige om moralens - og fordringenes - *gitthet*: Som mennesker er vi moralske vesener, vi har ikke noe valg i så måte (Henriksen og Vetlesen 1997:177).

### **....distanse**

Den tysk-amerikanske filosofen Hans Jonas er blant de sterkeste kritikerne av nærhetsetikken som han mener er passé som samfunnsetikk. Jonas fremhever tre dimensjoner som er nødvendig for en "moderne" etikk (Kemp 1996:108):

1. Den må ta opp i seg *naturens* sårbarhet overfor menneskets tekniske inn grep. Det moderne mennesket vet at det kan ødelegge klodens biosfære, og at dets skjebne derfor er avhengig av naturens tilstand.
2. Av pkt. 1. følger at vi ikke kan tillate oss å være uvitende: *Å vite* er blitt en påkrevende plikt av et slag vi ikke har eksempler

på fra tidligere i historien. Samtidig må vi innrømme at vi alltid må leve i en viss grad av uvitenhet, uansett.

3. Denne nye dimensjonen for etikken synes å oppheve den antroposentriske begrensningen ved all tidligere etikk. Det er derfor også etisk relevant å være opptatt av tilstanden til naturen utenfor mennesket.

Jonas' hovedpoeng er at teknologien har fått "etisk betydning i kraft av den sentrale plassen den nå inntar i menneskenes subjektive formålsliv" (ibid.) og at forutsetningene om nærhet derfor mister noe av sin etiske relevans. For Jonas er det et viktig premiss at menneskeheten nå er i stand til å begå kollektivt selvmord.<sup>57</sup> Derfor har Jonas utviklet sitt "moderne imperativ": *Vi har plikt til å handle slik at det fortsatt finnes mennesker i en fjern framtid* (Kemp 1996:114).

Jonas tar altså eksplisitt hensyn til at vi nå lever under nye vilkår som bl.a. innebærer at vi også påvirker hverandre på avstand. Derfor må vi også ta ansvar for hverandre på avstand. Dette betyr ikke nødvendigvis en avvisning av "neste-etikken": De gamle påbudene og forbudene myntet på den nærmeste, daglige sfæren gjelder fremdeles, det kreves fortsatt rettferdighet, barmhjertighet og ærlighet. Jonas' poeng er at det nære ikke må få overskygge det fjerne for det vil kunne få dramatiske konsekvenser. Kemp (1996:109) er enig med Jonas:

---

<sup>57</sup> Det var en del av terrorbalansens psykologi at de sivile og militære strategene i NATO i sine vurderinger og planlegging av avskrekkingstiltak distanserte seg fra det inhumane aspektet ved å snakke om "megabodies" (antall millioner) for å betegne hvor mange menneskeliv som sannsynligvis ville gå tapt om en bestemt strategi ble satt i verk. Englands bombing av tyske byer - som først og fremst rammet sivile - mot slutten av 2. verdenskrig ble av offiserene i RAF betegnet som "dehousing".

Denne (nære) sfæren overskygges av et voksende område for kollektiv handling hvor både den handlende, handlingen og virkningen ikke lenger er de samme som i nærhetssfæren, og som ved sine krefters enorme styrke påtvinger ansvaret en ny dimensjon man aldri tidligere drømte om.

Kemp (op. cit., s. 242) ser to mulige uønskede utviklingsperspektiver:

1. En forandring av de personlige relasjonene i retning av en økende *formalisering* av talen og samtalen, og dermed en tiltakende isolering av enkeltmennesket.
2. En forandring av de sosiale kommunikasjonssystemer i retning av en ekstrem *avpersonifisering* og en risiko for helt anonym overvåking og kontroll.

På bakgrunn av dette reiser Kemp følgende spørsmål: Hvor går den prinsipielle grensen for hva som er etisk akseptabelt når det gjelder den elektroniske automatiseringen av våre liv?<sup>58</sup> Og hvor går grensen for hvordan vi skal kunne behandle hverandre med telematikken? Selv om både Kemp og Levinas går dypere inn i det etiske problemet enn det som synes relevant i relasjon til vårt forehavende, så bør det undersøkes om "utviklingen" og informasjonsteknologien f.eks. kan forkludre noen av Habermas' gyldighetskrav til tvangsfri kom-

---

<sup>58</sup> Per Hetland (1996:110) viser at informasjonsteknologien og andre nye medier bidrar til større og nye forskjeller bl.a. når det gjelder folks tilgang på offentlig informasjon. Hetland har spesielt undersøkt konsekvensene for synshemmede.

munikasjon.<sup>59</sup> Det er imidlertid viktig at vi ikke speilvender "den antroposentriske fellen" og ser på teknologien som utelukkende et spørsmål om forholdet til den materielle naturen.

En så kort presentasjon av nærhetsetikken og distanseetikken yter selvsagt ingen av skolene full rettferdighet. De to posisjonene har et klart motstridende *utgangspunkt* (nærhet vs. distanse), men de nærmer seg hverandre når de kommer ut i sine respektive resonnementsrekker. Som et "kompromiss" mellom de to kan vi si at våre langsiktige handlinger bare er etiske når de forstås og utføres i analogi med våre handlinger i det nære miljøet (op. cit., s. 116).<sup>60</sup> Samspillet mellom nærhet og distanse gir mulighet for å utøve et kompetent og begrunnet skjønn der etikk ikke ender i vilkårlighet og der vi kan være noenlunde trygg på at de valgene vi gjør ikke er helt feil (Henriksen og Vetlesen 1997:20).

### **...og ansvar**

Det er lett å forstå Kemp's pessimisme når det gjelder automasjonens og informasjonsteknologiens mulige (framtidige) konsekvenser. Samtidig er det ingen tvil om at telematikken muliggjør etiske og politiske diskurser i et omfang vi ikke kjenner til fra tidligere og er slik en "forlengelse" av språket som etisk medium. Uansett: Informasjonsteknologien er "kommet for å bli" og den vil i framtiden være en bestemmende variabel også for kommunikasjon og informasjonsvirksomhet. Desto viktigere er det da med en *kritisk* holdning til de teknologiske nyvinningene slik bl.a. Langdon Winner (1977) gjør seg til talsmann for. Også han er opptatt av at moderne teknologi kan virke fremmed-

---

<sup>59</sup> De etter min mening mest utsatte gyldighetskravene i denne sammenhengen er de subjektive uttrykkene for ekspressive handlinger: Sannferdighet og autentisitet.

<sup>60</sup> For informatører er det relevant å peke på at også valg av *ord* og *begreper* kan gi psykologisk avstand til dem vi kommuniserer med - og slik unngå å føle "brysom" empati. Dette kan informatøren oppnå ved f.eks. å være opptatt av "målgruppen" i stedet for Kari og Ola Olsen.

gjørende på vår dømmekraft idet han peker på at vi rent moralsk kan "skjule" oss bak kompleksiteten i det moderne samfunnet slik at selve tanken om ansvarlighet begynner å forvitne. Dette - sammen med sterk lydighetsfølelse - kan være "livsfarlig", det viser det berømte Milgram-eksperimentet der studenter i et falskt eksperiment (noe studentene ikke var klar over) viste seg å være villig til utsette forsøkspersonene for strømstøt på opptil 450 volt. Studentene hadde lett-est for å gjøre dette hvis de verken hørte eller så "ofrene". Så sank villigheten når de hørte smerteskrigene og enda mer når de i tillegg kunne se "ofrene" (Milgram 1977).

Ønsker vi en etikk som tar opp i seg vårt ansvar for fremtiden, så må vi ta det usynlige like alvorlig som det synlige. Og den eneste måten å synliggjøre de etiske problemene på, er å følge en etikk som "tar høyde" for teknologiens kollektive og kumulative konsekvenser. Teknologien skaper som nevnt en kontinuitet i handlingsrekkene som kan gjøre de fjerne konsekvensene langt mer betydningsfulle enn de nære. (I førteknologisk tid var det som regel omvendt - konsekvensene *avtok* over tid og avstand). Informatører kan hente lærdom fra "kompromisset" til Lévinas og Jonas og gjøre det til en leveregel at all informasjon de går ut med må være slik at de kunne tenke seg *å informere hver enkelt person i målgruppen direkte - ansikt til ansikt!* Vi har ikke bare ansvaret for våre handlinger overfor våre nærmeste men også for de handlinger som vi ved hjelp av teknologien utøver over (stor) avstand i tid og rom og hvis konsekvenser vi kanskje verken kjenner på forhånd eller i ettertid. For informatører bør det være et tankekors at de kan kommuniserere med et nærmest ubegrenset antall personer - uten å se en eneste av dem. Slik har altså både nærhetsetikken og distanseetikken et budskap til dem som yrkesgruppe.

Nina Olsvold (1996:24) gir uttrykk for en generell bekymring fordi samfunnet i stadig større grad synes å benytte *lovgivning* for å styre bruken av ny teknologi. Det er kanskje ikke overraskende siden det ikke finnes noen standard

for vurdering av teknologisk innovasjon (Rasmussen 1995). Faren er bare at når vi ønsker å regulere den teknologiske utviklingen ved hjelp av lover og regler, så kan det lett bli en moralsk sovepute, i første omgang for vitenskapen. "Hvis vi lar lovgivning overta for moralsk sensitivitet og refleksjon, vil man kunne komme til å oppfatte utvikling og bruk av ny teknologi som forsvarlig så lenge den ikke bryter med lovverket", i følge Olsvold (ibid.).

Den norske informatøren har en kort yrkeshistorie noe som i ulike henseender kan være problematisk. I forhold til teknologien kan en imidlertid se fordeler ved at informatørene - i motsetning til mer etablerte yrkesgrupper - ikke stadig har måttet fornye/tilpasse seg den teknologiske utviklingen. Dét betyr ikke at informatørene kan tillate seg annet enn høy bevisstheten om og årvåkenheten overfor utviklingen til enhver tid. At man ikke stadig må lære nye teknikker er selvfølgelig heller ingen garanti for at de kjente, tilvante teknologiene er uten etiske implikasjoner, konsekvenser og utfordringer.

Henriksen og Vetlesen (1997:141) diskuterer nærhet og distanse i en generell etisk-kontekst og konkluderer med at diskursetikken sikrer både nærhet og distanse på en og samme tid. Den sikrer nærhet til hvordan andre mennesker opplever sin situasjon og vurderer mulige løsninger. Samtidig skaper den tilstrekkelig distanse i forhold til en bestemt part, noe som kan være viktig for å få et riktig perspektiv på alle sakens sider og ikke bli fanget i "overidentifikasjon" med en av partene. Diskursetikken skaper dessuten distanse i forhold til vår egen bakgrunn og livsverden på den måten at den krever av oss at vi ikke "tvinger" denne uprøvd på andre men heller skaper noe nytt i fellesskapet som er basert på hva vi kan ha felles av verdier og normer med andre

## Kap. V Byråkratiet - den fristende fjernheten

Hensikten med dette kapittelet er å belyse etiske implikasjoner ved en *byråkratisk organisasjon* - i offentlig forvaltning eller i det private næringsliv. Organisasjon betyr i praksis en eller annen form for kontroll med sosiale relasjoner til de ansatte (Eriksen 1993a:51)<sup>61</sup> og sentrale begreper er *rolle* (se også kap. VII), *funksjonær*,<sup>62</sup> *person*,<sup>63</sup> *lojalitet* og *ansvar*. Det er særlig én side ved byråkratiet som er interessant i denne sammenhengen: De ansattes oppgaver og funksjoner er å iverksette det andre (ledelsen, overordnede) har bestemt. Spørsmålet er hvilken betydning dette har for funksjonærens etiske situasjon og overveielser. Svaret handler bl.a. om den ansattes lydighet overfor sin overordnede - om lojalitet. Lojalitet mot overordnede er et universelt og internalisert fenomen, i det

---

<sup>61</sup> Anthony Giddens (1992:17) er inne på dette når han skriver: "Modern social organization presumes the precise coordination of the actions of many human beings physically absent from one another; the 'when' of these actions is directly connected to the 'where', but not, as in pre-modern epochs, via the mediation of place".

<sup>62</sup> Denne diskusjonen er inspirert av Øyvind Larsen (1996). Jeg gjøre oppmerksom på at Larsen snakker om "forvalter" der jeg bruker benevnelsen "funksjonær" - og er klar over at denne oversettelsen kan diskuteres. Jeg kunne også ha brukt "byråkrat", de betegner alle tre en rolle i byråkratiet. Byråkraten/funksjonæren/forvalteren har - i følge Weber - disse kjennetegnene: 1. Han er utdannet som fagmann, 2. Utdannelsen fordrer særskilte teorier (juss, ledelsesteori osv.), 3. Han har en kompetanse som medfører rettigheter og plikter, 4. Han befinner seg i en hierarkisk posisjon, 5. Han arbeider med saksbehandling på kontoret, atskilt fra privatlivet, 6. Han står (i prinsippet) til rådighet dag og natt (Kemp 1996:128). Flere av disse punktene passer for informatøren.

<sup>63</sup> *Person* betød opprinnelig 'maske' eller 'rolle', men i moderne språkbruk blir ordet brukt til å betegne det som er *bak* masken/i rollen: Mennesket som er seg bevisst som selvstendig aktør og som har en hensikt med sine handlinger (Kemp 1991:47). For John Harris er en person et menneske som har mulighet til å verdsette sitt liv og/eller som har et ønske om å fortsette å leve; *selvbevisstheten* er det avgjørende (Olsvold 1996:7). Personen som etisk aktør er temaet for Nina Karin Monsen i *Det kjempende menneske* (Oslo:Cappelen 1992).

minste hos "nøkkelpersoner" i enhver organisasjon, spesielt i offentlig forvaltning (Weisband og Frank 1975:131) (se kap. VII og VIII).

Byråkratiets "far" - Max Weber - gir i sin idealmødel<sup>64</sup> funksjonæren *etiske nøytralitet*. Det betyr at funksjonæren ikke skal foreta noen selvstendige vurderinger men handle slik ledelsen krever/ønsker - målrettet. Denne nøytralitetsetikken gjør funksjonæren til et pålitelig instrument for organisasjonens ledelse, noe som anskueliggjør byråkratiets bærende idé: Å kunne tjene hvilken som helst hensikt uavhengig av hva de ansatte personlig måtte mene og ville (Thompson 1985:556). Så belastet som ordet "byråkrati" etter hvert er blitt, kan det være på sin plass å minne om at byråkratiet opprinnelig var ment å være en humaniserende rasjonalisering av samfunnet. Statsoverhodenes vilkårlighet skulle erstattes med fornuft og saklighet, og Weber la også vekt på effektivitet og forutsigbarhet. Her er imidlertid meningene delte, bl.a. MacIntyre (1981: 106) mener at organisatorisk effektivitet og forutsigbarhet er uforenlig.

## **Handlingsmediering**

Zygmunt Bauman (1989) peker på *handlingsmediering* som et fremtredende trekk ved det moderne organisasjonssamfunnet:<sup>65</sup> Den overordnede/ledelsens ordre utføres av en *trejeperson* mellom seg og handlingen noe som gjør det vanskelig for initiativtakeren å erfare de direkte konsekvensene av handlingene. Lange slike handlingskjeder "frigjør" hovedaktøren fra moralsk ansvarlighet (her gir også teknologien sitt bidrag), og blir aktøren utsatt for noen form for evaluering, så skjer det som regel ut fra *tekniske* kriterier, ikke moralske. I for-

---

<sup>64</sup> Weber var interessert i den moderne vestlige kapitalismen som sosiologisk fenomen, både dens opprinnelse og dens organisasjonsform. Weber mente kapitalismen som idé kan spores tilbake til calvinismen (Weber 1973), en gren av protestantismen som bl.a. mente at de som lyktes materielt/økonomisk i dette livet, var forutbestemt (predestinert) til et salig liv hinsides.

<sup>65</sup> Denne sekvensen bygger på Olsvold (1996).



lengelsen av dette fenomenet får vi det Bauman (op. cit., s. 193) kaller en "sosial produksjon av distanse":

The significance - and danger - of moral indifference becomes particular acute in our modern, rationalized, industrial, technologically proficient society because in such a society human action can be effective at a distance, and at a distance constantly growing with the progress of science, technology and *bureaucracy*. In such a society, the effects of human action reach far beyond the "vanishing point" of moral visibility (min uthev.).

Bauman (1996:132) viser også til en tendens til at det moralske ansvaret blir overført til det han kaller "sosialt konstruerte og administrerte overindividuelle representanter, eller gjennom flytende ansvar innenfor et byråkratisk ingenmannsstyre". Faren er at regler og konvensjoner erstatter moralske følelser og intuisjon og at en betydelig del av våre handlinger blir fritatt fra moralske dommer - i verste fall også fra enhver moralsk betydning (ibid.). Bauman går så langt som til å si at barbariet ligger som en fryktelig mulighet overalt der mennesker blir brikker i et byråkrati, fordi den personlige moral hos byråkratene erstattes av *kravet til lydighet*. I følge Bauman var det ikke personlig ondskap som førte til Holocaust, men *rutinen*. Og den kan være både logisk og tilforlætelig. For å bryte noe som oppleves som en farlig rutine, kreves det individuelt mot til å si nei, å kunne stå imot sosialt press og si nei til ordrer ovenfra.

Dette er prinsipielle problemstillinger som er relevante for alle byråkrater/funksjonærer, også for informatører. Informatøren er plassert relativt høyt oppe i linjeorganisasjonen, eventuelt i stabsposisjon - i alle tilfelle nært ledelsen. Det er en organisasjonsmessig plassering som, sammen med (informasjons-)tekno-

logien, gjør at det kreves moralsk årvåkenhet med tanke på det personlige ansvaret som bør følge det informatøren gjør: Han kan foreta handlingsmediering og har gode muligheter til å oppnå "sosialt produsert distanse".

## **Konsulenten**

Informasjonsrådgiveren - en nyskapning innen yrket - befinner seg i en organisasjonsmessig interessant posisjon. Er han ansatt i organisasjonen, så vil han være stabsmedarbeider og rådgiver for ledelsen. Det vil ikke skille hans situasjon vesentlig fra den en informasjonssjef i linjeorganisasjonen er i idet begge kan bli utsatt for bl.a. motstridende lojalitetskrav samtidig som de også vil være i behagelig avstand fra målgruppen - i alle fall målgruppen som enkeltindivider. Da vil situasjonen være prinsipielt annerledes for en *ekstern* informasjonsrådgiver<sup>66</sup> som engasjeres for bestemte oppdrag. Som innleid konsulent vil han stå svært fritt og i et lite forpliktende forhold til andre enn lederen/ledelsen som har engasjert ham. Når oppdraget er utført, trekker han seg tilbake - uten noe (formelt) ansvar for konsekvensene av sine råd/handlinger. Faren er at heller ikke lederen/ledelsen vil ta noe moralsk ansvar: De har bare handlet på grunnlag av faglig ekspertise, "In fact, the responsibility is seen as vested not in the experts, but in the skills they represent" (Bauman 1989:196). Slik løser det personlige ansvar seg opp i en teknisk, abstrakt autoritet. Men det er et omstridt spørsmål om konsulenten som sådan har noen *faglig* forpliktelse eller legitimering (Strand 1992) og Francis Sejersted (1993a) er svært kritisk til konsulentrollens etiske forankring - for ikke å si mangelen på sådan. Han mener at konsulenten primært blir engasjert for å "selge" ledelsens idéer.

Sejersted er opptatt av eksterne konsulenter som engasjeres i forbindelse med organisasjonsendringer, men det prinsipielle ved hans kritikk treffer også

---

<sup>66</sup> Dette er en sterkt ekspanderende yrkesgruppe.

eksterne informasjonsrådgivere. Kemp (1996:127ff) diskuterer lignende problemstillinger knyttet til "spesialisten" og "eksperten". Deres påståtte objektivitet blir brukt for å frembringe løsninger på etiske spørsmål som om løsningene er av rent vitenskapelig eller teknisk art. Slik fungerer ekspertens/spesialistens/konsulentens bidrag som *ideologi*<sup>67</sup> som i neste omgang selv blir et etisk problem. Det er i denne forbindelse interessant å merke seg at Norges Bedriftsrådgiverforening (NBF) har etiske regler for rådgiverbransjen, og i et høringsutkast fra høsten 1997 står det bl.a.:<sup>68</sup>

-Konsulenten bør kunne gi en adekvat beskrivelse av egen kompetanse, herunder ha en forståelse av egne begrensninger<sup>69</sup>

-Konsulenten bør ikke gi råd som klienten ikke har forutsetning for å følge, herunder ideelt sett ikke gi flere råd enn at klienten kan beholde oversikten

-(...) Konsulenten bør ikke akseptere å bli brukt som manipulatorisk virkemiddel ved å inngå i fordekt rolle som f.eks. klientens forlengede arm, for å få frem et bestemt resultat, eller for å vinne tid og avlede oppmerksomheten

-Konsulenten bør ha lagt opp til å trekke seg tilbake fra aktiv prosjektledelse på det tidspunkt som er avtalt, uten at det skaper problemer for klienten

---

<sup>67</sup> Ideologi betyr her 'falsk bevissthet' (Marx).

<sup>68</sup> Hentet fra artikkelen "Kritisk søkelys på etikk" i Dagens Næringsliv 26. november 1997.

<sup>69</sup> TV2-sjef Kåre Valebrokk tror at "det er forferdelig mye bløff i rådgivingsbransjen, men når kunden er så ukvalifiserte som kunden er, så må det gå som det går" (Expressen nr. 5, 1999).

Hvordan blir så informatører berørt av organisasjonens etiske implikasjoner? Som jeg har vist, så er resonnementene ovenfor i prinsippet relevant også for informatører, dog med den reservasjonen at informatørrollen (ennå) er relativ homogen og i liten grad preget av spesialisering som kan gi lange og komplekse kommandolinjer.<sup>70</sup> I hvilken grad den enkelte utøver blir "truffet" av distanseetikken er avhengig av den organisasjonsmessige plasseringen og de konkrete arbeidsoppgaver informatøren blir pålagt. Den informatøren som av bekvemmelighetshensyn ikke er "tilgjengelig for kommentar" til massemediene i tilknytning til en aktuell sak, vil lett befinne seg i en etisk-moralsk kritikkverdig situasjon. I store deler av den offentlige forvaltning (særlig i mindre kommuner) vil imidlertid informatøren komme nært inn på målgruppen og vil ofte møte "fordringene fra den Andres ansikt".

---

<sup>70</sup> Jeg kan i beste fall se bare tre "spesialiteter" innenfor informasjonsyrket, stikkordmessig antydning ved: Mediekontakt, samfunnsinformasjon/politisk informasjon og rettighetsinformasjon.

## Kap. VI Fra propaganda til gjensidig forståelse.....

Å informere handler om å *påvirke*.<sup>71</sup> Det er et etisk-moralsk aspekt ved yrket som informatøren ikke kan velge seg bort fra. Dette er imidlertid en erkjennelse som ikke har nådd alle innen faget informasjon og samfunnskontakt, heller ikke blant modell- og teoribyggerne. I dette kapitlet vil jeg se kritisk på James Grunigs tovegs asymmetriske modell/teori og hans excellence-begrep<sup>72</sup> nettopp med tanke på det etiske aspektet.<sup>73</sup> Jeg vil nærme meg problemstillingen ved å fokusere på begrepene om *overtaling* og *overbevisning*. Men først litt om de to prinsipielt ulike måtene overtaling kan skje på: *massekommunisert* og *interpersonlig*.<sup>74</sup>

### Interpersonlig påvirkning

Det er ikke vanlig innenfor kommunikasjonsvitenskapen å skille mellom massekommunisert overtaling og interpersonlig overtaling<sup>75</sup> og det synes å være

---

<sup>71</sup> I de etiske reglene for Norske Informasjonsrådgivere (NIR) står det at medlemmene forplikter seg til ”å drive direkte eller indirekte påvirkning på arbeidsgivers og oppdragsgivers premisser...”.

<sup>72</sup> ”Excellence” kan trolig best oversettes med ”fremragende”. Jeg vil i hovedsak nytte den engelske termen.

<sup>73</sup> Det er først og fremst James E. Grunig og Todd Hunt som har stått for den vitenskapelig baserte litteraturen om informasjon og samfunnskontakt ("public relations") innenfor studietilbudet i informasjons- og mediefagene i Norge. To standardverker er Grunig og Hunt (1984) og Grunig (red.) (1992).

<sup>74</sup> Zimbardo og Leippe (1991) mener at sosial påvirkning i prinsippet kan foregå på tre ulike måter: Ved interpersonlig kommunikasjon, ved overtaling og ved massekommunikasjon. Jeg ser overtaling som ”overordnet” de to andre begrepene.

<sup>75</sup> Et unntak er Windahl, Signitzer og Olson (1992).

underforstått at begrepet om overtaling først og fremst er myntet på massekommunikasjon da eksemplene i hovedsak blir hentet fra reklame, politisk propaganda og andre situasjoner som i liten grad bygger på interpersonlig kommunikasjon (Palm 1994:31).<sup>76</sup> Men interpersonlig kommunikasjon er en relevant og interessant formidlingsform for informatører, ikke minst i intern informasjon/organisasjonskommunikasjon, og i denne sammenhengen kan tale-/språkhandlingsteorien (se kap. III) bidra til å kaste lys over etiske implikasjoner ved slik påvirkning. Slik teori, som tar utgangspunkt i avsenderens hensikter/motiver, kan også nyttes på andre kommunikasjonsformer. Habermas (1981:I:389) skiller mellom tre viktige aspekter ved talehandlinger:

1. *Lokusjonen*, som viser til innholdet eller saksforholdet i en ytring; idet vi sier noe, *påstår* vi noe empirisk som erfaringsmessig er sant (eller galt).

2. *Illokusjonen*, som betyr at vi gjennomfører en *handling* når vi sier noe, f.eks. kommer med løfter, krav eller befalinger - og oppretter slik en gjensidig relasjon mellom oss og tilhører. Denne dialogen skjer med utsagn i 1. person entall.

2. *Perlokusjonen*, der vi ønsker vi å *realisere en effekt* - å oppnå noe - hos tilhøreren idet vi ytrer oss.

Mens lokusjonen og illokusjonen er selvtilstrekkelige handlinger - dvs hensikten med det vi sier går umiddelbart fram av det vi har sagt - så er perlokusjonen et *middel* for å oppnå noe. Perlokusjon er en strategisk talehandling der kommu-

---

<sup>76</sup> Evert Vedun (1995:5) lister opp ti typer interpersonlig kommunikasjon, bl.a. direkte personlig, undervisning, taler, demonstrasjoner og utstillinger.

nikasjonen skal tjene utenforstående mål som ikke må avsløres. Blir det strategiske målet avslørt, bryter kommunikasjonen sammen - og *asymmetrien* mellom den talende og tilhøreren kommer til syne (Larsen 1996:41).<sup>77</sup> Det er den lokusjonære og illokusjonære siden ved språket som har den handlingskoordinerende kraft – f.eks. fører til at partene blir enige - mens perlokusjoner er problematiske fordi de åpner for mistenkeliggjøring - og er dermed også etisk uklare. I mange sammenhenger kan både to og tre av disse aspektene være aktuelle samtidig og grensene mellom dem er ikke alltid lett å trekke.

