

Den krevende klimajournalistikken

Medienes dekning av klimaendring og klimaforskning

Harald Hornmoen

(Harald.Hornmoen@jbi.hio.no)

Som tidligere journalist med forskning som hovedområde er jeg ganske vant til å høre representanter for akademia akke seg over medienes ansatte og sentrale aktører, ”Disse journalistene!”. Nå er jeg selv forsker, med journalistikk om forskning som forskningsfelt, og jeg merker nå en viss tilbøyelighet hos meg selv til å akke meg over journalister når jeg mener de ikke dekker forskning godt nok. Man tilpasser seg ganske raskt nye omgivelser, deres perspektiver og talemåter.

Innledningsvis tror jeg derfor det er på sin plass å understreke at journalistikken har en meget utfordrende oppgave på dette feltet. Journalister som velger å skrive om klimaendringer, påtar seg et arbeid som kan være både intellektuelt og emosjonelt krevende. *If you plan to cover climate change, thicken your skin*, skriver den erfarne forskningsjournalisten Usha McFarling (2006: 243) til vordende klimajournalister. Feltet er, som hun poengterer, et av de mest politiserte innen vitenskapsjournalistikken i dag. Store interesser står på spill, og en journalist må regne med å bli kritisert av miljøforkjempere for å tone ned potensielle risikoer, og dessuten av industrien eller konservative tankesmier for å overdrive mulige farer ved klimaendringer.

Det er krevende å kommunisere *forskningen* knyttet til klimaendring - som både er svært kompleks og preget av usikkerhet. Om klimaforskere flest peker tydelig mot en stigende menneskelig inn-

flytelse på klimaendringer, vil mange av de viktigste spørsmålene fortsette å være preget av betydelig usikkerhet i lang tid fremover: graden av oppvarming fra drivhusgasser, den bestemte virkningen det har på ulike områder av kloden, innvirkningen på orkaner, hvor raskt havnivået vil stige, og så videre. Det er en type usikkerhet som jeg vil argumentere for at journalister bør anstrenge seg for å kommunisere. Men selv ikke den mest samvittighetsfulle og dyktige journalist kan regne med å tilfredsstille alle parter her. Og kanskje aller minst sin egen redaktør, vil jeg hevde, dersom journalisten forsøker å få frem kompleksiteten på feltet.

Medienes betydning

Før jeg ser nærmere på hvordan mediene dekker klimaendringer og klimaforskning, vil jeg spørre: Hvorfor skal vi egentlig bry oss om hvordan mediene dekker klimaendringer og klimaforskning? Flere studier fremhever at mediene kan bidra til gi folk kunnskap i klimaspørsmålet. Dorothy Nelkin (1995) er en av dem som har pekt på hvordan publikum er avhengig av mediene for å holde seg orientert om forskning og vitenskap. Andre (som Corbett & Durfee 2005) fremhever at: Når hendelser som vitenskapen forholder seg til ikke er til å ta og føle på så å si, når folk ikke har noen direkte erfaring med dem, slik tilfellet gjerne er med klimaeffekter, kan journalister spille en viktig rolle som oversettere av vitenskapelig kunnskap om fenomenene. Det er ikke dermed sagt at journalistikken nødvendigvis har stor innflytelse på hva folk mener i dette spørsmålet, snarere har den innflytelse på hva folk skal tenke omkring. Ved å sette klimaendringer så sterkt på dagsorden, retter mediene altså folks oppmerksomhet mot dem. Samtidig er det slik at når journalistikken omtaler klimahendelser og klimaendringer på bestemte måter ved bruk av bestemte rammer og fortellinger, så inviterer det lesere til bestemte forståelser av klima, av hvem som er ansvarlige for endringene, av hvilke konsekvenser de vil ha og hva man kan gjøre for å unngå de verste konsekvensene, eller om man i det hele tatt kan gjøre noe.

