

Ords kifte

«Året utan sommar» og andre år

KLIMA

ØYVIND NORLIL TRONDHEIM

Tyder temperaturdata åleine på at det skjer ei systematisk endring av klimaet over tid? Dette er spørsmålet som John K. Dagsvik, Mariachiara Fortuna og Sigmund Hov Moen stiller i Dag og Tid 14. august. Jon Hustad reiser spørsmålet om sensur, men dette temaet lèt eg liggje sidan det er godt diskutert i intervjuet med Adne Cappelen i førre nummeret. I alle fall, så sant artikkelen held faglege mål etter ei fagfelle-vurdering, ligg vegen open for publisering. Fortrenestefullt har forfattarane skrivne ein populær-artikkel for Dag og Tid. Diskusjonen vidare har utvikla seg til å handle om datagrunnlaget, som særleg Bjørn Hallvard Samset ved Cicero kjem inn på.

Eg strekar under at eg berre kjenner populærartikkelen, men også der burde det vore opplyst kva data som er brukte i granskinga. Det får vi ikkje vita. Eksplisitt blir det berre sagt at metoden er testa på ein rekonestruksjon av gjennomsnittstemperatur for den hordlege halv-kula av Moberg m.fl. frå 2005. Dei



Christopher Hansteen fekk starta meteorologiske målingar på Astronomisk Observatorium i 1837 (portrett måla av Johan Gørbitz).

svenske datarekkljene frå Uppsala og Stockholm blir nemnde, så truleg er dei også brukte. Eg meiner at desse er av dei beste langtidssrekkljene vi har i Norden. Likevel bør ein vera klår over at dei har for høge sommartemperaturar føre 1860. Årsaka er solskin på bura som termometra stod inni (Moberg m.fl. 2003). Avviket i dei svenske rekkljene vart også nyleg stadfesta ved jamføring med datarekklja frå Astronomisk Observatorium i Oslo. Der hang det termometer på tre

av veggene, slik at eitt termometer alltid var i skuggen. Difor har ikkje målingane frå Oslo problem med solskin.

Meteorologisk institutt har nyleg hatt ein grundig gjennomgang av målingane i Oslo frå 1837 til no der urbaneffektar er loka ut (Nordli m.fl. 2014). Det var den fyrste direktøren ved Observatoriet, Christopher Hansteen, som fekk i stand målingane. Dei vart gjorde på dei same veggene heilt fram til Observatoriet vart nedlagt ved utgangen av 1933. Heile datarekklja kan lastast ned frå heimesida til Meteorologisk institutt: met.no/klima. Men Hansteen var ikkje den fyrste som fekk i stand observasjonar i Oslo. Det var det Jens Esmark som gjorde i heimen sin i Øvre Vollgate, så eit spennande arbeid med hans observasjonar står att. Dei tek til i det spesielle året 1816 som har gått under namnet «året utan sommar». Korleis var denne kalde sommaren 1816, for sommar må det vel ha vore? Det vil vi snart få svar på når arbeidet er avslutta. Og datarekkljene vil, som alltid hjå oss, vera frie til bruk.

Øyvind Nordli er dr.philos. og klimaforskar ved Meteorologisk institutt.

Journalistikk skal ikke lyve

TEKSTREKLAME HEGE IREN FRANTZEN OG INA LINDAHL NYRUD OSLO

Reklame er en ærlig sak. Men reklame fordekt som journalistikk er et demokratisk problem. Journalistikk skal ikke lyve.

Norsk Journalistlag (NJ) er der for enig når journalist og forfatter Per Anders Todal i forrige uke setter et kritisk fokus på «reklame kledd opp i journalistisk innpakning og gjerne presentert slik at det minner om det redaksjonelle stoffet».

Men vi deler ikke Todals frykt for at «kritikken mot snikreklame vil stiline i takt med at fenomenet grip om seg». Det har i hvert fall NJ ingen planer om. Tvert imot var vi svært delaktige i det nylig avsluttede arbeidet med å skjerpe de presseetiske prinsippene om tekstreklame.

De nye retningslinjene ble vedtatt av Norsk Presseforbunds styre rett før sommeren. Det er ingen grunn til å tro at vi dermed er ferdige med diskusjonene om innholdsmarkedsføring, skjult reklame, sponing, produktplasing også videre, men de overordnede prinsippene er mer på

plass. Skillet mellom reklame og journalistikk skal i henhold til presseetikken ikke kunne tolkes av medier slik at det blir uklart.