### **Overbevise - overtale**

Det etymologiske utgangspunktet for de to begrepene/ordene overbevise og overtale er det greske *persuasio*, et nøkkelbegrep i klassisk retorikk.<sup>78</sup> I *Gorgias* innfører Platon et skille mellom å overtale og å overbevise slik at overtale betyr å påvirke noen til å innta bestemte meninger uten at vedkommende virkelig trenger innstå for meningene - det handler kort og godt om å *ha* meninger. Hensikten med overtaling er å få andre til å bli enig med en selv, å influere på andres atferd ved å endre deres holdninger, oppfatninger og verdier og det benyttes ikke nødvendigvis (bare) rasjonelle argumenter (Simons 1976:21). Det relevante og interessante her er at meninger ikke representerer noen «dybde»: Den som er overtalt kan ikke saklig begrunne sitt syn som kan være basert på indoktrinering, propaganda og/eller manglende kunnskap (Eriksen 1993b:158),

---

<sup>77</sup> Hvis A sier til B, som har opptrådt offentlig med ett eller annet og ikke lyktes helt, at "Jeg synes du var flink!", og sier det bare for å *trøste* vedkommende, så er det en perlokusjonær talehandling. Den blir avslørt ("bryter sammen") og viser det asymmetriske forholdet mellom de to dersom A sier/innrømmer overfor B at han sa det bare for å trøste. (Dette er noe som ikke minst barn er våre overfor.)

<sup>78</sup> Overtaling og overbevisning faller sammen med begrepsparet "doxa" (meninger) og "episteme" (kunnskap, innsikt), to grunnleggende begreper i gresk filosofi.

og han/hun kan lett bli overtalt til å forandre mening igjen. Dermed blir det også viktig å skjerme et menneske som vi har overtalt mot alternativ påvirkning, vi må unngå at det får vite om de beste motargumentene! Det kan diskuteres hva slags type talehandling overtaling er. Palm (1994:32) mener at man skulle «kunna betrakta övertalning som en perlokutiv effekt», og jeg tolker Eriksen (1993b) til å mene det samme.

Til forskjell fra å være overtalt, er den som er overbevist påvirket av *kunnskap* (MacIntyre 1996:31),<sup>79</sup> og han/hun vil kunne gi gode, kvalifiserte grunner for sitt standpunkt og vil ikke skifte det før det foreligger ny – overbevisende - kunnskap. Hvis man velger å påvirke noen ved å tilføre dem nye kunnskap og innsikt, så gir man samtidig fra seg *kontrollen* over situasjonen. I et slik tilfelle står f.eks. informatøren og “målgruppa” likt overfor temaet/problemet, det er saken selv som avgjør (Hellesnes 1999:38). Å overbevise noen er en illokusjonær handling. Mens det er en vanlig oppfatning at det ligger et element av *makt* i overtaling, så er det problematisk å si det samme om overbevisning: Der noen forandrer mening i en likeverdige dialog, synes det ikke rimelig å snakke om maktbruk.

Det er altså slik at både å overbevise og overtale er å påvirke andre. Å overtale legger til grunn et subjekt-objekt-forhold der den andre skal manipuleres.<sup>80</sup> Å overbevise derimot forutsetter et subjekt-subjekt-forhold, et jeg-du-forhold der “ein ikkje (går) bakom den andre sin fridom...” (Skjervheim 1996:

---

<sup>79</sup> Blant norske filosofer og vitenskapsteoretikere som diskuterer disse to begrepene, er Hans Skjervheim (1976), Knut Erik Tranøy (1986) og Ragnar Fjelland (1995). Tranøy har følgende definisjon: «Å overtale en annen om *p* er å få den andre til å tro *p*. Men å overbevise en annen om *p* er å gi den andre tilstrekkelig gode grunner til å tro at *p* er sann eller akseptabel» (s. 64). Det er også klart at statsviteren Øyvind Østerud (1997:137) eksplisitt skiller mellom de to begrepene når han i en omtale av postmodernismen skriver at "overbevisning bare (blir) en variant av overtalelseskunst...".

<sup>80</sup> "Herre-knekt-forhold" er en betegnelse bl.a. Skjervheim (1996) benytter.



224f). Hellesnes (op. cit., s. 40) mener imidlertid at påvirkning *i praksis* ikke er så klart enten overbevisning eller overtaling: Et forsøk på overtaling vil vanskelig kunne unngå en viss saksavklaring, mens også et forsøk på overbevisning vil røpe hva "avsenderen" egentlig mener og får slik et innslag av overtaling. Effektiv overtaling forutsetter illusjonen om at det er overbevisning som foregår, dermed kan man med en viss rett si at overtalingen er parasitær på overbevisninga. Og i noen tilfeller er overtaling det eneste vi *har tid til!*

Hellesnes (1975:21) tilskriver skillet mellom overtale og overbevise fundamental betydning for samfunnsvitenskapen så vel som for samfunnsforståelse i sin alminnelighet. Han ser de to begrepene som synonyme med begrepspar som indoktrinering - politisering, subjektiv tro - objektiv innsikt, og ideologi - teori. Men Hellesnes mener at det ikke er lett å sortere dem i to klart atskilte bunker for historien er tvetydig og alle kan bli fanget ideologisk, noe man gjerne ikke ser før etterpå. Det avgjørende er imidlertid at skillet mellom de to begrepene er en forutsetning for i det hele tatt å kunne kritisere ideologi og manipulering hos andre - og hos en selv. Hellesnes viser at dersom en argumenterer *mot* skillet mellom overtaling og overbevisning, så vikler man seg inn i selvmotsigelser.

## **Uklart språk**

Det er problematisk at (samfunnsvitenskapelige) forskere ikke alltid skiller mellom de to begrepene, men ofte bruker termen «overtaling» om begge.<sup>81</sup> Det gjør

---

<sup>81</sup> Det gjelder bl.a. professorene i h.h.v. statsvitenskap og norsk, Daniel Heradstveit (1992:11) og Finn Erik Vinje (1982:32). Sistnevnte skriver at "tekster som har til formål å overtale har god og forbilledlig stil hvis leserne overbevises". På lignende vis tolker jeg Evert Vedung (1995:2) når han sier: "Vid information är de offentliga organens relation till de styrda i princip enbart kunskapsöverförande och övertalande." Et annet eksempel er at markedsføring blir tilskrevet både formålet å overbevise og å overtale (Blach og Højberg 1989:29).

ikke saken enklere at det også i engelskspråklig litteratur bare unntaksvis opereres med noe skille; «persuasion» dekker som regel begge begrepene og i sosialpsykologiske verker blir "persuasion" sjelden definert eksplisitt med tanke på de to betydningene.<sup>82</sup> Her er noen eksempler fra den sentrale PR-litteraturen som viser den uklare bruken: Jacquelyn Peak (1980:1) understreker at hensikten med informasjonen er "persuasion" og sier at "public relations is the planned persuasion to change adverse public opinion or to reinforce public opinion.". Her må "persuasion" forstås som 'overtaling'. Cutlip og Center bruker gjennomgående bare "persuasion" og de understreker at informasjonen skal være ansvarlig, basert på "mutually satisfactory two-way communication" (Grunig og Hunt 1984:7), noe som må bety at de med "persuasion" mener 'overbevisning'. Heller ikke Grunig og Hunt's begrepsbruk er klar og konsistent selv om de innledningsvis sier følgende om sin tovegs symmetriske modell: "We see this model as a replacement for the persuasion model that has dominated thinking about public relations almost since its birth" (G&H 1984:V). Denne begrepsbruken følges opp i disse utsagnene: "Some public relations professionals strive for persuasion, others for understanding, and others simply for communication" (G&H 1984:8), og "In the symmetrical model, understanding is the principal objective of public relations rather than persuasion" (Grunig (ed.)1992:189). I disse sitatene må "persuasion" bety 'overtaling', mens "understanding" må tolkes som et overbevisningsrelatert begrep.

Men det finnes eksempler der det oppstår tvil som når Grunig skriver at "With the symmetrical model, both the organization and publics can be persuaded....." (Grunig 1992:39), mens Grunig (ed.) (1992:310) også snakker om "persuasion based on *reasonned argument*" ("the central route to persuasion") (min

---

<sup>82</sup> I *Social Psychology* (Secord, Paul og Carl Backman (1964) er det et lenger avsnitt kalt *Persuasive Communication and Influence*, uten at «persuasion» blir definert. Det blir det heller ikke i *Communication and Persuasion* (Hovland m.f. 1953).

uthev.) der altså "persuasion" må bety 'overbevisning'. Det samme er tilfellet når han sier at "persuasion can be a two-way street" (Grunig og Hunt 1984:7). Dette kan også tolkes til at de mener gjensidige forsøk på overtaling er å sammenligne med argumentasjon (som er et overbevisningsselement) - noe som i det minste skaper begrepsforvirring.<sup>83</sup>

Av norske forfattere kan nevnes Hans Skjervheim og Jon Elster, begge klare og konsistente i sin begrepsbruk: For Skjervheim (1996:224) er persuasion = overtale, convince = overbevise, mens Elster (1992:15) derimot bruker "persuade" i betydningen 'å overbevise': "To argue is to engage in communication for the purpose of *persuading* an opponent (...) the only thing that is supposed to count is 'the power of the better argument'...." (min uthev.). David L. Martinson (1997:44) snakker om "*ethical persuaders*", mens Lawrence W. Nolte (1979:10) er blant de få som – i likhet med Skjervheim - skiller klart mellom overtaling og overbevisning:

First, the public relations practitioner must *persuade* management to do the things to the organisation that will make it worthy of public approval. Second, the public relations practitioner must *convince* the public that the organisation deserves

---

<sup>83</sup> På et foredrag i Oslo 20. oktober 1997 sa Grunig i beskrivelse av sin symmetriske modell: "...balancing and a kind of mutual persuasion - that sometimes one has to persuade management that the public is right and other times persuade the public that management is right". (Toveiskommunikasjon - ideal eller virkelighet? Kompendium fra Statens Informasjonstjeneste, s. 23).

its approval (min. uthev.).<sup>84</sup>

Blant andre eksempler på slikt skille er en cluster-analyse der "persuasion" blir satt opp mot ("versus") "understanding". Her er "persuasion" på den "negative" siden sammen med bl.a. lies, secrecy og partisan.<sup>85</sup> "Convince", som Nolte og Skjervheim bruker, blir ellers sjelden brukt i engelsk-språklig litteratur.<sup>86</sup> Den uklarheten som følger av et tvetydig "persuasion", skaper problemer for forskningen, noe bl.a. Palm påpeker (1994:30-31):

Övertalning är inte på samma sätt som kommunikation, attityd, norm osv ett etablerat vetenskapligt begrepp med en relativt bestämd betydelse utan används ofta i en underförstådd eller vardaglig betydelse, där läsaren får sluta sig till definitionen av en term indirekt eller på ett intuitivt sätt.

---

<sup>84</sup> Nolte mener altså at informatøren kan/skal *overtale* ledelsen i organisasjonen (internt), mens organisasjonen i neste omgang skal *overbevise* opinionen (eksternt). Dette er en oppfatning som kan føres tilbake til en av "PR-fedrene", Edward L. Bernays (G&H 1984:39-40). Men Bernays mente det bare er mulig å overtale ("persuade") noen i den grad de selv innser det er til deres eget beste!?

<sup>85</sup> Undersøkelsen som er utført av Ron Pearson, er referert til i Robert L. Heath: *Critical Perspectives on Public Relations*. Det dreier seg om kap. 3 (som jeg har kopi av) i en bok jeg ikke har navnet på eller noen annen referanse til.

<sup>86</sup> "Convince", som man kunne forvente bli brukt i betydningen 'overbevise', forekommer nesten ikke i såpass sentrale verker som Grunig and Hunt (1984) og O'Keefe (1990). I Cappelens Store Engelsk-Norsk ordbok (1968) blir "persuade" oversatt med "overtale", mens "convince" gis betydningen 'overbevise'. I Kunnskapsforlagets Engelsk-Norsk ordbok. Stor utgave (1991) gis verbet "persuade" både betydningen 'overtale' og 'overbevise'. Tilsvarende for de andre ordklassene. Om adjektivet "persuasive" står det: "(=convincing) overtalende, overbevisende", om substantivet "persuasiveness": "overbevisende kraft, overtalelsesevne". På s. 59 i Grunig (red.) (1992) brukes "persuasion" og "convince" i en sann uorden!

## Symmetrimodellen - et kolombiegg....

At informasjon har klare etiske og moralske implikasjoner viser bl.a. de betegnelser som er blitt satt på ulike perioder i informasjonens historie. Historikeren Eric Goldman så (i USA) like etter krigen en periode da "opinionen ble lurt" og en da "opinionen ble informert". Tidlig på 1950-tallet kom betegnelsene "envegs" og "tovegs", og noe senere "synkron" og "diakron" (Grunig og Grunig 1992:286ff).<sup>87</sup> I 1984 lanserte Grunig og Hunt (1984) sine "asymmetriske" og "symmetriske" modeller<sup>88</sup> og det er G&G som har laget den mest autoritative og oftest siterte oversikten over informasjonen og samfunnskontaktens historie med sine fire modeller, som må forstås som idealtyper (G&H 1984:21ff).<sup>89</sup>

### 1. Publisitetsmodellen ("*Propagandamodellen*")

Målet her er propaganda. Kommunikasjonen er envegs – monologisk: Sender og mottaker er ikke likeverdige parter, organisasjonen ønsker primært å kontrollere målgruppen ved å overtale dem. Sannhetsinnholdet i kommunikasjonen er ikke det viktigste....

Denne modellen kjenner vi idag igjen som publisitetsarbeid bl.a. innen sports- og underholdningsbransjen.

---

<sup>87</sup> En mer utførlig analyse av begrepene *envegs prosess* og *symmetrisk prosess* finnes i: Merten, K. (1977) *Kommunikation: Eine Begriffs- und Prozessanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

<sup>88</sup> De blir også omtalt som "teorier", men "modeller" er etter min mening mer dekkende.

<sup>89</sup> Grunig og Hunts engelske benevnelser på modellene er: Press Agency/Publicity (15 %), Public Information (50 %), Two-Way Asymmetric (20 %), Two-Way Symmetric (15 %). I følge Grunig og Hunt blir alle fire modellene praktisert i dag. Parentesene viser i hvilken utstrekning forfatterne anslo de ble brukt i USA tidlig på 1980-tallet (Grunig og Hunt 1984: 22).

## *2. Informasjonsmodellen*

Målet: Å spre informasjon. Kommunikasjonen er énvegs, men organisasjonen er opptatt av å gi målgruppen kunnskap om organisasjonen for å øke den eksterne forståelsen for den. Sannhetsgehalten er viktig, overtaling er ikke nødvendigvis noe mål.

Denne modellen dekker bl.a. en del av den offentlige informasjonsvirksomheten.

## *3. Tovegs asymmetrisk kommunikasjon ("Vitenskapelig overtalelse")*

Målet er å påvirke målgruppen. Kommunikasjonen er tovegs, men asymmetrisk. Dette betyr at modellen har tilbakemeldingsrutiner (feedback<sup>90</sup>), men de skal bare bidra til å gjøre påvirkningen mer effektiv: Det er organisasjonens virkelighetsoppfatning som er "sannheten".

Også denne modellen brukes i offentlig forvaltning, ikke minst i holdningskampanjer. Alle disse tre modellene er eksempler på overtaling.

---

<sup>90</sup> I kybernetisk teori står feedback for kommunikasjon som hjelper kilden til å kontrollere mottakerens atferd. Det er derfor ikke uvanlig at disse teoretikerne bruker *termostaten* som bilde.

#### 4. *Tovegs symmetrisk kommunikasjon*<sup>91</sup>

Her er målet (økt) gjensidig forståelse. Det er et symmetrisk (balansert, likeverdig) forhold mellom organisasjonen og målgruppen: De er i dialog med hverandre og veksler mellom å være sender og mottaker. I den symmetriske modellen brukes forskning for å lette kommunikasjonen og øke forståelsen - ikke for å finne hva som er best for å motivere eller overtale målgruppen slik tilfellet er for den tovegs asymmetriske modellen.

Den tovegs symmetriske modellen er hovedkomponenten i Grunig og Grunig's "excellent" informasjons- og kommunikasjonsledelse (G&G 1992:320), en modell som er nå et uttalt mål for den statlige informasjonen i Norge, kalt "kommunikasjonsprinsippet" (NOU 1992:21) - Norge skal bli en "kommunikativ stat"!<sup>92</sup> Ved et par anledninger har James Grunig pekt på Statens Informasjonstjeneste som et av få eksempler på at offentlig/statlig kommunikasjon kan være tovegs symmetrisk.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> De mest vanlige synonymene for symmetrisk kommunikasjon er «kommunikasjon som forståelse», «komm. som bytting», «komm. som deling/fellesskap», «komm. som fellesskap», «komm. som sosial atferd» og «komm. som interaksjon» (Windahl og Olson 1992:18).

<sup>92</sup> Dette hevder rådgiver Ingri Assum i Statkonsult (INFORUM nr. 4., 1994).

<sup>93</sup> Bl.a. i intervju i Expressen nr. 5, 1999.

### .....eller keiserens nye klær?

Hvordan skal vi så forstå Grunig og Hunt's prosjekt, er det tale om en rent *normativ* modell<sup>94</sup> eller teori - en ledestjerne som blinker i det fjerne men som aldri kan nåes? Grunig slår fast at "The two-way symmetrical model (.....) is *a real* as well as a normative model" (Grunig (ed.) 1992:320) (min uthev.). Den er altså en ledestjerne, men vi kan nå den: Tovegs symmetrisk kommunikasjon er fullt mulig i praksis, noe det angivelig finnes eksempler på i USA (kfr. note 89). Modellen har utvilsomt en viktig funksjon som normativ, "kritisk standard", og den kan bare ha en slik funksjon så lenge den ligger "foran" virkeligheten. William Rehg (1994:37) sier at

By starting with ideal structures one has a better chance of keeping one's bearings - and a critical perspective - when one examines existing institutions and practices of discourse.

Jeg finner imidlertid grunner til å stille spørsmål ved *realiserbarheten* til en symmetrisk kommunikasjonsmodell. Dette er en relevant innvending fordi modellen eksplisitt blir definert som "etisk" (Grunig og Hunt (1984), Grunig (red.) (1992)) og det etiske elementet danner sammen med *effektivitet* det "excellent" kommunikasjonsbegrepet til de to forfatterne (Grunig (red.) 1992: 285). Etikken er altså inngitt i modellen: Å akseptere modellen er å akseptere den som etisk - å dra i tvil det etiske ved den er å stille spørsmål ved selve

---

<sup>94</sup> En vanlig definisjon på en modell: En forenklet gjengivelse av virkeligheten der karakteristiske trekk kommer tydelig fram (Repstad 1993:126).



modellen. Siden det etiske elementet ligger i symmetriaspektet, så vil dét være det naturlige objektet for en kritisk vurdering.<sup>95</sup>

Hvor realistisk er den symmetriske modellen som et *praktisk prosjekt*? Avkledd all teoretisk stafasje: Hvor sannsynlig er det at f.eks. myndighetsrepresentanter vil komme i dialog med publikum etter Grunig og Hunt's ideelle oppskrift? Jeg har vært inne på språkets asymmetriske (makt)funksjon (kap. III). Selv om begge parter i løpet av en samtale rent formelt er både avsendere og mottakere,<sup>96</sup> så ligger det altså et sosialpsykologisk "overtak" hos den som *tar initiativet* til dialogen. Det er i dette overtaket at vi finner begrunnelsen for initiativet, f.eks. at informatøren kommer med et "tilbud" om kunnskaper eller meninger. Er det kunnskaper, så gir det avsenderen autoritet - som altså kan føre til og opprettholde/forsterke en asymmetrisk maktsituasjon. Johansen og Vetlesen (1996:281) mener at "ingen virkelig diskurs synes å være helt uten manipulasjon, usakelig argumentasjon og gruppepress", mens Mulder (1971) viser at høyere grad av deltakelser kan sette de mer innflytelsesrike i stand til å øve mer effektiv påvirkning dersom det er stor *initiell* forskjell mht "ekspertmakt".

Det synes å være en uomtvistet sannhet at bl.a. fremmedord og faguttrykk bidrar til at det dannes maktstrukturer i en dialog mellom to parter der bare den ene er innvidd, noe som gjerne er tilfellet når myndigheter "kommuniserer" med sine målgrupper. Så kan en selvfølgelig si at det er brudd på prinsippene for en åpen dialog å bruke ord og uttrykk som ikke alle deltakerne forstår. Men klarer

---

<sup>95</sup> Det er et tankekors at i Grunig's "gjennombruddsverk" (Grunig og Hunt 1984 (550 sider)) er det bare 1½ side om etikk. I hans neste store verk (Grunig 1992) er situasjonen noe annerledes, men ingen av de 23 kapitlene har "ethics" i overskrifta. Det er ellers med stor ydmykhet at jeg "utfordrer" James Grunig på et område der han har vært den ledende forskeren de siste 20 årene.

<sup>96</sup> Windahl & al. (1992:93) peker på at "The terms "sender" and "receiver" are not applicable in a communication process like this, whose goal is mutual understanding...".

vi å fjerne "autoritetsnimbusen" ved å oversette notorisk ekspertkunnskap til dagligspråket? Det er tvilsomt om en slik oversettelse - som i verste fall kan virke nedlatende - vil endre på de reelle og "følbare" makt- og autoritetsforholdene. Dessuten: I den realpolitiske hverdagen bruker offentlige myndigheter informasjonen målrettet til overtaling, dvs som et *selvstendig styringsmiddel* - staten skal tross alt også styre!

Her er vi ved et forhold som Grunig synes å overse: For myndighetene har ønsket om å *påvirke* forrang framfor ønsket om å komme til enighet (Eriksen 1993b:158). Det gjelder generelt og utvilsomt også i Norge. Når så Grunig ved ulike anledninger har pekt på Statens Informasjonstjeneste som et (av svært få) eksempel på en offentlig instans som driver tovegs symmetrisk kommunikasjon,<sup>97</sup> så gir han begrepet et annet innhold enn det han gjør når han definerer det rent teoretisk. Da er definisjonen langt mer ideell, som f.eks. "Symmetrisk kommunikasjon innebærer at jeg må utvikle mine synspunkter *etter* at jeg har lyttet til andre mennesker".<sup>98</sup> I tillegg er *empati* etter hvert blitt et viktig forklaringsbegrep for Grunig.<sup>99</sup> Det er altså en uforholdsmessig stor forskjell på Grunigs ostensive definisjon (vise til SI) og de ulike regelgivende definisjonene har gir i sine bøker og i foredrag og intervjuer. Og det er mye god paternalisme i følgende utsagn fra Grunig: "Toveis symmetrisk kommunikasjon er en strategi for å kunne håndtere ufornuftige eller urimelig grupperinger. Man

---

<sup>97</sup> Expressen nr. 5, 1999.

<sup>98</sup> Expressen nr. 5, 1999.

<sup>99</sup> Hvordan det siterte utsagnet + empatien kan leses ut av f.eks. Postens og NSB's kommunikasjon med omverdenen er ikke enkelt å forstå. Dette sagt uten noen forkleinelse for SI, som muligens er forbildelig når det gjelder offentlig informasjon/kommunikasjon.

sier at hva motparten (sic! – min kommentar) enn måtte finne på, vil vi være konstruktive.”<sup>100</sup>

## Symmetrien problematisk

I sin “verkstedmodell” skisserer Eriksen (1993a) fire minimumskrav som stilles for at en organisasjon skal være legitim,<sup>101</sup> hvorav ett er kravet til *symmetri* (“tilnærmelsesvis samme kapasitet hos alle deltakerne” (op. cit., s. 64)). I en Bourdieu-inspirert kritikk av modellen – og av Habermas’ teori om kommunikativ handling – viser Hjellbrekke og Osland (2000) at uunngåelige asymmetri-problemer blir *underkommunisert* i modellen som blir brukt på sykehusorganisasjonen. Bl.a. viser de til at “dominansrelasjonane i stor grad vert tekne for gjevne når felles problem vert diskutert” (op. cit., s. 16). Slik risikerer man at legitimiteten til organisasjonen “i røynda vert tufta på ei *tilsløring* av maktrelasjoner” (min uthev.) (s. 17). Disse maktrelasjonene kan føres tilbake til ulikhet-er i (formell) posisjon, utdanning, kompetanse, ansiennitet osv, og det er like vanskelig å oppheve disse ulikhetene som det er umulig å forhindre at de skaper asymmetri i sosiale sammenhenger. Skjervheim ser symmetriske forhold i et fellesskap – “the community of investigators” – som en forutsetning for kommunikativ rasjonalitet i sin allminnelighet (Hellesnes 1999:27). Her spiller altså språket sammen med ideologikritikk en sentral rolle.

I sosialpsykologien opereres det med et personrelasjonelt maktperspektiv der det gjerne blir skilt mellom ulike maktyper: Posisjonsmakt, ekspertmakt, referansemakt og negativ makt.<sup>102</sup> Dette er begreper etter webersk skole og det

---

<sup>100</sup> Expressen nr. 5, 1999.

<sup>101</sup> Dette er Eriksens versjon av Habermas’ teori om kommunikativ handling.

<sup>102</sup> En oversikt over resultatet av sosialpsykologisk forskning på dette feltet finnes i Hjulstad (1989).

er innlysende at både posisjonsmakt og ekspertmakt<sup>103</sup> er relevant for informatorer som i dialogssammenheng har både initiativrett og -plikt. Etter min mening ligger det i selve begrepet om *profesjon* at dets representanter går inn i et asymmetrisk forhold til sine "klienter". Også dette rokker ved muligheten for i praksis å etablere en symmetrisk dialog - det er strukturelle aspekter ved kommunikasjonssituasjonen som framhever språkets perlokusjonære side. Rent etisk kan det nok kreves at det også redegjøres for den sanne hensikten med informasjonen. Det er et krav Habermas stiller for at en etisk dialog skal være fornuftig: Vi må angi grunnene vi har for et standpunkt. Men det er i alle fall et urealistisk krav overfor en som ønsker å *overtale* fordi det vil kunne undergrave overtalingsforsøket (kfr. note 77).

Det er en svakhet at Grunig og Hunt – så vidt jeg har kunnet registrere – ikke kan vise til noen konkrete eksempler på at deres idealmodell har fungert i praksis. Larissa A. Grunig fant i 1986 at *ingen* av de 31 organisasjonene hun studerte (i USA) brukte modellen (Grunig og Grunig 1992:308-309), og hun oppgir at det angivelig skyldtes at "*an authoritarian dominant coalition sees the approach as a threat to its power*" (op. cit., s. 320).<sup>104</sup> Dette er etter min mening ingen overraskende konklusjon, men bidrar tvert imot til å underbygge motforestillinger mot modellen. Overraskende er det imidlertid at forfatterne ikke kommenterer Larissa's forklaring utover å gjengi den. Larissa A. Grunig's "magre" funn gir ellers grunn til å tro at når Grunig og Hunt (1984:22) anslo at ca. 15 % av organisasjonene i USA brukte den symmetriske modellen, så var det ren

---

<sup>103</sup> Føllesdal et al. (1996:18) peker på *ekspertise* som en viktig overtalelsesfaktor.