Ulik dekning i USA og Europa

Hva vet vi om mediernes dekning av klimaspørsmålet? Medieforskning fremhever gjerne hvordan den kan se litt *ulik* ut i forskjellige land. Ting kan tyde på at klimadekningen inntil relativt nylig har vært noe ulik i amerikansk og europeisk presse. I USA fremhever sentrale studier hvordan det der har rådet en *Climate of scepticism* i mediene. Medieforskerne det gjelder (Antilla 2005, Boykoff & Boykoff 2007), mener at dette blant annet skyldes at normer i journalistikken har lagt bestemte føringer på amerikanske mediers dekning av klimaendringer. I en studie av amerikanske eliteaviser poengterer Maxwell og Jules Boykoff (2007) hvordan den journalistiske balansenormen kombinert med behovet for å dramatisere artiklene med duellerende forskere bidrar til et fordreid bilde av forskningsrealitetene i synet på menneskelige bidrag til klimaendringer. Journalistiske behov for balanse eller konflikt tilslører hvordan det på den ene siden finnes tusenvis av forskere på klimaendring som mener de er skapt av mennesker og som publiserer i fagfellevurderte tidsskrifter, mens det er en liten gruppe skeptikere på den andre siden som normalt ikke har publisert sine skeptiske antakelser i tidsskrifter med fagfellevurdering. Amerikanske medier har ikke tatt særlig hensyn til hva som er majoritets- og minoritetsholdninger, og følgen er at klimaskeptikerne har fått innpass i reportasjer langt utover deres relative vekt i forskningssamfunnet. En konsekvens av slik ”balansert” reportasjevirksomhet er igjen at det skapes et bilde av at det råder større usikkerhet om menneskelige bidrag til klimaendringer i forskningssamfunnet enn det som er tilfellet. Dette har, ifølge Boykoff og Boykoff, gjort det mulig for amerikanske styresmakter å avvise ansvar og utsette handlinger til det er mer av såkalt sikkerhet.

Nå synes jeg det er grunn til å tilføye at en *climate of scepticism* nok har dempet seg noe i amerikansk presse de senere årene. I alle fall gjelder det i perioden fra valgkampen i 2008 da amerikanske medier skrev om en grønn vekkelse i USA (se for eksempel Newsweek 2008). Og det har vært en annen tone frem til nylig, når kli-

maskepsisen igjen synes å kunne bli styrket etter at det ble avdekket overdrivelser i 2007-rapporten til det mellomstatlige panelet for klimaendringer, IPCC. Blant feilene i rapporten var opplysningen om at isbreene i Himalaya kom til å smelte innen 2035.

Studier i Danmark kan tyde på at mediene der også er blitt mindre skeptiske overfor forskningsresultater som hevder at klimaendringene er skapt av mennesker enn hva de var gjennom 1990-tallets Bjørn Lomborg-æra, da skepsis var i høysetet. En studie av dekningen etter IPCC-rapporten som kom i 2007 (Asbjørn & Bacchalus 2007), viser at et overveiende flertall av forskerkildene i danske medier støtter opp om klimarapporten. Snarere enn misvisende balansering av kilder, mangler det kritikk av rapporten i mediene, og det er en tendens til å overdrive sikkerheten i resultatene. Fremtidsscenarioer omtales som noe som vil skje i stedet for noe som kan inntreffe. Mediene unnlater å nevne at det er snakk om prediksjoner (forutsigelser) og hvilken sannsynlighet det er for utfallet.

Slik har danske medier nærmet seg det som har vært tendens i sentrale europeiske land som Tyskland og England en stund, nemlig en mediedekning som i større grad enn amerikansk presse er tro mot funnene som fremlegges av IPCC. Nå har myndighetene i EU-land støttet og fremmet Kyotoprotokollen og lenge vært betydelig mer opptatt av nødvendigheten av å handle for å gjøre noe med klimaendringer enn hva amerikanske myndigheter har vært. Antakelig reflekteres slike tradisjonelt ulike politiske holdninger i mediedekning i Europa kontra USA. I Tyskland får klimaskeptikerne knapt noe oppmerksomhet i mediene, ifølge en studie av Werner Krauss og Hans von Storch (2005). Klimaendringer blir omtalt som klimakatastrofe, 'Die klimakatastrophe', og all slags ekstremvær blir normalt oppfattet som en konsekvens av klimaendringer (ibid).

Noe mer differensiert synes bildet å være i engelske medier. Burgess og Carvalho (2005) har funnet betydelige forskjeller på representasjoner av klimaendringer i *The Times* på den ene siden og *The Guardian* og *The Independent* på den andre, forskjeller som de

tilskriver ulike ideologiske grunnsyn i avisene. *The Guardian* og *The Independent* vektlegger vitenskapelige beregninger av risikoer for endringer og krever politisk handling, mens konservative *The Times* har en mer skeptisk tone og et mer markedsorientert syn på handlingsmuligheter. Likevel fremhever flere studier hvordan engelske og britiske medier har en overveiende *alarmistisk* tone. Global oppvarming blir beskrevet som en ukontrollerbar trussel. Et språk som fremhever katastrofe, frykt, ulykke og død synes dominerende i britisk presse, ifølge den fremtredende engelske klimaforskeren og kommentatoren Mike Hulme (2007, 2009). Ved å anvende den typen talemåter og vektlegge slike scenarioer, antar mediene at de vil fange publikums oppmerksomhet.

