

Tekstkulturer i bevegelse

Elise Seip Tønnessen, førsteamanuensis, Institutt for nordisk og mediefag, Universitetet i Agder

Mediekompetent ungdom

Ungdom har rykket på seg for å være mediekulturens fortropp. De er gjerne de første til å ta i bruk nye medietilbud, enten det gjelder TV-kanaler eller nye formater på Internett, for eksempel chatting, netthandel og nettaviser. Ungdommen er også de som ofte innfører nye bruksmåter. Noen ganger skjer det på tvers av hva produsentene har lagt opp til. Det var for eksempel ungdom som først gjorde mobiltelefonen til et skriftmedium. Og det er ungdom som mest iherdig har gått inn i de nye nettsamfunnene, der de kan holde kontakt med venner og kjente, og profilere seg med en mer eller mindre særpreget identitet på Internett.

Samtidig er det viktig å nyansere bildet av de medieflinke ungdommene. Det finnes et forholdsvis stort mindretall av unge mennesker som ikke er så interessert i de nye tilbudene som digitaliseringen og datamaskinen øser ut over oss (Kaare og Brantzæg 2005). Og selv de aktive brukerne har ofte en litt tilfeldig sammensatt kompetanse. Noen har spisskompetanse i å spille dataspill, men kan ha ganske overfladisk innsikt i bruksprogrammer til tekstbehandling eller regneark. Noen forstår dataprogrammene i dybden og interesserer seg for programmering og hacking, mens de fleste er mer opptatt av hva de kan gjøre med ulike typer programvare, enn hvorfor og hvordan de virker. Vi må regne med at det er få områder der kunnskapen er så ujevnt og så tilfeldig fordelt som i bruken av nye medier. Det henger sammen med at dette er kunnskap som spres fra den ene brukeren til den andre, og at spredningen for det meste skjer i en brukssituasjon der det er et helt konkret problem som skal løses. Dermed kan vi ikke ta de unges mediekompetanse for gitt i klasserommet. En stor utfordring framover ligger i å bygge bro over kompetansekløftene som utvikler seg mellom de uinteresserte og de flittige brukerne av de nye mediene.

For å få et riktig bilde av den mediekulturen barn og unge beveger seg i i dag, er det også viktig å ta alderen i betraktning. Både innføringen av flerkanalssystemet for fjernsyn og datamaskinens mange digitale muligheter til å møte tekster har vist at småbarn og ungdom befinner seg i hver sin ende av brukerskalaen. Da tenåringene kastet seg over de nye kommersielle kanalene i 1990-årene, var de yngste TV-seerne fortsatt trofaste NRK-tittere (sammen med pensjonistene). Først da NRK etablerte egen barnekanal, fikk de yngste et reelt heldekkende tilbud. Da var de eldre brødrene og søstrene deres allerede på vei bort fra TV-kanalene, til fordel for interaktive tilbud på Internett. Også medier som PC og mobiltelefon har kommet sent i bruk hos de yngste skolebarna. Men bildet endrer seg stadig. Endringer i tilbud, kostnader og tilgjengelig teknologi kan føre til forskyvninger i interessen for ulike medier. Innføringen av bredbånd i de tusen hjem har for eksempel gjort det mulig – og vanlig – for de unge å være konstant tilkoblet Internett. Dermed har bruken av kommunikasjonstilbud som chat, Facebook og YouTube skutt fart, og det er enklere å sjekke nyheter eller kringkastingstilbud på PC-skjermen enn på TV-skjerm og papir.

Samtidig har programvare for å skape sammensatte tekster, som bildefortellinger, video eller digitale hypertekster, blitt allemannseie. Elever som får anledning til å ta i bruk slike uttrykksformer i skolearbeidet, kan sitte igjen med dobbel gevinst: Læringsarbeidet kan få medvind av at de uttrykker seg i en form de kjenner seg hjemme i, samtidig som de kan utfordres til å utvikle et mer reflektert forhold til måten de uttrykker seg på.

bli venn med

levig buskun det fapde



nora

bjare Björnsfirne



Integrert mediebruk og «multitasking»

