

KANTAR

I strømmen av innhold

7-14-åringers forhold til filmer, serier og spill.

En kvalitativ og kvantitativ
innsiktsrapport laget av Kantar på
vegne av Norsk filminstitutt.



Norsk
filminstitutt

Rapportinnhold

1	Om prosjektet	4
2	Hovedfunn	8
3	Hvem er de unge? Utviklingsfaser og overganger	11
4	Foreldrenes som påvirkere i barnas mediekonsum	22
5	Språk og norsk innhold	38
6	Skolen som formidlingsarena	60
7	Film og serier	68
8	Sjangerpreferanser	84
9	Kino	99
10	Dataspill	111
11	Hvordan nå barn mellom 7 og 14 år?	123
12	Vedlegg	129

Forord



Kjersti Mo

*Direktør i Norsk
filminstitutt*

Dagens 7-14 åringer konsumerer enorme mengder innhold – i nesten alle tenkelige situasjoner, på forskjellige plattformer og i ulike kanaler. Men hvordan forholder de seg egentlig til strømmen av innhold? Hva er de opptatt av? Hva liker de best? Hva tenker de om innhold på norsk? Og hva skal til for at de velger norske filmer, serier og spill i konkurranse med innhold fra hele verden?

I denne rapporten forsøker vi å ta pulsen på barn og unge, og gi et innblikk i deres forhold til filmer, serier og spill. For at norsk innhold skal ha en sjanse i den beinharde konkurransen om barn og unges oppmerksomhet kreves innsikt i hva målgruppa vil ha og hva de er opptatt av. Vi vil at det som skapes av norske filmer, serier og spill skal være av høy kvalitet og være så relevant at det velges av målgruppa. De beste kunstneriske idéene kommer ofte innenfra, fra noe ektefølt og nært. Publikumsinnsikt kan bidra med inspirasjon og en dypere forståelse for hvordan innholdet kan utvikles og formidles, for bedre å treffe det viktige publikummet som dagens barn og unge er. La innsikten bli en sentral medspiller som bidrar til at den kunstneriske visjonen eller ideen treffer blink hos det publikummet den er ment for.

1 Om prosjektet

Om rapporten

Rapporten utforsker barn og unges bruk, behov og opplevelser innenfor film, serier og spill.

Den bygger på både dybdeintervjuer med barn fra 7 til 14 år og deres foreldre, samt en landsrepresentativ spørreundersøkelse med 1000 respondenter i samme alder. Til sammen gir dette et unikt innblikk i hvordan norske 7-14-åringene bruker og tenker rundt noen av vår tids mest sentrale medieformer.

Barn og unges mediebruk er alltid interessant fordi de befinner seg i sine formative år, hvor de ennå ikke har etablert sine vaner fullt ut. Denne innsikten er imidlertid spesielt betydningsfull i dag, siden dagens barn og unge har tilgang til en mye større mengde medieinnhold enn tidligere generasjoner. Dermed har mediebruken deres helt andre forutsetninger enn det vi har vært vant med.

Kantar har gjennomført undersøkelsene på oppdrag fra Norsk filminstitutt, men innsikten i rapporten burde være av interesse for bransjeaktører og alle som er interessert i å forstå barn og unge i denne aldersgruppen.

Rapporten inneholder innsikt og tall fra både dybdeintervjuene og spørreundersøkelsen, men er forsøkt framstilt slik at de er lett tilgjengelig for alle som er interessert.

Vi håper rapporten gir gode innsikter som vil være til nytte!





God fornøyelse!



Prosjektbeskrivelse

	Kvantitativ spørreundersøkelse	Kvalitative dybdeintervjuer
Antall respondenter	1000	30
Målgruppe	Barn i alderen 7-14 år, med hjelp fra deres foreldre.	Barn i alderen 7-14 år, med hjelp og innspill fra deres foreldre.
Intervjumetode	Webintervjuer. Respondentene har svart på et spørreskjema de har fått tilsendt via en link.	Etnografiske (hjemme hos respondentene) dybdeintervjuer, hvor hvert intervju har hatt en varighet på 1,5 time.
Utvalg	<p>Utvalget av 7-14-åringene er rekruttert via foreldre som er medlem av GallupPanelet.</p> <p>Utvalget er trukket på barnas fødselsår. Dersom husstanden hadde mer enn et barn i aktuell alder ble de bedt om å svare for det barnet som sist hadde fødselsdag.</p>	<p>24 av 7-14-åringene er rekruttert via foreldre som er medlem av GallupPanelet.</p> <p>6 av 7-14 åringene er rekrutterer gjennom Divinc og gjennomført av Faiza Kassim, som spesialiserer seg på kvalitativt feltarbeid med fokus på minoriteter.</p> <p>Utvalget er fordelt 50/50 på rurale og urbane områder rundt og i Oslo, Bergen og Trondheim.</p>
Feltarbeid	Intervjuene ble gjennomført i perioden 27.3 - 20.4 2023.	Utført mellom februar og mai 2023.
Ansvarlig konsulent	Agnethe Karlsen/Alexander Eidsæther	Ole Guldvog/ Julie Saglien

Tekniske detaljer: Kvantitativ spørreundersøkelse

	Utvalg og rekruttering	De 1000 7-14-åringene er rekruttert gjennom foreldre som er medlemmer i Kantars aksessepanel, GallupPanelet. Utvalget er trukket på barnas fødselsår og er dermed landsrepresentativt for barn og unge i alderen 7-14 år. Dersom foreldrene hadde flere barn mellom 7-14 år ble de bedt om å svare for/la barnet som sist hadde fødselsdag gjennomføre. Foreldrene har samtykket til at deres barn blir intervjuet.
	Skjema	Foreldrene ble først bedt om å svare på noen spørsmål om sitt syn på barn og unges mediebruk. Når det ble barnets tur til å svare ble foreldrene bedt om å være tilstede for å hjelpe dem.
	Skjemalengde	Total intervjuetid var ca. 6 minutter, inkludert foreldrenes svar.
	Databehandling	Utvalget er vektet på barnets kjønn og alder samt foreldrenes utdanningsnivå.

Den uvektede utvalgssammensetningen hadde en jevn fordeling på alder og kjønn, og ser slik ut:

Totalt	Kjønn			Alder			7-9 år		10-12 år		13-14 år	
	Gutt	Jente	Ønsker ikke oppgi	7-9 år	10-12 år	13-14 år	Gutt	Jente	Gutt	Jente	Gutt	Jente
1000	500	498	2	362	389	249	182	179	192	196	126	123

2

Hovedfunn



Oppsummerende hovedfunn

- **Et enormt konsum av medieinnhold.** 7-14 åringer konsumerer enorme mengder innhold i nesten alle tenkelige situasjoner. Få av deltakerne i studien virker å ha klare grenser for skjermbruk (ref. kapittel 7 og 10).
- **Innholdet må komme rett til målgruppen og være i det riktige formatet.** Barna søker ikke opp innhold selv. All inspirasjon må komme til dem og deres feed (ref. kapittel 3 og 11).
- **Spoil the action!** Barn 7-14 trenger ingen spoiler alert. Det finnes enormt mye innhold. De unge ønsker derfor å forsikre seg om at det de velger er verdt tiden (ref. kapittel 7 og 11).
- **De unge skiller tydelig på film og serier.** Film og serier assosieres med ulike brukersituasjoner og behov. Tiden man har til rådighet er den viktigste driveren for valg. Behovet for å se noe sammen med andre spiller en viktig rolle i valget mellom film og serie (ref. kapittel 7).
- **Store kjønnsforskjeller.** Undersøkelsen avdekker stor forskjell på hva gutter og jenter liker. Innhold med fokus på intriger og sosiale relasjoner vekker interesse hos jentene. Etter hvert som de blir eldre blir interessen for sosiale medier større. Ferdighetsspill på konsoll eller pc, er først og fremst noe guttene er opptatt av (ref. kapittel 7, 8 og 10).



Oppsummerende hovedfunn

- **Få negative holdninger til norsk.** Opplevelsen av norske produksjoner er generelt god, selv om målgruppene 10-12 og 13-14 oppgir å like engelskspråking innhold best. Norsk språk oppleves likevel å ha en verdi som engelsk ikke har, ved å gjøre det lettere å forstå flertydighet, ironi mm. (ref. kapittel 5 og 8).
- **Skolen er en viktig formidlingsarena for norsk innhold.** En del barn hadde knapt blitt eksponert for norsk innhold om det ikke hadde skjedd via skolen (ref. kapittel 6).
- **Det finnes lite innhold på norsk.** Spesielt de eldre barna opplever å ha «runda» det norske tilbudet. Norsk innhold som retter seg mot gutter fra ti år og oppover oppleves spesielt å være en mangelvare (ref. kapittel 4, 5 og 8).
- **Humor er den sjangeren alle i målgruppen liker og ønsker mer av.** Spesielt her oppleves norsk språk å ha en ekstra verdi (ref. kapittel 8).
- **Barna er glad i å gå på kino men kino er lite fremme i bevisstheten deres.** Kino representerer først og fremst det lille ekstra man får i form av mørke, stort lerret og godteri, og en sosial begivenhet (ref. kapittel 9).

3

Hvem er de unge?

Utviklingsfaser og overganger

Hva sier innsikten om aldersgruppen 7 til 14 år i stort?