<sup>104</sup> I oppsummeringen til Grunig (red.) (1992) kap. 11. *Models of Public Relations and Communications*, skriver imidlertid Grunig og Grunig om sin egen model: "It is a model that organizations can use but often do not use because an authoritarian dominant coalition sees the approach as a threat to its power".

(ukvalifisert!) gjetting. Dette forhindrer ikke at norske informatører har tro på at symmetrimodellen lar seg realisere: 54 % er (ganske eller helt) enig i at det er *mulig* å praktisere tovegs symmetrisk kommunikasjon (N=227), 9 % var (ganske eller helt) uenig i dette. 26 % mener at deres egen organisasjon *praktiserer* dette (N=221), 28 % mener at den ikke gjør det (Gabrielsen 1999). Det må sies å være overraskende at ¼ av informatørene mener at de praktiserer tovegs symmetrisk kommunikasjon, men med Grunigs SI-definisjon er det mer forståelig....

At Grunig og Hunt kan referere til en rekke informatører som kan vise til en *positiv utvikling* for organisasjonen etter at de la kommunikasjonsprinsippet til grunn for sitt arbeid, bør ikke overraske noen. I mange tilfeller fører alene kunnskapen om symmetrisk dialog til at organisasjonen gir opp en informasjonspraksis som tidligere hadde ligget nært opp til propagandavirksomhet og begynner å ta publikum på alvor (kfr. Pepper (1992)). Og det alene vil kunne gi seg positive utslag selv om den nye praksisen fremdeles er langt fra idealet. Palm og Windahl (1992:14) mener forøvrig at vi ikke kan se bort fra muligheten for at det foreligger *manipulative* hensikter bak når en organisasjon proklamerer at den går fra et envegs til et tovegs kommunikasjonssystem:

Tværtom kan mange ganger tvåvägskommunikation vara ett  
ennu verksammare påverkansmedel än envägsmodellen.

Många tvåvägssystem skapar endast en känsla hos mottakar-  
ne av delaktighet, men fungerar ändå på sändarens villkor.

Vad informatören bör sträva efter är således "äkta" tvåvägs  
kommunikation, där parterna har en rimlig jämställdhet.<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> Palm og Windahl (1992:14) mener forøvrig at åpenhet mange ganger bare finner sted på avsenderens vilkår. Lignende kritikk i Windahl, Signitzer og Olson (1992:8).

Manipulative hensikter eller ikke; Grunig (1993:2) konstaterer at mange informatører synes å ha overbevist seg selv om at de praktiserer tovegs symmetrisk kommunikasjon mens de i virkeligheten hører heime i en av de tre andre modellene. Dette kommer også fram i en kommentar til Gerhard R. Miller (1989) som argumenterer for at "persuasion and public relations are "Two 'Ps' in a Pod"". Miller (op. cit., s. 46) mener at enhver organisasjon ønsker å kontrollere omgivelsene, inklusiv det "symbolske miljøet" og folks holdninger til organisasjonen. Dette er i prinsippet en del av den menneskelige natur og er i den vestlige verden fremelsket gjennom en sterkt antroposofisk orientert kristendom. Ønsket om kontroll er derfor ikke et utslag av umoral, det er *amoralisk*.

Mot Miller's *beskrivelse* (korrekt eller ikke) argumenterer Grunig og White (1992:41-42) *normativt* - uten at det går fram om de er enige i Miller's beskrivelse. Jeg inntar altså Miller's posisjon og stiller spørsmål ved muligheten for en symmetrisk dialog i praksis. Og da må vi også ta i betraktning all menneskelig skrøpeligheit, selv om vi er enige om at det burde ha vært annerledes. Det avgjørende for informatøren er selvfølgelig hvordan han i praksis kommuniserer, og det er ikke uttrykk for god yrkesetikk å gi (kommunikasjons)prinsippet som man legger til grunn for ens praksis en merkelapp som er misvisende og som kanskje virker forførende.

Det kan også mer generelt anføres mot Grunig's excellence-teori er at den vanskelig kan kalles teori i vitenskapelig forstand. Til det mangler den både stringens og konsistens, noe som kommer klart fram når den defineres og operasjonaliseres. I det omfattende excellence-studiet identifiseres 20 indikatorer ("The excellent factor") på fremragende kommunikasjon. De tre viktigste gjelder informatørens kunnskapsbase og kompetanse til å bruke bl.a. de to tovegsmodellene. 15 andre variabler handler om felles forventninger til kommuni-

kasjon mellom informasjonsledelsen og toppledelsen i organisasjonen.<sup>106</sup> Resultatet blir et heterogent begrep og en samling teori-brokker snarere enn en helhetlig teori.<sup>107</sup> Grunig oppgir å ha samlet alle misforståelsene han er blitt møtt med i årenes løp i en artikkel. Det kan nok bli en bok etterhvert!

## **Modellmakt**

Siden den tovegs symmetriske modellen ligger nært opp til Apel's og Habermas' diskursteori og Grunig og Hunt også refererer til Habermas – og i noen tilfeller kritiserer hans teori om kommunikativ handling for å være basert på altfor idéelle forutsetninger - så finner jeg det riktig å vise til at både Apel og Habermas synes å være mer skeptisk til muligheten for i praksis å få til en åpen, tvangsfri dialog enn det Grunig og Hunt gir inntrykk av å være.<sup>108</sup> Habermas mener at det er en illusjon å tro at slik kommunikasjon skal kunne finne sted i formelle organisasjoner som bedrifter, interesseorganisasjoner og offentlige byråkratier der samhandlingen er strukturert etter legale prosedyrer, gitte mål og etablerte rutiner (Eriksen 1993a:51). Dette gjelder altså bedriftsinternt, men jeg ser ingen grunn til å tro at Habermas mener at det er enklere å få til slik dialog mellom disse organisasjonene og omverdenen. Habermas' løsning er ellers ikke mer idéell enn at den gjelder for virkelige mennesker med en felles historie og erfaring fra en avgrenset livsverden - og det er mange livsverdener, som variere sterkt i

---

<sup>106</sup> Expressen nr. 5, 1999.

<sup>107</sup> Her er det fristende å sitere Jon Hellesnes (1999:30): "Ein teori ramlar ikkje inn til oss lik som eit steinskred. Den er intellektuelt utvikla, og den er til stades med ein pretensjon om å kunne gjere greie for korleis saker og ting forhold seg."

<sup>108</sup> I den ideelle kommunikasjonssituasjonen forutsettes det bl.a. at alle deltakerne er frie, likeverdige og potensielt like kompetente, at alle vet hva som teller som argumenter og vil innrømme feil og skifte mening når de blir møtt med bedre argumenter (Eriksen 1993b:45).

størrelse. (Når det gjelder Apel's reserverasjoner bl.a. hans "realitetsprinsipp", så behandler jeg det i kap. III).

Stein Bråten (1983:175ff) etterlyser større bevissthet om *modellmakt*-mekanismer hos Habermas når det gjelder hans ideelle språksituasjon.<sup>109</sup> I følge Bråten finnes en slik situasjon bare så lenge deltakerne er seg bevisst mulighetene for at modellmaktmekanismer kan bli aktivisert. Hvis ikke kan den symmetriske fordelingen av mulighetene til å tale, spørre og svare gi den ene grunnlag for modellmonopol på den andres premisser *selv om det er den modellsvake deltakeren som er den mest aktive*.<sup>110</sup> Slik kan selv en i utgangspunktet kritisk debatt bli styrt av modellsterke aktører og dermed gi grunnlag for å danne en monolitisk virkelighetsforståelse. Bråtens kritikk av Habermas "treffer" klart også G&H's tovegs symmetriske modell og er en indirekte støtte til min kritikk av den. Med tanke på det faktum at den vanlige utgangssituasjonen i en informasjonssammenheng er et initiativ fra en offentlig eller privat myndighet, så er følgende påstand fra Bråten (op. cit., s. 103) relevant og interessant:

Så lenge innflytelsessterke aktører har monopol på relevante virkelighetsmodeller, kan økt tilbud på informasjon og på

---

<sup>109</sup> Kjernen i modellmaktteorien til Bråten (1983:25) er:

- 1) For at en aktør A skal kunne kontrollere x, forutsettes en modell av x, utviklet på A's premisser
- 2) For at to aktører, A og B, skal kunne samtale, forutsettes at de har tilgang til modeller av det saksområde de viser til og av hverandre. Av det siste følger for en samhandlingssituasjon mellom en modellsterk A og en modellsvak B at
- 3) den modellsvake B vil søke å tilegne seg den modellsterke A's modeller. Av 1) og 3) følger at
- 4) jo bedre B "lykkes med" å tilegne seg A's modeller, som jo er utviklet på A's premisser, *jo mer kommer B under A's kontroll*.

<sup>110</sup> Et klassisk eksempel her er Platon's *Gorgias* der Sokrates i dialog med andre synes å ha full kontroll, uansett fordelingen av spørre-, svare- og talemulighetene.



mulighet for å delta for de innflytelsessvake, styrke - snarere enn å svekke - innflytelsesavstanden.

Bråten (op. cit., s. 99ff) viser også at det å øke mulighetene for kommunikasjon og deltakelse slett ikke behøver å øke mulighetene for innflytelse - i alle fall ikke i den retningen som var hensikten.

Grunig og Hunt presenterer sin modell som universell. Den eneste reservasjonen jeg har funnet i så måte, er at de noen ganger trekker inn *koorienteringsbegrepet* knyttet til Jack M. McLeod og Byron Reeves' modell (Grunig og Hunt 1984:127f): Partene i en dialog sjekker aktivt og jevnlig om det foreligger gjensidig forståelse mellom dem og korrigerer seg eventuelt i riktig retning. Koorienteringsmodellen bringer dermed inn et snev av realisme. G&H's skjematiske oversikt over den PR-historiske utviklingen er utvilsomt et viktig og nyttig bidrag til bl.a. yrkets/fagets selvforståelse som igjen er en nødvendig forutsetning for en fruktbar intern etisk debatt og utvikling. Det er utvilsomt et viktig poeng, slik Grunig og White (1992:39) påpeker, at en organisasjon som legger til grunn en tovegs symmetrisk modell vil kunne bruke forskning til å forbedre den gjensidige forståelsen og bygge ut forholdet til opinionen. Men det synes urimelig å gå ut fra at en slik modell skulle føre til at både organisasjonen og opinionen blir overtalt(?) slik at begge forandrer sin oppfatning/atferd, slik G&H forutsetter.

### **Informasjon vs. markedsføring**

Det synes å herske en viss forvirring når det gjelder grensene mellom markedsføring og informasjon og samfunnskontakt. Folk flest har - ikke overraskende - uklare oppfatninger om hva som skiller de to ordene/begrepene og det kan også spores en viss usikkerhet blant aktuelle yrkesutøvere så vel som i berørte akademiske kretser.

Det er vanskelig å gi en kort og presis definisjon av de to begrepene men vi kan snevre dem inn ved å si at mens markedsføringen er konsentrert om virksomhetens *produkter*, så skal informasjonen skape forståelse for noen *grunnleggende forhold i og rundt virksomheten*. Mens informasjonsoppgaven ideelt sett består i at organisasjonen går i dialog med myndigheter og interessegrupper, så tar markedsføringen primært sikte på å lansere produktene og bane vei for salg til forbrukerne. Spisset kan vi si at *markedsføringen skal overtale for å hjelpe salget på vei mens informasjonens formål er å bidra til økt gjensidig forståelse*. Det er altså tale om to forskjellige kommunikasjonsformer med forskjellige formål, ofte rettet mot ulike målgrupper.<sup>111</sup> Vi ser nå imidlertid at skillet mellom informasjon og samfunnskontakt på den ene siden og markedsføring på den andre blir stadig mer uklart. Ser vi på stillingsannonser, så viser de tendenser til at informasjon/PR og markedsføring samles under en og samme leder, og fremtredende informasjonsrådgivere<sup>112</sup> har argumentert for “integreert kommunikasjon” som er en slik “fusjon”, noe som angivelig vil styrke markedsføringen/reklamen. James Grunig<sup>113</sup> ser øyensynlig ikke noe problem ved dette og han svarer ja på spørsmålet om PR-utdanningen i USA gir tilstrekkelig kompetanse til at de ferdigutdannede kandidatene kan være ledere for både PR og markedskommunikasjon, fordi “de fleste av våre studenter (følger) også undervisning i markedsføring”. Samtidig gir Grunig uttrykk for en viss skepsis for “integreert markedskommunikasjon”, men det synes altså som om han er “på gli” i dette spørsmålet.

---

<sup>111</sup> I følge James Grunig er markedsføring ”rettet mot individer og deres kjøpsbeslutning, mens PR dreier seg om kollektive enheter, som reagerer annerledes enn individer” (Expressen nr. 5, 1999).

<sup>112</sup> Bl.a. Morten Woldsdal i Dagens Næringsliv 31. august 1998.

<sup>113</sup> Intervju i Expressen nr. 5, 1999.

Det interessante her er hvorvidt de to yrkesutøverne - informatøren og markedsføreren - også står i en prinsipielt *ulik etisk situasjon*. Det er selvfølgelig mulig å argumentere for at det er umoralsk å markedsføre et hvilket som helst produkt i den industrialiserte verden, de globale miljø- og fattigdoms-problemene tatt i betraktning. Slike argumenter framsettes da også relativt ofte, og de bør på ingen måte oversees. Dét aspektet skal jeg ikke ta opp her, men jeg tør antyde at markedsføreren i prinsippet befinner seg nærmere etiske fallgruber enn det informatøren gjør fordi markedsføring udiskutabelt er en perlokusjonær handling, mens informasjonen i det minste ideelt sett ikke er det. Men både markedsføreren og informatøren er underlagt (yrkes)etiske krav, og det er liten grunn til å tro at den ene yrkesgruppen klarer seg bedre/dårligere enn den andre i forhold til disse kravene, skrevne eller ikke.<sup>114</sup> Etisk problematisk er det imidlertid dersom *markedsføring blir presentert som informasjon*.

### **Effektivitet - et moralsk spørsmål**

Grunig og Hunt's modell kalles symmetrisk fordi den legger opp til kommunikasjon/dialog som innebærer et jevnbyrdig forhold mellom partene, og de karakteriserer modellen som etisk. Dette balanseforholdet betyr at både organisasjonen og opinionen er innstilt på å forandre seg og det ut fra en forestilling fra organisasjonsledelsens side om at den vil lykkes bedre om den får partene til å nærme seg hverandre enn om den prøver å "konvertere" den ene parten (opinionen) til den andres (organisasjonens) perspektiv.<sup>115</sup> Derfor er tovegs symme-

---

<sup>114</sup> Dette er Grunig enig i (som fotnote 112).

<sup>115</sup> Det er altså *konsekvensetiske* vurderinger som ligger under dette resonnementet! I spillteori-termer kan resonnementet utlegges som at informasjon ihh til kommunikasjonsprinsippet er et blandetmotiv spill (begge parter vinner på det) mens den asymmetriske informasjonen er et nullsum spill (den ene taper det den andre vinner).

trisk kommunikasjon også effektiv og i sum "excellent"<sup>116</sup> - i følge Grunig (1992:178).<sup>117</sup>

Effektivitet er et sentralt tema for det private næringslivet så vel som for offentlig forvaltning. Det er derfor naturlig at det også blir koblet opp mot informasjonsbegrepet og i en omfangsrik bok som Grunig (red.) (1992) redegjøres det for hvordan man best kan oppnå en fremragende/effektiv kommunikasjonsledelse av en organisasjon. Spørsmålet er om effektivitet og etikk passer som "hånd i hanske" slik Grunig og Hunt legger opp til.<sup>118</sup> Dette stiller bl.a. Alasdair Mac Intyre (1985) og Charles Taylor (1992) - to av vår tids sentrale moralfilosofier - seg prinsipielt skeptiske til. MacIntyre mener kravet til effektivitet er nært knyttet til en *manipulativ grunnholdning* som er selve hovedproblemet i dagens vestlige verden. Denne viser seg ved en tendens til at mennesker blir behandlet som objekt eller som middel til å oppnå mål utenom mennesket selv.<sup>119</sup> Mac Intyre's forklaring er at det moderne (og i enda større grad det postmoderne) samfunnet er blitt kun en møteplass for individuelle holdninger. Moralske handlinger blir basert på tilfeldige preferanser, holdninger og følelser, noe som fører til at skillet mellom manipulative og ikke-manipulative sosiale for-

---

<sup>116</sup> Selv om det er naturlig å oversette "excellent" med "fremragende", så kan det også oversettes med "effektiv", det viser bl.a. følgende to sitater: "...it contributes most to organizational effectiveness (i.e., when it is excellent)..." (Grunig 1992: 27) og "Public relations is most likely to be excellent - to contribute to organizational effectiveness..." (op. cit., s. 150). Et annet eksempel er et sentralt verk av Scott M. Cutlip et al. (1994): *Effective Public Relations*.

<sup>117</sup> "...the two-way symmetrical model provides a normative theory of how public relations should be practiced to be ethical and effective - a characteristic of excellent communication management" (Grunig (red.) 1992:285).

<sup>118</sup> Her er det selvfølgelig avgjørende hva vi legger i de to begrepene, og spesielt må begrepet om *effektivitet* sies å være "elastisk". Det er etter min mening en svakhet at Grunig ikke gir noen eksplisitt definisjon av begrepet, og enkelte steder i boka virker det som om det brukes *synonymt* med 'etisk'!

<sup>119</sup> Denne sekvensen bygger på Francis Sejersteds utlegging av MacIntyre (Sejersted 1993a:2).

hold forsvinner. For hvis vi ikke har noen felles, intersubjektive standarder å vise til, så vil en samtale om moralske problemer bli vanskelig og rasjonelle argumenter vil måtte vike for mer subtile påvirkningsformer. Slik vil f.eks. den moderne leder/manager qua *leder* ikke være i stand til å engasjere seg i noen moralsk debatt, i følge MacIntyre.<sup>120</sup>

For manageren/lederen er effektivitet et sentralt begrep, så sentralt at noen ganger synes effektivitet å være selve målet snarere enn et middel. Og her er det tale om effektivitet i den tradisjonelle betydning med sterke økonomiske konnotasjoner. I følge MacIntyre er dette i høyeste grad et moralsk anliggende for effektivitet forutsetter kontroll med deler av den sosiale virkeligheten og det betyr manipulering av mennesker ved at de må tilpasse seg et bestemt atferdsmønster eller livsstil - på bekostning av alternative måter å leve på (Sejersted 1993a:2). På grunn av normopløsning og mangel på felles referanseramme å argumentere ut fra, kan den effektivitetsfremmende kontrollen bare skje gjennom manipulasjon i ly av den *instrumentelle rasjonalitet* (MacIntyre 1985:74, den rasjonalitet

we draw on when we calculate the most economical application of means to a given end. Maximum efficiency, the best costoutput ratio, is its measure of success (Taylor 1992:5).

Det er denne rasjonaliteten som ligger til grunn for den manipulative grunnholdning som i følge Taylor (1992:5) nå er vår største etiske utfordring. Men manageren selv oppfatter altså ikke effektivitet som et moralsk problem og dette

---

<sup>120</sup> "The manager represents in his character the obliteration of the distinction between manipulative and non-manipulative social relations; the therapist represents the same obliteration in the sphere of social life.... Neither manager nor therapist, in their roles as manager and therapist, do or are able to engage in moral debate" (Mac Intyre 1985:23, 30)

er interessant i informasjonssammenheng fordi Grunig og Hunt må kunne sies å tilhøre den såkalte "managementskolen" som representerer en sterkt *lederfokusert* ledelsesfilosofi.<sup>121</sup> Det er derfor all grunn til å innta en kritisk holdning til G&H's "excellent" informasjonsbegrep selv om det med rette kan sies at informatøren ikke har det samme personalansvaret som en manager har og av den grunn i mindre grad kan manipulere andre direkte. Men informatøren er rent organisasjonsmessig nært knyttet til ledelsen, ikke minst i Grunig's ideelle organisasjon: "In effective organizations, the senior public relations person is part of or has access to the group of senior managers with greatest power in the organization".<sup>122</sup> Under slike omstendigheter er det vanskelig å tenke seg at informatøren ikke vil være aktivt med på organisasjonens eventuelle (tradisjonelle) effektivitetstiltak.

Jon Elster (1989:75) viser til at "effektivitet" kan brukes på to ulike måter. En "snever" definisjon er å si at en ordning er effektiv dersom det ikke er

---

<sup>121</sup> Det er ikke helt enkelt å genre-bestemme bøkene som Grunig og Hunt skriver og redigerer, ikke minst pga at det som regel er svært omfangsrike verk med flere bidragsytere. Gjennom selektive sitater er det mulig å plassere dem i hvilken som helst genre, men jeg mener følgende sitater er representative mht skoletilhørighet: "...describes public relations as a management function - the type of function it must be to make the organization to be effective", og: "We conclude, therefore, that excellent public relations embodies a worldview that defines the communication function in organization as symmetrical, idealistic and critical, *and managerial* (Grunig 1992:10) (min uthev.). I et resymmerende kapittel skriver Fred C. Repper (op. cit., s. 113): "...the recognition of the role that top management plays in determining the way an organization practices its public relations." Det må legges til at Grunig (s. 123) sier at han definerer "manage" som "...thinking ahead or planning rather than as manipulation and control." Noe senere skriver han imidlertid: "We believe that it is in the strategic interest of organizations to change their behaviour when they provoke opposition from the environment as well as to try to change the behaviour of the environmental stakeholders."

<sup>122</sup> Sitatet er fra en overheadplansje James Grunig brukte i sitt foredrag på konferansen "To-veiskommunikasjon - ideal eller virkelighet?" i Oslo 20. oktober 1997. (Gjengitt i kompendium fra Statens Informasjonstjeneste (SI).)

mulig å gi mer til enkelte uten at andre får mindre (Pareto-optimalitet?). En annen betydning er "en ordning som maksimerer total produksjon, total nytte e.l." Elster legger til at i den siste betydningen taler man ofte om *en konflikt mellom effektivitet og rettferdighet*. Sistnevnte definisjon er den vanlige både innen det private næringslivet og den offentlige forvaltning og spørsmålet er om det ikke også er den som (implisitt) ligger til grunn for Grunig's effektivitetsbegrep. Følgende sitat tyder på det:

Public relations contributes to organizational effectiveness when it helps reconcile the organization's goals with the expectations of its strategic constituencies. This contribution has a monetary value to the organization. Public relations contributes to effectiveness by building quality, longterm relationships with strategic constituencies (Grunig 1992:86).

Hensikten med dette underkapitlet har vært å rette oppmerksomheten mot koblingen av etikk med effektivitet som om det er en uproblematisk kobling, slik det framstilles av Grunig. I praksis i en organisasjon - offentlig etat eller privat bedrift - vil effektivitet som regel handle om å *produsere mer til (relativt) mindre ressursforbruk*. Det kan selvfølgelig skje gjennom bedre kommunikasjon både internt og mellom organisasjonen og omgivelsene, men det er grunn til å anta at i den grad informatøren blir eksplisitt involvert for å øke effektiviteten, så vil det være ut fra strategisk bruk av informasjon. Da er det lite tillitsvekkende å lese amerikanske forskningsrapporter som viser at informatører i liten grad har noen reflektert oppfatning av hva som er hensikten med eller konsekvensene av det de gjør. Noen ser sin rolle som objektive formidlere av informasjon, andre som konfliktløserer, atter andre som selgere av et produkt, mens det også er de som ser en oppgave i ganske enkelt å manipulere omverdenen

(Grunig 1992:6). Det er verken tovegs symmetrisk eller etisk - men kanskje effektivt!

### **Blandede motiver, delt lojalitet**

Grunig og Hunt lar sin etiske modell gjennomgå en utvikling fra den lanseres i 1984 og fram til de senere årene. (Dette utviklingsaspektet kunne med fordel ha vært behandlet mer eksplisitt av forfatterne). Grunig peker bl.a. på at de som praktiserer tovegs symmetrisk kommunikasjon ikke ene og alene er altruistiske: De har *delt lojalitet* - eller *blandede motiver* (et begrep fra spillteorien som er blitt introdusert i forskningen rundt informasjonsfaget). Generelt er informatører motivert både av lojalitet til organisasjonen de er ansatt i<sup>123</sup> og til opinionen/målgruppene. Disse blendede motivene er imidlertid ikke i strid med den symmetriske verdensanskuelsen (kfr. kap. IX). Grunig (1992:46) peker på at Den gyldne regelen ("Gjør mot andre det du vil andre skal gjøre mot deg") har sin "misjon" fordi det er en *egoistisk* regel og den er egoistisk fordi den anbefaler oss å tenke på hvordan vi selv ønsker å bli behandlet av andre - og så behandle andre på samme måte. Regelen virker altså ikke til tross for sin egoisme men *på grunn av den*. (Jesus var en stor egoist, det var derfor han snakket varmt for kjærighet!?).

G. Cheney og P. K. Tompkins (i følge Grunig 1992:57-58) har utviklet fire pliktetiske regler som utgjør verdigrunlaget for en "blandingsmotivert", symmetrisk kommunikasjon. De vektlegger begrepene:

---

<sup>123</sup> I følge David Martinson (1997:42) skjuler det ofte snevre egeninteresser når det snakkes om lojalitet kolleger i mellom i en organisasjon.



*-Varsomhet.* Informatører eller organisasjoner bør ikke gi (lett) etter for forsøk på overtalelse ("persuasive demands") fra andre.

*-Mottakelighet.* Informatører bør være åpne for muligheten til å bli overtalt ("persuaded") til deres eget beste.

*-Ikke-vold.* Informatører bør forsøke å overtale ("persuade") heller enn å tvinge andre. Når de gjør det, bør det imidlertid ikke reise eller forsterke fiendlige følelser og de bør heller ikke presentere sin verdensanskuelse som det eneste rette.

*-Innlevelse.* Informatører bør lytte til andre like mye for sin egen sak som for deres. De bør på en ekte og ærlig måte være opptatt av andres argumenter, meninger og verdier.<sup>124</sup>

Etter min mening beveger Cheney og Tompkins seg bort fra Grunig's idealmodell i retning en mer realistisk oppfatning av hva som er praktisk mulig for informatører - vi kan kalle det "Den realistiske modellen". Den tar utgangspunkt i oppfatningen at til etikk hører også utvikling av holdninger og skjønn, åpenhet for konsekvenser og kompromisser, og beslutninger som ikke fanges opp av allmenne eller universelle regler.

---

<sup>124</sup> De engelske termene for Cheney og Tompkins regler er "guardedness", "accessibility", "nonviolence" og "empathy".