De voksne oppdragerne har alltid vært opptatt av hvor mye tid de unge bruker på medietilbud. De elektroniske mediene har i den forbindelse ofte blitt sett på som tilbud som kunne utkonkurrere mer tradisjonelle medier, som bøker og aviser. Men med dagens brukermønstre blir det stadig vanskeligere å måle mediebruk i tid. En amerikansk undersøkelse fra 2005 (Rideout mfl. 2005) viste at den samlede tiden ungdom tilbrakte foran skjermer og andre medietekster, lå forholdsvis konstant på rundt seks og en halv time. Men mediedagbøkene som de unge førte, viste at i en fjerdedel av tiden brukte de flere medier parallelt. Dermed klarte de å presse inn omkring åtte og en halv times medieinnhold på den tiden de tilbrakte med mediene. Denne typen sambruk finner vi også hos oss. De unge kan sitte ved PC-en mens de kaster et skråblikk på fjernsynsapparatet. Eller de leser avisen mens de hører på de nyeste radiohitene. Slik flerbrukspraksis blir etter hvert også bakt inn i nye medieformater. Internasjonale nyhetskanaler gir oss nyheter i skrift nederst på skjermen i tillegg til den innarbeidede formidlingen gjennom tale og bilde. Og debattprogrammer gjengir seernes kommentarer fortløpende i skrift, eller inviterer til avstemning om debattens tema. Når dagens unge omgås medietekster, dreier utfordringene seg ikke bare om å tolke sammensatte tekster, slik læreplanen fra 2006 tar høyde for. En like stor utfordring ligger i å velge medium og kombinere kanaler på en hensiktsmessig måte.

Mediebruk og identitet

Siden mediebruken er så tett sammenvevd med ungdommenes sosiale liv, spiller den en stor rolle for hvordan unge mennesker posisjonerer seg sosialt, og hvordan de definerer sin kulturelle tilhørighet, og dermed også for deres identitetsutvikling. Dette er i og for seg ikke nytt. Hvem husker ikke en leseropplevelse fra barndommen eller ungdommen som har satt varige spor: en person vi ønsket å ligne, en opplevelse vi lengtet etter å ta del i. Når bøkens verden åpnet for å forme vår selvoppfatning ved å leve oss inn i fiksjonens karakterer og handlingsforløp, økte det motivasjonen for å lese mer, og styrket vår selvfølelse som lesere.

Boka er først og fremst et individuelt medium. Riktignok kan mange ha gode leseopplevelser når de opplever høytlesing sammen med andre. Og de siste årene har massemarkedet også slått inn i bokmarkedet med internasjonale bestselgere som *Harry Potter* og *Ringenes herre*, godt hjulpet av store filmproduksjoner. Men det vanligste er en lesers møte med en bok som hun eller han har valgt ut fra sine interesser og behov. De tekstene vi møter i de store massemediene, er på en helt annen måte kollektivt erfart. Når unge ser filmer og TV-serier, hører musikk eller surfer på nettet, møter de i mye større grad masseproduserte tekster. Særlig i fjernsynsmediet dreier det seg om tekster som er skapt av et team, med et stort og mektig apparat bak seg. Dermed blir det noen



få tekster og sjangrer som dominerer i et mediesystem der markedet bestemmer hva det er mulig å produsere og sende. De nettstedene som unge lesere gjerne oppsøker på Internett, står i en mellomstilling. Det finnes også nettsteder som et stort flertall forholder seg til, ikke minst fordi de fleste av kameratene deres gjør det samme. I tillegg finnes det et mangfold av tilbud som møter mer spesialiserte interesser. Unge brukere kan dele erfaringer fra fotballsider, nettaviser og Facebook med det store flertallet, samtidig som de kan dele sine spesialinteresser for naturvern, punkmusikk eller fluefiske med utvalgte venner i cyberspace.

Gutters og jenters valg

Midt i den store valgfriheten som medieoverfloden byr på, er det enkelte mønstre som holder seg forbausende stabile på tvers av mediene. Det viser seg at gutter og jenter foretrekker helt ulike fortellinger, spesielt tidlig i tenårene. De fortellingsmønstrene som appellerer så sterkt til henholdsvis jenter og gutter, kan vi finne igjen både i bøker, filmer og TV-serier og dataspill.

Jentene foretrekker melodrama og sjangrer som fokuserer på mellommenneskelige relasjoner og følelser. De møter disse tekstene med det Anne Jerslev (1999) karakteriserer som et følsomt, innlevende blikk. Guttene foretrekker action i bøker, spill og på film, der klare motsetninger settes opp mot hverandre og fører til seier eller nederlag. Dessuten har de sans for humor, gjerne av den distanserte, ironiske sorten (Tønnessen 2007). Disse mønstrene kommer fram når de unge oppgir sine favoritter i ulike medier. Dermed er det ikke sagt at alle følger disse mønstrene i alle

situasjoner. Men i en alder når gutter og jenter er opptatt av å finne ut av det maskuline og det feminine repertoaret i kulturen, tilbyr populærkulturen rollebilder som kan være tydelige inntil det stereotypet.

Likestillingsideologi formidlet fra kateteret vil neppe nå særlig langt i møte med populærkulturens overtydelige bilder. Unge skiller gjerne skarpt mellom skole og fritid i slike saker. Men skolen kan vise motbilder, for eksempel fra litteratur eller film. Og i klasserommet kan det stilles spørsmål som setter i gang diskusjoner og fremmer refleksjon. Slik får elevene mulighet til å utvikle en refleksjonskompetanse i forhold til tekster og leseopplevelser, som i beste fall kan bære frukt på lang sikt.