Innledning

Dette er en aldersgruppe som på tross av sin unge alder konsumerer enorme mengder innhold i nesten alle tenkelige situasjoner.

Vi møter en aldersgruppe som forventer at innhold (og ideer i stort) kommer til dem. Det er via YouTube, Netflix, og i større grad TikTok, nesten all inspirasjon innhentes.

Det er en aldersgruppe som vokser opp i en situasjon hvor grensene mellom fysiske og det virtuelle for alvor begynner å hviskes ut.

Det er en generasjon hvor det er relativt stor forskjell på hva gutter og jenter liker.

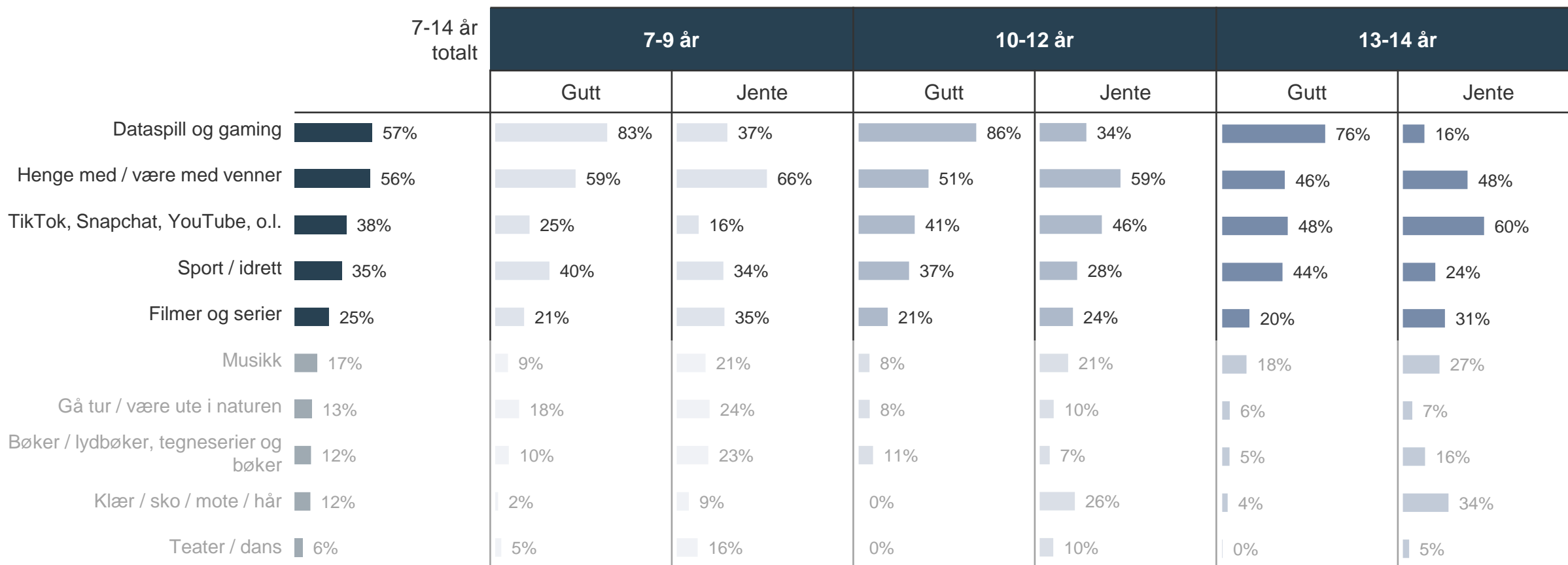


Barna har mange interesser, men når de må prioritere hva de liker best å bruke tid på, kommer mediebruk høyt på listen.

Etter hvert som de blir eldre blir dataspill og sosiale medier viktigere.



Topp 5 interesser viser hvor viktig digitale medier blir i barnas liv etter hvert som de blir eldre



Utviklingsfase | 7-9 år

Barn i alderen 7–9 år leker fortsatt mye fysisk, og de blir mer og mer interessert i den visuelle, digitale lekeplassen.

De er opptatt av mye forskjellig, ofte over korte tidsrom. De som har større søsken, blir ofte påvirket av deres mediebruk. Klassekamerater har forskjellige erfaringer og bakgrunn, og foretrekker ulikt innhold. Samtidig blir de inspirert av hverandres interesser når de blir med hverandre hjem etter skoletid.

“**Jeg spiller ikke Minecraft så mye lenger, men det gjør heller ikke storebror. Vi spiller mer spillet Zelda og sånn. | Gutt 7 år**

Balanserer
fysisk lek og
digital
utforskning.



Eldre søsken
setter
standarden



Spill er gøy for
moro skyld



Fysisk lek er fortsatt
viktig

Utviklingsfase | 7-9 år

Interessene varierer stort.

Blant de yngste barna i målgruppen er det stor variasjon med tanke på hva de liker best innen film, serier og spill. Hva de ser og spiller mest, forandrer seg hele tiden. Hvor mye de leker fysisk og hvor mye aktivitet som er knyttet til skjerm varierer også stort innad i denne gruppen.

Skjerm er mest interessant.

Bruk av skjermer begynner å ta opp en betydelig mengde tid og oppmerksomhet. Og skjermtid er den aktiviteten de stadig ønsker seg mer av.

Balanserer
fysisk lek og
digital
utforskning.

Tale er mindre viktig.

Hva som sies, og hvilket språk som tales i medieinnholdet de bruker, er underordnet. Det er det de kan forstå rent visuelt som er viktigst.

Utviklingsfase | 10-12 år

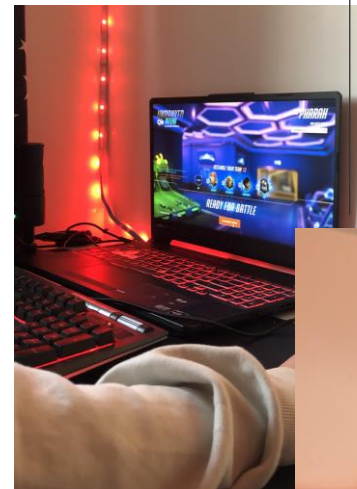
Fritidsinteressene styrer/former hverdagen:

Dette påvirker både hvor mye tid barna har til å konsumere, og hvilket innhold de foretrekker. Fritidsinteresser som karate, fotball, hest og Manga, gjenspeiler også valg av film, serier, spill og annet innhold. De som interesserer seg sterkt for spill ser gjerne også mye innhold som relaterer seg til spill og ulike spill-univers.

I alderen 10-12 etablerer skjerm seg som den aktiviteten som er viktigst for barna. Lek blir mindre fysisk (for mange forsvinner den nesten helt). Klassemiljøet blir viktig med tanke på hva som er kult og ikke...

“ ... B-klassen spiller Roblox, men jeg går i A.
Alle i klassen vår har slettet det. | Jente 11 år

Fra lek til
å snuse på
ungdomstiden.



Ny gaming pc er på plass



Eskene står på utstilling



Actionfigurene havner snart på loftet

Utviklingsfase | 10-12 år

Det engelske språk blir viktig.

Barna begynner for alvor å mestre engelsk. Mange foreldre oppfordrer barna til å se innhold på engelsk. Bruken av medier preges mer og mer av internasjonale produksjoner hvor engelsk dominerer. Mange barn sier nå at de foretrekker film og serier på engelsk.

De venter spent på SOME.

En del barn har nå fått seg TikTok. De som enda ikke får lov må nøye seg med YouTube eller Zoomerang mens de venter spent på å ta del i sosiale medienes verden.

Fra lek til å
snuse på
ungdomstiden.

Stor interesse for dataspill.

I 10-12 års alder tiltar interessen for dataspill. Spesielt for guttene blir det viktig å skaffe seg ordentlig gamingutstyr, og å bli dyktig til å spille.

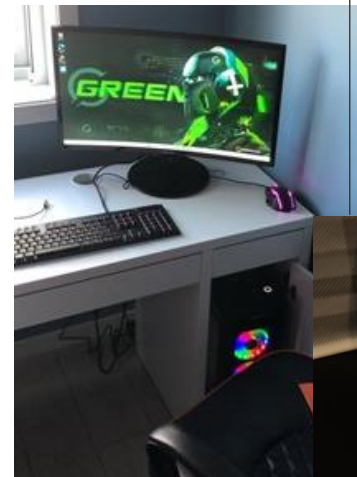
Utviklingsfase | 13-14 år

13-14 års alderen er tiden hvor barna for alvor blir ungdom.

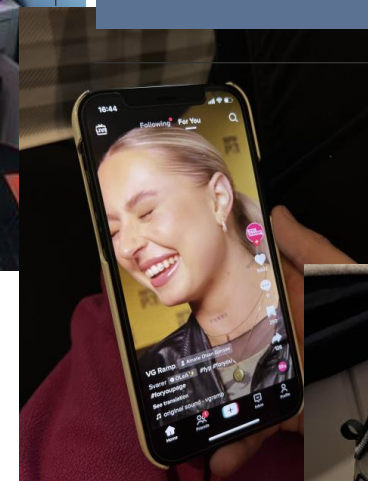
Sosiale medier blir en stor og viktig del av hverdagen. TikTok blir den suverent mest foretrukne plattformen for innhold. Innhold som tar for seg samtiden, ungdomstid og situasjoner som ungdommene kan kjenne igjen fra sitt eget liv, blir mer interessant. Tenåringsdrama og kompliserte relasjoner blir viktig for jentene. Guttene er fortsatt oppslukt i en verden av dataspill, men ikke like innesluttet i «bobla» som før.