## Problematisk begrepsbruk

I løpet av en 25-års periode har James Grunig gitt skjellsettende bidrag til PR/informasjon både som yrke og som akademisk disiplin, og han har - ofte i samarbeid med andre - en omfattende produksjon bak seg. Det vil derfor ikke være noen stor prestasjon å vise til inkonsistenser eller andre svakheter i det han har skrevet, dette desto mer tatt i betraktning at han i høy grad har drevet med teoriutvikling. Likevel - og nettopp fordi han har en så sentral posisjon innenfor faget - (Grunig kan med stor rett kalles en «guru») er det all grunn til å gå teorien(e) og argumentasjonen hans nærmere i sømmene og det kan og bør gjøres kritiske anmerkninger til noe av det han har gjort utover det som allerede er sagt om hans excellence-teori.

Selv om Grunig sier at han har problemer med å identifisere seg med Habermas,<sup>125</sup> så er det klart at han er påvirket av Frankfurterskolens kommunikasjonsteori og diskursetikk. Det kommer fram både eksplisitt ved at han viser til Habermas og implisitt ved at han resonnerer som ham, f.eks.: "The two-way symmetrical model avoids the problem of ethical relativism because it defines ethics as a process (...) rather than an outcome" (Grunig og Grunig 1992:308), og: "As long as the dialogue is structured according to ethical rules, the outcome should be ethical..." (ibid.). Dette er klart prosedyrale, diskursetiske resonnementer. Grunig prøver imidlertid å komme kritikken i forkjøpet ved eksplisitt å ta opp - eventuelt begrunne - argumenter og standpunkter som han vet er omstridte eller diskutabile. Han gjør det som nevnt når det gjelder hans bruk av "management" (kfr. note 121) og han gjør det også med hensyn til måten han bruker "strategy"/"strategic" på.

Grunig (1992:123) peker på at "strategic" (i likhet med "manage") har negative assosiasjoner for mange. I PR-sammenheng vil strategiske tiltak bli

---

<sup>125</sup> SI-kompendium s. 95.

oppfattet som asymmetriske, det er tiltak som bare er gunstige for organisasjonen. Og for Habermas er strategiske handlinger en kategori sosiale handlinger som er resultatorientert til forskjell fra kommunikative handlinger som er forståelsesorientert (se figur 2). Strategiske handlinger hører derfor ikke heime i en ideell kommunikasjonssituasjon som altså Grunig's ideelle kommunikasjonsmodell ligner sterkt på. Men for Grunig er det meningsfylt å snakke om strategi knyttet til tovegs symmetrisk kommunikasjon *fordi han definerer gjensidighetsaspektet inn i strategibegrepet*. Strategisk ledet informasjon er i følge Grunig (ibid.) informasjon rettet mot utbygging og bedring av relasjonene til organisasjonens viktigste målgrupper.

Så kan man si at så lenge Grunig definerer sine begrep, så er han egentlig forbildelig som forfatter. Det problematiske ligger imidlertid i at Grunig befinner seg i en "Habermas-sfære" og da ville det i det minste være enklere dersom begrepsbruken var samstemt med "originalen". Denne kritikken gjelder også Grunig's bruk av begrepene "negotiate" (Grunig 1993:2) og "bargain".<sup>126</sup> I vanlig betydning av begrepet om forhandling - og det gjelder eksplisitt hos Habermas - er det *ressurser og forhandlingsstyrke* som avgjøre, ikke det bedre argumentet (Eriksen (red.) 1994:100). Det er derfor vanskelig å se hvordan forhandlinger kan være del av en symmetrisk kommunikasjon.

Til slutt vil jeg stille spørsmål ved følgende utsagn til Grunig:<sup>127</sup> "I say that asymmetrical communication is inherently ethical, but only if we disclose the persuasive intent of the person we are working for". La meg akseptere påstanden om at asymmetrisk kommunikasjon kan være etisk, men jeg ser det problematisk at vi kan drive overtaling *samtidig som vi gjør oppmerksom på at det er overtaling vi holder på med*. At det kan undergrave overtalingsforsøket er én ting, men spørsmålet er om det ikke forkludrer selve overtalingsbegrepet. Og

---

<sup>126</sup> SI-kompendium.

<sup>127</sup> SI-kompendium, s. 91.

når Grunig (ed.) 1992:57) skriver at "Asymmetrical public relations can be ethical if its practitioners can show that the consequences of their behaviour do not harm people", så viser det en klar konsekvensetisk holdning, et eksempel på at målet helliger midlet - og det er både uetisk og i strid med symmetritanken!

Jeg finner det altså problematisk at G&H lanserer en modell som også gjør krav på å være *deskriptiv* idet den angivelig beskriver et realiserbart høyeste nivå i den historiske utviklingen innen PR-faget. Det er altså en svært ideell - for ikke å si idealistisk - modell som i følge Grunig stadig flere organisasjoner/informatører praktiserer. Dette stiller jeg et spørsmål ved og jeg reiser begrunnet tvil om hvorvidt modellen er realiserbar i praksis. Samtidig viser jeg at Grunig gjennom konkrete eksempler på excellence-kommunikasjon fjerner seg langt fra sin teoretiske definisjon. Jeg ser også en fare for at modellen kan ha en negativ virkning ved at de som mener å praktisere den, ikke (lenger) føler behov for etiske diskusjoner om sin egen praksis og slik mister årvåkenheten i troen på at de er på "trygg grunn". Vi bør i stedet se en slik modell ene og alene som en *kritisk modell/teori*, en standard som informatører bør bestrebe seg på å komme nærmest mulig opp til - men som de aldri helt vil nå. En interessant tanke som faller utenfor rammene til dette arbeidet å diskutere, er å vurdere Grunig og Hunt's modell i en modellmaktkontekst.

## Kap. VII Informatøren - personen og rollen

Jeg har foran diskutert mulige etiske implikasjoner ved byråkratiet, grunnprinsippet som organisasjoner i den vestlige verden er bygd opp etter. I kap. V foretok jeg en "makro-tilnærming" til arbeidssituasjon. Jeg skal nå gå inn på "mikro-nivå" og fokusere på *rollen*.

Begrepet om rolle er langt fra entydig. En mye brukt definisjon er "summen av de forventningene som rettes mot en person i en bestemt stilling" (Rossvær 1985:347). Det er vanlig å operere med bl.a. *uformelle* roller, *oppgaverelaterte* roller og *personrelaterte* roller (Bolman og Deal 1991:125). Når det gjelder den norske informatøren,<sup>128</sup> så er det gjort en undersøkelse<sup>129</sup> der fokus er satt på den *formelle* rollen som gjerne defineres ved hjelp av tittel og stillingsbeskrivelse. Undersøkelsen viser at informatørrollen langt fra er entydig, den varierer bl.a. når det gjelder krav til kunnskaper, egenskaper og ferdigheter - vi kan egentlig snakke om flere ulike roller. En slik sosiologisk vinklet diskusjon om yrkesrollen er en naturlig og viktig del av et ungt fags profesjonaliseringsprosess.

Vårt "etiske potensiale" varierer altså med bl.a. den sosiale settingen vi inngår i. Et eksempel på slik setting er arbeidssituasjonen som både har et statisk og et dynamisk aspekt. Med det dynamiske tenker jeg på det faktum at de fleste profesjoner fører yrkesutøveren opp i ulike enkeltsituasjoner, noe som i

---

<sup>128</sup> Jeg har registrert at Norge og USA har hver sin "prototype" informatører (Grunig & Hunt 1984), uten at jeg dermed har grunnlag for å si at alle land har sin utgave. Det er imidlertid ulikheter innen Norden, også hva angår offentlig ansatte informatører (Björkroth 1995).

<sup>129</sup> Liv Mellum: *Informatører på forgjeves (?) jakt etter en identitet*. (INFORUM nr. 1, 1996. I NOU 1992:21 *Ikke bare ord... Statlig informasjon mot år 2000*, inneles informatøren i fire hovedtyper: Kommunikasjonsstrategen, kommunikasjonsteknikeren, ekspert/rådgiveren og kommunikasjonsskaperen (s. 23).

høy grad er tilfellet for informatører. Det statiske aspektet ligger i funksjonærens formelle organisasjonstilknytning, særlig de bindinger, forpliktelser og forventninger stillingen medfører. Det er en forutsetning for å kunne handle etisk at vi er oss bevisst hvilke implikasjoner yrket har for oss som yrkesutøvere, og disse implikasjonene ligger i begrepene *person* og *rolle*. Dette kapitlet er ment å være et bidrag til en slik bevisstgjøringsprosess. Det viktigste budskapet er at det moralske ansvaret følger oss over alt, som privatpersoner så vel som i embeds medfør, i privat og i offentlig sfære. Etikk handler om å være involvert og om å se hva som står på spill i de situasjonene vi til enhver tid befinner oss i.

## **Etiske dilemmaer**

Embedsmannens ære består i evnen til - mot hans personlige overbevisning - å utføre en ordre på den befalendes ansvar like så samvittighetsfullt som om ordenen svarte til hans egen oppfatning av saken. Uten denne sterke moralske disiplin og selvfornektelse ville hele apparatet falle sammen (Fra Webers *Politik als Beruf*, i følge Larsen 1996:85 - min oversettelse.)

Temaet for Weber er altså politikk som yrke. Hans synspunkt var kort sagt at politikerne skulle kjempe for sine anskuelser og stå til ansvar for sine handlinger, mens funksjonæren - den ansatte - på sin side skulle være lydige overfor sine overordnede/politikerne. Funksjonæren skulle trosse sin personlige overbevisning og også utføre handlinger han var uenig i *som om det var hans egen overbevisning*. Denne følgen av byråkratiet - en etisk konfliktfylt situasjon pga skillet mellom person og rolle - var en historisk nyskapning i begynnelsen av dette århundret, men har sitt utspring i reformasjonen og den protestantiske teologi, et resultat av Martin Luther's todeling i en åndelig og en verdslig verden. I

det åndelige skulle personen adlyde Gud, i den verdslige skulle han adlyde statsoverhodet (som var innsatt av Gud!). Kirkehistorien er full av eksempler på at denne situasjonen skaper problemer for alle parter; for enkeltpersoner, for kirken og for (det verdslige) samfunnet. *Hykleriet* som fenomen kan stå som et tegn på at det sjelden fantes noen "praktisk" veg ut av slike situasjoner.

Weber trekker et skarpt skille mellom person og rolle.<sup>130</sup> Den ansatte må "kle av seg" personen når han går inn i rollen som funksjonær - alt av personlig karakter som bringes med inn i rollen vil virke dysfunksjonelt. Når man har gått inn i en rolle, så kreves det ikke at man personlig skal stå inne for de valgene man måtte gjøre. Det er altså rollen som er det sentrale i byråkratiet, der den *instrumentelle* fornuft gjelder: Funksjonærens oppgave er å handle effektivt og målrasjonelt, dvs å nå målene til lavest mulig "pris". Og målene blir altså fastsatt av andre, overordnede. Slik beskrevet kan byråkratiet oppfattes som en ryddig og ordnet arbeidsplass. Men dette er idealutgaven, funksjonærens virkelighet er gjerne annerledes. Han er utsatt for press og lojalitetskrav fra ulike kanter, og vi skal se nærmere på fire ulike instanser som krever funksjonærens lojalitet: *Lovverket, overordnede, faget og samfunnet*. Hver av disse stiller selvstendige krav, krav som ikke alltid lar seg innfri (samtidig) (Larsen 1996:73ff). Dette kan føre til at funksjonæren kommer opp i dilemmaer og konflikter som han bare kan løse ved å ta personlig standpunkt: Han må legge  *vurderinger* til grunn, noe som fører funksjonæren inn i det etisk-moralske feltet - og gjør ham til person.<sup>131</sup> Betingelsene for å bli en person er nemlig ett med betingelsene for

---

<sup>130</sup> Det gjorde øyensynlig også informasjonssjefen i NSB, Ove Narvesen: "Eg prøvar å skjilje mellom informasjonssjefen og personen Ove Narvesen. Det er noko eg jobbar med,....." (Dag og Tid nr.46, 13. 11. 1997.)

<sup>131</sup> Manglende samsvar mellom faktisk atferd og formelle regler er ellers et kjent tema fra organisasjonssosiologien (Gouldner 1954, Blau 1955, Crozier 1964).

å bli et moralsk subjekt (Henriksen og Vetlesen 1997:36).

## **Informatøren og loven**

I et demokratisk samfunn legitimeres lovene ved at de blir vedtatt etter på forhånd oppsatte og allment aksepterte prosedyrer. Dette er imidlertid ingen garanti for at samtlige lover oppfattes som legitime av alle. For den enkelte borger er lovens *substansielle innhold* det avgjørende, og for noen kan en bestemt lov være forkastelig selv om den er vedtatt på forskriftsmessig måte. Dette gjør at borgeren kan ha et sterkt ønske om ikke å overholde loven, noe han/hun altså likevel skal/bør gjøre.

I de tilfeller dette resonnementet gjelder en person qua ansatt i en organisasjon, så kan en si at dilemmaet eller konflikten får en mer etisk karakter fordi han som funksjonær ofte står i et mer umiddelbart forhold til loven enn det han gjør som borger. Dette gjelder lover som har direkte eller indirekte relevans for organisasjonen og de fleste organisasjoner har sine egne lover. For informatører i offentlig forvaltning vil det først og fremst dreie seg om offentlighetsloven og forvaltningsloven, men også andre sektor-/særlover. I hovedsak vil loven være en stabiliserende faktor fordi den ofte er *tvetydig*, noe som gir mulighet for tolkninger som kan tjene organisasjonens mål. Slik blir loven et instrument - et maktredskap - for informatøren. Når han skal/må begrunne sine handlinger, trenger han ikke gjøre det gjennom åpen og ærlig dialog, han kan kommunisere med forbehold<sup>132</sup> - et forbehold som består i at han når som helst kan avbryte kommunikasjonen med henvisning til loven. På denne måten får kommunikasjonen et *perlokusjonært* preg: Den blir påvirket av en ytre maktinstans.

---

<sup>132</sup> Larsen (1996:75) definerer makt som *muligheten for å kunne kommunisere under forbehold*.



## **Informatøren og den overordnede**

Det er en minimumsforutsetning at funksjonæren skal adlyde sine overordnede. Det er likevel ikke slik at funksjonæren til enhver tid og i enhver sak handler etter ordre. Han vil ha et visst spillerom der han kan treffe selvstendige beslutninger. Men når det gjelder hovedlinjene - målene - så er det i siste instans sjefen/ledelsen som er funksjonærens referanse. For informatøren kan dette få betydning for relasjonene til målgruppen, idet den kan bli påvirket av informatørens overordnede på to måter: Ved *eksplisitt* eller *implisitt referanse* (Larsen 1996:76). I det første tilfellet blir forholdet til målgruppen umiddelbart bestemt av sjefens ordre; informatøren gjør det han blir bedt om å gjøre. Når sjefen opptrer som implisitt referanse, så gjør informatøren det som han mener blir *forventet* av ham ut fra hans egen tolkning av situasjonen. Slik er den overordnede alltid tilstedet som en ytre instans i informatørens kommunikasjon.

Informatøren kan som nevnt nytte loven som et instrument i argumentasjonen. I slike tilfeller kan vi si at loven tjener som *erstatningsreferanse* for kommunikasjon. I forhold til den overordnede er det annerledes idet det er sjefens *tilstedeværelse* (han trenger seg stadig på!) som påvirker informatørens kommunikasjon. Han kommuniserer med forbehold om sjefens "godkjennelse", noe som gjør at samtalen ikke er åpen og fri. Derfor har språket også her et perlokusjonært preg.

## **Informatøren og faget**

Weber definerer funksjonæren som et fagmenneske som har fått en utdannelse som helst skal avsluttes med en (god) eksamen (op. cit., s 77). Faget er viktig for funksjonæren, men det skiller seg fra de to forannevnte referansene ved at det er relativt fritt i forhold til organisasjonen og det lar seg ikke alltid og umiddelbart innordne under byråkratiets mål og lover. Dette skyldes at fagutdanningen representerer en egen forståelsesform som ikke har noen nødvendig forbind-

elser til den enkelte organisasjon. Profesjonene har sine egne, autonome *faginterne* diskurser med vitenskapelig forankring, noe som gjør at den prinsipielt tovegs symmetrisk.

I organisasjonen trekkes imidlertid den faglige diskursen inn i en instrumentell eller strategisk sammenheng. Den blir ikke ført for sin egen del, men bestemmes av en ytre instans (organisasjonen) som forvandler den til en *teknokratisk* diskurs. Det betyr at den blir avgrenset fra sin faglig og sosialt naturlige kontekst og blir en del av organisasjonens forutsetninger (ibid.). Dette er relevant og interessant for den norske informatøren som foruten å mangle en formelt anerkjent profesjonstilhørighet, heller ikke representerer et klart, avgrenset fagfelt, noe som kan ha ulike konsekvenser:

- 1) Det foregår ingen faglig diskurs mellom informatøren og organisasjonen/arbeidsgiveren.
- 2) Det foregår en slik samtale, men den skjer på *andre fags* premisser, kanskje først og fremst journalistikkens.<sup>133</sup> Og,
- 3) faget formes gjennom diskurser der *arbeidsgiverens* verdier tillegges stor vekt.

Det er en alminnelig oppfatning at et faglig ståsted er en god etisk "ballast". Når det ikke finnes noe slik ståsted, så blir det en ekstra utfordring til informatøren både i forhold til en intern dialog i organisasjonen og til en ekstern, mot opini-

---

<sup>133</sup> En stor del av dagens norske informatører har journalistisk bakgrunn.

onen. Dette er et argument for å utvikle et anerkjent og akseptert teoretisk grunnlag for informatører fordi det vil gi en ballast uavhengig av om yrket har profesjonsstatus eller ikke. En klarere og bredere faglig plattform vil gi informatøren identitet og autoritet som kan gjøre ham i stand til bl.a. å sette den interne dagsordenen i organisasjonen i større grad enn hva tilfellet er i dag. Slik kunne det bli like legitimt med en intern diskurs om f.eks. offentlighetsprinsippet som om økonomi. Og med utgangspunkt i kommunikasjonsprinsippet kunne det gjennom diskusjon bli en større bevissthet om etiske implikasjoner ved organisasjonens instrumentelle forutsetninger som følger av dens mål-middel-tenking. Inntil informatørfaget har fått tilstrekkelig "egenvekt" er det fare for at informatøren får sine diskusjonspremisser i stor grad lagt av overordnede. Det er som det skal være i et ordnet arbeidsforhold - forutsatt at informatøren er seg bevisst når og hvor det finnes etiske snubletråder.<sup>134</sup>

### **Informatøren og det sivile samfunn**

Funksjonærens forhold til det sivile samfunnet er komplisert fordi det rommer en dobbelhet: Han er selv borger av det samfunnet som han har en funksjonærrolle overfor. Som person/borger har han felles erfaringshorisont og livsverden med alle andre i samfunnet og han er deltaker i samfunnets stor og små diskurser. Men personen er altså "utestengt" fra funksjonæren, som handler målrettet på organisasjonens vegne overfor samfunnet. Gjennom sin perlokusjonære diskurs i forhold til samfunnet har han som funksjonær et instrumentelt forhold til borgerne, samtidig som han som person er del av den samme sosiale sammenhengen som han instrumentaliserer.

Problemstillingen er relevant også for informatøren. Han vil bl.a. både direkte og indirekte kunne være del av sin egen målgruppe. Det forventes imid-

---

<sup>134</sup> Her bør det også lyse en annen varselampe for informatøren: Mangel på faglig identitet gir

lertid at han skal kunne skille mellom de to rollene, i det minste bør han som personlig mottaker ikke påvirke seg selv direkte som avsender. I noen tilfeller vil det stilles habilitetskrav til informatøren, krav som i prinsippet kan sammenlignes med de som gjelder for f.eks. børs- og bankarbeider når det gjelder innsidehandel.

Med sitt påvirkningsprosjekt er det innlysende at informatørens forhold til samfunnet/målgruppene er mer etisk ladet enn det som gjelder for mange andre yrkesutøvere. Dét er en erkjennelse som bør være en minimumsballast for informatører, en erkjennelse som må ligge i bunnen for yrkets "vær-varsom-plakat".

## **Bevissthet og ytringsfrihet**

Mens Weber for hundre år siden ga et skjellsettende bidrag til utviklingen av det moderne samfunnet med sin byråkratimodell, må vi i dag bare slå fast at det er vanskelig å forsvare hans "lydighetslære". Det klareste anslaget mot den "blinde lojaliteten" kom med Nürnberg-dommen for mer enn 50 år siden. Det er ikke lenger noen ære å handle mot sin overbevisning av lojalitetsgrunner, om det noen gang har vært det. I dag er det et uomgjengelig krav at vi skal handle ansvarlig ut fra selvstendig vurdering. Vår profesjonelle rolle fritar oss aldri for noe personlig ansvar. Men etikken er et felles-/samfunnsanliggende og dermed også et politisk problem i et demokratisk samfunn. Det ideelle ville være at funksjonæren/informatøren hadde full *ytringsfrihet* - også offentlig - om problemer, vanskelige valg osv som følger av f.eks. arbeidet/ansettelsesforholdet. Det er imidlertid mye som tyder på at dette (ennå) ikke er noen realistisk mulighet (se kap. VIII).<sup>135</sup>

---

ham også muligheter for oppotunistiske standpunkter både i interne og eksterne diskurser.

<sup>135</sup> Vi har sett at særlig innen forsvaret har det vært problematisk med slike debatter.

Situasjonen er altså problemfylt for funksjonæren - og for informatøren - som skal adlyde minst fire ulike instanser. Selv under "normale" omstendigheter må han regne med å måtte foreta valg og treffe selvstendige beslutninger - og ta moralsk ansvar. Situasjonen blir ytterligere komplisert når det oppstår motstridende krav fra de fire "debitorene". Dette betyr at Webers lære om ansvarsfrihet ikke kan opprettholdes. Funksjonæren må bære ansvaret for sine handlinger, selv om han blir utsatt for krav fra flere instanser (nettopp da!). Ulike krav som lar seg oppfylle samtidig kan han forene og realisere ut fra hensiktsmessighetsbetraktninger der optimalitet er et stikkord. Men når kravene er kontradiktoriske og av sammenlignbar styrke (en konfliktsituasjon) da er det ikke mulig for funksjonæren å løse motsetningene med kompromiss (se avsnittet "Konflikt og dilemma"). Det betyr at han ikke lenger kan foreta valg *innenfor* funksjonærrollens rammer (Larsen 1996:79-80). For selv om det er som funksjonær at han møter problemene, så er han tvunget til å ta selvstendig (personlig) stilling til hva han skal gjøre - han må ta ansvaret for sine valg. *Personen* må altså handle når det er dilemma eller konflikt knyttet til rollen. Vi kan gjerne opprettholde et "webersk" skille mellom *person-etikk* og *rolle-etikk* (funksjonæretikk), men det blir et "asymmetrisk" forhold fordi etikken på rollenivået vil være marginal og den peker umiddelbart tilbake på personen (op. cit., s. 84).

I prinsippet kan altså det som er sagt om funksjonæren også sies om informatøren - det er poenget med denne gjennomgangen av etiske implikasjoner ved byråkratiet som arbeidsplass. Selv om fremstillingen er noe "prototypisk", så vil informatørrollen kunne føre til etisk-moralske situasjoner som følge av krav fra lovverket, den overordnede, faget og fra det sivile samfunnet - på

samme måte som for den weberske funksjonæren. Uten at informatøren har begreper om dette, så vil han ikke kunne foreta bevisste etisk-moralske valg og reagere adekvat når situasjonen krever det, noe jeg kommer tilbake til i kap.

VIII.

Problemet med Webers ansvarsetikk er at han ikke klarer å gi en rasjonell begrunnelse for den. Weber aksepterer at instrumentelle handlinger reiser etiske problemer, men han mener de ikke kan løses rasjonelt fordi det grunnleggende etiske valget er irrasjonelt, et syn han deler med verdinihilistene og logisk-empiristene. Vi kan si at Weber reiser riktige problemstillinger, men at han gir tvilsomme svar.

### **Offentlig vs. privat....**

Er det forhold ved offentlig forvaltning som stiller informatøren der i en prinsipiell annen etisk situasjon enn den ansatte i det private næringslivet er i?<sup>136</sup> Lennart Lundquist (1988:51f) diskuterer problemstillingen med tanke på offentlig ansatte generelt og han tilnærmer seg forvaltningen ved å skille mellom to typer samfunnsstyring: *Myndighetsutøvelse*<sup>137</sup> og *(tjeneste)produksjon*.<sup>138</sup>

Det har vært et særtrekk ved utviklingen av den offentlige forvaltningen i Norge etter krigen at den i økende grad har engasjert seg på stadig nye områder og - ikke minst - er blitt en stor produsent av tjenester og varer.<sup>139</sup> Slik er "avstanden" til og forskjellen fra den private sektoren blitt mindre, det samme må

---

<sup>136</sup> I følge Pratt (1993:223) er tovegs asymmetrisk kommunikasjon mer vanlig i private bedrifter enn i offentlig forvaltning - i USA.

<sup>137</sup> Med myndighetsutøvelse menes det offentliges kompetanse til ensidig å bestemme over enkeltmennesker på en for dem forpliktende måte (Lundquist 1988:54).

<sup>138</sup> Her refererer Lundquist til iverksettelsesfasen.

<sup>139</sup> Dette gjelder først og fremst kommuner og fylkeskommuner.

kunne sies om de etiske kravene til informasjonsvirksomheten (og markedsføringen) i de to sektorene. Spørsmålet melder seg når det gjelder offentlige *monopolbedrifter*: Stilles informatører her i en etisk situasjon som er forskjellig fra det informatører i private bedrifter er i? (Bortsett fra at representanter for private bedrifter vel anser monopoler som uetiske...). Svaret er selvfølgelig at for nettopp informasjonsvirksomheten betyr eier- og konkurranseforholdene lite eller ingenting. (Derimot bør bjellene ringe for markedsførerne!)

Når det gjelder *myndighetsutøvelse* - den grunnleggende formen for samfunnsstyring - så er situasjonen annerledes. Det at forvaltningsloven og offentlighetsloven også gjelder for private firmaer når de handler på vegne av det offentlige, kan sees som et "formelt indisium" på at den offentlig ansatte informatøren må ta hensyn til den spesielle stillingen hans etat befinner seg i som politisk maktapparat. Informasjonen vil dreie seg om alt fra positiv rettighetsinformasjon og politisk informasjon til informasjon knyttet til det offentliges legitime tvangs- og maktutøvelse<sup>140</sup> og det synes innlysende at dette må ha konsekvenser for de implisertes etiske situasjon. De etiske utfordringene for informatøren ligger selvfølgelig i tangeringspunktet mellom det offentlige og den/de berørte borgere: *Hvor skal informatørens lojalitet ligge i et dilemma eller en konflikt som angår enkeltindividers forhold til det offentlige maktapparatet?* Alene bevisstheten rundt denne problemstillingen er en god start på en nødvendig etisk overveining.

---

<sup>140</sup> I sistnevnte tilfelle blir det problematisk å snakke om tovegs symmetrisk kommunikasjon!