Hva så da med situasjonen i Norge? Ikke mange studier er gjort av mediedekningen her foreløpig. Men Marianne Ryghaug (2006) ser på klimadekningen i våre største aviser fra 2002 til 2005. Den var til en viss grad preget av ”Dramaet om vitenskapelig uenighet”, der journalistene forsterker en uenighet mellom forskerne i spørsmålet. Men like slående er det Ryghaug kaller naturdramaet. På lederplass og i nyhetsreportasjer tegnet mange norske aviser et skremmende fremtidsscenario der klimaendringene ble fremstilt som en varslet katastrofe, med overskrifter som ”Arktis smelter ned i rekordfart” og ”Klimautslipp gir økt orkanaktivitet” (ibid).

Alarmisme i norsk presse

På denne måten dokumenterer Ryghaug opptakten til hva jeg anser som noen påfallende og kritikkverdige alarmisttendenser i norske aviser inntil relativt nylig. Forekomsten av worst case-scenarior ble ikke mindre tydelig i tiden etter 2005. På dagbladet.no kunne vi for få år siden lese at ”Havnivået kan stige seks meter før 2100” (Lofstad, 24.03.2006), mens blant annet *Teknisk Ukeblad* i 2007 kunne rapportere om at ”Havet kan stige 64 meter” (Dahle, 04.06.2007).

FNs klimarapport fra 2007 markerte et skifte i klimadekningen henimot enda flere katastrofescenarior. En katalysator for domme-

dagsjournalistikken var nok Al Gore og IPCCs norgesbesøk og mottakelse av Nobels fredspris. Anføreren i klimavekkelsen i norske medier har vært avisen med det tradisjonelle varemerket som saklig og seriøs, nemlig *Aftenposten*. Avisens nettside om klima het inntil ganske nylig ”Het klode”. Den opererte lenge med en lenke til en klimaklokke som telte ned mot diverse frister. Samtidig publiserte den artikler som forteller at det egentlig er for sent å gjøre noe. ”Het klode” har gjerne sluppet til stemmer som tar enda hardere i med hensyn til hvor mye havnivået vil øke. I april 2008 fikk vi for eksempel høre at det *vil* (ikke kan) stige med 75 meter (Barstad, 07.04.08).

Det er altså en dekning preget av forkjærlighet for det som i forskningen omtales som ”low probability/high consequence-scenarios”, altså scenarioer som er lite sannsynlig, men som har store konsekvenser dersom de skulle inntreffe. Disse estimatene ligger temmelig langt unna den mest sannsynlige stigningen som IPCC anslår, her fra rapporten i 2007:

”By 2100, the average sea level is anticipated to rise between 18 and 59 cm.” (IPCC 2007)

Men er ikke den alarmistiske medietalen egentlig berettiget? Er ikke det ikke slik man får folk til å våkne, til å innse at en fortrinnsvis usynlig klimatrussel faktisk er reel, og at det er nå vi må handle? Det er antakelig en begrunnelse for de hyppige alarmene i en avis som *Aftenposten*. Til grunn for oppslagene ligger angivelig ikke kommersielle hensyn, men et ønske om å bevisstgjøre folk om de farer som foreligger, slik at samfunnet møter truende signaler i miljøet på best mulig måte. Slik er også noen av våre klimajournalister på linje med flere miljøforskere, som mener at de har en slags etisk kommunikasjonsforpliktelse til å kjempe for et bedre miljø (se Cox 2007, Risbey 2008).

Men språket som journalistene anvender, virker i blant lite troverdig og kan bidra til å svekke tilliten til både journalistikken og forskningen på feltet. Ordvalget kan pensle ut en katastrofe i et språk som er lite følsomt for de forbeholdene og den usikkerheten

som preger all forskning, ikke minst på komplekse naturfenomener. Ett eksempel var oppslaget ”Golfstrømmen kan kjøle ned Norge” (Mathismoen, 07.12.07), der Aftenposten klinte til med en retorikk om oppsiktsvekkende funn, og påstander om at en norsk forsker har funnet sensasjonelle bevis for at tilførsel av store mengder ferskvann vil endre de globale havstrømmene og slik angivelig også kan bevise hva som vil skje i fremtiden. Det er en type hypotetisk katastrofescenarijournalistikk som egentlig er såpass forskningsfjern i sitt ordvalg at jeg synes den grenser til såkalt *climate porn*, altså klimaporno.

