

Universitetsavisas veivalg

Redaktørens rapport til Styret, mars 2012

Fire år har gått siden Styret vedtok å utstyre UA med redaktørplakaten. For to år siden lanserte vi ny, profesjonell nettløsning. For kort tid siden fikk vi utført en leserundersøkelse i regi av Norfakta. Denne ble ferdigstilt for å bli presentert for Styret nå. Den mediale utviklingen omkring oss, og resultatene av undersøkelsen, viser at vi står foran noen veivalg. Som UAs eierforsamling er det Styrets privilegium å mene noe om hvilke valg som her bør gjøres.

Rapporten oppsummert:

- UA lykkes på parametrene vi selv har satt for suksess: 93 prosent av respondentene synes vi dekker viktige universitetspolitiske saker. 84 prosent synes vi har mye småstoff fra NTNU. 78 prosent synes vi er først og best på NTNU-stoff.
- UA er for lite synlig, og vi leses av for få. Under halvparten er innom avisa daglig. Studentene synes å ha forlatt oss.
- Vi kan ikke være god på alle områder. Hvor er det viktigst at vi er god? Kjør debatt.

Det er en uttalt målsetning for UA at vi hviler på to pilarer. På den ene sida skal vi være en lokalavis for de som har sitt virke ved NTNU. På den andre skal vi være ei universitetspolitisk avis. Dette er en krevende øvelse: Vi skal både omtale store og små begivenheter på campus, samtidig som vi setter søkelys på rammevilkår for forskning og undervisning, ved NTNU som institusjon og academia i mer allmenn forstand.

Som det framgår av Norfaktas ferske undersøkelse, lykkes vi rimelig bra med det. Vi er god på det universitetspolitiske; vi er først ut med de siste av hendelser ved NTNU; vi har godt med lokalstoff. Under og omkring dette ivaretar UA sin funksjon høvelig bra som debattorgan for universitetets befolkning. Og, ikke minst viktig: Vi oppfattes som et selvstendig og kritisk organ.

Det er altså mye godt å si om hva våre lesere mener om UA (selv om det også her er mye vi vil ta tak i for å forbedre oss). Men hva med alle dem som ikke leser avisa?

UAs største utfordring er synlighet, eller snarere mangel på sådan. Vi leses mest på campus Gløshaugen og minst på campus Dragvoll. Vi leses mer av teknisk-administrative enn av vitenskapelig ansatte. Og, framfor alt: Vi leses lite av de yngre. Her er det flere funn som peker i samme retning: Vi leses ikke av studentene¹ (vi brukes av studentpolitikkerne!). Hos andre nettaviser stiger bruken av mobile leseplattformer, primært smarttelefoner og lesebrett. Vi har ikke den oppdaterte nettløsningen installert. Vi har videre ikke noe tilbud når det gjelder levende bilder, noe som unge lesere er særlig opptatt av.

Som det går fram av undersøkelsen har Innsida etablert en unik posisjon som ansatte (og studenters) primære informasjonskanal. Dette er som det skal være. De fleste har Innsida som sin startside. UAs

¹ Respondentene består av 400 ansatte og 100 studenter. For sistnevne er mao konklusjonene beheftet med større usikkerhet. Tendensen er likevel klar.

misjon er ikke å fylle dette behovet. Imidlertid er det helt avgjørende at NTNUs intranett byr på godt synlige pekere inn mot avisas hovedside. Uten slike pekere vil avisa bli usynlig for universitetets befolkning. **Det er derfor av kritisk betydning for UA at Innsida 2.0 inneholder en godt synlig peker inn mot avisa.** En slik peker må være overordnet, statisk, og ikke ”begraves” i jungelen av mulige feeds som hver enkelt bruker kan legge inn på sin personlig tilrettelagte side.

Lesere, både de som leser oss, og de som vi ønsker skal lese oss, er dessuten opptatt av hyppig sideoppdatering. Det må *skje noe* på UAs hovedside, ofte. Hvis ikke, mister man raskt interessen.

Altså presser behovet for veivalg seg på. Hva er viktigst 1) når det gjelder stoffområder, 2) når det gjelder lesergrupper? Skal vi eksplisitt velge bort noe/noen?

Veivalg 1: Om man sammenlikner UA med en gjennomsnittlig norsk lokalavis, er vi som lokalavisa – minus pakken av nødvendig info og trivialia: TV/radiooversikt, værmelding, personalia (fødte/døde/runde dager), samt en variant av ”Dette skjer i dag”-spalta. UA står for selve *journalistikken* i lokalavisa, mens Innsida bibringer stort og smått av hva det er viktig for en innbygger å få med seg. Bør det fortsatt være slik? Både UA og Innsida kan leve godt med en slik, utfyllende dualitet – men det forutsetter som nevnt ovenfor at Innsida inneholder markante og tydelige pekere inn mot UAs forside.

Et alternativ er at UA inkluderer langt mer slikt infoaktig stoff enn i dag. Det kan vi få til: Men da må vi velge mellom å bygge ut de redaksjonelle ressursene eller å senke de journalistiske ambisjonene.