## Kap. VIII Lojaliteten – en trussel mot ytringsfriheten<sup>141</sup>

Ytringsfrihetskommisjonen har foreslått at «whistle blowing»<sup>142</sup> blir lovregulert og den presiserer at offentlig ansatte ikke bør kunne pålegges taushetsplikt som er i strid med kommisjonens forslag til grunnlovsendring. Dette er en erkjennelse av at lojaliteten kan ha en begrensende virkning på ytringsfriheten - en virkning kommisjonen ønsker å begrense. Det er grunn til å tro at lojalitetsbåndene i arbeids- og organisasjonslivet utgjør en større trussel mot ytringsfriheten enn det som synes å være den allmene oppfatningen. Det er ikke slik at når statsmakten er ”tøylet” som trussel mot ytringsfriheten, så er kampen vunnet for godt. Det finnes fremdeles trusler, trusler som ikke kan begripes ved å rette fokuset på de politiske myndighetene. Ytringsfriheten kan også være truet «av vår manglende evne til å tenke fritt, stille nye spørsmål og være politiske ukorrekte. Ytringsfriheten hemmes ikke bare av lover og regler - den kan også hemmes av vår egne tankevaner.»<sup>143</sup> Én slik ”tankevane” handler om forholdet mellom ytringsfrihet og *lojalitet*, og lojalitet er altså et basisbegrep for byråkratiet.

Nøkkelen til bedre innsikt i forholdet mellom lojalitet og ytringsfrihet ligger i en *begrepsdiskusjon/-avklaring*. For å unngå at diskusjonen skal bli realitetsfjern og moralistisk, så må man legge til grunn til at det er forbeholdt relativt få å kjenne til begrepet om ytringsfrihet, dets opprinnelse, innhold og implikasjoner. For de aller fleste er ytringsfrihet et «fjernt» og høytidelig ord, og vi benytter oss av denne friheten i varierende grad uten å ha noe bevisst forhold til begrepet. Da er det annerledes med begrepet om lojalitet. Det er kjent, «jord-

---

<sup>141</sup> Dette kapitlet er en bearbejdet versjon av min artikkel ”På grensen til ytringsfrihet” i *Nytt Norsk Tidsskrift* nr. 1, 2000 (se Gabrielsen 2000).

<sup>142</sup> ”Varsku-roping”, dvs. at ansatte skal kunne si offentlig fra om uheldige/uetiske sider ved egen bedrift/organisasjon etter at han/hun eventuelt har tatt saken opp med ledelsen uten at det har hjulpet.

<sup>143</sup> Bernt Hagtvet i intervju i *Tidens Tegn* nr. 1, 1995.

nært» og angår oss i ulike sammenhenger innen familien, blant venner og på arbeidsplassen; det handler om å kunne stole på, å holde ord, og det har en viss «plikt-smak». Som nevnt er lojalitet overfor ens overordnet et universelt fenomen som er internalisert hos nøkkelpersoner i enhver organisasjon som fungerer. Nært knyttet til troskap er lojalitet en egenskap som kan sies å ha dydstatus og de fleste av oss vet når vi setter lojaliteten på prøve. Grensene både for ytringsfriheten og lojalitetsplikten må i hvert enkelt tilfelle fastsettes gjennom en (u)tilbørighetsvurdering, de er altså begge *relative* størrelser. Men det er selvfølgelig grenser for hvor mye en grunnlovsfestet frihet kan innskrenkes, selv ved lov. Og det er også grenser for hvordan ytringer kan være mht form, innhold og formål, for at de ikke skal være i strid med lojalitetsplikten.

### **Bidra til etisk debatt....**

I en undersøkelse blant norske informatører kartlegger jeg bl.a. yrkesgruppens syn på og holdninger til ytringsfriheten og lojaliteten (Gabrielsen 1999).<sup>144</sup> Informatørene er en interessant yrkesgruppe fordi deres *raison d'être* er nettopp å informere, dvs bruke ytringsretten aktivt. Det er derfor fristende å betrakte informatørene som et «best case» med tanke på lojalitetens begrensende virkning på ytringsfriheten: Det ligger i selve informatørbegrepet en presumpsjon om ytring - sensur er en «parasittær» aktivitet. Det er imidlertid også mulig å argumentere for at nettopp fordi informatøren skal informere, så blir problemet rundt ytringsfrihet og lojalitet tematisert tidlig i arbeidsforholdet - og da med lojalitet-

---

<sup>144</sup> En spørreskjemaundersøkelse på ca. 60 spørsmål/variabler besvart av 251 informatører. Undersøkelsen dreier seg primært om yrkesetiske spørsmål. Til å kartlegge informatørenes holdninger bruker jeg hovedsakelig påstander som respondentene skal ta stilling til på en femdelt svarskala: Helt uenig/Helt usannsynlig - Uenig/Usannsynlig - Vet ikke/Verken eller - Enig/Sannsynlig - Helt enig/Svært sannsynlig.

en som den mest sannsynlige «vinneren». Jeg velger derfor å ikke betrakte informatørene qua yrkesgruppe som ”spesiell” i denne sammenhengen.

Det er i dag rundt 2500 profesjonelle informatører i Norge, noenlunde likt fordelt på offentlig forvaltning og privat næringsliv. Formålet for den statlige/ offentlig informasjonen er bl.a. å bidra til aktiv deltakelse i den demokratiske prosessen, mens informatørene i det private næringslivet og i andre ikke-offentlige organisasjoner i følge deres etiske retningslinjer bl.a. skal «bidra til å holde den etiske debatten levende og derved øke bedriftens etiske kompetanse».<sup>145</sup> Organisasjonenes eksterne informasjon kanaliseres nå i stadig større grad gjennom deres informatører som er avhengig av etablerte medier for å nå ut i offentligheten. Dermed må de samarbeide nært med journalistene som de er i et gjensidig kjærlighet-hat-forhold til. Journalistene kritiserer gjerne informatørene for å være for lojale mot arbeidsgiveren,<sup>146</sup> samtidig som informatørene er blant deres viktigste kilder: De inngår i et bytteforhold med hverandre, de «danser tango» sammen (Gans 1980) - og da ikke sjelden med informatøren som fører («kildenes tyranni»). Slik er informatørene blitt vesentlige agendasettere for den offentlige debatt, direkte eller indirekte.

## **Ytringsfriheten taper!**

For å få en indikasjon på informatørenes lojalitet til arbeidsgiveren ble de bedt om å ta stilling til følgende påstand: ”Å ”lekke” til massemediene om uetiske

---

<sup>145</sup> Sitat fra Informasjonsforeningens etiske retningslinjer før den gikk inn i Norsk Kommunikasjonsforening.

<sup>146</sup> Under overskrifta «Informatører på maktens premisser» kommer Aftenpostens Johnny Gimmetad (6. januar 1999) med hard kritikk mot de offentlige informatørene: «(De) velger med andre ord lojaliteten overfor egen arbeidsgiver, og dermed sitt eget levebrød, framfor lojaliteten til publikum». Eller, som Egil Fossum (1991:17) uttrykker det: Informatøren er «betalt av sine egne kilder».

forhold i egen organisasjon/bedrift, kan forsvares rent etisk.” Mer enn 8 av 10 informatører mener at det *ikke* kan forsvares å «lekke» i en slik situasjon, det var usannsynlig at de ville ha «lekket», selv etter at de eventuelt forgjeves hadde protestert overfor ledelsen. Bare 5 % mener det motsatte. Dette til tross for at det kan føres tunge argumenter for at det i en slik situasjon er tilbørlig å «lekke» fordi det handler om hensynet til «samfunnet», om ærlighet, om å unngå fortielse osv. Når det store flertallet av informatører inntar dette standpunktet, så må det tolkes dithen at de er ledet av et annet og sterkere imperativ; *pacta sunt servanda!* De føler seg bundet av (arbeids)avtalen de har med arbeidsgiveren. Og det er et uttrykk for lojalitet. Inntrykket forsterkes når informatørene blir bedt om å gjøre et prinsipielt valg mellom lojalitet til arbeidsgiveren og lojalitet til målgruppen/publikum, og det blir også bekreftet i intervjuer med to sentrale informatører: «For meg er det viktig å være 100 % lojal (med arbeidsgiveren)» og «Jeg har valgt side. Min lojalitet er ikke lenger hos publikum...» (Erlie 1993). *Informatørenes lojalitetsbåndene til arbeidsgiveren er sterke.*<sup>147</sup>

Dette bør imidlertid ikke overraske. Når informatørene - i likhet med representanter for hvilken som helst annen yrkesgruppe - må gjøre et eksplisitt valg, så kan de ikke erklære sin lojalitet til publikum i et slik enten-eller-valg (de kan jo ikke *dele* lojaliteten!). Her må det imidlertid være underforstått at «100 %» lojalitet bare kan gjelde for et faglig-saklig relevant område, et område som vel og merke ikke har klare grenser. Man kan derfor ikke ut fra sitatene overfor slutte noe om de to informatørenes vilje til å «lekke» om interne saker

---

<sup>147</sup> I Etiske Retningslinjer for Norsk Kommunikasjonsforening står det under punktet *Lojalitet* at medlemmene ”skal opptre slik at det ikke oppstår tvil om lojaliteten i forhold til arbeidsgiveren...”, mens det under punktet *Integritet* står at medlemmene bør ”vurdere sin stilling hvis man blir pålagt oppgaver som strider mot ens egen overbevisning”.

som udiskutabelt ligger *utenfor* denne grensene.<sup>148</sup> Går vi til statens etiske retningslinjer (NOU 1993:15 «Forvaltningsetikk. Om verdier, holdninger og holdningsskapende arbeid i statsforvaltningen.»), så får informatørene ingen klar beskjed med tanke på det skisserte dilemmaet: «Det er *antatt* at man har adgang til å nekte å lystre ordre hvis man får ordre om å gjøre noe som er klart ulovlig eller umoralsk... (s. 21) (min utheving).

«Best case» eller ikke, (selv) for informatørene synes ikke ytringsfriheten å utgjøre noen trussel mot lojaliteten!

### **Nøytral - og nyttig idiot?**

Informatørene har et sterkt ønske om å være «nøytral» i valget mellom lojalitet til arbeidsgiveren og til publikum (les: å ytre seg), det er et klart andrevalg etter å «ta parti for arbeidsgiveren». Blant de *offentlig* ansatte informatørene er det imidlertid 40 % flere som vil være nøytral enn som vil støtte arbeidsgiveren! Spørsmålet er hva nøytralitet her egentlig innebærer. Mange vil hevde at personlig nøytralitet i sosiale sammenhenger er umulig - en illusjon: Det man kaller nøytralitet er ikke annet enn (indirekte) støtte til den sterkeste part. Denne kritikken går rett til kjernen av byråkratiet. Byråkratiet er som nevnt (instrumentelt) rasjonelt og effektivt bare så lenge *personen* er lydige og lojal mot ledelsen og rollen. I «Politik als Beruf» er Weber (se s. 102) opptatt av slik nøytralitet,

---

<sup>148</sup> Informatørene i det private næringslivet er påtakelig mer lojale overfor arbeidsgiveren enn deres kolleger i den offentlige forvaltningen er. Kanskje ligger forklaringen i at de som arbeider i det private næringslivet er påvirket av den (juridiske) kontrakts- og avtaleorienterte konteksten de inngår i og at dette er et uttrykk for en *pliktetisk* holdning, en antakelse som styrkes når informatørene tar stilling til bl.a. bruk av «hvite løgner». Tilsvarende kan de noe mer «leкке»-villige offentlige informatørene være påvirket i mer «åpen» retning av å arbeide i en demokratiforankret forvaltningen. Undersøkelsen viser også at de privat ansatte opplever etiske konflikter/dilemmaer oftere enn deres kolleger gjør, og de mener i større grad enn de offentlig ansatte at den generelle etikken er tilstrekkelig som yrkesetikk for informatører.

for det er nettopp nøytrale vi er når vi - disiplinert og selvfornektet - fungerer som et medium (for en annens vilje). Idealbyråkraten er «ett fullstendig tilförlitligt instrument för organisationens mål» sier Dennis F. Thompson (1985: 56), som forøvrig kaller Webers etikk en «nøytralitetsetikk». Dette er en type etikk som sosialfilosofene (Hannah Arendt (1965), Zygmunt Bauman (1989) mf) avviser som farlig bl.a. fordi den legger opp til blind lydighet/lojalitet overfor autoriteter som nettopp - og kanskje bare - takket være denne lydigheten kan sies å ha en slags legitimitet.

Generelt må man kunne si at dersom vi ved å påberope oss nøytralitet i en konflikt bidrar - direkte eller indirekte - til noe uetisk, så har vi i det minste pådratt oss et etisk-moralsk problem fordi vi da risikerer å være nyttige idioter for en sterk og kanskje illegitim part. Men som nyttige idioter er vi per definisjon også lykkelig *uvitende* om situasjonen vi har bragt oss selv i, det er et lite reflektert valg vi har gjort. Paradoksalt nok er det når informatøren står overfor *konkrete handlingsalternativer* at han tillates å gjøre ureflekterte valg, f.eks. velger nøytralitet, bl.a. fordi trivielle sider ved situasjonen kan skygge for mer viktige/etiske sider. Når vi derimot konfronteres med problemstillingen på *metanivå* gjennom et spørreskjema, så tvinges vi (formodentlig) til å tenke gjennom problemet. Men i en slik enquete vil ytringsfriheten sannsynligvis komme bedre ut av det enn det som ville være tilfellet i en mer forpliktende (konkret) situasjon, for da er nøytralitet ikke noe alternativ. I hverdagen har vi ikke noe valg - vi *må* velge!

### **Et "kontrært" forhold**

Rent teoretisk, i en ideell kommunikasjonskontekst, kan vi tenke oss ytringsfrihet og lojalitet som uavhengige av hverandre. I den praktiske virkeligheten vil de imidlertid «henge sammen», de er/blir «kontrære» - de tærer tendensielt på hverandre. Dette kommer klarest fram i en konfliktsituasjon for da vil minst

ett av begrepene bli tematisert: Ved å bruke ytringsfriheten utfordrer vi lojaliteten, mens full lojalitet vil bety at vi renonserer på retten til å ytre oss.<sup>149</sup> Dette kan illustreres som et kontinuum der ytringsfrihet og lojalitet er ytterpunkter og der hvert av de to fenomenene også kan begrepsfestes som «minusvarianten» til det andre fenomenet: (Full) ytringsfrihet = illojalitet, lojalitet = sensur.

Ut fra formodningen om at ytringsfriheten er et relativt ukjent begrep, så vil konflikter som de informatørene skulle ta stilling til i spørreundersøkelsen, for de aller fleste ikke oppfattes som et valg mellom lojalitet og ytringsfrihet, men som et valg mellom lojalitet og *illojalitet*: (Selv) informatørenes konfliktforståelse vil primært være knyttet til *lojalitetsaspektet*. Dermed blir det noe misvisende å si at informatørene «velger bort» ytringsfriheten for den vil bare unntaksvis være en del av problemstillingen. Informatørene vil derfor også bare unntaksvis foreta noen form for tilbørighetsvurderinger - en antakelse som støttes av det faktum at bare en mindre andel av de få konfliktsituasjonene informatørene har vært oppe i, har skyldtes uenighet med ledelsen om *hvorvidt* det skulle informeres eller ikke (Gabrielsen 1999).

Ved et slik grep om problemstillingen får vi også fram «asymmetrien» i *sanksjonene* som kan settes inn ved eventuell «vold» mot ytringsfriheten og lojalitetsplikten. Å ikke benytte seg av ytringsfriheten når den burde ha vært brukt, vil som regel ikke resultere i noen personlige konsekvenser i det hele tatt, i verste fall føre til en akademisk begrunnet kritikk med minimal offentlig oppmerksomhet. Den som derimot blir avslørt som illojal, risikerer å miste jobben. Illojalitet er verre enn sensur! *Insitamentene til å være lojal er i prinsippet langt sterkere enn de er til å bruke ytringsfriheten*. Det er også to ulike sanksjonssystemer som trer i kraft i de to tilfellene. Mens de sterke sanksjonene mot loja-

---

<sup>149</sup> I Ytringsfrihetskommisjonens innstilling kap. 6.2.4.1. står det: «For å overholde lojalitetsplikten kan den ansatte bli nødt til å avstå fra visse ytringer. Lojalitetsplikten innebærer derfor en begrensning i den ansattes ytringsfrihet.»

litetsbrudd (som er knyttet til rollen) er *organisasjonsinterne*, så er de svakere sanksjonene mot unnfalhet når det gjelder yringsfriheten (knyttet til personen) *eksterne* - det angår forholdet til offentligheten.

### **Et spørsmål om bevissthet**

Det ligger i «sakens natur» at vi ikke kan forvente offentlighet rundt tilfeller der arbeidstakere mener å ha fått yringsfriheten begrenset på utilbørlig måte. For dersom lojaliteten er til hinder for yringer i en konkret situasjon, så må man forvente at det også vil være tilfelle med tanke på en diskusjon om saken. Dette er en paradoksal situasjon tatt i betraktning at yringsfriheten også er en personlig rettssikkerhetsgaranti - og behovet for en «løsning» er desto mer påtrengende. Dansken Øjvind Larsen (1996) mener muligheten for å løse opp utilbørlige lojalitetsbånd primært ligger i *åpen og tvangsfri dialog* der det sentrale temaet er konflikten mellom rollen (lojalitet) og personen (yringsfrihet) i byråkratiske organisasjoner. Til dette trengs først og fremst prosedyrale ordninger, men det trengs også i det minste ett «substansielt» innslag; *større bevissthet om personbegrepet*. Det er nemlig problematisk å bruke personbegrepet i denne sammenhengen fordi det - begrepet – nettopp impliserer et *bevisst, reflektert* forhold til ens egen rolle og dens implikasjoner, noe som vi ikke alltid kan ta som utgangspunkt her.

I en slik kontekst er det interessant å se Herbert Marcuse's (1964) kritikk av det liberale demokratiets «repressive toleranse»: Egentlig har vi ingen reell yringsfrihet, det er en liksomfrihet som er klart negativ fordi den gir oss en *illusjon* av frihet og fordi den får oss til å tro at vi benytter oss av noe viktig. Sannheten er at vi i vårt éndimensjonale samfunn ikke har noen innflytelse på de virkelige samfunnsstrukturene, det privatkapitalistiske systemet. Eventuelle angrep på systemet preller av bl.a. med henvisning til den «frie» kritikken, som i neste omgang blir beviset på systemets åpenhet! Svak bevissthet og mangel på



refleksjon rundt den totale situasjonen ligger som et underforstått premiss i Marcuse's resonnement.

### **Skjult disiplinering**

Øyvind Larsen viser til at det blant offentlig ansatte er en "næsten overloyal holdning" til overordnede og interne regler - en skjult disiplinering (som vel ikke er svakere i det private næringslivet). Det betyr at hvis en ønsker å få arbeidstakere med i en offentlig debatt om ytringsfriheten, så kan vi ikke regne med at det vil komme som resultat av et dokumentert undertrykt ytringsbehov. Det må i stedet skje ved et initiativ begrunnet med at *reell ytringsfrihet innen forvaltningen er en viktig demokratisk verdi* og at bare en forvaltning med en fungerende offentlighet kan kalles en åpen forvaltning. Den største utfordringen ligger derfor i å få til en intern demokratisering av hele forvaltningen, noe som bare kan oppnås gjennom diskurser som også involverer den byråkratilojale diskursen. Dette er i tråd med Zygmunt Baumans tese om at utviklingen mot umenneskelighet i byråkratiet ikke kan bremses av byråkratiet selv men ved at flere motstridende syn får gjøre seg gjeldende i offentligheten/det politiske liv. Det er imidlertid en svakhet ved vår (politiske) kultur at uenighet blir ansett for å være noe destruktivt, noe uønsket - istedet for å la den bli starten på diskusjoner som kan føre til større visshet – og kanskje enighet.

Det er et problem - og et paradoks - at det i liberale demokratier generelt er liten bevissthet rundt ytringsfriheten, for ytringsfriheten - dersom den skal være reell - er mer enn noen annen frihet knyttet til nettopp vår bevissthet om den. Ytringsfriheten har vokst fram som et historisk fenomen gjennom århundreders kamp, den «lever» av og ved bevisstheten om den og den kan bare forsvares ved bevisst bruk (Brekke mf. 1994:11). En viktig forutsetning for å forstå (og dermed kunne ivareta) ytringsfrihetens kår i demokratiske samfunn, er at lojaliteten som begrensende faktor klarlegges. Og siden det generelt er relativt stor

bevissthet knyttet til lojaliteten og lojalitetsbegrepet, så må denne «ubalansen» inngå som et eksplisitt premiss når forholdet mellom de to begrepene skal analyseres og diskuteres. Det paradoksale i denne sammenhengen er at ytringsfriheten øker med vår vilje og evne til ”Nein-sagen-können” (Habermas) når det gjelder lojaliteten i arbeids- og organisasjonslivet!

### **Motsattrettet sosialisering**

Larsen foreslår en radikal praktisering av offentlighetsprinsippet:<sup>150</sup> Siden det er personen som stilles til ansvar når f.eks. informatøren velger å være lojal/følge rollen med det resultat at det eksterne sanksjonssystemet trer inn - dvs valget ansees for å være moralsk eller etisk forkastelig - så er det rimelig at informatøren har mulighet til å ta opp problemene offentlig. Dermed blir ytringsfriheten helt avgjørende. Men etiske valg angår ikke bare den ansatte/informatøren, de har per definisjon også betydning for (deler av) samfunnet. Det bør derfor knyttes bånd mellom forvaltning, etikk og demokrati, og også det forutsetter offentlighet rundt (de viktige) valgsituasjonene. For å forhindre at det settes inn sanksjoner mot ansatte som blir oppfattet som illojale, så bør det dannes en rettslig sikret åpenhet rundt tilsettings- og avskjedigelsessaker. Larsen mener at et slik institutt kan etableres gjennom et bredt, demokratisk valgt forum som skal ha skriftlig begrunnelse ved ansettelse så vel som ved avskjedigelser, noe som kan bidra til at den ansatte tør ytre seg uten frykt for represalier.

Det er imidlertid ikke tilstrekkelig å ha formell rett til å ytre seg, det må også finnes en institusjonalisert offentlighet som gjør ytringsfriheten reell: Det trengs en arena for åpen debatt - og den finnes ikke i byråkratiet. Offentlighets-

---

<sup>150</sup> Larsen knytter diskusjonen til offentlig forvaltning, men løsningen han skisserer kan i prinsippet også brukes i det private næringslivet og i organisasjonslivet generelt.

loven hjemler borgernes rett til innsyn i forvaltningen, men det er naturlig at også borgeren som rolleinnhaver i byråkratiet – f.eks. en informatør - skal ha mulighet til å ta opp og delta i diskusjoner som angår en selv og egen arbeidsplass. Larsen ser noen problemer forbundet med etablering av en slik "intern etisk offentlighet", men rent juridisk kan den sikres dersom det er politisk vilje til det - gjennom lover og instruksjer. Da er det vanskeligere å få til de nødvendige endringene i de interne *sosiale relasjonene*. Hundre år med byråkrati synes å ha sosialisert oss til kommandohierarkisk disiplin og moralsk lydighet slik at vi lett taper av synet vårt personlige ansvar. Det er derfor nødvendig med en "motsattrettet sosialisering" gjennom budskapet at det er personen som bærer rollen og ikke omvendt. For å få til dette må arbeidstakeren/informatøren få anledning til å utvikle sin etiske og kommunikative kompetanse på samme måte som han kan og må utvikle seg rent faglig. Det handler igjen om bevisstgjøring.

Det er ikke vanskelig å tenke seg at de som i en konkret situasjon får ytringsretten reelt innsnevret, begriper det som «bare» en skjerping av lojalitetskravet noe som alltid vil kunne begrunnes - og aksepteres. Vi kan heller ikke se bort fra at informatører, i likhet med andre arbeidstakere og organisasjonsmedlemmer, blir «snik-sensurert»; de får ytringsretten beskåret *begrunnet* med lojalitetsargumenter. I tillegg til lojalitetskrav fra arbeidsgivere og overordnede kan det også foreligge «horisontale» lojalitetsbånd, til arbeidskolleger - og de har samme virkning. Kanskje finnes det (også) informatører hvis objektive situasjon mest adekvat kan beskrives med at «de befinner seg på grensen til ytringsfrihet...»



## Kap. IX Verdensanskuende eller situasjonsbetinget

Med en viss rett kan man si at den grunnleggende etiske diskusjonen har vært neglisjert i den vestlige verden etter at Max Weber lanserte byråkratiet og rettet oppmerksomheten mot den instrumentelle og tekniske fornuft som en uavendelig prosess (Fischer 1983:5). Men bl.a. Holocaust, A-bomba og fattigdomsproblemene i den tredje verden har med varierende styrke satt etikken på dagsordenen opp gjennom 1900-tallet. De historiske foranledningene har vært av slik karakter at de er blitt sett på som kriser ved/for selve humaniteten og dermed har disse debattene fått *grunnlagsetiske* preg. I takt med differensieringen av og spesialiseringen i samfunnet har imidlertid områdeetikken blitt et stadig mer aktuelt tema, men det har ikke vært enighet om hvor nødvendig og relevant det er med slike "spesialeetikker", underforstått: De allmenne etiske reglene gir svar uansett yrke og situasjon.

Mark Johnson (1993) peker på en prinsipiell fare ved en analytisk tilnærming til etikken: Sosialiteten og vår empatiske forestillingsevne som han mener er menneskets viktigste moralske egenskaper, står i fare for å bli ignorert og privatisert. I våre dager er nemlig forståelsen av moralens og etikkens vesen og dens rekkevidde i ferd med å bli drastisk innsnevret fordi etikk i høy grad er blitt et spørsmål om *problemløsning* ut fra en forestilling om at det finnes etiske problemer som vi kan lære teknikker til å løse ("anvendt moralteori") - i følge Johnson. Nina Olsvold (1996) mener å se slike tendenser i Norge, bl.a. innen medisin og andre helse- og sosialyrker. Dette er alltid en fare når yrkesetikk er tema og nærmest uunngåelig dersom man legger opp til å gi de "riktige" svarene/rådene/løsningene på konkrete tilfeller. Slik vil man også trekke oppmerksomheten bort fra det faktum at *alt* en informatør gjør, i prinsippet er av etisk-moralsk karakter.

Blant informasjonsfolk i USA har det vært argumentert mot en profesjonsetisk vinkling med den begrunnelse at informatørens etikk stort sett er og

bør være overensstemmende med deres personlige etikk, i det minste med de herskende verdiene i organisasjonen/bedriften (Leeper 1996:134). Trolig er dette hovedforklaringen på at etikken blant informasjonsfolk i dag synes å ha et kortsiktig og situasjonspreget perspektiv. Problemet med en slik etikk er at enhver situasjon kan rettfærdiggjøre enhver handling og ethvert prinsipp blir moralsk riktig. Den eneste begrensningen er at man må være i stand til å leve med handlingen - i det minste et kort tidsrom..... Dette er ingen ønskelig situasjon og spørsmålet er hva som kan gjøres for å endre den. Informatører bør stå fram som etiske aktører i den forstand at de anerkjenner visse normer som forpliktende for sine handlinger, ikke minst fordi de har som uttalt mål å påvirke folks oppfatning, holdninger og atferd. Og norske informatører synes å skille seg noe fra sine kolleger i USA på dette feltet idet 44 % mener at den generelle etikken *ikke* er tilstrekkelig som retningslinjer for dem. 24 % mener den er tilstrekkelig (N=242) (Gabrielsen 1999). I prinsippet er dette et spørsmål om enten å stå på et etisk grunnsyn - ha en "verdianskuelse" - eller ha et situasjonsetisk ståsted (for ikke å si ståsteder, i postmoderne ånd.)