“ ... den vanligste meldingen jeg sender er «kom online». | Gutt 13 år

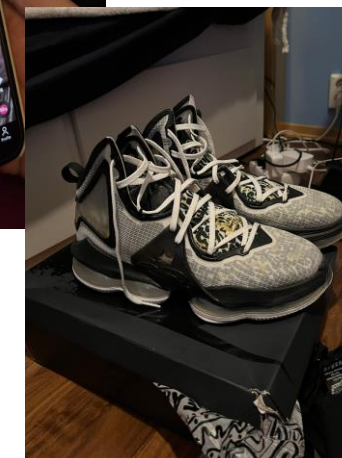
Endelig sosial digital.



Gamingutstyret er der for alvor



TikTok



Sneakers: Dyrker egne interesser på SOME

Utviklingsfase | 13-14 år

Større kjønnsforskjeller.

Jenter bruker TikTok og ser serier på rommet sitt. Mye av det sosiale skjer på Snapchat. YouTube og TikTok er viktig for guttene, men TikTok er ikke like viktig som for jentene. For guttene utspiller det sosiale seg i stor grad via Gaming-PCer og spillkonsoller.

Det sosiale former individuelle vaner.

Venner og bekjentskapskrets former i stor grad hva ungdommene foretrekker og syns er kult, med tanke på film, serier og spill. Samtidig foregår mediekonsumet i stor grad individuelt.

Endelig sosial
digital.

Utforsker mer «voksent» innhold.

Alderen gir muligheten til å utforske mer modent innhold gjennom serier, filmer og reality-konsepter. Dette skaper en arena for kvalitetstid med familien.

Utviklingsfasene i alderen 7-14 år | Oppsummert

7- 9 år

- Barn i alderen mellom 7 og 9 år har varierte og skiftende interesser som spenner fra fysisk lek til digital utforskning. Disse interessene er ofte påvirket av søsken og kan variere betydelig blant klassekamerater.
- Barna viser stadig mer interesse for den digitale verdenen, og skjermtiden øker. Fysisk lek er imidlertid fremdeles viktig.
- Barn i denne alderen fokuserer mest på det de ser på skjermen. Barna foretrekker norsk tale. Men språk og tale knyttet til medieinnhold spiller ofte mindre rolle for barn i denne alderen. Det er det visuelle aspektet av det de ser som er viktigst for dem. uavhengig av språket som brukes.

10 - 12 år

- Barnas fritidsinteresser påvirker både hvor mye tid de bruker på ulike medieaktiviteter og hva slags innhold de ser. Sterke interesser, som for eksempel dataspill og fotball, reflekteres i valget av spillrelatert medieinnhold som FIFA.
- Interessen for dataspill øker, spesielt blant gutter. Mange inntar en gamer-identitet som manifesteres i gaming-utstyr og innsats for å bli dyktigere i spill.
- Noen få har fått TikTok, mens andre må nøye seg med YouTube eller Zoomerang.
- Mediekonsumet preges av internasjonale plattformer og produksjoner hvor engelsk språk dominerer.

13 - 14 år

- Alderen barna blir til ungdommer. Sosiale medier blir en sentral del av deres liv. TikTok dominerer som den foretrukne plattformen. Innhold som reflekterer ungdomstiden og relasjoner blir mer interessant, spesielt for jenter.
- Jenter foretrekker TikTok, Snapchat, samt film og serier med relasjonelt innhold. Mange gutter er fortsatt opptatt av dataspill, men spillingen fungerer mer og mer som en mulighet til å være sosial.
- Venner og bekjentskapskretsen påvirker sterkt hva ungdommene anser som kult innen film, serier og spill. Samtidig gir alderen dem muligheten til å utforske mer voksent innhold.

4

Foreldre som påvirkere i barnas mediekonsum

Foreldre som påvirkere i barnas mediekonsum

Innledning

Vi møter foreldre som har et ønske om å påvirke, men ikke bestemme over barnas mediekonsum.

Mange foreldre forteller at de ønsker å være med å påvirke hva slags medieinnhold barna bruker. Samtidig ønsker de ikke å bestemme over barna. Ønske om å påvirke kan handle om å foreslå film, serier og spill foreldrene selv synes har verdi.

Og for norske foreldre er det helt ok at barn ser filmer og serier som ren underholdning fremfor at de skal lære noe.

74 %

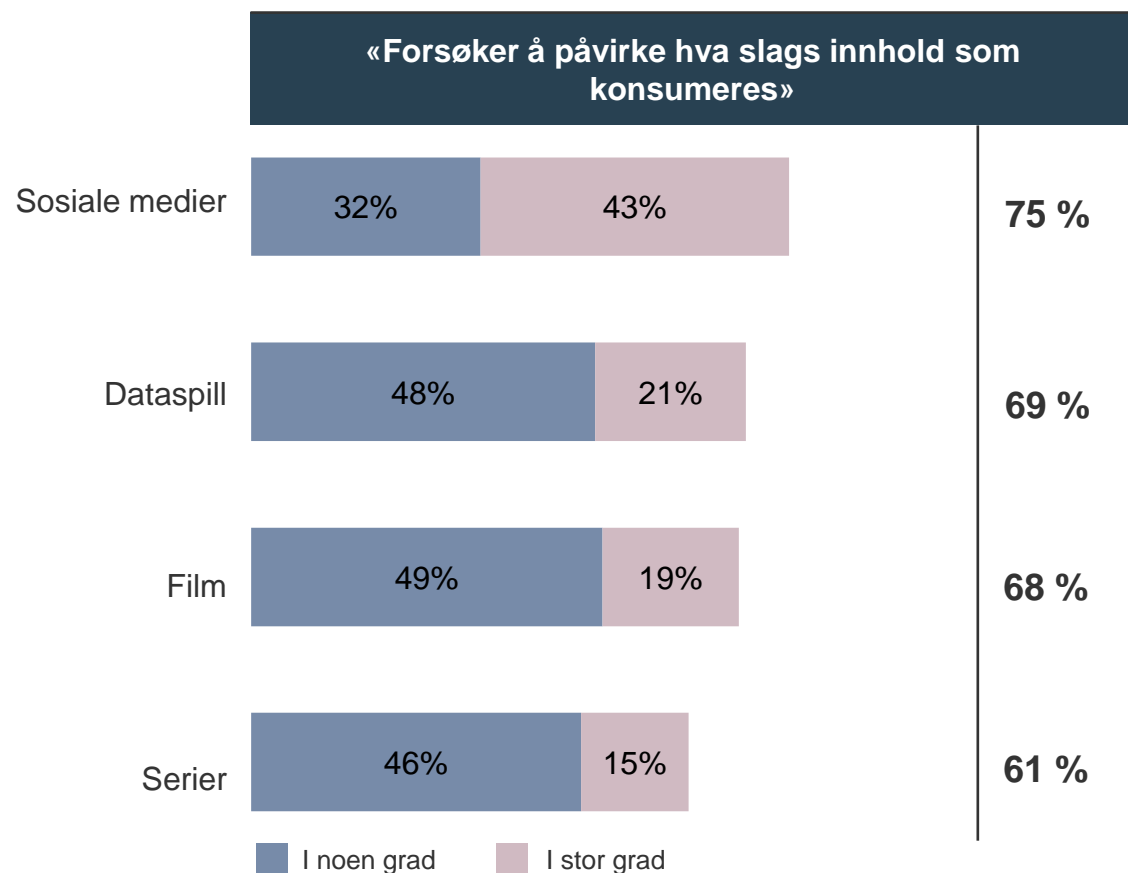
... ønsker å **påvirke** hva barna ser/bruker av sosiale medier.

66 %

... synes det er **helt ok** at barn ser filmer og serier som er ren underholdning framfor innhold hvor de lærer noe.



De fleste foreldre oppgir at de forsøker å påvirke mediekonsumet noe



De fleste foreldre forsøker å påvirke noe.

De fleste foreldrene oppgir i spørreundersøkelsen at de i noen grad forsøker å påvirke hva barnet ser og bruker av medieinnhold. For serier, film og dataspill er det likevel et klart mindretall som sier at de «i stor grad» forsøker å påvirke barna. Det er også tydelige forskjeller mellom medietypene.