Forskere kan anvende katastrofespråk

Jeg iler med å understreke at denne typen alarmistisk retorikk ikke kun er noe som journalister og deskmedarbeidere - eller miljøaktivister - praktiserer. Katastrofespråket blir også anvendt av aktører i forskningsinstitusjonene, ikke bare av deres informasjonsmedarbeidere, men også av forskere selv. Klimaforskeren Mike Hulme (2006) formulerer det slik i et BBC-program:

Why is it not just campaigners, but politicians and scientists too, who are openly confusing the language of fear, terror and disaster with the observable physical reality of climate change, actively ignoring the careful hedging which surrounds science's predictions?

Et svar på spørsmålet Hulme stiller, er altså at forskere kan betrakte dette som en nødvendig vekkelsesstrategi. En annen klimaforsker hevder i et essay (Risbey 2008) at katastrofespråket er en egnet måte å formidle hva vitenskapen har kommet frem til om klimaendringer. Han anklager de som ikke adopterer en språkbruk som uttrykker at det haster å handle, for å svikte sin plikt til å informere allmennheten.

Problemet er hvordan katastrofe- og alarmretorikken kan virke mot sin hensikt. Den undergangsstemte retorikken kan virke ensidig og trettende på lesere, avføde en reaksjon å la den ”warning

fatigue” som jeg har kunnet spore hos folk etter fryktretorikken i deknningen av svineinfluensaen (Hornmoen 2011). Den såkalte *protection motivation*-teorien til psykologen R.W. Rogers (se Rogers i Dirix & Gelders 2008) hevder at når mennesker konfronteres med hendelser som er truende, men håndterbare, vil de bli motivert til å endre sin atferd. Men når trusselen virker større enn muligheten til å gjøre noe med den, kan det føre til at man avviser foreslåtte handlingsalternativ. Ved å presentere klimaendringer om en ukontrollerbar og ekstrem trussel, kan folk få det inntrykket at problemet er for stort til å kunne hanskkes med og at egne handlinger ikke nytter. I større grad enn negative budskap er positive budskap effektive når det gjelder å motivere folk til å endre sin atferd. Noen studier tyder på at kommunikasjonsstrategier basert på frykt, ofte ikke oppnår det de har satt seg fore (se for eksempel Ereaut & Segnit 2006). I stedet for å invitere folk til å engasjere seg, kan altså en alarmistisk språkbruk gjøre at folk distanserer seg fra spørsmålet om klimaendringer og global oppvarming.

Sjokkbudskap kommer og går

Jeg trakk frem Aftenpostens alarmtendenser i sted, og bør derfor legge til at kloden vår vel ikke ser fullt så brennhet ut i den avisen om dagen. Det later i alle fall til at mer nøkterne prediksjoner får prege mer av deknningen. Men slikt har også en tendens til å gå i bølger - i Aftenposten og i andre norske aviser. Valørene i overskriftene og oppmerksomheten som vies klimaendringer, beror i noen grad på hvor stabilt eller ”unormalt” været er for årstiden i akkurat dette landet. Dessuten er retorikken i pressedekningen knyttet til begivenheter som setter klimaspørsmålet på dagsorden og hvilke aktører som har makt til å definere situasjonen i offentligheten. I det jeg personlig trodde dommedagseffekten fra Al Gores dokumentarfilm *An Inconvenient Truth* var i ferd med å legge seg i norsk presse, kom sjokkbudskapene tilbake i overskrifter og inngresser i forbindelse med toppmøtet i København før jul i 2009.

Sammen med vår utenriksminister får Gore legge frem en rapport med prediksjoner som angivelig er langt verre enn klimapanelets anslag.

Gore og Støre: Havet stiger en til to meter. – Langt verre enn klimapanelets anslag, sier Jonas Gahr Støre. (Mathismoen & Barstad, 14.12.09: 12-13)

Slår Klimalarm. Gore og Støre: Havet vil stige dobbelt så mye. (Johnsen & Haugan, 14.12.09: 8-9)

Klimalarm. – Det verst tenkelige scenariet er nå middels sannsynlig. Jonas Gahr Støre. (Blindheim & Kvaale, 14.12.09: 14-15)

Jeg registrerer at forskerne bak rapporten ikke blir intervjuet av avisene. Det kan jo hende det hadde svekket fryktretorikken noe dersom de ble trukket inn.

Medienes innramming

Hva kan man så gjøre for å skape et engasjement omkring klimaspørsmålet? Hvordan kan forskere og andre med tilknytning til klimaforskning tilrettelegge budskaper i medieoffentligheten slik at man gir folk et signal om det nytter å engasjere seg? Og hva skal journalistikkens rolle være i kommunikasjonen av klimaendringer?