Endringen man først legger merke til er at bestemmelsene i den tidligere Tekstreklameplakaten er implementert i selve Vær Varsom-plakaten. Det har etter NJs oppfatning ført til at prinsippene om tekstreklame ikke er gjemt bort, men plassert i selve yrkesetikken «bibel».

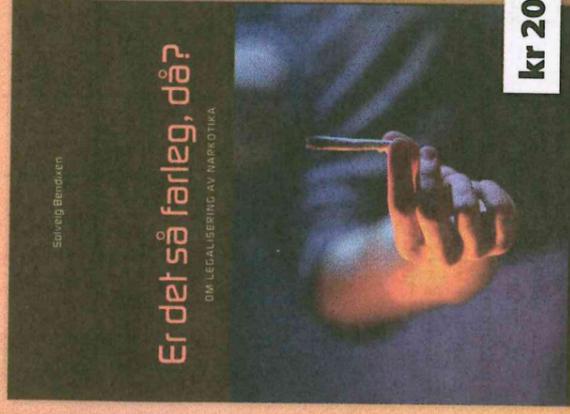
Todal viser selv i sitt innlegg til nytt punkt 2.6 i Vær Varsom-plakaten, som på mange måter er fanebestemmelsen om tekstreklame. Her heter det blant annet: «Svekk aldri det klare skillet mellom journalistikk og reklame. Det skal være åpenbart for publikum hva som er kommersielt innhold.» Tidligere het det her: «Avvis alle forsøk på å bryte ned det klare skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold.» For det første flytter den nye formuleringen fokus bort fra hva som er annonsørens intensjon, og over på hvordan dette fremstår for publikum. Hovedpoenget må jo være ærlig journalistikk for publikum. For det andre innebærer ordet «åpenbart» at mediene nå i klartekst må fortelle publi-

kum hva som er markedsføring. I forlengelsen av nytt punkt 2.6 er samme åpenhetskrav lagt inn i tilknytning til den journalistiske arbeidsprosessen. I nytt punkt 2.3 heter det nå: «Vis åpenhet om bakenforliggende forhold som kan være relevant for publikums oppfatning av det journalistiske innhold.» Formuleringen vil for eksempel kunne forhindre en interessekonflikt som gjør journalisten inhabil.

I nytt punkt 2.1 har vi nå også fått inn en tydeliggjøring av at redaktøren ikke bare er ansvarlig for mediets innhold, men «skal verne om redaksjonens produksjon av fri og uavhengig journalistikk.» Her ligger altså en plikt hos den enkelte redaktør til å påse at reklame ikke forveksles med journalistikk. Med andre ord at redaksjonelle beslutninger ikke skal påvirkes av pengesterke aktører med egen agenda.

Pressens Faglige Utvalg (PFU) må gjennom sin praksis utfylle og konkretisere de nye prinsippene om tekstreklame. Men det etiske rammeverket er etter NJs nå mer tilpasset en moderne medievirkelighet, og skal forhindre at mediene troverdighet svekkes i jakten på nye inntektskilder.

LES OM KVIFOR VI IKKJE BØR LEGALISERE!



kr 200,-

Tilgjengeleg på Haugen bok, Akademia eller direkte frå www.erdetfarleg.no Forord av professor John E.Berg.

Kunst av John Andreas Savio ønskes kjøpt

Andre kunstnere med samiske/nordnorske motiv er også av interesse.

Alf Emil Paulsen, tlf. 977 06 899

bjørnsonfestivalen

the norwegian festival of international literature



ER DU BJØRNSONFESTIVALENS NYE SJEF?

Bjørnsonfestivalen søker ny festivalisjef. Bjørnsonfestivalen har sete i Molde og Nesset, og var landets første litteraturfestival. Den fyller 25 år i 2016. Du som festivalisjef skal planlegge og gjennomføre festivalen, i tett samarbeid med mange kulturaktører i og utenfor Molde.

Vi ser etter deg som har:

- Kulturforståelse og kjærlighet til litteratur - gjerne med et godt kontaktnett i litterære miljøer.
- Økonomisk og administrativ erfaring/utdanning.
- Gode samarbeidsevner og lederegenskaper.

Tilretteleggelse og lønn etter avtale. Les mer på www.bjornsonfestivalen.no Søknad sendes: post@bjornsonfestivalen.no eller til Bjørnsonfestivalen, Postboks 268, 6401 Molde.

Søknadsfristen er fredag 18. september.