

UNGE STEMMER

inn i avisene

Det har skjedd et gjennombrudd i norske aviser: Redaktører og aviseiere skjønner at hvis avisen skal overleve, må de fange interessen også hos yngre lesere. Samarbeid med skolen er av avgjørende betydning for å nå barn og unge.

Av Anne Fogt | Foto: Kristin Stavik Moshagen, Oppland Arbeiderblad.



En grå og regntung dag i slutten av november sitter nærmere 100 representanter for norsk presse på et konferansehotell i nærheten av Gardermoen og lytter til Eirik Gullord, elev på Gjøvik videregående skole, studieretning medier og kommunikasjon. Uten manus, uten Powerpoint å støtte seg til og uten forelesningsbord å dekke seg bak står han foran forsamlingen og forteller om hvordan han sammen med 34 medelever har utgitt en «skyggeredaksjon»: 19. oktober utkom Oppland Arbeiderblad med to utgaver – én tradisjonell og én som var skrevet og redigert av skoleelevene.

– OAs medarbeidere mener vi hadde bedre forside enn dem, forteller Eirik fra podiet. «På utstilling» er tittelen på hovedoppslaget i ungdomsutgaven. Saken er illustrert med et foto, tatt gjennom et rundt vindu, av fire skoleelever som sitter ved et bord og jobber. Oppslaget handler om elevene på Gjøvik videregående skole som reagerer på nye vinduer fordi «det er litt som å sitte i et akvarium». Hovedsaken på førstesiden i den ordinære avisen har tittelen «Ap snyk» og handler om flytting av boliger for unge psykisk utviklingshemmede. Et foto av intervjuobjektet, tatt fra en helt ordinær vinkel, illustrerer saken.

– Vi så virkelig hvor vanskelig det kan være å få tak i kilder, få gode nok saker, bilder og vinklinger, slår Eirik Gullord fast overfor de garvede avisfolkene i salen.

Vinkling for alle

På den andre siden av Mjøsa er det i Hamar Arbeiderblad (HA) etablert en egen ungdomsredaksjon, «Ung reporter». Den startet opp våren 2006 og består av 12 ungdommer i alderen 17-19 år som ledes av Anne Lene Blystad, nyutdannet journalist på 22. De unge reporterne går inn på alle stoffområder i den daglige avisen og skriver stoffet ut fra ungdommens forutsetninger. 25. oktober sto «Ung reporter» imidlertid for en helt spesiell utgave. Den dagen utkom HA med to aviser i én: en tradisjonell utgave i den ene halvparten, og en utgave laget av ungdomsredaksjonen i den andre halvparten.

«Katta-elevens nye hverdag» lyder hovedoppslaget i utgaven til «Ung reporter». Tittelen ledsages av en tekst i fire punkter: *Sunn kantine, *Unisex-toiletter, *Frisørsalong, *Filmstudio. Den ordinære avisen skriver også om nye Katta, men saken står omtalt nederst på førstesiden under tittelen «Slik blir nye Katta».

Til konferansen «Unge lesere» på Gardermoen i regi av Mediebedriftens Landsforening har Torfinn Solbrekke og Hans Havdal, med bakgrunn fra blant annet

journalistikk og design, sammenlignet de to utgavene av HA. De konkluderer med at deknningen av nye Katta i den ordinære avisen er distansert og upersonlig, hovedvinklingen er på selve skolebygget, fokus er på materialer og budsjetter, og det er lærerne som kommer til orde. Ung reporter-redaksjonen har skrevet om samme tema, men denne saken er nær og personlig, den er vinklet på brukerne, det er fokus på funksjon, og elevene kommer til orde. Saken kunne utmerket stått slik i den ordinære avisen og ville kanskje, i tillegg til å ha et leserpotensial blant ungdommen, oppnådd at også flere «voksne» gadd å lese den.

– De fleste aviser har egne ungdomssider. Ingen av dem har blitt en suksess, fastslår Ole Kristian Lyngstad, administrativ redaktør i Hamar Arbeiderblad. Forsamlingen humrer gjenkjennende. Lyngstad nevner ikke Aftenpostens suksess med Si;D, men så er da også denne siden en debattsid for ungdom, ikke en tradisjonell avis-side for ungdom. Og nettopp her er vi sannsynligvis ved kjernen av avisens utfordringer med å nå unge lesere: Vi tror ungdommene er så spesielle at de er ikke er samfunnsborgere. Eller som Karl-Fredrik Tangen ved Oslo Markedshøyskole uttrykker det: Vi tror ungdom stort sett spiser burgere, men de spiser faktisk kjøttkaker. Når stoffet er slik at det også er stoff for ungdom, har avisen vunnet.

