

Innspill til arbeidet med ny leseleststrategi fra De norske bokklubbene AS

Bokklubben har i mer enn 60 år brakt leseglede og kvalitetslitteratur til norske lesere. Vi er positive til at regjeringen vil utvikle en ny leseleststrategi for Norge. Vi ønsker med dette å gi våre innspill til arbeidet, slik det er utlyst på Regjeringen.no:

1. Hva mener du/dere er de tre største utfordringene knyttet til lesing og leselest?
2. Hva vil være de tre viktigste målgruppene for strategien?
3. Hva bør de tre viktigste tiltakene i strategien være?
4. Har dere gode eksempler på hva som bidrar til leselest?
5. Er det andre viktige områder vi må huske på?

Bokklubben har vært bidragsytere til og støtter opp om de innspillene som er kommet fra flere aktører og grupper i bokbransjen (Forfattersentrum, Den norske bokhandlerforening, Norsk Barnebokinstitut m.fl.).

Vi vil derfor ikke gå konkret inn på alle spørsmålene departementet har bedt om innspill til, men konsentrere oss om punkt 5. Fra Bokklubbens side ønsker vi å utdype bransjens innspill på det punktet som angår innovasjon og teknologi.

Bokklubben deler bekymringen for rapportert nedgang i lesing i flere grupper av befolkningen, og vi mener absolutt at det er god grunn til å diskutere skjermbruk, scrolling og svekket konsentrasjonsevne som utfordringer for leselesten. Men skjermen er bare én type teknologi. Og det er mange andre måter data, teknologi og statistikk kan bidra til å løfte leseleden på.

Det er derfor vesentlig at en ny leseleststrategi ikke blir en anti-teknologistrategi. Vi må tvert imot legge til rette for at vi kan bruke data og teknologi for alt det er verd i arbeidet med å skape mer leselest i Norge.

Her er tre konkrete punkter leseleststrategien bør berøre:

**1: Vi trenger mye bedre målinger av lesing.** Vi har mange tall i bokbransjen. Men hvilken kunnskap om utvikling i lesing har vi egentlig? Datagrunnlaget varierer veldig: Skal vi telle lesing pr. dag, pr. uke eller med andre frekvenser? Definisjonene av lesing er uklare: Teller pensum-, avislesing eller lydboklytting som lesing? Dessuten er mange av analysene punktmålinger gjort en enkelt gang. Skal vi virkelig jobbe mer systematisk med lesing i befolkningen over tid, trenger vi lange tidsserier og kontinuerlige undersøkelser. Leseleststrategien må gjøre oss i stand til å måle utviklingen med sammenliknbare kriterier og tydelige definisjoner.

**2: Vi må måle holdninger og smak.** Ordet «lyst» må stå sentralt i leseleststrategien. Da må vi ikke bare telle hvor mange som leser bok på en dag, men dykke ned i holdninger og smaksdannelse. Vi må vite hvem og hvor mange som liker å lese, om vi har lyst til å lese *mer* og hvilke hindringer vi opplever i hverdagen for å være de leserne vi har lyst til å være. Da vet vi mer om potensialet i samfunnet, og vi kan få ideer om hvordan ulike utfordringer kan løses.

For folk har faktisk lyst til å lese – tror vi. I alle fall sier nesten sju av ti voksne at de liker å lese, og omtrent like mange har lyst til å lese mer, ifølge en representativ undersøkelse vi i Bokklubben fikk gjennomført i fjor. Men dette er én måling, gjennomført én gang. Derfor vet vi egentlig ikke om det er problematisk når andelen som «liker å lese» er mye lavere i gruppa under 30 år enn blant andre. Men vi vet at det er problematisk at vi ikke vet det.

### **3: Vi må ha data som muliggjør forståelse av smak og forløser potensialet i personlige anbefalinger.**

Akkurat nå foregår et stort teknologisk skifte i verden med kunstig intelligens som fellesnevner. Skal vi i Norge lykkes med å inspirere og engasjere norske lesere med norsk språk og litteratur, må vi lære av de beste: Amazon og TikTok.

Vi vet nemlig forbløffende lite om hvem som leser hva – og forutsetningen for å skape leselyst, må jo være at vi forstår hva som engasjerer den enkelte leseren. For selv når alle bøkene er gode, er leserne forskjellige. Noen elsker krim, andre hater det. Og kanskje er det samme person som leser Annie Ernaux som leser Sagaen om Isfolket?

I Bokklubben har vi prøvd å finne ut mest mulig om hva som former folks lesing. Men vi sliter med å komme forbi det kvalitative. Selv om 30-40 dybdeintervjuer og en rekke fokusgrupper med ivrige lesere gir indikasjoner, hypoteser og mønster, er det veldig mye vi ikke forstår.

Stordata-analyse og kunstig intelligens gir for første gang muligheten til å studere folks smaksdannelse med ekte data. Men det krever at vi tilgjengeliggjør og strukturerer data om hva ekte mennesker leser og velger – GDPR-messig anonymisert. Med slik dataanalyse kan vi skape grunnlaget for anbefalingsmodeller fra et norsk ståsted som er like treffsikre som det Amazon presterer.

Det eksisterer noen få datasett som kan fortelle oss noe dette: Utlånsbasene hos folkebibliotekene representerer mulige gullgruver, for de dokumenterer ekte menneskers lån av bøker over tid. Hvis vi får standardisert og tilgjengeliggjort de offentlige datasettene for analyse og bearbeidelse både av forskere, i teknologimiljøer og i bokbransjen, er vi kommet langt. Dette er i tråd med statens arbeid med tilgjengeliggjøring av offentlige data på andre områder i samfunnet, og vi vil be departementet utrede hvordan utlånstatistikk på (anonymisert) individnivå kan gjøres tilgjengelig for analyse og produktutvikling.

I Bokklubben har vi også data som kan brukes. Vi har nemlig kjøps- og lesehistorikk på tusenvis av mennesker de siste 10-15 årene. Denne kan også anonymiseres og brukes i større analyser – det skulle bare mangle at vi stiller opp med det vi har.

For i arbeidet med ny leselyststrategi må vi sikre at litteraturfeltet har rammer og muligheter til å være like innovative som andre sektorer i samfunnet. Det skylder vi norske lesere.