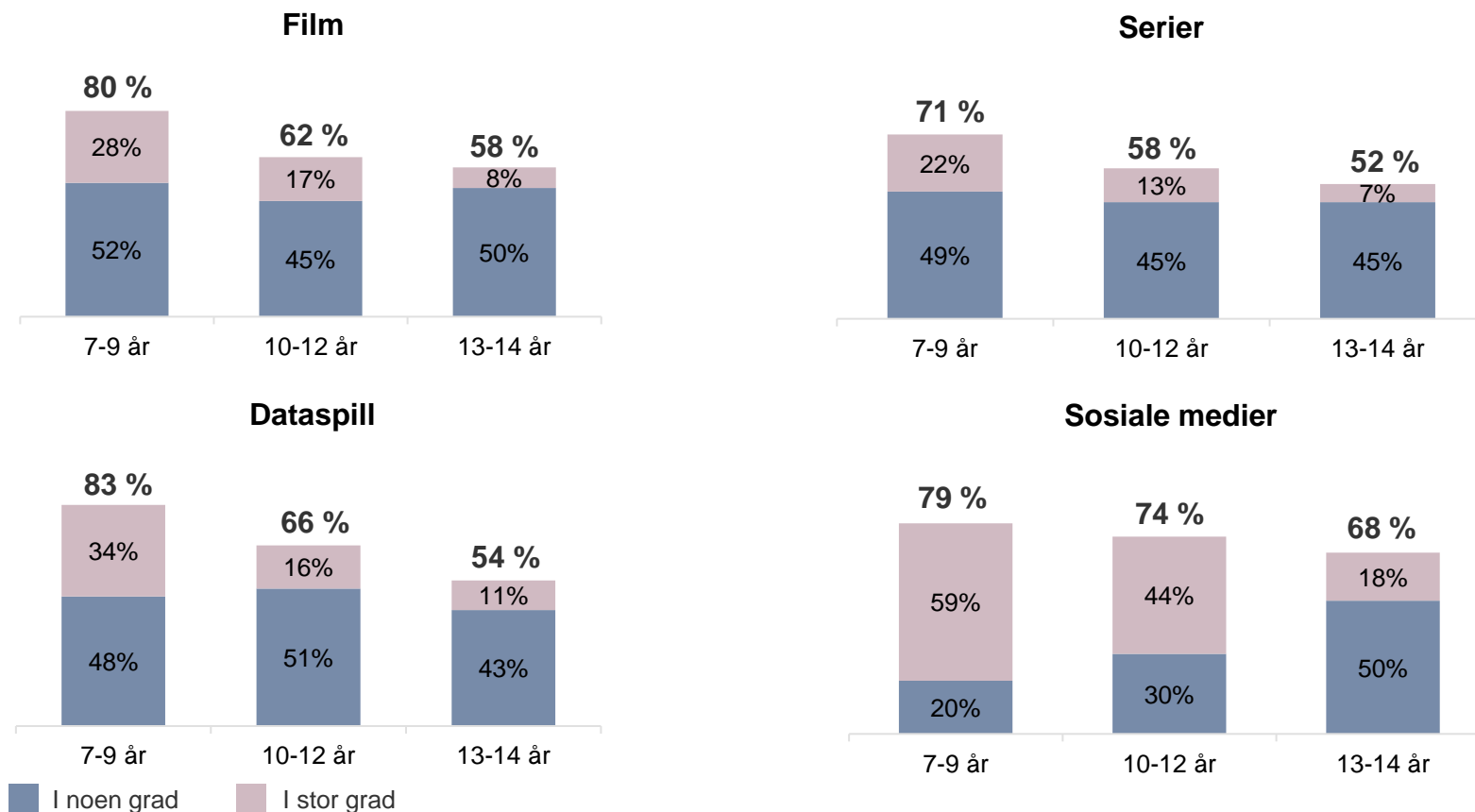
Sosiale medier er det foreldre i størst grad forsøker å påvirke.

Mens det kun er 15 % som «i stor grad» forsøker å påvirke hva barna ser av serier, er det 43 % som gjør det samme for sosiale medier. Hele 75 % sier at de forsøker å påvirke hva barna ser og bruker av sosiale medier.

Grafen viser andelen foreldre blant 7-14 åringer som forsøker å påvirke hva slags innhold barna konsumerer på sosiale medier og i dataspill, filmer og serier

Forsøker å påvirke blir mindre når barna blir eldre

Foreldrenes ønske om å påvirke konsumet er størst blant 7-9 åringene



Grafen viser andelen foreldre blant 7-14 åringene som forsøker å påvirke hva slags innhold barna konsumerer på sosiale medier og i dataspill, filmer og serier

Sosiale medier har minst nedgang.

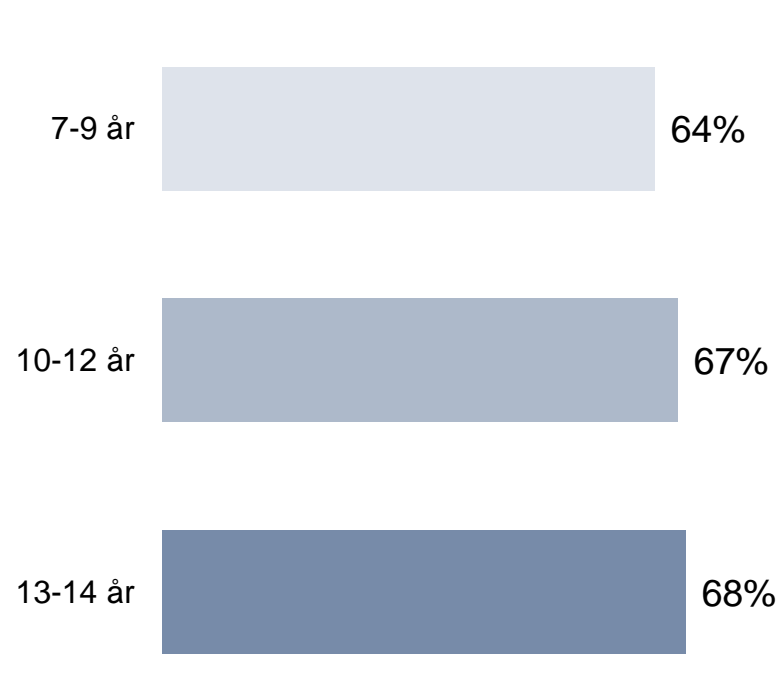
Etter hvert som barna blir eldre, blir foreldrenes forsøk på påvirkning klart mindre. Dette gjelder alle medietypene vi har spurt om, og vi ser det både på den totale andelen foreldre som ønsker å påvirke, og hvor mange som sier de ønsker å påvirke i «stor grad».

Sosiale medier skiller seg likevel ut, med den klart minste nedgangen. At foreldrene beholder et større ønske om å påvirke denne bruken når barna blir eldre kan også ha sammenheng med at bruken av sosiale medier for alvor starter i tenårene.

De fleste foreldrene synes at det er helt ok at barna ser filmer og serier kun for underholdning

«Det er helt ok at barn ser filmer og serier som er ren underholdning fremfor innhold hvor de lærer noe»

66 %



Andelen foreldre som synes det er **helt ok med filmer og serier kun for underholdning** (framfor læring) er stabil på tvers av aldersgruppene.

Grafen viser andelen foreldre som er «helt + ganske enig» i at «Det er helt ok at barn ser filmer og serier som er ren underholdning fremfor innhold hvor de lærer noe»

Foreldrene til dagens barn mellom 7 og 14 år ønsker å påvirke, men ikke styre hva barna skal se på eller spille.

Når vi snakker med foreldrene til dagens 7-14-åring, så er det få som er opptatt av å bestemme hva barna skal se eller spille med utgangspunkt i det de mener er «riktig» eller «bra» medieinnhold.

Vi møter for eksempel få holdninger i retning av at: Det er de som foreldre som best vet hva barna bør se på. Foreldrene virker å anerkjenne barnas rett til selv å velge og finne frem til det innholdet de selv synes er spennende. Mange foreldre erfarer også at det ofte er vanskelig å overbevise barna til å prøve innhold som de foreslår.



A laptop screen is shown in a dimly lit environment. The screen displays a YouTube video player. The video content is a still from the children's show 'Peppa Pig', showing a pig character in a purple uniform and a blue cap. Below the video, the YouTube interface is visible, including the channel name 'Peppa Pig', a 'SUBSCRIBE' button, and a video title 'Long Grass is Stopping Peppa'. To the right of the video player, a 'Related Photos' section shows a photo of sheep in a field. The background of the laptop screen is dark, and the keyboard is partially visible at the bottom.

Da barna begynte å styre det selv, var det mer ut av NRK Super, og inn på Netflix og YouTube.

| Mor til jente 9 år



Mange foreldre forteller at de av og til forsøker å eksponere barna for innhold de selv har vært og er glade i, og som de ønsker at barna skal få mulighet til å oppleve.

En viktig motivasjon for slik påvirkning, er også det å skape felles seeropplevelser med barna. Selv om det er blandet suksess om man lykkes med dette eller ikke.

Eksempler på filmer og serier som nevnes i denne sammenheng er: Harry Potter, Star Wars, Narnia, Ringenes herre, Tilbake til fremtiden, Gossip Girl, Grey's Anothomy, Friends, m.fl.

Jeg tenker det er på tide at vi ser noe Harry Potter, og etter hvert Ringenes Herre.

| Mor til gutt 11 år

Film og serier som bindeledd til ikke-vestlig kulturbakgrunn

Mange foreldre ønsker å eksponere barna for film og serietradisjonen de selv har opphav i.

Enten det er snakk om Bollywood, Lollywood, eller Nollywood er dette et fellestrekk som dukker opp blant foreldrene med ikke-vestlig kulturbakgrunn.

Flere av foreldrene med ikke-vestlig kulturbakgrunn opplever at barna deres først og fremst velger plattformer som Netflix, Disney+ og YouTube når de selv skal velge film og serier. Flere av dem syns det er litt trist at barna ikke får oppleve og tilegnet seg mer innhold fra den kulturen familien kommer fra. Arabisk innhold på TV er, slik hun ser det, et verdifullt bidrag til å opprettholde barnas forbindelse med sin kulturelle arv.