Pressens samfunnsrolle

Hvorfor er det så viktig at avisene vinner og går inn i kampen om ungdommens oppmerksomhet? Dagens 14-åring er jo født samtidig som de første SMS-er ble sendt. De har aldri opplevd en verden uten mobiltelefon. En ungdom i 20-årene er født omtrent samtidig som pc-en, og kan knapt huske hvordan verden var uten Internett. En nyfødt i dag kan risikere å bli født inn i en familie der foreldrene ikke engang har vurdert å abonnere på en avis fordi deres kontinuerlige adgang til nettet dekker deres behov for nyheter.

Enn så lenge er avisen, og her tenker jeg faktisk fortsatt først og fremst på papiravisen, en hjørnestein i vår demokratiske debatt. De etiske normer for pressen, det vil si Vær Varsom-plakaten, tar utgangspunkt i pressens samfunnsrolle. I et politisk perspektiv er det helt avgjørende at den oppvoksende slekt opplever pressen som en av de viktigste institusjonene for å sikre ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet – det vil si grunnelementene i et demokrati. Det er helt i orden at barna begynner sin karriere som avislesere med å lese tegneseriene, etter hvert vil de – i hvert fall hvis avisene klarer å få inn ungdomsperspektivet – også lese annen type stoff. Og det er ikke bare kjendisstoff som interesserer unge lesere. Undersøkelser, som TNS Gallup har foretatt,

viser at leserinnlegg/debattinnlegg og stoff om helse og samliv er blant de områder som har fått økt oppmerksomhet blant 13–19-åringene de siste fem årene.

MEN: Det er et faktum at avislesingen blant ungdom går ned i Norge. Ifølge Norsk Mediebarometer (Statistisk Sentralbyrå) er prosentandelen avislesere i aldersgruppen 9-15 år gått ned fra 53 % i 1991 til 43 % i 2005. I aldersgruppen 16-24 år har nedgangen vært enda mer dramatisk: fra 84 % i 1991 til 56 % i 2005. Til gjengjeld har Internett-bruken økt: 57 % i gruppen 9-15 år brukte Internett i 2005 mot 4 % i 1997. I gruppen 16-24 år brukte 68 % Internett mot 10 % i 1997. Denne gruppen er blant dem som bruker Internett mest til å lese nyheter, både fra papiraviser og andre nyhetskanaler.

Nettavisen som supplement

Betravir så denne nedgangen hos ungdommen i lesing av papiravis og deres økning av Internett-bruken at framtidens generasjoner ikke vil oppleve lukten av trykksverte og gleden ved å finne dagens avis på dørmatta eller i postkassa? Ikke uten videre: Undersøkelser foretatt av TNS Gallup, viser at nedgangen i daglig lesing av papiravis ikke er redusert i samme grad som lesingen av nettaviser har til tatt. For en god del er nettavisen med andre ord et supplement til papiravisen. Så lenge er tilstrekkelig stort markedssegment ønsker både-og, altså ønsker nettavisenes kjappe stil i en travel hverdag og papiravisenes mer rolige tempo i lunsjpausen, på toget og i helgene, er det håp for begge typer. Det er imidlertid viktig at avisene jobber med å finne ut hvordan de to ulike avisutgavene kan supplere i stedet for å kannibalisere hverandre.

Den finske avisen Keskiuomolainen som kommer ut i Jyväskylä i det sentrale Finland, kan være et eksempel på den positive effekten man får til ved å legge til rette for at papirutgaven og nettutgaven utfyller hverandre, samtidig med at man systematisk trekker inn skolene i å utvikle avisen til å bli interessant også for unge lesere.

Avisen holder kontakten med både lærere og elever gjennom egne websider, og lar elevene selv skrive mye av stoffet både til disse sidene og til papirutgaven. Når den trykte avisen bringer en reportasje for eksempel om ungdommer som blir med, eller ikke blir med i bilen til en fremmed, legger man samtidig ut spørsmål på nettet for å få innspill til saken. Resultatet av spørreundersøkelsen kommer i nettutgaven, men blir fulgt opp av en ny reportasje i papirutgaven. Det samme gjelder reportasjer/spørsmål som gjelder skole, fritid, organisasjonsliv osv. Journalistene besøker jevnlig skolene i området,

og lærerne bruker avisen aktivt i undervisningen, både i samfunnsfag og i finsk. Den finske avisutgiverorganisasjonen Sanomalehtien Liitto utførte for et par år siden en undersøkelse som viste at 99 prosent av lærerne i fylket på de aktuelle klassetrinnene bruker avis i undervisningen mot 93 prosent i landet som helhet, et tall som i seg selv er oppsiktsvekkende.