Hva lærer unge på Facebook?

Et godt eksempel på integrert mediebruk er nettsamfunnene som har skutt fart de siste årene, slike som Facebook, VGs Nettby og Dagbladets Blink. De er digitalt baserte, og noe av fascinasjonen ligger i at man her kan treffe utallige mennesker med sine interesser, historier og tilhørighet. Samtidig bruker de unge nettprofilen sin mest som en utvidelse av det sosiale nettverket som de møter daglig ansikt til ansikt, eller som de en gang har hatt et slikt forhold til. Det mest karakteristiske ved slike nettsamfunn er at det er brukerne som fyller dem med innhold. Dermed får brukerne rikelig anledning til å uttrykke seg, både gjennom skrift og bilder. En bruker må sette opp sin egen profil. Det skjer mye aktiv tekstskaping når hun eller han skal karakterisere seg selv, skrive hilsener til vennene på e-post eller oppslagstavle («veggen»), legge ut bilder fra siste fest med vennene eller delta i tematisk baserte diskusjonsgrupper.

Aktiviteten er først og fremst sosialt motivert. Å delta i nettsamfunnet kan være nødvendig for å bli regnet med også i primærgruppa. Dagens interaktive medier aktiviserer de unge, ikke bare som innholdsleverandører. De gir også et mål på hvor populær man er. De unge utveksler «elektroniske gaver» (Kaare og Brantzæg 2005) med sine hilsener og venneerklæringer på Facebook eller chattekanaler eller med meldinger på mobiltelefonen. Dermed gjør disse mediene det tydelig at kommunikasjon gjennom tekster dreier seg om både et saksforhold og om forholdet mellom deltakerne i kommunikasjonen. En tekst representerer en form for virkelighet (reell eller oppdiktet), men samtidig utfører den også en handling i et sosialt rom.

Selv om motivasjonen først og fremst er sosial, får brukerne mye læring på kjøpet. Det vil alltid være noe nytt å sette seg inn i: nye uttrykksformer å prøve ut eller tolke andres bruk av, og nye applikasjoner å ta i bruk. I mange tilfeller fører dette til problembasert læring i uttrykkets egentlige forstand, der brukerne selv må sirkle inn problemet og finne løsninger. Dette åpner for overføring til klasserommet. Hva med å presentere en forfatter klassen arbeider med, som profil på Facebook? Lar vi Bjørnstjerne Bjørnson og Henrik Ibsen bli venner på Facebook, kan den litterære samtalen begynne. I neste omgang kan elevene fordype seg

i nettverkskommunikasjon anno 1870-årene, da brevene gikk heftig mellom Bjørnson, Georg Brandes og Amalie Skram.

Hva er lesing i mediekulturen?

Spør du en ungdom om han leser, vil han mest sannsynlig tro du spør om han leser bøker. Da er kanskje svaret nei. Men det er gode sjanser for at han leser aviser, e-post, hypertekster på Internett, ukeblad og tegneserier. Denne lista er hentet fra Tove Frønes (2008), som har funnet at dette er de mest anvendte tekstformatene som 12-åringer leser i fritiden. Deretter følger skjønnlitteratur og andre bøker. En slik liste vitner om en tekstkultur i endring. Den viser nye utfordringer for lesing og skriving på to fronter. For det første dreier lesing seg sjelden bare om skrift. I dagens tekster er skriften mer eller mindre integrert med bilder og sideuttegning. En kompetent leser må lese samspillet mellom skrift og bilder. Tekstnodenes plassering på siden og skjermen sier noe om hvilken rekkefølge de ulike elementene skal leses i, men også om hvilken rolle de spiller i helheten.

For det andre foregår lesing i ulike medier, som ofte utvikler sine særegne formater. Hyperteksten kobler sammen tekstnoder med lenker. Det krever en ny bevissthet om hensikten med å lese teksten. Leseren må selv definere en lesestrategi, og finne den mest hensiktsmessige lesestien som fører til de nodene som er mest interessante. E-posten har utviklet sitt mediespesifikke format som automatisk forteller hvem som er avsender, og når meldingen er sendt, og den registrerer for deg om du har svart på eller videresendt meldingen. Disse funksjonene ligger innebygd i det formatet som mediet har skapt. På den andre siden hersker det stor usikkerhet om e-postens formelle status. Dreier det seg om et brev i elektronisk form, eller er den mer å ligner med en uformell samtale? Hvilke tiltaleformer er passende, og i hvilke situasjoner er e-posten gyldig dokumentasjon? Nye medier har gitt oss nye muligheter til å uttrykke, lagre og utforske mening gjennom tekster. Men samtidig utvikler vi hele tiden nye konvensjoner for meningsfull bruk av medium, format og modalitet.