Det fins ingen enkle svar på slike spørsmål. Mange vil nok mene at folk er overforet på klimabudskap allerede og at lite nytter. Uansett bør ikke forskere ha for store forhåpninger om at mediene vil skape større forståelse og konsensus blant folk om hvordan man skal takle klimautfordringene, bare publikum tilbys mer og tydeligere vitenskapelig basert informasjon av forskere. Den typen tankegang har preget en tradisjonell oppfatning av vitenskapskommunikasjon (se Hornmoen et.al 2006). Kommunikasjon av forskning betraktes her som en enveisspredning av vitenskapelig kunnskap til et kunnskapsblottet publikum, som blir opplyst og i stand til å foreta mer rasjonelle valg som følge av ”disseminasjonen”.

Men mediene fungerer ikke som en nøytral formidler av vitenskapelig kunnskap om klimaendringer. Som jeg har antydnet, arbeider mediene kontinuerlig med å filtrere og tolke informasjon om klimaendringer og med å presentere sine budskap for leseren ved bruk av ofte følelsesladet verbalspråk og billedspråk. Mediene rammer inn sine nyheter om klimaendringer og klimaforskning i ulike fortellinger. I medieforskningen betegnes dette som ”framing”:

To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described. (Entman 1993: 51-52)

Det handler om at man setter et emne eller en sak i en egnet sammenheng for å oppnå en ønsket tolkning eller forståelse av saken. Jeg har nevnt noen tradisjonelt dominerende rammer som en alarmistisk ramme og en skeptisk ramme. For ytterligere å komplisere dette: Noen forskere har pekt på hvordan enda flere rammer og således forståelser av klima er i omløp i mediene. I den engelske pressen identifiserer Shanahan (2007: 1-4) forskjellige rammer som: ’scientific uncertainty frame’, ’national security frame’, ’polar bear frame’, ’money frame’, ’catastrophe frame’, og ’justice and equity frame’. Det er rammer med ulik appell til ulike publikumsgrupper. Rammene skaper ulike forståelser av klimaproblemet og av hva vi kan gjøre med det, dersom de da i det hele tatt gir inntrykk av at det faktisk nytter å gjøre noe med problemet.

Mike Hulme (2009: 228) gir et eksempel på hvordan avisene *Daily Express* og *Daily Mirror* med grunnlag i det samme presse-materiale fra klimapanelet i 2007 rammer inn en nyhet på helt ulike måter den samme dagen. *Daily Express* introduserer saken under tittelen ”Melting Ice Doomsday” slik:

Britain faces catastrophe within 50 years unless governments act now to prevent climate change.

Daily Mirror, derimot, introduserer nyheten slik:

Britain would become warm and prosperous through global warming but it will bring disaster to poor countries, the world's top scientists warned yesterday.

I den ene rammen bringer klimaendringer katastrofe til Storbritannia, og avisen bruker utsikten til at det skal skje til å utfordre myndighetene til å handle. I den andre rammen gir klimaendringer håp om økonomiske fordeler for Storbritannia, mens utviklingsland antakelig står foran en katastrofe.

Utfordringer for journalister og forskere

Forskere vil altså bli frustrert og skuffet dersom de tror det går an å gjennomføre et slags enveisrettet opplysningsprosjekt i mediene som fører til en allmenn enighet om tiltak og mål i klimaspørsmålet. Men betyr det at medienes budskap om klimaendringer ikke har noen effekt på publikum?

Noen medieforskere mener virkningen er liten. Sharon Dunwoody (i Shanahan 2007:3) hevder at medienes budskap i blant kan endre atferden til enkelte, men at de i det store og hele har liten påvirkning på atferden til de fleste av oss. La oss ikke glemme hvordan mediene kontinuerlig gir oss sammensatte budskaper ved sine blandinger av redaksjonelt stoff og annonser. På den ene avis-siden kan de med grunnlag i forskning informere om klimaendringer, før de på den neste avissiden skriver om drømmedestinasjoner i Thailand eller reklamerer for SUVene til BMW, Audi og Mercedes.

Medienes ulike rammer og miks av reklamer og redaksjonelt stoff legger neppe til rette for direkte og kollektive holdnings- og atferdsendringer som samsvarer med anbefalingene og majoritets-holdningene til klimaforskere. Likevel vil jeg hevde at *journalistikken* i mediene - og forskere som kilder for og deltakere i denne - kan spille en viktig rolle som oversettere av vitenskapelig kunnskap på feltet og bidra til en engasjert offentlig samtale om klimaspørsmålet.