## Verdensanskuelse....

Sentralt i Grunig's teori om fremragende kommunikasjon er begrepet om *verdensanskuelse* ("worldview").<sup>151</sup> Dette er et kjent begrep både for samfunnsvitenskapelige og humanistiske fag, men det finnes ingen presis felles oppfatning av hva det innebærer. Grunig og hans tilhengere definerer verdensanskuelse som et sett antakelser ("assumptions") som "practitioners (...) have about such things as morality, ethics, human nature, religion, politics, free enterprise, and gender" (Grunig og White 1992:32).

Verdensanskuelser er altså subjektive teorier som bidrar til oppfatninger og antakelser om verden på en måte som påvirker atferden vår. Og når verdensanskuelsene indirekte styrer atferden, blir den naturligvis av interesse for en teori om informasjon - slik går Grunig og White's resonnement (Deatherage og Hazleton 1998:59). Grunig (G&H 1984) begrepsfester to typer verdensanskuelser med relevans for informatører: Den *symmetriske* og den *asymmetriske*. Det forventes at informatører med en asymmetrisk verdensanskuelse ønsker å ville påvirke opinionen på måter som tjener organisasjonen og ikke nødvendigvis opinionen/målgruppen. Det betyr at informatører med en slik verdensanskuelse vil tendere til å bruke asymmetriske informasjonsmodeller. På den annen side vil informatører med en symmetrisk verdensanskuelse ha "gjensidig forståelse"

---

<sup>151</sup> Verdensanskuelse er prinsipielt nært beslektet med Thomas Kuhn's (1970:175) *paradigme*. Det står for den totale konstellasjonen av tro, verdier, teknikker osv som blir delt av medlemmene av et gitt samfunn. H. I. Brown (1977:101) bruker termen "presupposition" når han refererer til verdensanskuelse og definerer begrepet som antatte kjennsgjerninger som foreligger *a priori* og som vi anser som nødvendige sannheter. Slik verdensanskuelse kan også bygges på etisk basis, som når religionsforskere peker på *kjærlighet* som et kriterium for en anskuelse som kan hjelpe oss til å finne de rette relasjonene til hverandre, våre naboer og til universet (Vroom 1989:96), mens andre mer verdslig orienterte har pekt på *godhet* og *orden* (Torrance 1989:82). Også Grunig bruker ordet "presupposition" som kan oversettes med "forforståelse". Jeg tenker da på den vanligvis ureflekterte oppfatningen om hvordan "ting er".

som hovedmål for informasjonsvirksomheten: Den symmetriske verdensanskuelsen fører til at informatøren benytter symmetriske kommunikasjonsmodeller - som altså bidrar til effektiv/excellent informasjon.

Grunig (red.) (1992) har funnet at informatører oppfatter sin rolle på svært forskjellige måter og han mener å ha identifisert seks ulike typer forståelser som han mener forklarer disse ulike rollene, som igjen definerer/indikerer hvilken verdensanskuelse informatøren har.

Mange informatører mener at informasjon og samfunnskontakts hovedfunksjon er å bidra til at organisasjonen når sine mål. Denne forståelsen er grunnlaget for:

*1. Den pragmatiske sosiale rollen:*

Informasjon og samfunnskontakt er viktig og nyttig fordi det hjelper oss til å nå våre mål.

Informatører med denne oppfatningen ser ikke noe behov for regler eller andre retningslinjer; det vil bare være til hinder i arbeidet med å nå målet.

Enkelte samfunnsvitere mener informasjon og samfunnskontakt - i likhet med samfunnet ellers - er et nøytralt fag som bl.a. kan underlegges objektive studier. De representerer oppfatningen om:

*2. Den nøytrale sosiale rollen:*

Informasjon er et nøytralt objekt som kan studeres objektivt. Forskere kan bl.a. avdekke hvordan informatørene ser på sine sosiale roller og hvilke motiver de har.



Noen informatører og forskere ser på informasjon som et sett med handlinger for å vinne, beholde eller øke organisasjons makt. Det gir enten:

*3. Den konservative sosiale rollen:*

Informasjon bidrar til å opprettholde et system med privilegier ved at den forsvarer interessene til de med (stor) økonomisk makt.

eller:

*4. Den radikale sosiale rollen:*

Informasjon fører til sosiale forbedringer, reformer og forandring.

Både den konservative og den radikale rollen legger til grunn at kommunikasjonen kan påvirke samfunnsutviklingen. Her sees informasjon og samfunnskontakt som et våpen brukt i en "krig" mellom stridende sosiale grupper der målet er å overtale eller manipulere målgruppene til ens eget beste på bekostning av andre. I spillteoritermer er det tale om et null-sum-spill.<sup>152</sup>

Et alternativ til dette asymmetriske synet er den symmetriske oppfatningen av informasjon som et ikke-null-sum spill der alle parter kan vinne dersom

---

<sup>152</sup> Et relevant poeng ved spillteorien er at den forutsetter rasjonell tenking som betyr at moralske vurderingen bare vil forkludere og avspore!

de spiller spillet riktig. Her er informasjon et verktøy som partene kan bruke til å løse konflikter til gjensidig nytte:

*5. Den idealistiske sosiale rollen:*

Informasjon og samfunnskontakt er en mekanisme som organisasjonene og deres målgrupper bruker i et pluralistisk system for å avklare gjensidig avhengighet og løse konflikter.

Den siste av Grunigs "analytiske" roller er:

*6. Den kritiske sosiale rollen:*

Informasjonen/kommunikasjonen inngår i et større organisasjonsmessig eller sosialt system. Slike systemer er *konstruert*, de kan derfor *dekonstrueres* eller *rekonstrueres*. Informatører og forskere kan og bør kritisere informasjonen for dårlig etikk, negative sosiale konsekvenser eller for ineffektivitet hvis de mener det er grunnlag for det - og bør foreslå adekvate endringer.

Den som bekler en informasjonsstilling med den kritiske sosiale rollen kan ikke akseptere en bestemt praksis bare fordi det i følge arbeidsgiveren angivelig "er slik informasjonen og samfunnskontakten foregår" eller fordi det er slik det bør skje. Informatørene må se på det de gjør som en samfunnsfunksjon som hele tiden kan forbedres. Bare de informatørene som inntar rolle 5 eller 6 har en symmetrisk verdensanskuelse og er i stand til å praktisere symmetrisk kommunikasjon.

Grunig og Hunt (1992:38) sorterer også ut tre a priori oppfatninger som de mener har *begrenset* den eksellente og effektive informasjon (dvs informatorene har «negative» verdensanskuelser). Oppfatningen at:

-informasjonen er asymmetrisk (noe organisasjonen gjør *overfor* opinionen)

-informasjonen enten er nøytral eller har en advokatrolle i samfunnet

-informasjonen har en teknisk funksjon.

Konklusjonen er at fremragend kommunikasjon er den som foregår i ly av en verdensanskuelse som definerer kommunikasjonen som *symmetrisk, idealistisk* og *kritisk* - knyttet til *ledelsen*, og det er altså det symmetriske aspektet som gjør modellen til en etisk modell Grunig (1992:10).

### **Ikke alt verifisert....**

Deathrage og Hazelton (1998) har undersøkt virkningene en organisasjons verdensanskuelse har på måten den praktiserer sin informasjonsvirksomhet. De testet tre hypoteser som de har avledet fra Grunig's excellence-teori:

H1: Organisasjoner som (gjennom sine ansatte) har sterkt innslag av symmetrisk verdensanskuelse vil nytte seg av symmetriske informasjonsmodeller i signifikant høyere grad enn den vil benytte asymmetriske modeller.

H2: Organisasjoner som har sterkt innslag av asymmetrisk verdensanskuelser, vil benytte seg av asymmetriske informasjons-

modeller (propagandamodellen, informasjonsmodellen osv.) i signifikant større grad enn de vil benytte symmetriske modeller.

H3: Den symmetriske verdensanskuelsen, den tovegs symmetriske informasjonsmodellen og den tovegs asymmetriske informasjonsmodellen vil være statistisk signifikante prediktorer på effektivitet i informasjonen.<sup>153</sup>

De to forskerne fikk svar fra 145 (29 %) av de 500 medlemmer av PRSA (se kap. X) som de kontaktet med et spørreskjema på i alt 67 spørsmål/variabler. Hovedsaken var altså å få klarlagt de empiriske forbindelsene mellom verdensanskuelsen, de fire informasjonsmodellene og informasjonseffektiviteten. Uten at jeg vil gå detaljert inn på resultatet av undersøkelsen, kan følgende overraskende/uventede "funn" nevnes:

1. Den empiriske relasjonen mellom de to verdensanskuelsene var ikke statistisk signifikant. Enighet med den symmetriske verdensanskuelsen predikerte ikke nødvendigvis uenighet med synspunkter som hørte inn under den asymmetriske verdensanskuelsen.
2. Respondenter som scoret over median på variabelen symmetrisk verdensanskuelse benyttet seg av publisitetsmodellen og

---

<sup>153</sup> Grunnen til at den tovegs asymmetriske modellen er tatt med, er at det i en tidligere excellence-studie av Dozier, Grunig og Grunig (1995) ble benyttet en kombinasjon av de to tovegs modellene.

den tovegs asymmetriske modellen i større grad enn de som scoret under median.<sup>154</sup>

Et gjennomgående trekk var at det var signifikant større variasjoner på atferdsvariabelen (tovegs symmetrimodellen) enn på "tros"-variabelen (verdensanskuelene). Det er ikke uvanlig at folks atferd avviker fra deres uttalte verdioppfatning.<sup>155</sup>

Deatherage og Hazelton (op. cit., s. 70) konkluderer med at verdensanskuelene kan måles på en pålitelig måte og at de er signifikant empirisk relatert til bruken av informasjonsmodeller og informasjonseffektivitet. De uventede funnene indikerer et mulig behov for å revurdere måleinstrumentene eller den teoretiske forståelsen av informasjonsmodellene innen excellence-tradisjonen.

### **Situasjonsetikk<sup>156</sup> - etisk relativisme?**

Situasjonsetikken kan sies å ta det postmoderne samfunnet for gitt og legger til grunn at generelle normer ikke (lenger) er gangbare fordi livet og samfunnet er for komplekst til å bli fanget inn av annet enn finmaskete, handlingsnære regler (maksimer). Den tilbakeviser tanken om at den gode og den riktige handling er et spørsmål om å følge normer. Situasjonsbetingede meninger, holdninger og at-

---

<sup>154</sup> Dette er et problematisk funn i relasjon til excellence-teorien.

<sup>155</sup> Forklaringen kan være at respondenter ofte *påberoper* seg tro, verdier og holdninger som de ikke lever opp til i praktisk atferd. Dette er kjent fra studier i overtaling og holdningsendringer.

<sup>156</sup> Eller "etisk relativisme", "individuell relativisme", "kulturell relativisme", "subjektivism", "kontekstuell etisk filosofi", "kontekstualisme", "situasjonisme" - betegnelsene er mange, begrepet stor sett det samme. Situasjonsetikken har sin sosiologiske motpart i situasjonsteorien ("contingency theory") som bygger på følgende forutsetninger: 1) Den beste organisasjonsformen finnes ikke, 2) Ikke alle organisasjonsformer er like effektive (Galbraith 1979). En "oversettelse" til etiske termer gir grei mening.

ferd vil si at folk ikke tenker og handler med referanse til et sett verdier som er retningsgivende i alle situasjoner, men at de vil forandre og tilpasse holdningen og atferden slik at de passer til hver enkelt situasjon (Grunig og Hunt 1984: 130). Situasjonsetikken er med andre ord kontekstuell, den gir oss "tommel-fingerregler" basert på tidligere erfaringer som sier hva som mest sannsynlig er rette handlingen i konkrete tilfeller. Skulle en situasjonsetisk handling likevel vise seg ikke å være riktig, så rokker det i følge tilhengerne ikke ved selve prinsippet, men viser bare at den fulgte regelen ikke var relevant i det aktuelle tilfellet (Cooper and Argyris 1997:582).

Situasjonsetikkens begrunnelse faller sammen med MacIntyre's (1981) og Taylor's (1992) oppfatning om at det tradisjonelle grunnlaget for moralsk objektivitet - bl.a. tradisjon og religion - er gått tapt. Joseph Fletcher (1966) mener at det nok (ennå) finnes noen normer i samfunnet men at de sjelden er egnet til å gi adekvate svar i konkrete valgsituasjoner. I slike tilfeller er det bare kjærlighet til vår neste som kan gjøre at vi handler riktig (op. cit., s. 26). Slik kan situasjonsetikken sees som en "påbygging" til den kristne etikken og et alternativ til naturretten<sup>157</sup> og annen regelbunden etikk. Vi kan kalle situasjonsetikken "handlingsutilitarianisme": I tillegg til budet om nestekjærlighet skal våre handlinger bidra til størst mulig lykke og nytte der og da. Situasjonsetikkens hovedinnhold er altså (neste)kjærlighet, velferd og lykke. Den er nært knyttet til rettferdighetsbegrepet (Pratt 1993:223) og kan derfor være velegnet til bl.a. å løse problemer og skape harmoni i konfliktsituasjoner (Lingås 1992:24).

Det er informatørens skjebne å måtte arbeide i skjæringspunktet mellom publikums og organisasjonens/arbeidgiverens interesser, ofte under motstridende krav slik at det ikke er mulig å imøtekomme begge parter samtidig. I slike situasjoner skulle man tro at det ville være en fordel å ha klare normer å handle

---

<sup>157</sup> Naturretten viser til mål som fra naturens side er nedlagt i ethvert menneske og som vi er forpliktet overfor, f.eks. at vi ikke skal slå i hjel, ikke lyve osv.

ut fra, og det er en oppfatning som er utbredt blant norske informatører: 70 % mener det er en fordel å ha et *prinsipielt grunnsyn*, en “verdensoppfatning” (N=246) (Gabrielsen 1999). En undersøkelse blant informatører i USA (Pratt 1993:219-220) viser at de ikke i samme grad er enig i dette. De inntar - bevisst eller ubevisst<sup>158</sup> - et klarere situasjonsetisk standpunkt, de har ingen utvetydige, objektive standarder for avgjørelser i problematiske situasjoner (Ryan og Martinson 1984:27):

Although some scholars have attempted to establish moral anchors in public relations (...) widespread agreement on substantive principles has not yet been achieved (...). If public relations have adopted any underlying principles, *it is possibly the subjectivism (or individual relativism) theory that each individual must establish his or her own moral base lines* (min uthev.).

Når etikken er blitt et spørsmål om subjektivisme, situasjoner og kontekster, så står den i fare for å miste sin mening som etikk. Det er derfor ikke overraskende at situasjonsetikken blir kritisert for å være ikke-etisk og anti-etisk. Ser vi informatøren som organisasjonens etiske samvittighet, så er det et tankekors at i tiårsperioden fram til 1985 var 2/3 av USA's 500 største bedrifter involvert i en eller annen form for ulovligheter (Gellerman 1986).

Tatt i betraktning at situasjonsetikken har et teoretisk nært slektskap med den kristne etikken, så er det grunn til å spørre hvorfor det *praktiske resultatet* blir så fjernt fra det kristne innholdet. Svaret er at også i forhold til kjærlighetsbudet og budet om å tilføre vår neste mest mulig velferd og størst mulig lykke, så er kjødet skrøpelig! Undersøkelser i USA viser at informatørene feiler når det

---

<sup>158</sup> Undersøkelser i USA viser at det er en viss kunnskapsmangel blant informatører når det gjelder bl.a. dette punktet (Pratt 1993:220).

gjelder å gjøre de tre motivene bak situasjonsetikken til den sentrale verdi for deres handlinger (Pratt 1993:223). Det kan skyldes alt fra personlig svakhet - f.eks. liten etisk bevissthet og kompetanse - til rent strukturelle forhold, bl.a. informatørens forpliktelser overfor den ledelsen som han gjerne er en del av (jfr. rolle- - personproblemet). Og som vi har sett, informatørens lojalitet vil primært ligge hos arbeidsgiveren, ikke hos publikum/målgruppen, mao et asymmetrisk forhold - som nok er det mest vanlige. Roy Leeper (1996:133) er klar i sin dom: "(...) the situational perspective fails to provide adequate standards for an ethical basis for the practice of public relations". Problemet er at *jo lenger informatøren fjerner seg fra den klassiske etikken/normene, jo mindre opptatt blir han av å gi etiske begrunnelser for sine valg og handlinger* (op. cit., s. 224).

Grunig og White (1992:308) mener at med den symmetriske kommunikasjonsmodellen unngår vi en etisk relativisme fordi etikken inngår i modellen som en *prosess* og ikke som et resultat. Symmetrisk kommunikasjon legger til rette for dialog om problemer/saker der man ut fra ulike verdier vil komme til ulike konklusjoner. Så lenge dialogen er strukturert i henhold til etiske regler, vil sluttresultatet bli etisk (kfr. Habermas) - om enn ikke alltid slik at det passer i verdisystemet til alle deltakerne.

### **Konteksten viktig uansett**

Selv om man avviser situasjonsetikken, så betyr ikke det at situasjonen – konteksten - er uinteressant i etisk sammenheng. Tvert imot; det er nettopp konteksten som konfronterer informatøren gjennom sine handlinger med etikken. Dersom vi overser dette risikerer vi at når løsningen bør være etisk vurdering, så blir den i stedet *legalisme*: Vi prøver å finne løsninger ved lover og regler.



Dette er uheldig både fordi generelle regler per definisjon gir dårlige løsninger på unntakstilfeller og det fritar informatøren for egenvurdering.<sup>159</sup>

Å vurdere situasjonen i etisk sammenheng er altså ikke det samme som å *praktisere* situasjonsetikk i den vanlige betydningen av ordet. I tradisjonell etisk teori pekes det på tre faktorer som bør tas i betraktning når vi skal bedømme hvorvidt en handling er etisk eller ikke (Martinson 1997:40):

1. Selve handlingen (hva vi gjør)
2. Motivet (hvorfor vi gjør det (målet))
3. Situasjonen/omstendighetene (hvordan, hvor, når osv. vi gjør det)

En pressekonferanse er en handling som i og for seg er *amoralisk*. Men hva er informatørens hensikt med konferansen? Hvis det er å gi offentligheten relevant informasjon om et bestemt tema, så er konferansen en etisk riktig "handling". Hvis motivet derimot er å gi misvisende informasjon av en eller annen bestemt grunn, så er konferansen uetisk. Det er ofte *motivet* som avgjør en handlings moralske karakter.

Våre handlinger foregår ikke i et vakuum og i noen tilfeller er det slik at en isolert sett amoralisk handling blir etisk ladet nettopp pga omstendighetene/situasjonen. På denne bakgrunnen mener Ryan og Martinson (1984) at det er viktig at vi vurderer *handlingskonteksten*, men det bør skje "from an ethical platform *that... (has) already... (been) constructed*" (min uthev.). De hevder at de som praktiserer situasjonsetikken nettopp mangler en slik etisk plattform. For dem holder det derfor ikke å debattere bare selve situasjonen, de er også nødt til

---

<sup>159</sup> Austin Fagothey (1976:152) definerer "legalism" som et forsøk på "making prefabricated rules and abstract prescriptions of law into such absolutes that the real good of...(persons) is to be sacrificed to them... It can result in a straightlaced, sour-faced, unloving life of meticulous duties, what Mark Twain called "a good man in the worst sense of the word".

å vurdere plattformen hver gang. Sagt på en annen måte: De prøver å finne en "situasjonsbetinget" plattform, dvs et prinsipp som kan rettferdiggjøre handlingen deres der og da. Denne relativistiske situasjonen kan vi altså unngå dersom vi står på en etablert plattform og ut fra den prøver å gjøre det rette – kontekstbetingede - valget.

Konteksten er altså en av de bestemmende faktorene for om en handling er etisk eller ikke. Men det er ikke "situasjonsetisk" om vi tar hensyn konteksten/situasjonen i en etisk vurdering, for det er nettopp det vi bør gjøre. Det avgjørende er at vi ikke lar *våre etiske prinsipper variere sammen med situasjonen*. Dette betyr f.eks. at dersom en informatør vurderer å ikke gå ut med informasjon fordi *omstendighetene* (situasjonen) gjør at informasjonen vil føre til (alvorlige) negative konsekvenser for noen, så er det ikke nødvendigvis uttrykk for en situasjonsetisk holdning. Det finnes mao tilfeller/situasjoner der (hele) sannheten ikke bør ut, der en hvit løgn kan være akseptabel (Martinson 1997: 41).

Dette kan sies å være "farlige" tanker for nettopp informatører fordi det kan (for)lede dem til hemmeligholdelse ut fra subjektivt sett edle motiver. Konklusjonen er imidlertid at for informatører må presumpsjonen alltid være til fordel for åpenhet/offentlighet. Det er ikke ulogisk å insistere på at informatører som hovedregel skal konkludere med offentliggjøring med mindre det foreligger klare objektive forhold som "overprøver" denne presumpsjonen om åpenhet. Dette er eksempel på en situasjon/kontekst preget av etisk konflikt der kompetente personer har de beste mulighetene til å handle riktig. Og den informatøren handler riktig som gir sann informasjon til dem som har rett til og behov for å få den. Det er altså ikke tilstrekkelig at informatørens handlinger er i overensstemmelse med etiske prinsipper som gjelder for handlingen og for motivet - de må også være i overensstemmelse for de prinsipper som gjelder for *omstendighetene/situasjonen/konteksten*.

Grunig og Hunt (1984:72) har foreslått en etisk plattform for informatører. De mener at følgende to påbud gir den nødvendige ballast til at de unngår situasjonsetikk:

1. Informatører skal vise *vilje til å være etisk*. De velger ikke de lettvendte løsningene men har til hensikt å være ærlige og pålitelige og de injurierer/sårer ikke andre med vilje.
2. Det etiske informatører gjør, skal - så langt det er mulig - ikke ha negative konsekvenser for andre.<sup>160</sup>

Disse to punktene går - i følge Grunig og Hunt - til kjernen av det som er informasjonens hovedutfordring samtidig som de griper tak i informatørens ansvar overfor publikum: Dersom informatøren f.eks. ser at bedriften/organisasjonen har negative konsekvenser for omgivelsene, så er han forpliktet til å gjøre organisasjonens ledelse oppmerksom på dette. Informatøren må ikke gjøre noe som kan være til skade for noen i målgruppen, brukere/klienter eller massemediene. En profesjonell informatør viser ikke bare offentlig ansvar, men er - per definisjon - også etisk i *alle* sine handlinger (op. cit., s. 72-73).

### **Sannhet eller sannferdighet - et valg?**

Tilbake til Habermas' tre gyldighetskrav: Det kreves av informatøren at det han sier skal være *sant* og han skal være *sannferdig* og *oppriktig* (kfr. kap. III, fig. 2 og 3). Er alle tre kravene like sterke og er det mulig å leve opp til i dem praksis?

---

<sup>160</sup> "Negative konsekvenser" i pkt. 2. gir mening til bl.a. påbudet om ikke å såre andre med vilje i pkt. 1.

Hvilke konsekvenser har det for informasjonsvirksomheten at informatører "bekjenner" seg til situasjonsetikken som altså er et relativistisk fundament?

I USA viser representanter for yrkesgruppen heller liten interesse for problemene rundt sannhetskravet og de synes også å være lite i stand til å reflektere over sin egen moralske relativisme, noe som har ført til betydelig kynisme innen yrket (Ryan og Martinson 1984:27, Olasky 1985:43-44). En informatør i ledende stilling hadde denne megetsigende kommentaren: "Har egentlig ordet "løgn" lenger noen betydning? På en måte lyver vi alle, på en annen måte lyver ingen av oss, fordi ingen vet hva som er sannhet". En annen hadde følgende "innrømmelse": "Det finnes ikke noen sannhet. Du bedømmer handlingene ut fra om de er utført av en overordnet eller en underordnet." En tredje informatør sa at "å snakke om løgn er å leve i fortiden. Jeg tviler på at ordet i det hele tatt vil finnes i vokabularet vårt om noen tiår. Det finnes ikke løgn lenger, bare interesser som venter på å bli ivaretatt." Selveste (!) Harold Burson - stifteren av Burson-Marsteller - har uttalt at "det er ikke uetisk å skjule sannheten" (Pratt 1993: 220).<sup>161</sup>

Dette er fjernt fra den "fundamentalistiske" oppfatningen at etikken er absolutt og at hva som er riktig og godt, kan avgjøres på forhånd. Dersom de siterte personene i det hele tatt har tenkt over problemstillingen de kommenterer, så er det et åpent spørsmål om de har "tenkt nok". Det er i alle fall vanskelig å akseptere at (på)budet "Du skal ikke lyve!" ikke skal gjelde fullt ut for informatører. (Kanskje burde budet være informatørens yrkeskodeks i et nøtteskall!). Men dersom det er vanskelig - for ikke å si umulig - å kjenne (hele) sannheten til enhver tid og i enhver situasjon i dagens komplekse samfunn, kan det da være en "løsning" å gi kravet om *sannferdighet* forrang foran kravet om sannhet? Vi må alltid etterstrebe sannheten, men bør samtidig ha en realistisk opp-

---

<sup>161</sup> Vi har sett noen få tilfeller av praksis blant norske informanter, som kan tolkes som uttrykk for en slik holdning.

fatning av muligheten for å kjenne den i enhver situasjon. Derimot bør vi aldri gå på akkord med sannferdighetskravet. Det betyr at vi alltid skal fortelle den fulle sannheten *så langt vi kjenner den*.<sup>162</sup> I de etiske reglene for Norske Informasjonsrådgivere (NIR) står det at “faktainformasjon skal være sann”, og at “Sannhet betyr ikke at all informasjon til enhver tid skal gjøres tilgjengelig”. Dette kan oppfattes som en relativisering av sannhetsbegrepet og det er en kjetterisk tanke som treffer informatøren med stor relevans. Nettopp derfor bør problemstillingen reflekteres over og diskuteres. Kanskje er kravet om sannferdighet det strengeste vi realistisk kan stille!?

En annen relevant problemstilling er hvorvidt det å *holde tilbake* opplysninger er det samme som å lyve. Det kan synes som om det blant informatører er en utbredt oppfatning at det er mer alvorlig å positivt lyve enn å ikke si hele sannheten<sup>163</sup> (i rettspraksis er det i alle fall ikke tilfelle), og begrepet hvite løgner forteller oss at det er noen usannheter som blir ansett for å være mindre alvorlige enn andre.<sup>164</sup> For informatører kan det noen ganger være fristende å utnytte "løgnens fordeler" uten å fortelle en positiv usannhet.<sup>165</sup> Dietrich Bonhoeffer (1978:285) (en amerikansk teolog og etiker) sier at enhver ytring - ethvert ord - lever og har sin heim i bestemte omgivelser og han mener det uetisk å fortelle "alt" i enhver situasjon.<sup>166</sup> Mens Kant's pliktetikkk ikke tillater

---

<sup>162</sup> I FOI's etiske retningslinjer sto det at informatøren aldri *bevisst* skal gi uriktige opplysninger.