Jeg skulle ønske barna ble eksponert for mer arabisk språk og kultur.

| Mor til jente 9 år

Film og serier som bindeledd til ikke-vestlig kulturbakgrunn

Selv om mange av barna til foreldre med ikke-vestlig bakgrunn viser mindre interesse for Bollywood eller lignende, så møter vi også de barna som opplever at slikt innhold gir noe spesielt.

En 13 år gammel jente vi møter forteller at hun innimellom ser på humoristiske Nigerianske tv-serier (Nollywood) sammen med moren og broren. Hun sier hun føler en type tilknytning til disse seriene



Jeg liker å se hvordan skuespillerne oppfører seg. Det minner meg om slekten i Nigeria.

| Jente 13 år

Film og serier som bindeledd til ikke-vestlig kulturbakgrunn

Utfordringer med verdiene i norsk innhold.

Enkelte muslimske foreldre som vi intervjuer, snakker mer eksplisitt om at de ønsker å eksponere barna sine for medieinnhold som kommuniserer sunne og oppbyggelige verdier, enn foreldrene med norsk kulturbakgrunn.

Det handler om viktigheten av å lære grenser, normer knyttet til oppførsel, språkbruk, egen kropp, og hvordan man uttrykker følelser. En mor sier for eksempel at hun syns barna i dag, gjennom film og serier, i for stor grad lærer at "de kan gjøre hva de vil".

Det er viktig at barna kan si sin mening, men det må være en grense for hvor mye de kan bestemme når de er barn.

| Mor til jente 9 år

Det er et ønske om at barna lærer engelsk

Når barna begynner på skolen er en del av foreldre opptatt av at barna bør se engelskspråklig fremfor norskspråklig innhold.

Dette for å lære seg engelsk så godt som mulig: «Norsk lærer de seg jo uansett». At barna blir flinke i engelsk er et av de positive aspektene ved skjermbruk som hyppigst trekkes frem i samtalene vi har med foreldre til barn 7-11 år.



Jeg kan fortelle en ting da. Hun er jo flytende i engelsk, og det har hun lært ved å se på iPaden.

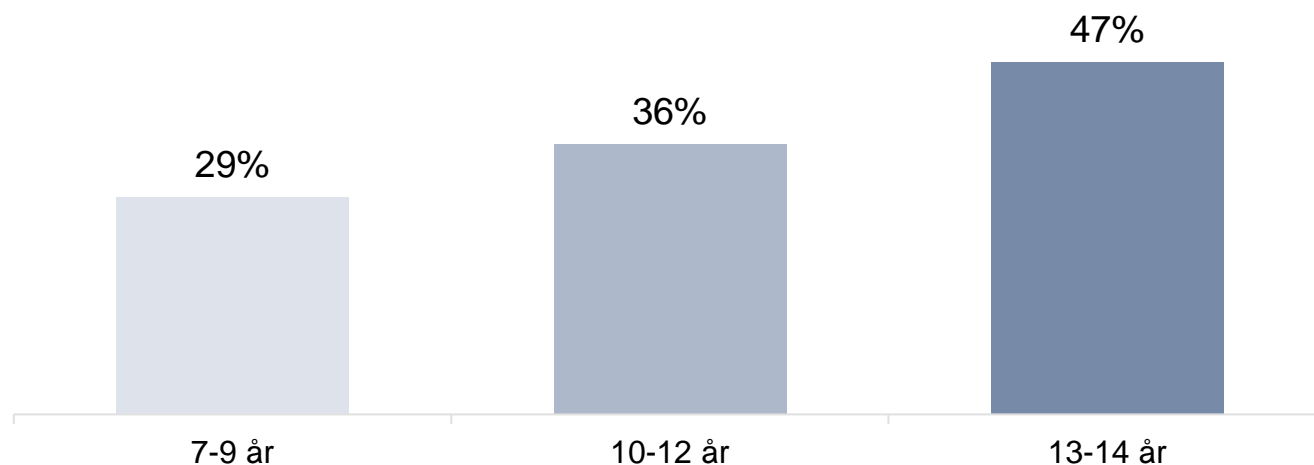
| Mor til jente 10 år

De blir jo flinke i engelsk. De er jo litt heldige, de begynner jo tidligere med engelsk, jeg begynte vel i 4.klasse, men nå får de det jo med seg, de lærer nok fortere. Men det er jo bra de lærer engelsk, det er jo nødvendig.

| Mor til gutt 8 år

36 % av foreldre er enig i at det er viktigere at barn lærer engelsk ved å se på film og serier, enn at de ser norsk innhold

«Det er viktigere at barn lærer engelsk ved å se på filmer og serier enn at de ser norsk innhold»

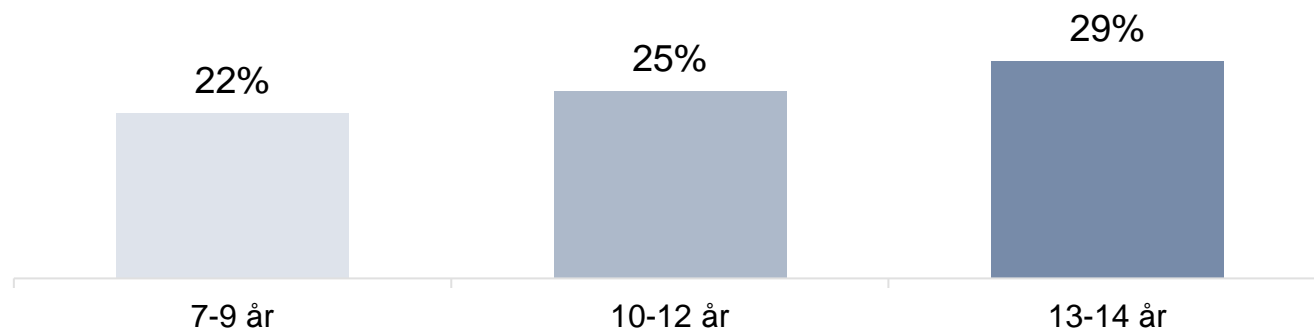


Grafen viser andelen foreldre som er «helt + ganske enig» i at «Det er viktigere at barn lærer engelsk ved å se på film og serier, enn at de ser norsk innhold»

Andelen foreldre som er enig i at det er **viktigere å lære engelsk**, enn å se norsk innhold fra filmer og serier øker etter hvert som barna blir eldre.

1 av 4 foreldre er enig i at det er viktigere at barn lærer engelsk gjennom dataspill enn hva slags innhold det er i dataspillet

«Det er viktigere at barn lærer engelsk gjennom dataspill enn hva slags innhold det er i dataspillet»



Grafen viser andelen foreldre som er «helt + ganske enig» i at «Det er viktigere at barn lærer engelsk gjennom dataspill enn hva slags innhold det er i dataspillet»

Få forventninger til å lære engelsk i spill

Når det gjelder dataspill, er det få ønsker eller forventninger blant foreldrene til barn 7 til 14 år om at barna skal lære seg engelsk gjennom spilling.

Foreldrene er først og fremst overrasket over hvor mye barna deltar med engelsk via chattefunksjoner og i tale via hodetelefoner.*



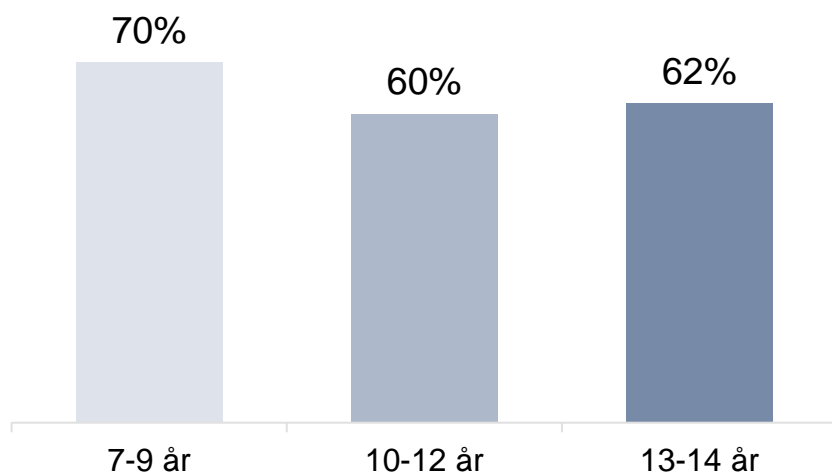
Nå er han veldig språkdyktig på grunn av Minecraft, han skriver jo flytende engelsk!

| Mor til gutt 11 år

Hva sier foreldre om norske produksjoner?

2 av 3 foreldre synes at det er mange gode norske filmer og serier for barn

«Det er mange gode norske filmer og serier for barn»



Grafen viser andelen foreldre som er «helt + ganske enig» i at «Det er mange gode norske filmer og serier for barn»

Fra 10-årsalderen synker andelen noe blant foreldre som mener det eksisterer mange gode norske filmer og serier for barn.

Dette synet bekreftes gjennom dybdeintervjuene hvor flere foreldre forteller oss at de synes det er vanskelig å finne godt utvalg for barn mellom 10 og 12 år.