Om klimaforskere neppe har mye å vinne på å anvende dommedagsretorikk i offentlige sammenhenger, tror jeg at forskere - og informasjonsfolk med tilknytning til klimaforskningen - og journalister - er tjent med å vise åpenhet og toleranse overfor forskning som er kritisk til prediksjoner i FNs klimapanel. Bjart Holtsmark, forsker i Statistisk sentralbyrå, trekker i en kommentar (Holtsmark 2009) frem en artikkel som er publisert i tidsskriftet *Science* og som hevder at klimapanelet trolig overdramatiserer konsekvensene av global oppvarming for jordens økosystemer. Artikkelforfatterne mener at panelet baserer seg på for dårlige modeller og undervurderer planter og dyrs evne til å tilpasse seg. Holtsmark merker seg at norske medier ikke har interessert seg for nyheten. Han ser dette som en tendens i klimadekningen, og han har nok noe rett når han konkluderer slik:

Det er påfallende hvor liten interesse det er for nyheter og innspill som problematiserer vedtatte sannheter i klimadebatten, selv når det, som i dette tilfellet, er all grunn til å ta kilden på alvor. Jeg mottar for eksempel fast «klimanyheter» fra Cicero. Her blir innlegg i klimadebatten av den typen jeg her har gjennomgått, sjelden inkludert.

Nå har det i perioder vært høy temperatur i norsk klimadiskusjon. En følge har vært at enkelte som har vært kritiske til klimaforskningen, har trukket seg fra offentlige debatter etter det de har opplevd som sjikanering og personangrep (Oppegård, 3.12.07). Sånn bør det ikke være, det skal være rom for meningsmangfold. Men det betyr ikke at journalister bør slippe til alskens klimaskeptikere. Ved å praktisere kildekritikk kan journalister sørge for at klimaskeptikere selv møtes med en viss skepsis: Hvilken fagfelleverderte forskning ligger til grunn for dine uttalelser? kan man for eksempel spørre. Skeptiske og kritiske røster bør ikke forties. Men samtidig kan journalister gjøre det tydelig at de representerer en minoritetsholdning, ikke synet som er mest akseptert. Altså: Når man dekker forskningsfelt preget av kontroverser, bør man gjøre det tydelig for leseren hvor en ekspert befinner seg på en holdningsskala. Repre-

senterer han et minoritetssyn eller det synet som er mest akseptert? (NB: Mindretallssynet er ikke nødvendigvis feilaktig.)

Synliggjøre vitenskapelig usikkerhet

Som jeg nevnte innledningsvis vil mange av de viktigste spørsmålene i klimaforskningen fortsette å være preget av betydelig usikkerhet i lang tid fremover. Dessuten er jo et premiss for å anvende føre-var-prinsippet at vi ikke kan forutsi sikkert at en bestemt miljøforringelse vil inntreffe. Hvis det foreligger trussel om alvorlig skade, skal ikke mangel på fullstendig vitenskapelig visshet kunne brukes som begrunnelse for å utsette tiltak som kan hindre miljøforringelse.

Men den typen begrunnelse - og i det hele tatt usikkerhet knyttet til klimaforskning - *kan* være vanskelig å kommunisere i mediene. Én ting er at usikkerhet ikke vil regnes som godt nyhetsstoff i alle redaksjoner. Jeg tror nok en del forskere er engstelige for hvordan uttalelser om usikkerhet kan oppfattes av folk eller brukes av ulike aktører med bestemte agendaer i dette spørsmålet. Uttrykk for vitenskapelig usikkerhet som er knyttet til prediksjoner av klimaendringer, kan tolkes som at det overhodet ikke er grunnlag for å snakke om en bred enighet om en menneskelig innflytelse på slike endringer. Når en forsker sier "det er usikkerheter", kan det nok for noen mennesker lyde som "vi aner ikke hva som foregår". Andre vil også ha interesse av å tolke uttalelsene på denne måten.

Men skal man da ikke anstrenge seg for å kommunisere usikkerhet? Jo, det skal man. Det handler om et krav til sannferdighet. Og det handler om å fremstå med troverdighet som forsker. Klimaforskningen forsøker å forstå utviklingen til komplekse systemer over tid. Naturprosesser påvirkes av mange samvirkende detaljer og er preget av usikkerhetsmomenter. På sånne felt blir vitenskapelig ekspertise dessuten trukket inn i sammenhenger der ulike interesser forfekter delvis motstridende syn. Og forskere blir også farget av verdier og tar valg begrunnet i verdier i sine roller som konsu-

lenter for ulike typer oppdragsgivere, det være seg industri eller miljøbevegelser eller andre.

I kommunikasjon av klimaforskning mener jeg at det bør være en oppgave for forskere å gjøre usikkerheten, begrensningene, og også verdier og interesser som hefter ved forskningen deres synlig. Hvorfor det? Det handler om redelighet. Og om tillit. Av en ansvarlig vitenskap må vi kunne forvente at den kommuniserer vitenskapelig usikkerhet. Den som innser sitt kunnskapskarts hvite flekker og er åpen om dette, har større troverdighet i det hun virkelig vet enn den som innbiller seg og utgir seg for å ha svar på det meste. Tilliten til fagfolks kunnskaper beror på hvor bevisste og tydelige de er om mangler og usikkerhet i faget.