<sup>163</sup> Dette synes i alle fall å være tilfellet blant amerikanske informatører (Schick 1995).

<sup>164</sup> Vi har hatt en statsminister som *qua* statsminister har forsvart hvite løgner - trolig (forhåpentlig!) et situasjonsetisk standpunkt.

<sup>165</sup> Elliot Abrams, viseutenriksminister under president Reagan, uttalte i ettertid om informasjon han hadde gitt til Kongressen at den var "completely honest and completely wrong" (Martinson 1997:45).

<sup>166</sup> Bonhoeffer (1978:285) sier at: "The word which has come to life in the warmth of personal relationship is frozen to death in the cold air of public existence... Each word must have its own place and keep to it."

oss å lyve for å redde et menneske fra en potensiell morder, mener Sissela Bok (1982:254) at ethvert krav om informasjon må bli vurdert i sin konkrete kontekst, en kontekst som setter grenser for hva noen «har rett» til å vite. Dette er Fogethey (1976:241) enig i og han sier at språket kan bli misbrukt på to måter: Ved bevisst å informere om noe som vi vet er usant og ved å offentliggjøre sannheter som vi ikke har noen rett til å offentliggjøre. Vi er med andre ord også ansvarlig for vår *taushet*: Det er ting som burde ha vært sagt og det er ting som ikke burde det.<sup>167</sup>

I følge Martinson (1997) kan det utvikles en tilnærmet objektiv standard som gjør det mulig for oss å håndtere dette problemet på en akseptabel måte. Han introduserer begrepet om *substantial completeness* (op. cit., s. 43): "The point at which a reasonable (person's) requirements for information are satisfied". Jeg oversetter det med "tilstrekkelig fullstendighet" - en betegnelse som gir konnotasjon av et paradoks, noe jeg tror også Martinson mener. I dette ligger det nettopp at vi ikke i enhver situasjon må fortelle "alt" men at vi skal være sannferdige. Selv om "substantial completeness" er et relativistisk begrep, så bygger det likevel ikke på vilkårlighet og fullstendig subjektivitet. Begrepet kan få substans - avhengig av den konkrete situasjonen - ved referanse til bestemte mål formulert under nærmere bestemte politiske, institusjonelle og moralske forhold (ibid.). Gitt denne forutsetningen er "tilstrekkelig fullstendighet" et meningsfullt - og realiserbart mål.

Hva betyr så dette i praksis for informatøren? Det innebærer at han i sin kommunikasjon må prøve å sette seg *i mottakerens sted* og spørre seg selv om

---

<sup>167</sup> Det er mulig i det minste å *antydde* en løgn ved å ytre en sannhet, som det går fram av denne anekdoten: Det var dårlig forhold mellom kapteinen og styrmannen på en båt, noe som bl.a. viste seg ved at kapteinen hver gang han førte loggboka, skrev "I dag var styrmannen lett beruset" - som sant var. Dette irriterte styrmannen sterkt og en dag han førte loggen, skrev han om kapteinen som var totalavholdsmann: "I dag var kapteinen edru"!

han kommuniserer den informasjonen mottakeren trenger for å ta riktige og fornuftige avgjørelser<sup>168</sup> (kfr. kooriteringsmodellen). Når informatøren ønsker å kommunisere, så må han anstrenge seg for å gjøre det på en åpen og ærlig måte og ikke skape falske forestillinger selv om han rent formelt ville bestå en sannhetstest. Martinson (op. cit., s. 44) peker på at det ville være i overensstemmelse med et godt kommunikasjonsetisk prinsipp dersom informatøren spurte seg selv om han ville være fornøyd med informasjonen dersom han var *mottaker* og ikke avsender. Oppfatningen av et bestemt informasjonstiltak kan nemlig forandre seg dramatisk om en skifter fra avsenderens til mottakerens posisjon.

En informatør som er genuint opptatt av å kommunisere sannferdig og "tilstrekkelig fullstendig" informasjon må heller ikke tilsmusse kommunikasjonskanalene med "jukseprat" som vil bidra mer til forvirring enn til oppklaring. Han kan og bør ikke prøve å forlede andre for etterpå selvrettferdig å peke på at han i alle fall ikke har snakket usant. Martinson (op. cit., s. 45) konkluderer med at informatører som er opptatt av å kommunisere etisk, må forplikte seg til å gi sannferdig informasjon, det bør bli en vane - en dyd. Det betyr at informatøren vil være seg bevisst det faktum at fristelser til å kommunisere noe mindre enn "tilstrekkelig fullstendighet" ikke er annet enn fristelser til å manipulere mottakeren til informatørens eller en klients fordel.

## **Samvittigheten**

Noen vil muligens være overrasket over at jeg så langt ikke har nevnt samvittigheten med et eneste ord. Er samvittigheten uinteressant eller irrelevant i etisk-moralsk sammenheng? Det er den selvfølgelig ikke, men den er likevel problematisk å plassere og behandle i en slik kontekst. Det er ikke uvanlig å kalle

---

<sup>168</sup> Martinson (1997:44) snakker om "reversibility". Jeg tolker det til å bety det samme som universaliserbarhet.

samvittigheten et moralsk "kompass" som gir oss retningen på grunnlag av det vi har klart å integrere av normative forventninger fra samfunnet rundt oss. Problemet er imidlertid at samvittigheten tydeligvis har ulikt innhold fra person til person; det noen gjør med beste samvittighet, gir andre dårlig samvittighet. Det kan bl.a. skyldes at vi opplever de normene i samfunnet som ga oss "kompasset", høyst forskjellig, og vi vokser opp under ulike normer, slik at for noen kan det stride mot samvittigheten å følge en bestemt norm. Det er verdt å merke seg at samvittigheten ikke blir ofret særlig plass av nyere moralfilosofer.<sup>169</sup>

Henriksen og Vetlesen (1997:215) peker på tre forhold som er viktig når det gjelder samvittigheten:

- Samvittigheten kan overskride samfunnets normer og ikke bare gjenspeile dem
- samvittigheten uttrykker derfor den moralske aktørens selvstendige valg og vurderinger
- samvittigheten er like viktig som indikasjon på moralsk integritet, som på hva som er en rett handling

Å handle i overstemmelse med ens samvittighet er noe vi legger stor vekt på fordi det er med på å uttrykke menneskets rett til selvbestemmelse og autonomi. Men å handle slik er ikke uten videre en tilstrekkelig grunn til at handlingen er moralsk. Det er som nevnt mulig å handle i overensstemmelse med ens samvittighet og samtidig være på kollisjonskurs med idealene i samfunnet. Det er derfor ikke *tilstrekkelig* å påberope seg sin egen samvittighet når en skal begrunne sine valg og handlinger. Vel så viktig er det hva slags idealer eller normer samvittigheten uttrykker (ibid.).

---

<sup>169</sup> Dette kan tolkes som en (indirekte) kritikk av Kant.



## Kap. X Retningslinjer

Trond Berg Eriksen (1995) peker på at den generelle tendensen til å bygge ut et komplett sett av kontrollmekanismer i samfunnet fører til at den enkeltes evne til tilslutning og motstand blir svekket, for ikke å si overflødiggjort. Med det mener Berg Eriksen at det utvikles en etisk-moralsk apati. Bauman (1996:132) viser til en tilsvarende tendens ved at det moralske ansvaret forskyves over på det han kaller "sosialt konstruerte og administrerte overindividuelle representanter, eller gjennom flytende ansvar innenfor et byråkratisk ingenmannsstyre". Resultatet blir at etikk i form av regler og konvensjoner erstatter moralske følelser og intuisjoner og at en betydelig del av menneskets handlinger blir fritatt fra moralske dommer og i de verste tilfellene også fra enhver moralsk betydning. Harald Ofstad (1987:18f, 42f) peker på at moralsk oppdragelse gjennom å lære regler er problematisk: Regler kan sjelden løse våre moralske problemer fordi reglene ofte kommer i konflikt med hverandre. Det er ellers noe uvanlig å *stemme over/vedta* en etikk siden den bare har gyldighet som personlig overbevisning. Men i dag er altså at kursing og opplæring i etikk en "vekstnæring"<sup>170</sup> og stadig flere organisasjoner av ulike slag utarbeider sine etiske kodekser. Det gjelder også innenfor informasjonsbransjen.

### Ulike oppfatninger

For bedrifter og organisasjoner synes etiske retningslinjer å være en vanlig løsning når de ønsker å høyne den etisk-moralske bevisstheten blant de ansatte. Slike retningslinjer kommer ofte som resultat av "krisesituasjoner" i eller rundt organisasjonen, og da kan tiltaket være fornuftig og nødvendig. Når det gjelder etiske retningslinjer for informatører, så viser en debatt blant yrkesutøvere og

---

<sup>170</sup> Slik opplæring i etikk kan selvfølgelig skje uten at det rammes av Ofstads kritikk.

forskere i USA store meningsforskjeller. Proargumentene er at slike retningslinjer bidrar til god kommunikasjonspraksis, de snevrer inn aktuelle problemområder, fører til refleksjon, minsker behovet for intervensjon utenfra, de etablerer et naturlig referansepunkt for vurdering av konkrete tilfeller og de har en oppdragende virkning på yrkesutøverne (Leeper 1996:141). Dessuten kan *selve arbeidet* med etiske retningslinjer og bruken av dem skje i et Habermas-perspektiv (ved kontinuerlig dialog) og det har egenverdi. I innledningen til etiske retningslinjer for Norsk Kommunikasjonsforening står det at “Medlemmene bør bidra til å holde den etiske debatten levende og således øke bevisstheten om etiske spørsmål....”.

Innvendingene mot etiske retningslinjer er at de vil være statiske elementer på et område som mest av alt er preget av dynamikk, at regler kan bli oppfattet som universelle uten at de er det og at de ikke vil ha den nødvendige autoritet (ibid.). Men retningslinjer kan også skape inntrykk av at etisk praksis er noe som ligger "mellom" yrkesutøvelsen og etikken, og det kan føre til at ingen av delene blir tatt alvorlig. Det er også en fare for at slike regler og konvensjoner kan komme *i stedet for* moralske diskusjoner og at en betydelig del av ens handlinger blir fritatt for moralske vurderinger og dommer. Dette er generelle motforestillinger som i prinsippet også gjelder for etiske retningslinjer for informatorer. De kan følges opp med spørsmål om f.eks. retningslinjene blir brukt som en "én-gang-for-alle-løsning" slik at de bidrar til at all etikkdebatt ansees som overflødig,<sup>171</sup> og om reglene skal være generelle ("retningsgivende") eller om de skal gi løsninger på konkrete, aktuelle problemer.

Nok en gang bør det understrekes at empati - medfølelse - kanskje er en viktigere egenskap i etisk-moralske sammenhenger enn Kant's (kjølige) fornuft.

---

<sup>171</sup> Dette er en "frykt" som er kommet til uttrykk blant PR-forskere i USA (Leeper 1996:134).

Og Johnson (1993) peker nettopp på at den analytiske tilnærmingen til etikken som retningslinjer innebærer kan føre til at vår sosialitet og empatiske forestillingsevne - evnen til å leve seg inn i andres situasjon - blir ignorert. Johnson mener at vår forståelse av moralens vesen og dens rekkevidde er blitt drastisk innsnevret: Fordi man har redusert moral til en teori om absolutte prinsipper og moralske overveielser til etisk argumentasjonsteknikk, så har etikken kommet til å handle om en form for problemløsning. Bak dette ligger en forestilling om at det finnes etiske problemer som vi ved hjelp av anvendt moralteori kan lære teknikker for å løse. Peter Kemp har denne kommentaren til det faktum at etiske retningslinjer blir stadig vanligere i bedrifter og organisasjoner:<sup>172</sup>

Har ikke denne byråkratiseringen av etikken også visse problematiske sider? Jo, et hvert fagområde skal nå ha sin egen etikk. (.....) På sitt beste representerer moralreglene et forsøk på å verne grupper mot hverandre, og sørge for en rettferdig fordeling av godene i den grad det lar seg gjøre. Men det som skjer når man snakker så mye om etikk, er at etikken lett kan bli brukt til å tyrannisere andre med, gjerne som ledd i kamp om prestisje og makt. Og så blir moralismen brukt til å undertrykke andre med.

Tatt i betraktning situasjonsetikkens sterke stilling blant informatører, så skulle en tro at etiske retningslinjer/yrkeskodekser er lite utbredt innen yrket. Det er imidlertid ikke tilfelle og det skyldes trolig bl.a. et sterkt ønske blant informatører om å "heise flagg" for å avvise en vanlig oppfatning (i USA - og i Norge?) om at informasjon - særlig PR! - er noe etisk tvilsomt (Grunig og Hunt 1994:72,

---

<sup>172</sup> Fra et intervju i Aftenposten, i følge Erlie (1997:57f).

Allern 1997:20). Et annet motiv har vært ønsket om profesjonsmarkering,<sup>173</sup> og en rekke yrker (særlig innen helse- og sosialsektoren) har i lengre tid hatt etiske regler (Lingås 1992).

## **Pliktetikk**

Vi kunne forvente at etiske retningslinjer for informatører ville være "situasjonsetiske" i den forstand at de enten forkynner en generell anbefaling av handlingsrettete maksimer eller lister opp løsningsalternativer på konkrete, kjente problemer.<sup>174</sup> Men ingen av delene er en helt dekkende beskrivelse av situasjonen. Etiske retningslinjer for Norsk Kommunikasjonsforening har fire hovedpunkter som er klart pliktetisk: Medlemmene *skal* aktivt arbeide for størst mulig åpenhet, de *skal* opptre slik at det ikke oppstår tvil om lojaliteten i forhold til arbeidsgiveren, de *må* verne om sin personlige og faglige integritet og de *må* opparbeide seg troverdighet. Retningslinjene avsluttes ved at det listet opp spesielle krav til informatører i offentlig sektor.

Kommunikasjonsforeningens retningslinjer avspeiler "ånden" fra Grunig og Hunt's etiske prinsipper (kfr. "Verdensanskuelse..." i kap. IX) og de bærer lite preg av situasjonsetikk - en arv fra Informasjonsforeningens regler som var mer generelle enn FOI's retningslinjer. Problemet ved å være konkret er at det lett kan gi grunnlag for ikke-intenderte antitetiske tolkninger. Det er imidlertid en allmenn oppfatning at regler kan være konkret på hva yrkesutøvere *ikke* bør gjøre.

---

<sup>173</sup> I følge Ulf Torgersen (1972:10) må følgende krav oppfylles for at et yrke skal kunne kalles en profesjon: 1) en bestemt langvarig formell utdanning erverves av 2) personer som stort sett er orientert mot oppnåelse av bestemte 3) yrker som i følge sosiale normer ikke kan fylles av andre personer enn de med denne utdanningen. (Dersom disse formelle kravene legges til grunn, så er det nok langt fram til at informatøryrket blir en profesjon.)

<sup>174</sup> Slike blir gjerne opplistet i såkalte "strekpunkter".

De første etiske kodeksene for informatører kom - selvfølgelig - i USA. Public Relations Society of America (PRSA), verdens største profesjonelle organisasjon for informatører (1948), vedtok sin "Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations" i 1954 (Grunig og Hunt 1984:73). Kodeksen blir endret og ajourført med jevne mellomrom og var i 1999 på 17 artikler. Hovedbudskapet er at den enkelte informatør skal la publikums interesser være ledesnor for sitt arbeid. I 15 av de 17 artiklene er "skal" og "skal ikke" brukt, f.eks. "Et medlem skal ikke engasjere seg i noe som har til hensikt å korrumpere integriteten til det offentliges kommunikasjonskanaler" (art. 6), og: "Et medlem skal ikke bevisst ødelegge det profesjonelle ryktet eller praksis til en kollega" (art. 14). I den etiske kodeksen til International Association of Business Communicators (IABC) - som består av 7 artikler - brukes det ubetingede "vil"/"vil ikke", mens i en 13-artikkels kodeks til International Public Relations Association (IPRA) kreves det at medlemmene skal "bestrebe seg på" og "forplikte seg til" bl.a. å følge de moralske prinsippene til menneskerettighetserklæringen. Medlemmene skal også "avstå fra" uetiske og uærlige handlinger som kan skade menneskers verdighet (Pratt 1993:224-225).

## **Hever nivået**

Med referanse til den to norske og de tre amerikanske kodeksene må vi kunne slå fast at medlemmene av de respektive organisasjonene i sin praksis (i det minste rent teoretisk!) er ubetinget forpliktet til generelle etiske normer. Særlig IABC's kodeks tilfredsstillende både nytte-etiske prinsipper og Kants kategoriske imperativ og *avviser* dermed situasjonsetikken. Av de klagen om brudd på kodeksen som kom til PRSA i løpet av en 33-års-periode, gjaldt det mest art. 3; om å behandle publikum på en korrekt og rettferdig ("fairly") måte, deretter art. 5; om å ikke formidle falsk eller misvisende informasjon, og art. 1; om å opptre

i overensstemmelse med publikums interesser.<sup>175</sup> Det er ellers en utbredt oppfatning blant PRSA's medlemmer at deres etiske kompetanse må økes. Det kan skje gjennom opplæring men også ved større fokusering på eventuelle brudd på kodeksen (Pratt 1993:225). Om dette skal tolkes som at medlemmene syntes at det var blitt rapportert for få eller for mange brudd på retningslinjene, er uklart. Det er derimot de som mener at kodekser *ikke* er et spesielt effektivt middel i forhold til hensiktene bak dem:

*The scarce resource in ethics is independent thinking - not rule compliance..... To gain anything by having a code of ethics, management must relentlessly emphasize that codes are merely guidelines, that the rules have exceptions, and that the essence of ethics is independent thinking and questioning.*  
(Pastin 1986:474)

Selv om det kan reises plausible innvendinger mot slike retningslinjer, så er det grunn til å tro at de alt i alt bidrar til å heve det etiske nivået i organisasjonen ved at de kontinuerlig minner medlemmene om hva som er uakseptabelt og som ikke holder profesjonell standard. Utad vil etiske kodekser dessuten kunne være et signal om at informatører som yrkesgruppe har et reflektert forhold til det de gjør.<sup>176</sup> Blant norske informatører er kunnskapen om deres yrkesetiske regler

---

<sup>175</sup> Av i alt 165 klager endte ti med disiplinære forføyninger, hvorav to førte til at informatører ble "sparket" og i to ble informatøren suspendert (Pratt 1993:225).

<sup>176</sup> Dette var tydeligvis *Maiken Ims* (den gang programsjef i NRK) tanke da hun på et etikkseminar for informatører høsten 1991 uttalte at: "Formålet med etiske retningslinjer for informatører er først og fremst å hindre tvil blant publikum om integritet og troverdighet, unngå mistanke om bakenforliggende motiver...". (INFORUM nr. 1, 1992, s. 13).

ikke spesielt stor: 41 % kjenner ikke til reglene i det hele tatt/ikke særlig godt, mens 29 % kjente dem ganske godt/svært godt. 30 % kjente dem "noe" (N=227) (Gabrielsen 1999). En ledende informatør i USA<sup>177</sup> tillegger jevnlig *revisjon* av retningslinjene stor betydning: "En regelmessig gjennomgang av PRSA-kodeksen er en glimrende egensjekk. Det er det mest effektive tiltaket vi har mot dem som gjennom sin praksis undergraver yrket" (Pratt 1993:225).

Grunig og Hunt (1984:72-73) reiser spørsmålet hva en informatør bør gjøre dersom organisasjonen ikke er villig til å endre policy etter at han har gjort ledelsen oppmerksom på samfunnsmessige uheldige konsekvenser ved organisasjonens praksis. I følge PRSA's kodeks bør informatøren gå av i protest. G&H mener imidlertid at det ville være bedre å bli forutsatt at vedkommende fortsetter å snakke publikum sak overfor ledelsen. En annen mulighet er å "lekke" til massemediene i håp om at organisasjonen gjennom offentlig omtale blir tvunget til å endre praksis. Det kan imidlertid bety at informatøren må gå i unåde. Uansett av hvilken grunn informatøren må gå i en slik sammenheng, så risikerer man at han blir erstattet av en som ikke ser noen problemer i arbeide for organisasjonen til tross for at den har uønskete konsekvenser for publikum/samfunnet.

Det synes å være liten tvil om at etiske retningslinjer tross alt er positive bidrag til organisasjonenes etisk-moralske standard sett som en funksjon av de ansattes/medlemmenes yrkespraksis. Og verdien av slike regler vil utvilsomt øke med diskusjonen rundt dem. En-gang-for-alle-vedtatte-og-arkiverte retningslinjer kan i verste fall gjøre mer skade enn gagn. Men også her er mening-

---

<sup>177</sup> J. Richard Skinner, informasjonssjef i Holland America Line-Westours, Inc., Seattle.

ene delte. Henriksen og Vetlesen (1997:185-186) sammenfatter sin tanker om moralsk yrkesutøvelse i fire punkter.

- 1) Etske spørsmål kan ikke bare løses på bakgrunn av en felles oppfatning om grunnleggende prinsipper
- 2) Etske prinsipper eller regler er i mange tilfeller utilstrekkelige for å gripe hva som leder til en bestemt handling
- 3) I enhver handling er det et individuelt element som krever innlevelse, fortolkning og engasjement på en måte som overskrider kompetansen til regelanvendelse og rasjonelt kalkulerende fornuft
- 4) God moralsk yrkesutøvelse krever en ekspertise som ikke bare kan utledes av evnen til å anvende regler og analysere situasjoner godt

Henriksen og Vetlesen er altså kritiske til et etisk regelverk som de synes å oppfatte som instrumentalistisk (kfr. "rasjonelt kalkulerende fornuft" i pkt. 3). Pkt. 1) - og til en viss grad også pkt. 2) - kan tolkes som argument for situasjonsetikk. Deres hovedpoeng er at yrkesetikk først og fremst handler om personlig integritet og empati.

Den sterke generelle internasjonaliseringstendensen tatt i betraktning er det naturlig å diskutere om det er mulig og ønskelig med *internasjonale* retningslinjer for informatører. Og hvis det er ønskelig, er det da praktisk mulig med tanke på de store interkulturelle ulikhetene? Dean Kruckeberg (1993) argumenterer for slike regler og han anfører to grunner: For det første må reglene



komme som resultat av en omfattende internasjonal diskusjon mellom alle impliserte parter, en diskusjon som må bestå i gjensidig avklaring av og tilnærming til de forskjellige argumentene. For det andre er det mulig å basere internasjonale retningslinjer på Apel's og Habermas' diskursetikk som igjen er basert på språkets universielle egenskaper. Ulike språk er mao ikke noe hinder, snarere tvert imot. På dette grunnlaget konkluderer Kruckeberg med at internasjonale etiske retningslinjer er "both possible and feasible" (ibid.).



## Kap. XI Spørsmålene viktigere enn svarene

Jeg konkluderte innledningsvis med at etikkundervisningen bør sikte mot å bidra til høyere etisk bevissthet og kritisk tenking istedet for å fokusere på etiske og moralske regler - uten at det ene nødvendigvis utelukker det andre. Uansett er det viktig å understreke at det typiske for etiske spørsmål er at det ikke finnes noe klart svar. Det er nettopp når vi ikke vet svaret på spørsmål som "Hva er rett og galt, godt og ondt?" at vi har et etisk problem. Etiske problemer kjennetegnes altså ved at vi ikke har noen klar eller selvinnlysende løsning - det er derfor de er problemer for oss. En internasjonal arbeidgruppe av forskere og andre yrkesutøvere har foreslått følgende *mål* for etikk-undervisning av ansatte i byråkratiske organisasjoner (Lundquist 1988:26): Funksjonærene må kunne

-stille de riktige spørsmålene - og ikke tro at det finnes rette svar

-skape et miljø der de ansattes erfaringer og hensikter kan relateres til moralfilosofiens logikk og innsikt

-bruke et sammenlignende perspektiv for å beskrive og forklare ulike synspunkter og resultat i ulike økonomiske, politiske og kulturelle miljøer

-hjelp funksjonæren med å bevisst gå løs på de etiske og verdimeslige dilemmaene og konfliktene som forekommer på egen arbeidsplass.

-medvirke til å internalisere et engasjement i etisk atferd som et middel til å skape harmoni mellom byråkratisk makt og ansvarlighet.

Det synes klart at bak disse målformuleringene ligger det et ønske om å skape *økt oppmerksomhet* om etiske problemer hos funksjonæren - som enkelte ganger er en informatør - ikke å indoktrinere han i et bestemt verdisyn.

### **Det "lille" og det "store" perspektivet**

Når temaet er etikk relatert til en bestemt yrkesgruppe, så er det ikke til å unngå at fokus vil bli noe individualistisk. Og siden etikk og moral er en personlig sak, så kan en si at dette "lille" perspektivet er naturlig; det handler om hvordan hver enkelt av oss opptrer i ulike sosiale situasjoner. Derfor er temaer som personlig påvirkning, hvordan vi forholder oss til kravene om sannhet og sannferdighet, hvordan vi møter kravene fra arbeidsgiver osv relevante og viktige problemstillinger, problemstillinger som en informatør tidlig bør ha et bevisst og reflektert forhold til. I praksis vil informatørens etiske standard primært bli målt ut fra nettopp et slik "mikroorientert" perspektiv.

Men dette må ikke overskygge det "store" perspektivet som handler om bedriftens/organisasjonens etiske rolle: De etiske, sosiale, økonomiske, økologiske og politiske konsekvenser organisasjonen har for samfunnet. Det vil være et tegn på liten bevissthet dersom informatøren ikke på et tidlig tidspunkt i et ansettelsesforhold også gjør seg slike vurderinger. Det mest naturlige er at dette er overveielser som blir gjort *før* en søker på en stilling. Er en bare opptatt av det "lille" perspektivet, så er det uttrykk for en klassisk funksjonærholdning: En jobb er en jobb og den skal utføres på teknisk-faglig beste måte! Med et slik utgangspunkt kan informatøren risikere være opptatt av å lage de gode pressemeldingene, holde de strøkne pressekonferansene og lage de informative brosjyrene - på vegne av en bedrift som kanskje produserer helsefarlige produkter eller ødelegger miljøet....