Avisen i nærmiljøet

Her hjemme gjør Avis i skolen, som er en del av Mediebedriftens Landsforening, en solid og systematisk innsats for å stimulere til økt samarbeid skole-avis. I dette langstrakte landet utkommer 226 aviser (tall fra årsskiftet 2005/2006), og det skal godt gjøres for en institusjon som Avis i skolen å rekke over alle aviser/skoler. Det er derfor viktig at spesielt lokalavisene er oppmerksomme på verdien av å få i stand et samarbeid med skolene og vise versa. Ikke minst spiller landets unike flora av mindre aviser en avgjørende rolle: Det viser seg at om barn og unge svikter riksavisene, regionavisene og de store lokalavisene, så leser de den avisen som kommer ut, kanskje bare én eller få dager i uka, der de bor. Landslaget for lokalaviser, som teller rundt 100 aviser, feiret i slutten av november 30 års jubileum i optimistens tegn. Medieforsker Sigurd Høst holdt foredrag og viste til at fådagavisene har opplevd en nærmest sensasjonell framgang de siste 15 årene, og at tre av fire barn i nedslagsfeltet leser disse avisene.

For et par år siden forsket jeg på tre ulike aldersgrupper av barn og unge, hvorav samtlige leste lokalaviser. De ga uttrykk for at de var nødt til å lese lokalavis for å være oppdatert om hva som foregikk i nærmiljøet. De eldste (17–18 år) mente imidlertid at det ikke holdt «bare» å lese lokalavisen hvis de ønsket innsikt i hva som foregikk utenfor kommunen eller utenfor Norge. Lokalavisene må ta tak i denne utfordringen og gjennom et samarbeid med skolene i området få elevene til å sette seg inn i og skrive om temaer som opptar dem akkurat nå. Tilgang til nyheter døgnet rundt betyr at verden er blitt mindre, men barn og unges behov for å sette begivenheter inn i en meningsfull kontekst, er sannsynligvis blitt større. De ønsker aviser som kan holde dem orientert om lokale begivenheter, samtidig som de ønsker å vite årsaken til dramatiske hendinger i utlandet. Debattstoff er også viktig: Behovet for rent underholdningsstoff kan de få dekket gjennom den stadig økende flora av ungdomsmagasiner, men behovet for å bli sett og hørt i den offentlige debatten blir fortsatt først og fremst tilfredsstillt gjennom avisene, til dels også gjennom tv. Ungdom snakker mye på nettet, men hvor ofte mon de opplever at en debatt i det virtuelle rommet gjør dem bedre i stand til å forstå det politiske spillet og reflektere over urettferdighet og maktstrukturer?



Dermed er vi tilbake til Vær Varsom-plakaten og pressens samfunnsansvar. Når 100 menn og kvinner samler seg på Gardermoen en mørk novemberdag for å få mer innsikt i unge avislesere, skyldes det naturligvis at ungdommen, den dagen han eller hun skal etablere seg med egen husholdning, er en potensiell avisabonnent/-kjøper. Uten et økonomisk fundament blir det ingen aviser. Men så lenge Vær Varsom-plakaten består, er avisutgivelse i Norge tuftet på et samfunnsansvar. Etablering av skyggeredaksjon i Oppland Arbeiderblad og «Ung reporter» i Hamar Arbeiderblad er et uttrykk for at avisene tar ungdommen på alvor. I samarbeid med skolene ønsker de å gi

plass til unge stemmer og på denne måten engasjere dem i samfunnsdebatten. At avisene samtidig ønsker å nå de unge for å legge grunnlaget for rekruttering av nye abonnenter og dermed sikre økonomien i framtiden, kan ingen klandre dem for. Avisbransjen er, kanskje mer enn noen annen mediebransje, avhengig av å få til en balanse mellom børs og katedral. Det er i alles interesse at denne balansegangen opprettholdes.

Anne Fogt er hogskolelektor ved Journalistutdanningen, Høgskolen i Oslo, og forsker på unge avislesere.