



Tittel: Trenger vi aviser når vi har Facebook?

Forfattere: Anne Fogt og Eiri Elvestad

Forlag: Høyskoleforlaget

Sideantall: 174

Hva skal til for gode møter mellom **AVIS** og **UNGE** lesere?

Bokomtale av: Silje Bjørnstad

Trenger vi aviser når vi har Facebook? Nettopp det er tittelen på den nye boka til Eiri Elvestad og Anne Fogt. De to forfatterne setter fokus på nedgangen i avislesing blant barn og unge her i Norge. I boka belyses flere viktige punkter for hva som har påvirket denne nedgangen og avisenes betydning for enkeltindividet. Ikke minst forklarer Elvestad og Fogt hva som kan gjøres for å hindre en større nedgang i lesing av papiravisene og dermed hva man kan gjøre for å rekruttere nye, unge lesere til avisene. Dette er nemlig blitt en av de største utfordringene for dagens papiraviser, både de nasjonale, regionale og lokalavisene.

Nye medievaner

En av hovedårsakene til at ungdom ikke leser papiraviser like mye som før, er at de har skaffet seg nye medievaner. Dagens barn og unge vokser opp med flere medier og muligheter til å søke informasjon enn noensinne. Flere undersøkelser viser at barn og unge foretrekker nyheter på nett fordi de er vant til at det skal gå raskt og å få hyppige oppdateringer. Nettavisene oppleves også muligens som gratis i den forstand at man ikke betaler for hver gang eller for hver dag man er innom nettsiden, i forhold til papiravisene som man kjøper enkeltvis.

Tiltak for å kapre unge avislesere

Ett av de viktigste tiltakene som forfatterne presenterer, er World Association of Newspapers. De har igangsatt flere tiltak for å få flere unge til å lese aviser. Avis i Skolen er ett av de viktige prosjektene. Her i Norge er Avis i Skolen ledet av Mediebedriftenes Landsforening. Gjennom dette tiltaket får tusenvis av skoleelever hvert år lære om avis og prøve seg som journalister. Fogt og Elvestad skriver at forskerne konkluderer med at i det minste korttidseffektene av Avis i Skolen-prosjektet er svært lovende, og at slike prosjekter kan være med på å påvirke det fremtidige avismarkedet. Videre er behovet for å inkludere mediefag i grunnskolen essensielt for å kunne lære barn og unge hvordan de skal navigere i den uendelig mengden av informasjon. Dette er et viktig ledd i sosialiseringen til voksenalderen, for det gir unge lesere en mulighet til å engasjere seg i samfunnsutviklingen og politiske spørsmål.

Hvordan påvirkes vi av mediebruken?

Fogt og Elvestad forteller om flere forskere som har pekt på at barn og unge er lite bevisste på hvordan mediebruken påvirker deres liv. De nye mediene er helt klart mer kommersielle enn hva de var for bare 10–15 år siden. Man er ikke lenger bare en mottaker som ønsker å lese nyheter, man er også blitt en konsument. Samtidig så er unge lesere glad i stoff presentert i tabloid form. Dette gjør oss mer utsatt for påvirkning av forskjellig slag og stiller høyere krav til mediekompetansen til både unge og voksne. Derfor er det også en utfordring å finne ut hvordan barn og unge skal lære om medienes rolle og bli kompetente til å beherske dagens medieverden. For uansett hva man gjør, det er ungdommens egne premisser som vil avgjøre hvordan de bruker mediene.

Hva må avisene gjøre?

Elvestad og Fogt peker selvfølgelig på verdien ved å gi barn og unge en kompetanse som gjør dem til aktive deltakere i samfunnet, både nasjonalt og lokalt. Her må det flere tiltak til for å rekruttere og å holde på unge lesere. Men en strategiplan rettet mot ungdommen vil ikke kunne løse hele problemet. Viktigere er nok mobiliseringen av avisredaksjonene, som nå må fornye presentasjon og innhold! Barn og unge vet hva de vil ha, men selv om de unge viser interesse, så må også avisredaksjonen og redaktøren være interessert i en forandring.

Forfatterne peker på to aviser som har utmerket seg de siste årene når det gjelder å trekke til seg unge lesere og deres meninger. Aftenposten og Bergens Tidende har med sine nye satsinger Si ;D og BTbatt har stor suksess blant de unge. Barn og unge liker å lese om andre barn og unge.

“**Noe av det mest fundamentale for å få barn og unge til å lese papiraviser, er å spille på lag med nye medier**

Dette ser man også på Internett. Et eksempel er bloggerfenomenet som virkelig har eksplodert de siste årene. Mange bloggere har flere lesere enn nettavisene, og personlig så er min mening at papiravisene burde studere denne formen for kommunikasjon for å tiltrekke seg unge lesere. Man må snu pessimismen til optimisme. I stedet for å gå inn med innstillingen «Er dette noe papiravisene kunne ha tjent på?», så spør heller «HVA kan papiravisene tjene og lære av dette?» Hadde en «avis-blogg» med personlig preg skrevet av en ung person gjort at flere unge lesere ville bruke penger på å kjøpe og å lese en avis?

Papiravisenes spesielle rolle

Mitt poeng er at det er viktig at papiravisene ikke er redde for nye medier og konkurransen de møter fra dem, men at de heller bør være oppmerksomme på hvordan man får til et samarbeid mellom hva man skriver på papir og hva man skriver på nett, og hva man kan lære av hverandre. Noe av det mest fundamentale for å få barn og unge til å lese papiraviser, er å spille på lag med nye medier. De fleste avisene har allerede tatt i bruk ny medieteknologi og utviklet nettaviser, men dette kan allikevel ikke erstatte papiravisenes spesielle rolle.

Papiravisene gjør mer enn å formidle nyheter. Elvestad og Fogt forklarer hvordan avislesing gir leserne nødvendig kompetanse for å forstå samfunnsutviklingen og muligheten til å være en aktiv deltaker. I tillegg gir papiravisene leserne en følelse av identitet og tilhørighet i lokalsamfunnet. Også derfor er det viktig å integrere unge lesere i papiraviskulturen og å få de til å føle et behov for å lese papiravisene, og ikke fremstille det som en plikt. Selv om papiravisene ikke blir sett på som det viktigste mediet hos barn og unge, så er det viktig at det blir sett på som et betydningsfullt supplement. La oss bekjempe papiravisenes nedgang, og ikke undergang.