Konklusjonen må være at begge perspektivene er viktige og nødvendige og det er ikke noe motsetningsforhold mellom dem - tvert imot. Forutsetningen

for at informatøren skal kunne takle begge på en adekvat måte, er at han har etisk kompetanse og vilje og evne til å bruke den til å gjenkjenne "de etiske situasjonene" når de oppstår. En undersøkelse blant norske bedriftsrådgivere/konsulenter i 1997<sup>178</sup> (som bl.a. avslører at konsulentene har større tro på sin egen etiske holdning enn på sine kollegers!) viser at et av problemene deres var nettopp at de ikke var klar over når de befant seg i etiske (konflikt)situasjoner. I denne sammenhengen bør nevnes et spesielt forhold som omtales generelt av Henriksen og Vetlesen (1997:178): Faren for at nærhetsetikken fører til *pater- nalisme*.<sup>179</sup> Budskapet om at informatører må bry seg - føle empati - med sine målgrupper, er klart nok, men det kan i visse situasjoner føre til at informatøren overkjører den/de andre, om enn med de beste hensikter. Henriksen og Vetlesen (ibid.) mener at tolkningen av hva som er til det beste for andre krever erfaringsbasert innsikt kombinert med evnen til empati og til å lytte til kollegers råd og anbefalinger - vi kan kalle det en "minidiskurs" over et etisk problem. Men utgangspunktet er altså oppmerksomhet/bevissthet om den etiske situasjonen vi er i til enhver tid. Til det kreves det etisk kompetanse som betyr at vi bl.a. har

- evne til å argumentere. Vi må kunne unngå logiske feil for vår egen del og kunne oppdage og påpeke slike feil hos andre
- et visst kjennskap til etikken og de moralske begrepenes mening
- et minimum kunnskap om sentrale etiske teorier
- gode kunnskaper om (relevante) faktiske forhold
- tid til å reflektere over etiske spørsmål

---

<sup>178</sup> Undersøkelsen er gjennomført av Norges Bedriftsrådgiverforening (NBF) og Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning (SNF). (Se note 71.)

<sup>179</sup> Paternalisme betyr at vi mener at andre har behov for oss og at de selv ikke skjønner viktig vi er for dem. Det er en form for bedrevitenhet med andres beste som erklært motiv.

## Struktur og handling

Jeg har tatt for meg tre strukturer i betydningen "ytre" forhold som påvirker - begrenser og "tvinger" - informatøren som etisk aktør. Slik sett er jeg i god tradisjon når det gjelder den samfunnsvitenskapelig bruken av begrepet om struktur. Siden temaet er etikk er det imidlertid grunn til å være på vakt overfor en for defaultisk holdning til slike strukturer, som om de ikke kan være påvirkelige av våre *handlinger*. Begrepsparet struktur - handling er en sentral dikotomi innen samfunnsvitenskapene behandlet bl.a. av Anthony Giddens (1984).

Giddens peker på at strukturer og handlende aktører må sees som to sider av samme sosiale praksis, som en "dualitet". Hans begrep om sosial struktur refererer ikke ene og alene til "ytre" begrensninger men også til regler og ressurser som både kan fremme og begrense handlinger - slik også jeg bruker begrepet. Sosiale strukturer er bestemte regler som er blitt internalisert av samfunnsmedlemmene, de eksisterer ikke uavhengig av dem *men opprettholdes gjennom dem qua handlende individer*. Sosiale systemer "struktureres", de er både medier for handlinger og resultat av slike - og ikke bare et fastlagt rammeverk (op. cit., s. 23ff). I dette ligger det også et frigjørende imperativ med et psykoanalytisk perspektiv: Gjennom bevissthet om at strukturene til en viss grad er "menneskeskapt" kan vi bidra til at de endres. *Sosiale strukturer bør møtes med handling, ikke med unnvikenhet!*

Giddens framhever altså det handlende subjektets muligheter men understreker samtidig den regelmessige siden ved sosial praksis og han bruker begrepet *rutinisering* for å karakterisere "the habitual, take-for-granted character of the vast bulk of activities of day-to-day social life" (op. cit., s. 376). Det er her tale om institusjonaliserte trekk ("strukturelle egenskaper") ved samfunnet, trekk som strekker seg over tid og rom (op. cit., s.185). "Mine" tre strukturer - språket, teknologien og organisasjonen - har i varierende grad denne egenskapen.

Mats Ekström og Stig Arne Nohrstedt (1996) skiller mellom fire nivåer når det gjelder strukturer som påvirker *nyhetsjournalistenes* arbeid. Det øverste er de "overgripende strukturer" som omfatter bl.a. ideologier, tradisjoner, økonomi og maktstrukturer. Deretter kommer "den spesifikke organisasjonens struktur". Her inngår den sosiale organiseringen og vilkårene som preger miljøet i organisasjonen. Neste nivå er "handlingsmønstre og sosial interaksjon" som betegner rutiner, ritualer og strategier blant de ansatte og mellom de ansatte og kunder/klienter. Laveste nivå er "individet", dvs den ansattes mer spesifikke kunnskaper og erfaringer, vanemessige handlinger og vurderinger.

Ekström og Nohrstedt's "nivåstruktur" er altså eksplisitt myntet på journalister og den sosiale settingen er nyhetsredaksjonen. *Grepet* de tar om strukturproblemet er imidlertid interessant og relevant også for informatører (og for andre yrkesgrupper) fordi det prøver å avmystifisere strukturene ved å konkretisere dem: De fremstilles som mer håndfaste mekanismer som kan analyseres og manipuleres - kanskje til og med løses opp. Sosiale institusjoner er et norm- og handlingsfellesskap med en viss autonomi og med en innebygd "treghet" som gjør at de er vanskelig å forandre gjennom enkeltmenneskers eller grupperes handlinger. Men ved å "begynne med seg selv" skulle det rent logisk ut fra Ekström og Nohrstedt's strukturhierarki være mulig å påvirke - eventuelt forandre - overordnede strukturer. Dette er en handlingsrettet strategi som har klare etiske implikasjoner. For etiske krav kan vi bare stille til en person som har handlingsrom. Den som ikke har frihet men bare handler under tvang, lever ikke ut fra egen moralsk overbevisning. Hvorvidt vi i neste omgang klarer å fylle etiske krav, avhenger bl.a. av vår etiske kompetanse og dermed av vår evne til å gjenkjenne de etiske situasjonene, og tilslutt evnen til å handle etter bevisste valg - rettet av allmenne etiske prinsipper.

Men uansett moralfilosofisk ståsted: Etisk argumentasjon handler ikke om logikk, men om *overbevisning*. Vi kan ikke begrunne våre verdier rasjonelt

fordi moralske verdier ikke er underlagt fornuften, men - som Paul Johnston (1989) sier - de er fornuftens endepunkt. Det er styrken i vårt livssyn som avgjør vår seriøsitet i så måte. Og som alltid på etikkens område er de beste bidragene ikke det vi sier, men det vi gjør – eksemplets makt!



## Litteraturoversikt.

- Allern, Sigurd (1997) Når kildene byr opp til dans. Oslo:Pax Forlag a/s
- Apel, Karl-Otto (1988) Diskurs und Verantwortung. Frankfurt:Suhrkap
- Apel, Karl-Otto (1990) Konfliktløsning im Atomzeitalter als Problem einer Verantwortungsethik, i *Diskurs und Verantwortung*. Frankfurt:Suhrkamp
- Austin, J. L. (1962) How To Do Things With Words. Oxford:Oxford University Press
- Bajer, Frederik (1916) Den evige fred. Kristiania:Cammermeyer
- Bauman, Zygmunt (1989) Modernity and the Holocaust. Cambridge:Polity Press
- Bauman, Zygmunt (1996) Lévinas' og Løgstrups strategi for morallivet, i *Nærhetsetikk*, Vetlesen, Arne Johan (red.). Oslo:ad.Notam Gyldendal
- Beck, C. M., B. S. Crittenden and E. V. Sullivan (1971) Moral Education. Interdisciplinary Approaches. Toronto and Buffalo:University of Toronto Press
- Berg, Anne Marie (1995) Vellykket forvaltning - god organisasjon og ledelse i staten. Oslo:TANO
- Berg Eriksen, Trond (1995) Helse i hver dråpe. Innspill om etikk, kunnskap og omsorg. Oslo:Universitetsforlaget
- Björkroth, Göran (red.) (1995) Offentlig information som konkurrens- og kvalitetsinstrument. Marknadsorientering i offentlig sektor. Överlever den nordiska modellen? Stockholm:Kommentus
- Blach, Thomas og Jesper Højborg (red.) (1992) PR - håndbog i information og public relations. København:Borgens Forlag
- Blakar, Rolv Mikkel (1996) Språk er makt. Oslo:Pax Forlag A/S
- Blau, Peter M. (1955) The Dynamics of Bureaucracy. A study of interpersonal relationships in two government agencies. Chicago:University of Chicago Press
- Bok, Sissela (1982) Secrets: On the Ethics of Concealment and Revelations. New York:Pantheon Books
- Bolman, Lee G. og Terrence E. Deal (1991) Nytt perspektiv på organisasjon og ledelse. Strukturer, sosiale relasjoner, politikk og symboler. Oslo:ad Notam

- Bonhoeffer, Dietrich (1978) What is ment by "Telling the Ttuth"? i Bok, Sissela: *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*. New York: Pantheon Books
- Brekke, Toril, Bernt Hagtvvet, Peter Normann Waage (1994) Den farlige ytrings-friheten. Oslo:J. W. Cappelens Forlag a.s.
- Broderstad, Else Grete (1995) Samepolitikk i et deliberativt perspektiv, i Eriksen, Erik Oddvar (red.) *Deliberativ Politikk. Demokrati i teori og praksis*. Oslo:TANO
- Brown, H. I. (1977) *Perception, theory and commitment: The new philosophy of science*. Chicago:University of Chicago Press
- Bråten, Stein (1983) *Dialogens vilkår i datasamfunnet*. Oslo:Universitetsforlaget
- Bøe, Solveig (1998) På sporet av Charles Taylors moralske realisme, i *Norsk Filosofisk Tidsskrift* (33)
- Cooper, Cary L. and Chris Argyris (1997) *The Blackwell Encyclopedia of Management*. Vol. XI, Business Ethics. Cambridge Mass.:Blackwell Business
- Crozier, Michel (1964) *The Bureaucratic Phenomenon*. London:Tavistock
- Cutlip, Scott M., A. H. Center and G. M. Broom (1994) *Effective Public Relations*, 7. utgave. London:Prentice-Hall
- Deatherage, Christina P. og Vincent Hazelton (1998) Effects of Organizational Worldviews on the Practice of Public Relations: A Test of the Theory of Public Relations Excellence, i *Journal of Public Relations Research*, 10 (1).
- DeMarco, Joseph P. og Richard M. Fox (1988) Et spørsmål om etik. Om etikk-en og dens anvendelse. Abyhøj:Forlaget Ask
- Dozier, David M., James Grunig og Larissa Grunig (1995) *Manager's guide to excellence in public relations and communications management*. Mahwah, NJ:Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Ekström, Mats og Stig Arne Nohrstedt (1996) *Journalistikens etiska problem*. Stockholm:Raben Prisma
- Elster, Jon (1989) *Vitenskap og politikk*. Oslo:Universitetsforlaget
- Eriksen, Erik Oddvar (1993a) *Den offentlige dimensjon. Verdier og styring i offentlig sektor*. Oslo:TANO

- Eriksen, Erik Oddvar (1993b) Grenser for staten? Om makt, penger og kommunikasjon som styringsinstrumenter. Oslo:Universitetsforlaget
- Eriksen, Erik Oddvar (red.) (1994) Den politiske orden. Oslo:TANO
- Erlien, Bente (1993) Etikk og offentlig informasjon. Forum for offentlig informasjon (FOI)
- Erlien, Bente (1997) Intern kommunikasjon. Planlegging og tilrettelegging. Oslo:Tano Aschehoug
- Fagothey, Austin (1976) Right and Reason: Ethics in Theory and Practice. St. Louis:C. V. Mosby
- Falkenberg, Andreas W. og Tore Nordenstam (1998) Etikk i næringslivet. Fra praksis til teori. Oslo:Cappelen Akademisk Forlag
- Festinger, Leon (1957) The Theory of Cognitive Dissonance. Standford, Cal.: Standford University Press
- Fischer, F (1983) Ethical Discourse in Public Administration. *Administration and Society*, vol. 15. nr. 1:5-42
- Fletcher, Joseph (1966) Situation Ethics: The New Morality. Philadelphia:The Westminster Press
- Fløistad, Guttorm (1996) Om å kunne mer enn man kan. Ledelse, verdiformidling og kunnskapskrav i skolen. Kristiansand:Høyskoleforlaget
- Fossum, Egil (1991) Er nå det så sikkert? Journalistikk og kildekritikk. Oslo: Cappelen
- Frankena, William K. (1973) Ethics. New Jersey:Prentice Hall
- French, Peter A. (1983) Ethics in Government. New Jersey:Prentice-Hall
- Frølund, Sune (1988) Gen-etisk engineering - et nytt værktøj i kassen. UNDR (Nyt Nordisk Forum), nr. 55, vol. 22, nr. 4
- Føllesdal, Dagfinn, Lars Walløe og Jon Elster (1996) Argumentasjonsteori, språk og vitenskapsteori. Oslo:Universitetsforlaget
- Gabrielsen, Knut (1999) Norske informatørers etiske profil. (Høgskolen i Hedmarh, ikke-publisert undersøkelse).
- Gabrielsen, Knut (2000) På grensen til ytringsfrihet, i *Nytt Norsk Tidsskrift* nr. 1 (17)

- Galbraith, Jay (1979) Planlægning av organisationer. Amsterdam:Inter European Editions
- Gans, Herbert (1980) Deciding What's News. London:Constable
- Garnham, Nicholas (1986) The media and the public sphere, i Golding, P., G. Murdock og P. Schlesinger (eds.) *Communicating Politics: Mass Communications and the Political Process*. Leicester:Leicester University Press
- Gellerman, Saul W. (1986) Why "Good" Managers Make Bad Ethical Choices, i *Harvard Business Review*, 64
- Giddens, Anthony (1984) The Constitution of Society. London:Polity Press
- Giddens, Anthony (1992) Modernity and Self-Identity. Oxford:Polity Press
- Glebe-Møller, Jens (1996) Indledning, i Habermas (1996)
- Goldhaber, Gerald M. (1993) Organizational Communication. New York:WCB Publishers
- Gouldner, A. W. (1954) Patterns of Industrial Bureaucracy. Clencoe Ill.:Free Press
- Grunig, James E. (ed.) (1992) Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale, NJ:Lawrence Erlbaum Associates
- Grunig, James E. og Larissa A.Grunig (1992) Models of Public Relations and Communications, i Grunig (1992)
- Grunig, James E. og Todd Hunt (1984) Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart & Winston
- Grunig, James og Jon White (1992) The Effect of Worldviews on Public Relations Theory and Practice, i Grunig 1992.
- Grunig, James (1993) *World Wiew, Ethics, and the Two-Way Symmetrical Model of Public relations*. Paper presentert på "The Herbert Quandt Communication Circle Third Specialist Meeting" i München.
- Guneriussen, Willy (1996) Aktør, handling, struktur. Oslo:TANO
- Habermas, Jürgen (1981) Theorie des kommunikativen Handelns. Vol. I. Frankfurt:Suhrkamp
- Habermas, Jürgen (1991) Erläuterungen zur Diskursethik. Frankfurt:Suhrkamp
- Habermas, Jürgen (1996) Diskursetik. Frederiksberg:Det lille Forlag

- Haga, Ånund (1992) Ein hovudmotsetnad i moderne etikk. Arbeidsnotat nr. 49, Senter for teknologi og menneskelige verdier, UiO
- Halvorsen, Knut (1993) Å forske på samfunnet. En innføring i samfunnsvitenskapelig metode. Oslo:Bedriftsøkonomens Forlag
- Haug, Magne (1993) Informasjon eller påvirkning? Utviklingstrekk ved informasjon og samfunnskontakt som fag. Fetsund:Bedriftsøkonomens Forlag
- Heath, Robert L. (1993) A Rhetorical Approach to Zones of Meaning and Organisational Prerogatives, i *Public relations review*, 19 (2)
- Hellesnes, Jon (1966) Omtale av Gabriel Marcel's "Etre et Avoir", i *Syn og Segn*, nr. 7
- Hellesnes, Jon (1975) Sosialisering og teknokrati. Oslo:Gyldendal Norske Forlag
- Hellesnes, Jon (1999) Om Hans Skjervheim. Oslo:Det Norske Samlaget
- Henriksen, Jan-Olav og Arne Johan Vetlesen (1997) Nærhet og distanse. Grunnlag, verdier og etiske teorier i arbeid med mennesker. Oslo:ad Notam
- Heradstveit, Daniel (1992) Politisk kommunikasjon. Oslo:TANO
- Hetland, Per (1996) "Hvorfor søren gir de ut aviser? eller Internett som inngangsport til offentlig informasjon, i *Informasjonsteknologi og nye medier i den offentlige informasjonstjeneste*. Artikkelsamling fra Norges forskningsråd, Kultur og samfunn.
- Hjellbrekke, Johs. og Oddgeir Osland (2000) Den symbolske dominans og "det kommunikative mistaket": Om Bourdieu sin praksisteori i studiar av det politiske feltet, i *Norsk Statsvitenskapelig Tidsskrift* (16) nr. 1, 2000
- Hjulstad, Roar (1989) Organisasjonsteori. Oslo:NKS-Forlaget
- Hofstede, Geert (1980) "Angola coffee - or the confrontation of an organisation with changing values in its environment", *Organisation Studies*, 1 (1)
- Johansen, Kjell Eyvind og Arne Johan Vetlesen (1996) Etikk - i historie og samtid. Oslo:Universitetsforlaget
- Johnson, Mark (1993) Moral Imagination. Implications of Cognitive Science for Ethics. Chicago:Routledge
- Johnston, Paul (1989) Wittgenstein and Moral Philosophy. London:Routledge

- Jonas, Hans (1984) *The Imperative of Responsibility*. Chicago:University of Chicago Press
- Kemp, Peter (1996) *Det uerstattelige. En teknologi-etikk*. Oslo:Gyldendal
- Kohlberg, Lawrence (1971) *Stages of Moral Development as a Basis for Moral Education*, i Beck, Crittenden and Sullivan (eds.) (1971)
- Kuhn, Thomas (1970) *The structure of scientific revolutions*. Chicago:University of Chicago Press
- Larsen, Øjvind (1996) *Forvaltning, etik og demokrati*. København:Hans Reitzels Forlag A/S
- Leeper, Roy V. (1996) *Moral Objectivity, Jürgen Habermas's Discourse Ethics, and Public Relations*, i *Public Relations Review*, 22 (2)
- Leopold, Aldo (1949) *A Sand County Almanac*. New York:Ballantine
- L'Etang, Jacquie and Magda Pieczka (1996) *Critical Perspectives in Public Relations*. Stirling:International Thomson Press
- L'Etang, Jacquie (1996) *Corporate Responsibility and Public Relations Ethics*, i L'Etang and Pieczka (1996). London:International Thomson Business Press
- Lévinas, Emmanuel (1979) *Totality and Infinity*. Hague:Martin Mijhoff
- Lingås, Lars Gunnar (1992) *Etikk og verdivalg i helse- og sosialfag*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Lukes, Steve (1985) *Marxism and Morality*. Oxford:Clarendon Press
- Lundquist, Lennart (1988) *Byråkratisk etikk*. Lund:Studentlitteratur.
- Løgstrup, Knud E. (1956) *Den etiske fordring*. København:Gyldendal
- MacIntyre, Alasdair (1981) *After virtue. A Study in Moral Theory*. London: Duckworth
- MacIntyre, Alasdair (1996) *Etikkens historie*. Oslo:Gyldendal Norske Forlag
- Marcuse, Herbert (1964) *One Dimensional Man*. Boston:Beacon Press
- Marcuse, Herbert (1969) *Om frigjøring*. Oslo:Pax
- Martinson, David L. (1997) "Truthfulness" i *Communication Is Both a Reasonable and Achievable Goal for Public Relations Practitioners*, i *Public Relations Quarterly* 41

- Martinson, David L. (1997-98) Public Relations Practitioners Must Not Confuse Consideration of the Situation with "Situational Ethics", i *Public Relations Quarterly*, vol. 42 (4)
- McNair, Brian (1996) Performance in Politics and the Politics of Performance. Public Relations, the Public Sphere and Democracy, i L'Etang and Pieczka (1996). London:International Thomson Business Press
- Milgram, Stanley (1977) Lydighedens dilemma. København:
- Miller, Gerhard R. (1989) Persuasion and Public Relations: Two "Ps" in the Pod, in Botan, Carl og V. Hazleton, jr. (eds.), i *Public Relations Theory*. Hillsdale, NJ:Lawrence Erlbaum Associates
- Mintzberg, Henry (1983) Structure in fives. Englewood Cliffs, N. J.:Prentice Hall
- Mulder, M (1971) Maktutjevning gjennom medbestemmelse, i P. Herbst (red.) *Demokratiseringsprosessen i arbeidslivet*, Oslo:
- Nafstad, Petter (1996) Europeisk filosofi. Med retninger innenfor nyere sosial-filosofi. Oslo:Cappelen Akademisk Forlag as
- Nolte, Lawrence W. (1979) Fundamentals of public relations. New York: Pergamon
- NOU 1992:21 Ikke bare ord..... Statlig informasjon mot år 2000
- Ofstad, Harald (1987) Vi kan ändra världen. Hur bör vi ställa frågorna? Stockholm:Prisma
- O'Keefe, D. J. (1990) Persuasion - Theory and Research. London:London Design Council
- Olasky, Marvin N. (1985) Inside the amoral world of public relations: Truth molded for corporate gain, i *Business and Society*, 53, 41 - 44
- Olsvold, Nina (1996) Etikk "light" - om etikk i medisins tjeneste, i *Sosiologi i dag*, nr. 3.
- Palm, Lars (1994) Övertalningsstrategier. Att välja budskap efter utgångsläge. Lund:University Press
- Palm, Lars og Sven Windahl (1992) Kommunikation. Teorin i Praktiken. Kristianstad:Konsultförlaget

- Pastin, Mark (1986) Managing the Rules of Conflict - International Bribery, in Hoffman, Micheal, Ann E. Lange, and David A. Fedo (eds.): *Ethics and the Multinational Enterprise: Proceedings of the Sixth National Conference on Business Ethics*. Lanham, MD:University Press of America
- Peak, Jacquelyn (1980) *Public Relations in Business*. New York:Harper & Row
- Pearson, Ron (1989a) Business Ethics as Communication Ethics: Public Relations Practice and the Idea of Dialogue, i Botan, Carl H. og Vincent Hazleton (eds.) *Public Relations Theory*. Hillsdale N. J.:Lawrence Erlbaum
- Pearson, Ron (1989b) Beyond Ethical Relativism in Public Relations: Coorientation, Rules, and the Idea of Communication Symmetry, i Grunig, James E.(ed.): *Public relations research annual*. Hillsdale, N. J.:Lawrence Erlbaum
- Pepper, Fred C. (1992) How Communication Managers Can Apply the Theories of Excellence and Effectiveness, i Grunig, James E. (red.) (1992)
- Pratt, Cornelius B. (1993) Critique of the Classical Theory of Situational Ethics in U.S. Public Relations, i *Public Relations Review*, 19 (3)
- Rasmussen, Terje (1995) Bauman og moralen, i *Sosiologi i dag*, nr. 3 1995
- Repstad, Pål (1993) Mellom nærhet og distanse. Oslo:Universitetsforlagets Metodebibliotek
- Rehq, William (1994) Insight and Solidarity: A Study in Discourse Ethics of Jürgen Habermas. Berkeley:University of California Press
- Rossvær, Tore (1985) Organisasjonsteorier i sosiologisk belysning. Oslo:Juul Møller Forlag
- Ryan, Michael and David L. Martinson (1984) Ethical Values, the Flow of Journalistic Information and Public Relations Persons, i *Journalism Quarterly*, 61, 27 - 34
- Schick, Thomas A. (1995) Truth, Accuracy (and Withholding Information), i *Public Relations Quarterly* 39.
- Sejersted, Francis (1993a) Managere og konsulenter som manipulatorer. Noen refleksjoner over etikkens suspensjon. Arbeidsnotat nr. 70, Senter for teknologi og menneskelige verdier, UiO
- Sejersted, Francis (1993b) *Demokratisk kapitalisme*. Oslo:Universitetsforlaget
- Sejersted, Francis (1997) Den gamle og den nye kommunikasjonsstat, i *Nytt Norsk Tidsskrift*, nr. 3, 1997



- Simons, Herbert W. (1976) *Persuasion: Understanding, Practice and Analysis*. Reading, Mass.:Addison-Wesley
- Sivertsen, Jo (1996) *Vitenskap og rasjonalitet*. Oslo:Ad Notam Gyldendal
- Skjervheim, Hans (1991) "Det metodiske tvisynet". Samtale med Fredrik Thue i: Gjerdåker og Skarheim (red.) (1991) *Samtaler på universitetet*. Oslo: Universitetsforlaget
- Skjervheim, Hans (1996) *Deltakar og tilskodar og andre essays*. Oslo:Aschehoug
- Strand, Torodd (1992) *Ledelse kan læres*. Oslo:Bedriftsøkonomens forlag
- Taylor, Charles (1992) *The Ethics of Authenticity*. Cambridge (Mass.):Harvard University Press
- Thompson, Dennis F (1985) *The Possibility of Administrative Ethics*, i *Public Administration Review*, Vol. 46, s. 555-561.
- Thue, Fredrik W. (1997) *Empirisme og demokrati*. Norsk samfunnsforskning som etterkrigsprosjekt. Oslo:Universitetsforlaget
- Tolley, James L. (1988) *Even when you've made it, you haven't got it made*. Muncie, IN:Departement of Journalism, Ball State University
- Torgersen, Ulf (1972) *Profesjonssosiologi*. Oslo:Universitetsforlaget
- Torrance, T. F. (1989) *The Christian frame of mind: Reason, order and openness in theology and natural science*. Colorado Springs:Helmets & Howard
- Vedung, Evert (1995) *Informativa styrmedel*. Uppsala Universitet, Statsvetenskapelige institut
- Vinje, Finn-Erik (1982) *Journalistspråket*. Fredrikstad:Indre Smaalenenes Trykkeri A/S, Mysen
- Vroom, H. M. (1989) *Religions and the truth*. Grand Rapids, MI:Eerdmans
- Weber, Max (1973) *Den protestantiske etikk og kapitalismens ånd*. Oslo: Gyldendal
- Weisband, Edward og Thomas M. Frank (1975) *Resignation in Protest. Political and Ethical Choices between Loyalty to Team and Loyalty to Conscience in American Public Life*. New York:Grossman Publishers

- White, Jon and L. Mazur (1995) *Strategic Communications Management: Making Public Relations Work*. Wokingham: Addison Welsey
- White, Jon (1997) Business and organisational consequences of the moral role of the public relations practitioner, in Moss, Danny, Toby MacManus and Dejan Vercic (eds.) (1997) *Public Relations Research: An International Perspective*. Cornwall: International Thomson Business Press
- White, Louis P. and Kevin C. Wooten (1986) *Professional Ethics and Practice in Organizational Development*. New York: Praeger
- Windahl, Sven, Benno Signitzer og Jean T. Olson (1992) *Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication*. London: SAGE Publications
- Winner, Langdon (1977) *Autonomous Technology. Technics-out-of-control as a Theme in Political Thought*. Cambridge: The MIT Press
- Zimbardo, P. G. og M. R. Leippe (1991) *The Psychology of Attitude Change and Social Influence*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Østerud, Øyvind (1997) Kunnskap som illusjon? Søkelys på den postmoderne fagkritikken, i *Nytt Norsk Tidsskrift*, nr. 2