Leseferdighet i utvikling

For dagens barn og unge virker det selvfølgelig å lese både på papir og fra skjerm. Lista over teksttyper som Tove Frønes har presentert (over), tyder på at de skjermbaserte mediene har gitt oss flere fragmenterte tekster, og at barn og unge er særlig ivrige lesere av slike tekster. Om de kommer i tillegg til eller erstatter de lange, sammenhengende tekstene i bøker, vil nok variere fra leser til leser. Ifølge PISA-undersøkelsen som hadde hovedvekt på lesing (i 2000), leste norske gutter mer fragmenterte tekster fra skjerm, mens jentene leste mer skjønnlitteratur. Det slo ut i testene slik at jentene særlig skåret bedre enn guttene på det PISA kaller «kontinuerlige tekster», mens guttene var på høyden i oppgaver knyttet til «diskontinuerlige tekster», som grafer, diagrammer og tabeller. I tolkningen av undersøkelsen har man lagt vekt på spriket i leseferdigheter mellom norske jenter og gutter. Men man kan også reise spørsmålet om oppgavene kan være i utakt med det tekstuniverset dagens barn og unge lever med i fritiden.

Kunnskapsløftet fra 2006 framhever lesing og skriving blant de grunnleggende ferdighetene. Det dreier seg om ferdigheter som står helt sentralt i mange av skolens arbeidsformer. Men når man ser på bredden og variasjonen i det tekstuniverset som barn og unge eksponeres for i mediekulturen, kan man spørre om det er mulig å tenke seg en grunnleggende opplæring i ferdigheter som vil åpne døren til alle tekster i alle situasjoner. Meningsskaping gjennom tekster foregår ikke i et tomt rom. Det kan være et stort sprang fra kompetansen som skal til for å lese skrift på en bokside i skolesammenheng, til det å skape mening ut fra kaskader av bilder, bevegelser, farger og lyder fra en dataskjerm hjemme på gutterommet.

På ett plan kan vi si at det er grunnleggende å kjenne alfabetet og vite hvordan bokstaver kan settes sammen til ord, og hvordan ord kan danne setninger og hele tekster. På den andre siden er enhver lese-situasjon et unikt møte mellom en leser og en tekst. Tekster er ulike, lesere er ulike, og lesesituasjonen og hensikten med å lese er ulik. Vi lærer å bli gode lesere ved å samle på mange slike erfaringer, ved å bygge opp et bredt repertoar av sjangrer, uttrykksformer, medieformater og kommunikasjonssituasjoner. Etter hvert lærer vi kanskje også å overføre tolkningserfaringer fra ett

medium til et annet, for eksempel fra roman til film eller mellom nyheter i aviser, på nettet og i fjernsynets nyhetssendinger. Mange vil også utvikle spesialområder der de er eksperter, og kan lese både mellom linjene og på tvers av modaliteter.

For barn og unge er det grunnleggende å skaffe seg bred leseerfaring. Skolen kan ikke forutsi alle de tekstformer og brukssituasjoner som dagens elever vil møte i framtiden. Men gode tekstopplevelser, enten de kommer fra skjerm eller bok, på skolen eller i fritiden, kan gi barn og unge tro på at det er meningsfylt å beskjeftige seg med tekster. Dermed kan de også utvikle beredskap til å møte nye tekstformer i nye medier, først og fremst fordi de bærer med seg en grunnleggende selvfølelse som lesere.

Litteratur

Endestad, Tor mfl. (2004): *En digital barndom? En spørreundersøkelse om barns bruk av medieteknologi*. Nova-rapport nr. 1/2004.

Frønes, Tove (2006): *Nasjonale leseprøver for 10. klasse 2004; en studie av tekster og elevprestasjoner*. Masteroppgave i nordisk. Universitetet i Oslo.

Jerslev, Anne (1999): *Det er bare film. Unge videofellesskaber og vold på film*. København: Gyldendal.

Kaare, Birgit Hertzberg og Petter Bae Brandtzæg (2005): «A presentation of the Norwegian Study: *A Digital Childhood*». Paper presentert ved den 17. nordiske medieforskerkonferansen. Universitetet i Ålborg.

Rideout, Victoria, Donald F. Roberts og Ulla G. Foehr (2005): *Generation M: Media in the lives of 8-18 year olds. A Kaiser Family Foundation Study*. Executive summary tilgjengelig på www.kaiserfamilyfoundation.org/entmedia/7250.cfm.

Roe, Astrid (2002): «Hvordan står det til med ungdommers lesekompetanse og lesevaner?» I Agnes-Margrethe Bjorvand og Elise Seip Tønnessen (red.): *Den andre leseopplæringa*. Oslo: Universitetsforlaget.

Tønnessen, Elise Seip 2007: *Generasjon.com*. Oslo: Universitetsforlaget.