En del foreldre synes dessuten det er vanskelig å finne «riktig» innhold. Innholdet oppleves ofte som enten for barnslig, eller som for voksent gjennom å skildre ungdomskultur som inkluderer temaer som seksualitet og narkotika: En tematikk mange foreldre ikke synes 10-12-åringene er modne nok til å kunne reflektere godt nok over på egenhånd.*



Det er mye 9-årsgrensefilmer, også for de over 16 år, ikke så mye midt imellom.

| Mor til gutt 10 år

En del av de seriene som Rykter og VGS osv, det er på grensen faktisk. Jeg skjønner at de blir dratt mot det. De tror de forstår, men forstår det ikke. Kanskje de tilegner seg ting som kanskje er for tidlig, som væremåten, ting de gjør gjennom serien. Jeg er ikke kjempebegeistret for dette. Samtidig finnes det ikke så mye annet norsk. Det er som det er en glemt alder.

| Mor til jente 11 år

5

Språk og norsk innhold

Språk

Innledning

Holdningen til hvilket språk de foretrekker, er svært forskjellig i de ulike aldersgruppene.

Ved rundt 10 års alder begynner de fleste barna å mestre engelsk godt. Det blir mer stas med både internasjonale produksjoner og engelsk språk. Norske produksjoner virker imidlertid ikke å miste sin relevans. De bidrar på sitt beste til å skape relevante historier som kommer nærmere barnas liv og identitet enn en del utenlandske produksjoner evner å gjøre.

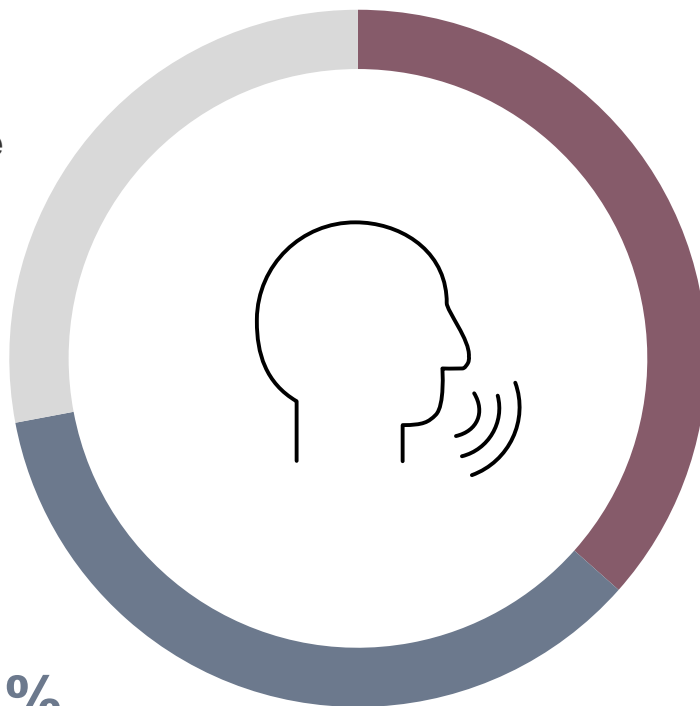


Film og serier på norsk og engelsk

Film og serier

26 %

... mener det ikke **spiller noen rolle** hvilket språk som snakkes



33 %

Foretrekker filmer og serier hvor det **snakkes engelsk**

34 %

Foretrekker filmer og serier hvor det **snakkes norsk**

Grafen viser hvilket talt språk 7-14-åringene foretrekker i filmer og serier

Språk vs. produksjon

7-14 åringene som helhet deler seg i to nesten like store grupper med tanke på hvorvidt de foretrekker filmer og serier snakkes norsk (34 %), eller engelsk (33 %).

For 1 av 4 barn spiller det ingen rolle hvilket språk det snakkes i filmen eller serien.

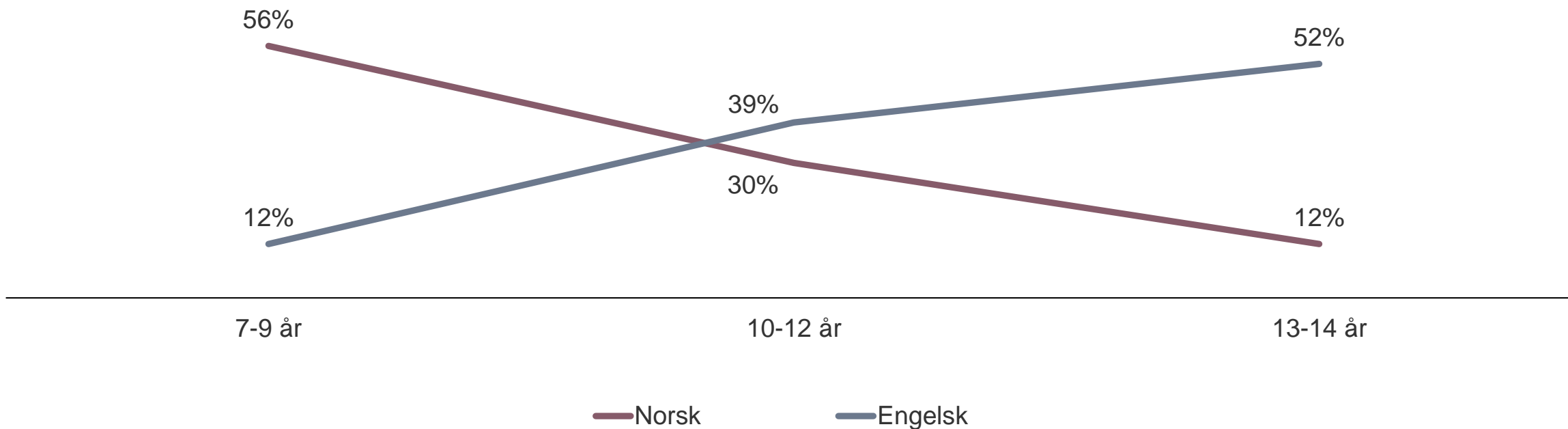
Hvorvidt barna skiller mellom **norske** eller **utenlandsk/amerikanske** produksjoner er vanskelig å måle da resultatene svarer for hvilket talespråk barna «liker best» (norsk, engelsk, spiller ingen rolle, vet ikke)

MERK: Hvorvidt filmen eller serien er dubbet, eller originalen er amerikansk osv., har ikke barna fått spørsmål om i den kvantitative undersøkelsen.

Aldersforskjellene er tydelige og viser når engelsk begynner å bli det foretrukne språket.

Film og serier

Aldersgrupper og foretrukket språk i filmer og serier



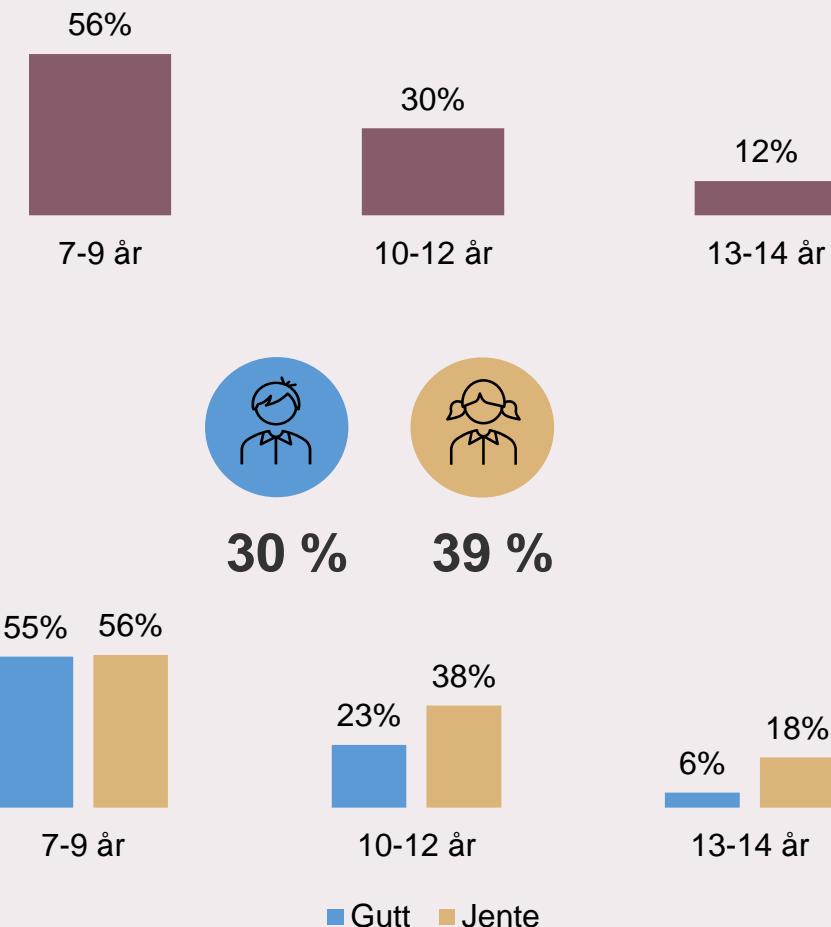
Grafen viser andelen 7-14-åringene som foretrekker norsk eller engelsk språk i filmer og serier

Liker best at det snakkes norsk

Film og serier

7-9 åringer liker best at det snakkes norsk i filmer og serier

I denne alderen gjelder dette både for gutter og jenter. Forskjellene kan imidlertid ses fra fylte 10 år hvor flere jenter (38 %) enn gutter (23 %) sier de «liker best» at det snakkes norsk i filmer og serier. Den samme kjønnsforskjellen finner vi også blant 13-14-åringene.