Journalistisk kompetanse

Det vil også være en utfordring for en journalist å formidle vitenskapelig usikkerhet og samtidig appellere til leserne. Men det er en spennende utfordring. Én mulighet er å la usikkerheten drive fortellingen fremover og slik få frem forskeres anstrengelser for å skaffe mest mulig pålitelig kunnskap i de store spørsmålene knyttet til klimaendringer. For øvrig kan journalister anstrenge seg mer for å knytte utslipp i ett land til hvilke konsekvenser de kan ha i andre land. Journalistene kan la oss få høre stemmene og bekymringene til folk i fattige land som har bidratt minst til problemet, men som antakelig vil lide mest som en følge av klimaendringer.

Hvilken kompetanse krever en engasjerende og informert klimajournalistikk av journalister? Jeg vil poengtere at det neppe står fullt så dårlig til med journalistenes kompetanse som enkelte stemmer i vitenskapssamfunnet gjerne vil ha det til. En fersk undersøkelse av pressedekningen i 2007/2008 i fem norske aviser (Duarte 2010), viser ikke bare at de fleste artiklene i utvalget gir støtte til FN's klimapanel og dets konklusjoner. Det går blant annet frem at de intervjuede klimaforskerne stort sett har tillit til norske journalister. Men i likhet med de intervjuede journalistene mener fors-

kerne at kunnskapsnivået kan heves, for eksempel kan det satses mer på forskningsjournalistikk i norske redaksjoner. Kunnskap om emnet som journalistene skal skrive om, gjør at de kan utøve kildekritikk og stille nødvendige kontrollspørsmål. Dersom journalister skal være mer enn passive budbringere og invitere leserne til debatt om klimaendringene, krever det at de har en viss innsikt i klimaforskningen.

Til slutt vil jeg presisere at det er sider ved medieutviklingen som gir grunn til en viss optimisme med hensyn til kommunikasjons- og klimaforskning. Ikke minst ligger det muligheter i nye medieformer. I bloggesfæren er det ikke bare rom for journalister og forskere. Representanter for det såkalte publikum inviteres og engasjeres på en helt annen måte som deltakere i diskusjonen her enn i tradisjonelle medier. Og det fins flere riktig gode blogger med tilknytning til større aviser. En av dem er Andrew Revkins ”Dot Earth” i *New York Times* (tilgjengelig på nett: <http://dotearth.blogs.nytimes.com/tag/climate-change/>).

Med grunnlag i medieforskning har jeg skissert hvordan en *Climate of scepticism* og en *Climate of alarmism* har rådet i ulike lands dekning av klimaendringer. Jeg har forsøkt å vise hvordan journalistikken kan ramme inn sine fortellinger om klimaendringer. De mange ulike rammene som er i omløp, kan skape ganske ulike forståelser av problemet og hvorvidt det nytter å gjøre noe med det. Klimaforskere er dømt til å bli skuffet dersom de tror at mediene vil operere som nøytrale formidlere av deres kunnskap i klimaspørsmål. Men både forskere og journalister kan bidra til en engasjert offentlig samtale om klimaspørsmålet. Jeg vil legge til her at god journalistikk om klimaendringer også forutsetter at man ivaretar en etablert journalistisk sjangerforståelse, slik at for eksempel aktivistiske meninger hos journalister uttrykkes i kommentarspalter og ikke i nyhetsreportasjer.

Viktigst av alt er at man ikke undervurderer lesere og lyttere. Det er rom for artikler som gir synliggjør noe av kompleksiteten i naturfenomenene som omtales, og usikkerhetene i modellene for å

forutsi hvordan klimaet vil utvikle seg. Slik fornærmer man ikke folks intelligens. Man styrker snarere troverdigheten til både forskningen og journalistikken på feltet og gir folk et signal om at det er vits i å engasjere seg.