Norfaktas undersøkelse viser som nevnt at vi har færre lesere hos de vitenskapelig ansatte enn blant de teknisk/administrative, og færre lesere på Dragvoll enn på Gløshaugen². Det fins gode grunner til at det er slik. Skal vi komme i inngrep med disse ”hvite feltene” blant våre potensielle lesere, er ikke god og målrettet journalistikk nok. Vi må også markedsføre oss inn mot disse gruppene. Slike tiltak må være av langsiktig og utholdende art – PR-stunts vil kunne skaffe flere klikk på kort sikt (av typen flyers, stands og liknende), men all erfaring tilsier at interessen deretter vil dabbe av. Et eksempel på et slikt langsiktig tiltak er egne lystavler plassert der de vitenskapelig ansatte ferdes, hvor UAs forside, alternativt siste sak, flashes³.

Det er imidlertid lite realistisk å forvente av redaksjonen at vi skal kunne bidra i stor grad i slik markedsføring. Dels fordi vi ikke besitter den kompetansen: I de fleste avishus har man egne folk til å gjøre den jobben. Dels fordi vi simpelthen ikke har tid og ressurser. Avisa disponerer for tida 3,5 årsverk, og å legge kraft bak markedsføring vil gå ut over både kvalitet og kvantitet i forhold til hva vi produserer i dag.

Veivalg 2: Bør UA slå seg til ro med at avisa ser ut til ikke å bli lest av studentene? (Vi leses av studentpolitikere, samt i noen grad av eldre studenter, som planlegger en karriere ved universitetet) Vå søsteravis ved UiB, På Høyden, har gjort et slikt, eksplisitt, valg. NB Om UA gjør som På Høyden, innebærer ikke det at vi ikke fortsatt vil skrive om studentrelaterte tema, som eksempelvis fagkritikk;

² En sannsynlig forklaring på dette siste er at det er flere administrativt ansatte på Gløshaugen.

³ I dag er vi tilstede på eksisterende lystavler, hvor siste sak streames i egen tekstlinje. Vi får positive tilbakemeldinger på dette, og en vesentlig ekspansjon her kan være et godt tiltak.

studenters helse med mer, siden slikt stoff er av interesse for ansatte ved universitetet, studentpolitikere og journalister andre steder som følger UA.

Uavhengig av hvorvidt vi skal satse eksplisitt på studentene som lesere, er det svært viktig at vi fanger opp leserkategorien "unge voksne" – stipendiater, post.doc'er, unge i administrasjonen m.fl. Skal vi få til det, må noen aktive grep tas. For det første må vi bli bedre på mobile plattformer, telefoner og lesebrett. For det andre må vi satse på levende bilder. Yngre lesere sitter i langt mindre grad foran pc'en og leser artikler. De surfer via telefon/brett, etter interessante ting å se på.

Oppsummert. I hvilken retning bør vi gå? Her følger skisse til 4 alternativer.

1. Som dagens UA – redigert etter vesentlighetskriteriet, ytterligere spissing av avisas duale profil, som universitetspolitisk avis samt som lokalavis for NTNU.
2. Som alt. 1, men med styrking av de redaksjonelle ressursene, samt at ressurser til markedsføringstiltak stilles til disposisjon. Dette vil gjøre oss i stand til å bli bedre på alt av lokalrelatert stoff uten at det universitetspolitiske nedprioriteres, samtidig som vi får åpnet de før omtalte hvite feltene.
3. En vesentlig omlegging i retning av det populære, "klikkvennlige" – satse hardt på catchy småstoff, være raskt ute med hendelsesnyheter i stort og smått, prioritere høyt å få lagd videosnutter i youtube-format som legges kjapt ut.
4. En nedskalert UA, i tråd med hva den var før omleggingen for to år siden. Avisa vil bli dominert av enkle enkildesintervjuer, bearbeiding av pressemeldinger, klipp-og-lim av stort og smått som skjer ute i verden. Dette alternativet gjør det mulig å redusere avisas redaksjonelle ressurser på sikt.

Uansett alternativ vil debatt- og kommentarstoff alltid bli viet oppmerksomhet og plass.

Det er min vurdering at vi står oss på å rette kreftene inn mot å fylle de nevnte, hvite lommer blant ansatte. Studentstoff vil fremdeles være viktig – av den enkle grunn at studenters vé og vel, både faglig og menneskelig, er viktig for vitenskapelig og administrativt ansatte ved NTNU. Men det vil være et underliggende premis at vi skriver om studenter fra dette ansattperspektivet.

Vi skal fortsette å prioritere det universitetspolitiske, vidt definert – samt å være lokalavis i stort og smått for NTNU. Vi skal prioritere å være først med det siste, være raskt ute med hendelsesnyheter. Vi skal være mer bevisst på viktigheten av raske oppdateringer på forsida.

Nettet er en jungel, og UA kjemper om oppmerksomheten blant mange aktører og nettsted. Vi skal øke fokuset på tiltak for å synliggjøre UA. Vi kan ikke si oss fornøyd med at under halvparten – 45 prosent – av de ansatte er innom UA hver uke. At 93 prosent synes vi dekker viktige universitetspolitiske saker; at 84 prosent synes vi har mye småstoff fra NTNU; at 78 prosent synes vi er først og best på NTNU-stoff: Dette gjør at jeg er ubeskjeden nok med å konkludere med at leserne er fornøyd med UA – når de først leser oss.

Tore Oksholen
Ansvarlig redaktør

Vedlegg: Norfaktas undersøkelse