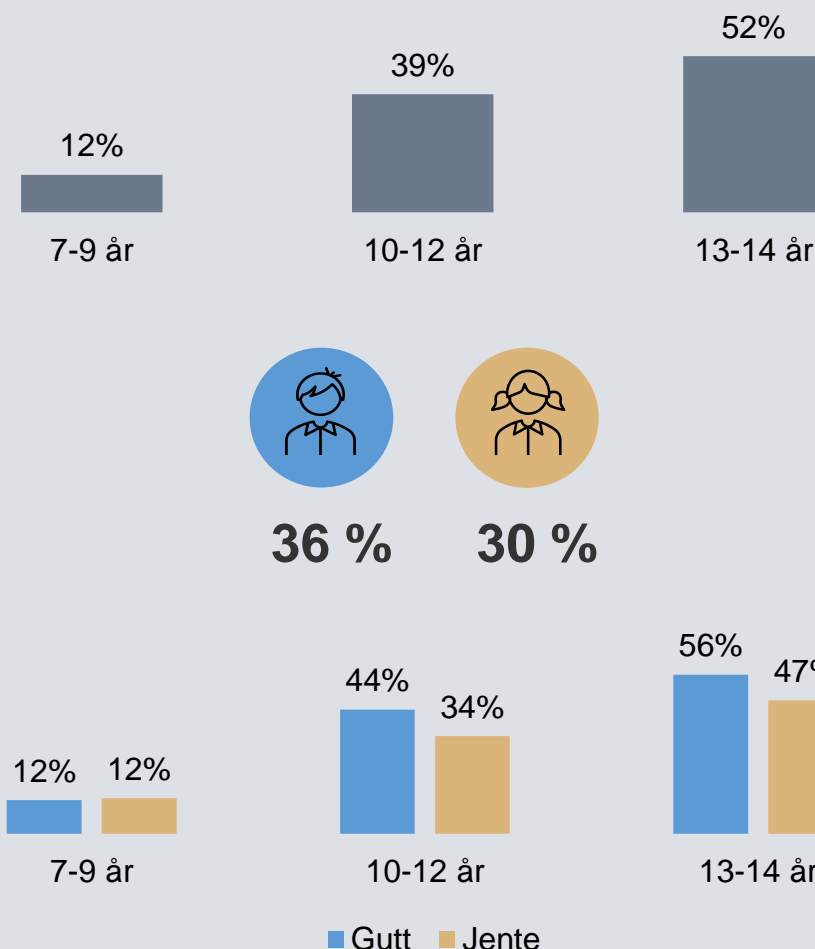
Grafen viser andelen gutter og jenter 7-14-år som «liker best» at det snakkes norsk i filmer og serier

Liker best at det snakkes engelsk

Film og serier

Fra 10-årsalderen liker flere at det snakkes engelsk i filmer og serier

Også blant barn 10 år og eldre, er det forskjeller ved hvilket talespråk de foretrekker i filmer og serier. Selv om en høyere andel jenter (34 %) best liker engelsk fremfor norsk fra fylte 10 år er det en høyere andel gutter 10-12 år (44 %) som best liker at det snakkes engelsk.



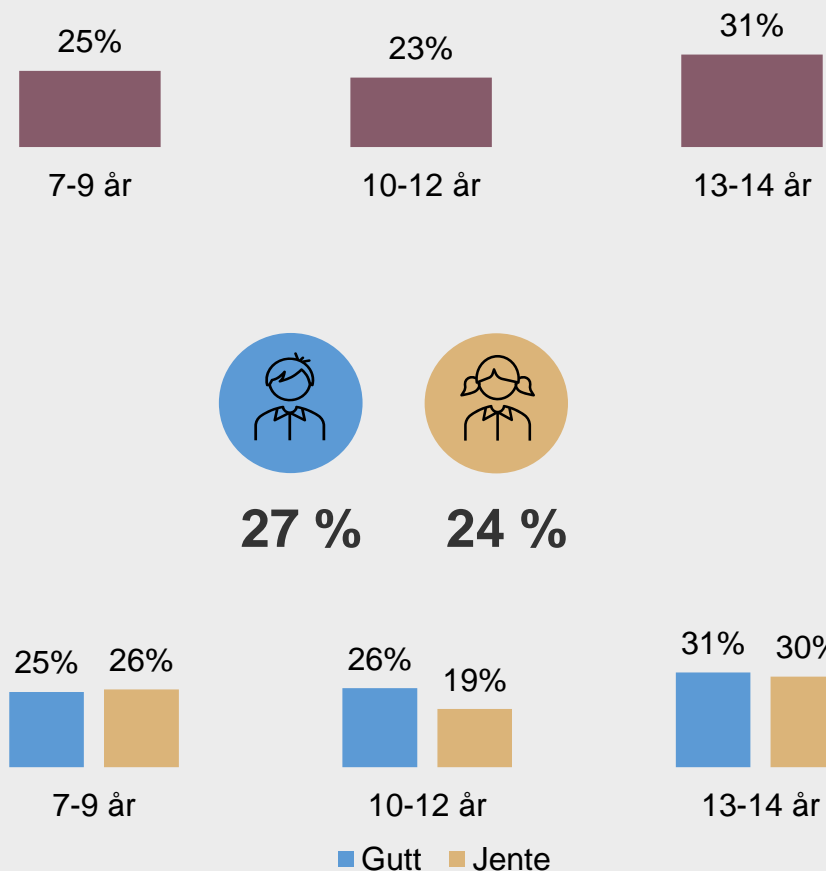
Grafen viser andelen gutter og jenter 7-14-år som «liker best» at det snakkes engelsk i filmer og serier

Spiller ingen rolle hvilket språk det snakkes

Film og serier

Blant 13-14-åringene sier 3 av 10 at det **ikke spiller noen rolle hvilket språk det snakkes** i filmer og serier.

Selv om halvparten av 13-14-åringene best liker engelsk språk i filmer og serier er også denne aldersgruppen hvor høyest andel sier det ikke spiller noen rolle hvilket språk det snakkes (32 %).



Grafen viser andelen 7-14-åringene som sier det ikke spiller noen rolle hvilket språk det snakkes i filmer og serier

Film og serier

Fra 10 års alderen tar engelskspråklige filmer og serier en stor rolle i barnas liv.

Ser vi nærmere på alder finner vi et tydelig skille rundt ca. 10-års alder. Fra 10-års alder opplever barna å mestre engelsk såpass godt at de forstår helheten av det de ser. De forteller oss at det er stas å kunne forstå og bli forstått på engelsk, og mer og mer engelsk benyttes i dagligtalen. Etter at barna har fylt 10 begynner flere og flere å si at de foretrekker film og serier på engelsk.

Som nevnt i kapittelet *Foreldre som påvirkere*, begynner også mange foreldre å oppmuntre barna sine til å se engelske filmer og serier fra de er i 8-9-års alder.





Jeg synes det er kjedelig å se på norsk, jeg prater jo norsk. Hvis det var engelsk så hadde jeg kanskje sett det, men når de prater norsk og sånn, så blir det litt kjedelig, jeg vet ikke helt hvorfor.

| Jente 10 år

Utviklingen i norsk versus engelsk-preferansen blant 7-14 åringene

Film og serier

7- 9 år

1 av 2 liker best filmer og serier der det snakkes norsk. 1 av 4 mener det ikke spiller noen rolle.

MERK: De yngste klarer ikke å avgjøre hvorvidt en serie originalt er norsk eller dubbet. For de yngste er det talte språket ofte underordnet mimikk, fysiske hendelser og fysiske bevegelser.

MERK: Vi møter for eksempel flere barn i denne aldersgruppen som ikke registrerer hvilket språk som snakkes i mye av innholdet de ser på.

10 - 12 år

4 av 10 liker best filmer og serier der det snakkes engelsk. 1 av 4 mener det ikke spiller noen rolle.

10 til 12 åringer synes det er spesielt stas med filmer og serier der det snakkes engelsk. De har nettopp begynt å mestre engelsk for alvor og gir i størst grad uttrykk for at de foretrekker filmer og serier på engelsk. Det kan selvfølgelig også hende at mye av engelskpreferansen handler om at de foretrekker amerikanske produksjoner uavhengig av språk.

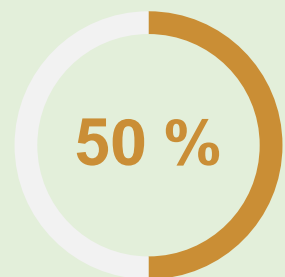
MERK: 10-12-åringene virker å kunne skille tydelig på hvorvidt innhold er dubbet eller på originalspråk.

13 - 14 år

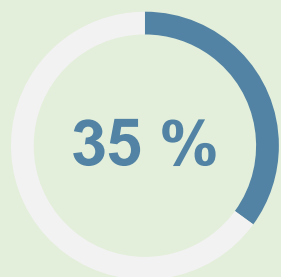
1 av 2 liker best filmer og serier der det snakkes engelsk – og 1 av 3 mener det ikke spiller noen rolle.

Gjennom intervjuene med barna virker 'norsk' å få noe fornyet interesse blant barn i 13-14-årsalderen, det er i hvert fall en god del som ikke synes at språket spiller noen rolle per se. Dette kan sannsynligvis også ha sammenheng med graden av nyanser som kan uttrykkes på norsk etter hvert som barna modnes og blir eldre.