Referanser:

- Antilla, L. (2005). 'Climate of skepticism: US newspaper coverage of the science of climate change. *Global Environmental Change* 15: 338- 352.
- Asbjørn, M., Bacchalus S. (2007). *Fra klimakoma til klimastress – da FN satte i gang klimadebatten anno 2007. En analyse af syv danske mediers dækning af FN's-klimarapport i forhold til rapportens videnskabelige indhold*. Specialeafhandling i Journalistik: Roskilde universitetscenter.
- Barstad, S. (2008, 7.april). 'NASA: - Klimakuttene holder ikke mål'. *Aftenposten.no*. Hentet fra <http://www.aftenposten.no/klima/article2353729.ece>
- Blindheim, A.M., Kvaale, V.K. (2009, 14.desember). 'Klimaalarm'. *Dagbladet*.
- Boykoff, M.T., Boykoff, J.M. (2007). 'Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage', *Geoforum* 38: 1190-1204.
- Burgess, J., Carvalho, A. (2005). 'Cultural Circuits of Climate Change in U.K. Broadsheet Newspapers, 1985-2003. Newspapers, 1985-2003', *Risk Analysis* 25(6): 1457-69.
- Corbett, J. B. and Durfee, J. L. (2005). 'Context and Controversy: Global Warming Coverage', *Nieman Reports* 59(4): 88-89.
- Cox, R. (2007). 'Nature's "Crisis Disciplines: Does Environmental Communication Have an Ethical Duty?', *Environmental Communication* Vol 1 (1): 5-20.
- Dahle, D.Y. (2007). 'Havet kan stige 24 meter'. *Teknisk Ukeblad*. Hentet fra: <http://www.tu.no/miljo/article105621.ece>

- Dirikx, A., Gelders, D. (2008). 'Newspaper communication on global warming: Different approaches in the US and the EU?' I: Carvalho, A. (red.) (2008) *Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), Universidade do Minho
- Duarte, K. B. (2010). *En ubehagelig sannhet om norsk klimadekning. Hvilke stemmer og holdninger blir representert i norsk pressedekning av klimaendringer?* Masteroppgave i medievitenskap, Institutt for informasjons- og medievitenskap: Universitetet i Bergen.
- Ereaut, G. and Segnit, N. (2006). 'Warm Words. How Are We Telling the Climate Story and Can We Tell it Better?' *Institute for Public Policy Research Papers*. London: Institute for Public Policy Research.
- Entman, R.M. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43: 51-58
- Holtmark, B. (2009, 23. november). 'Oxford-forskere kritiske til FNs klimapanel. E24. Hentet fra <http://e24.no/kommentar/spaltister/holtmark/article3386917.ece>
- Hornmoen, H., Meyer, G. & Sylwan, P. (2006). *Fornuften har flere stemmer. Offentligheten, journalisten og forskeren*, Oslo: Cap-pelen Akademisk Forlag.
- Hornmoen, H. (2011). 'Pandemisk paranoia? En analyse av nyhetsomtalen av svineinfluensaen i norske aviser', *Tidsskrift for samfunnsforskning*, Vol 52, Nr 1, 33-66.
- Hulme, M. (2006). 'Chaotic world of climate truth', *BBC On-line*, 4.november 2006, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/6115644.stm>
- Hulme, M. (2009). *Why We Disagree About Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- IPCC (2007). *Climate Change 2007: The Physical Science Basis*. Intergovernmental Panel on Climate Change; Eds. S. Solomon et al.; Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA.

- Johnsen, A.B., Haugan B. (2009, 14.desember) 'Slår klimaalarm'. *VG*.
- Krauss, W. and von Storch, H. (2005). 'Culture Contributes to Perceptions of Climate Change', *Nieman Reports* 59(4): 99-102.
- Lofstad, R. (2006, 24.mars). 'Havnivået kan stige seks meter før 2100'. *Dagbladet*. Hentet fra <http://www.dagbladet.no/kunnskap/2006/03/24/461820.html>
- Mathismoen, O. (2007, 7.desember). 'Golfstrømmen kan kjøle ned Norge'. *Aftenposten*.
- Mathismoen, O. (2009, 14.desember). 'Gore og Støre: Havet stiger en til to meter'. *Aftenposten*.
- McFarling, U. L. (2006). Climate, I: Knudson, M., Blum, D., Henig, R.M. (red.) (2006), *A Field Guide for Science Writers*. New York: Oxford University Press.
- Nelkin, D. (1995). *Selling Science*. New York: Freeman.
- Newsweek (2008), *Turning Green*, Cover Story (Mai 2008).
- Oppegård, G.G. (2007, 3.desember). 'Klima - den nye religionen'. *Bt.no*. Hentet fra <http://www.bt.no/nyheter/klima/Klima---den-nye-religionen-448682.html>
- Risbey, J.S. (2008). 'The new climate discourse: alarmist or alarming?'. *Global Environmental Change* 18 (I): 26-37.
- Ryghaug, M. (2006). "'Some like it hot" - Konstruksjon av klimaendringer i norske aviser', *Norsk medietidsskrift* 3 (årg.13): 197-219.
- Shanahan, M. (2007). 'Talking about a revolution: climate change and the media'. London: International Institute of Environment and Development.