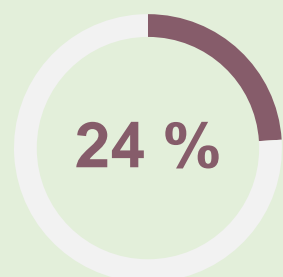
Barna har stort sett godt inntrykk av norske filmer og serier



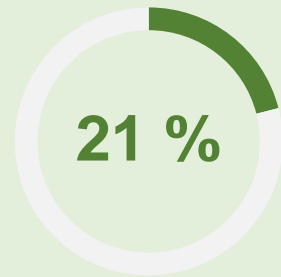
Bra



Morsomme



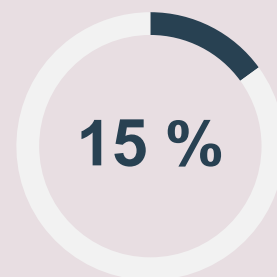
Spennende



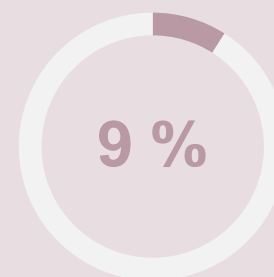
Kule

1 av 2 barn mellom 7 og 14 år synes norske filmer og serier de har sett er **bra – etterfulgt av morsomme, spennende og kule**

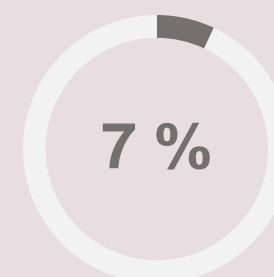
Kun 15 % synes norske filmer og serier de har sett er **kjedelige**



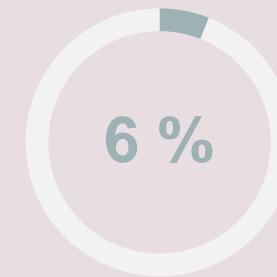
Kjedelige



Flaue / kleine



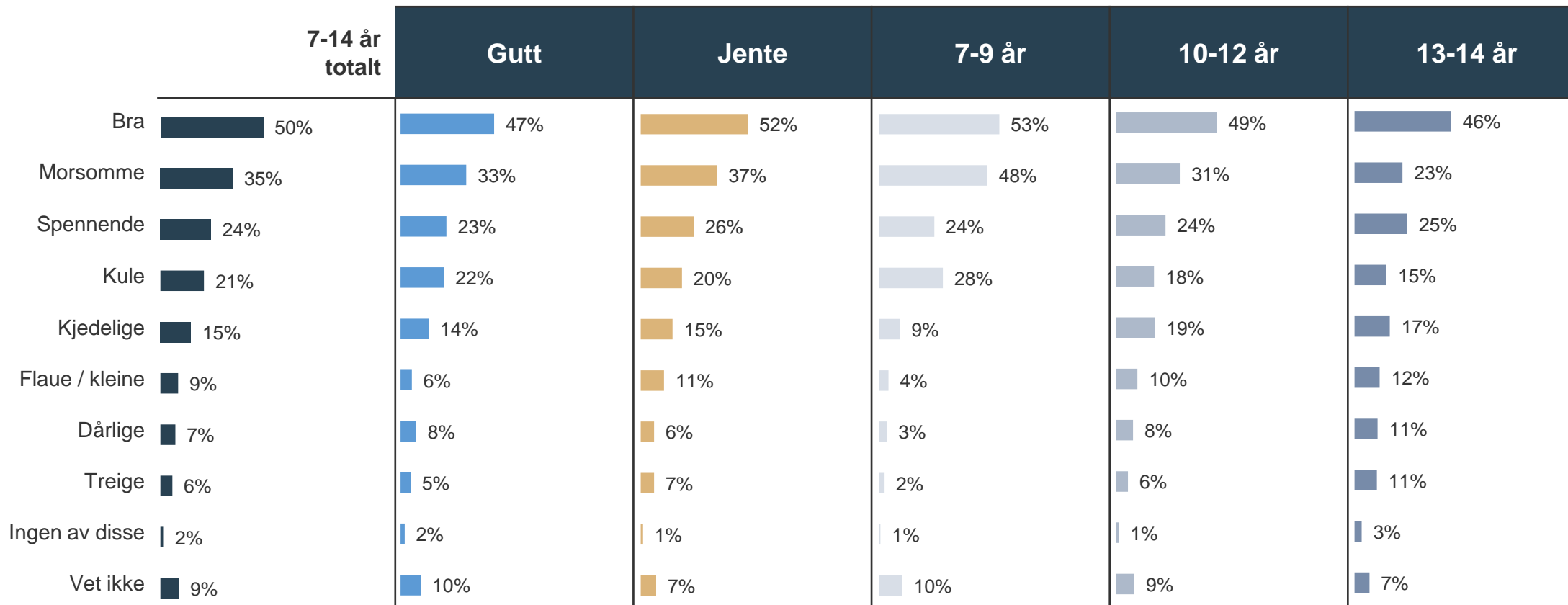
Dårlige



Treige

Grafene viser hva 7-14 åringer synes om norske filmer og serier de har sett

Inntrykket av norske filmer og serier er aller best hos de yngre



Grafene viser hva 7-14 åringer synes om norske filmer og serier de har sett

Ulike holdninger til norsk og engelsk

Gjennom dybdeintervjuene får vi et mer nyansert innblikk i hva som er med på å forme preferansene for norsk og engelsk.

Film og serier

Det mest populære innholdet er på engelsk.

Mye av engelskpreferansen bunner i at mye av favorittinnholdet er amerikanske filmer og serier. Dette er også innholdet vennene snakker mest om, som det deles mest innhold om på YouTube, TikTok, osv., og som markedsføres tyngst i en rekke kanaler.



Norsk kan bli for nært.

Enkelte av barna vi møter opplever at norsk blir «for nært», at det ikke blir tilstrekkelig distanse mellom dem og innholdet.



Ulike holdninger til norsk og engelsk

Selv om engelskpreferansen øker med alderen så opplever mange av 10-14-åringene vi møter at norsk kan ha stor verdi og at det ofte er å foretrekke så lenge innholdet er bra nok.

Film og serier

Norsk bidrar til dypere forståelse.

Norsk språk gjør at barna fanger opp flere nyanser og «lag» i fortellingen.

Geografisk og kulturell kontekst bidrar til å skape identitet og relasjon til innholdet.

Skildringer av norsk (skole)miljø, norsk natur osv., bidrar på sitt beste til å skape en relasjon mellom barna og innholdet. Verdien av norsk natur blir spesielt fremhevet av barn som representerer Distrikts-Norge.

Humor er best på norsk.

Ironi, flertydighet og subtile koder forstås best på norsk. Selv om de største barna gjerne foretrekker engelsk, så liker de godt norsk humor.

MERK: For de yngste har ikke humorspråket så mye å si.





Askeladden-filmene er sånn kult, fordi den er norsk. Her i Norge er det jo masse fjell, og de snakker om troll. Det er virkelig kult å få vite at det er flere som har laget filmer i Norge.

| Gutt 11 år fra Distrikts-Norge

Ulike holdninger til norsk og engelsk

Film og serier

Engelskpreferansen til barn etter fylte 10 år virker å henge sammen med hva slags innhold de ønsker å se.

Det at mange barn etter fylte 10 år sier at de foretrekker film og serier på engelsk, betyr ikke nødvendigvis at de syns norsk er «teit» eller mindre kult. Mange av barna opplever at det rett og slett finnes lite bra innhold som de liker på norsk. Flere av de barna sier typisk at de har «runda» det som er å se av norsk innhold som interesserer dem.



Har sett hele
«FlippKlipp
Greia» det er ikke
mer å se.

| Gutt 10 år

Det finnes rett og slett ikke nok norsk innhold

Film og serier

En type innhold det oppleves å være spesielt lite av på norsk, er action og spenning.

I samtalene vi har med barna uttrykker langt flere gutter enn jenter en opplevelse av at det ikke finnes interessant innhold for dem på norsk. I spørreundersøkelsen finner vi også signifikant færre gutter som foretrekker norsk enn jentene (30 mot 39 %).



Det finnes mye drama og faktafilmer på NRK i alle fall. Ikke så mye action, og slåssing og sånn.

| Gutt 10 år

Film og serier

Og noen opplever en manglende selvrepresentasjon.

Flere av barna med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn savner å se «såanne som dem» i norske produksjoner. De deler langt på vei en opplevelse av at mennesker med ikke vestlig innvandrerbakgrunn ofte fremstilles som halvkriminelle, eller som folk som lever i samfunnets randsoner.

En forteller at han gjerne skulle ha sett «flere med innvandrerbakgrunn som er suksessfulle» og lykkes med det de gjør. Enkelte har for eksempel sett 16 (NRK-serie om blant annet unge kriminelle på Stovner) på skolen, og synes ikke nødvendigvis bare det er positivt at folk med innvandrerbakgrunn fremstilles slik som i denne serien.

Det uttrykkes savn etter å se mennesker med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn leve liv fylt med intriger, sjalusi og alt som ellers hører livet til.



De ser ut som oss,
men historiene
stemmer ikke
overens med hvordan
familien min er.

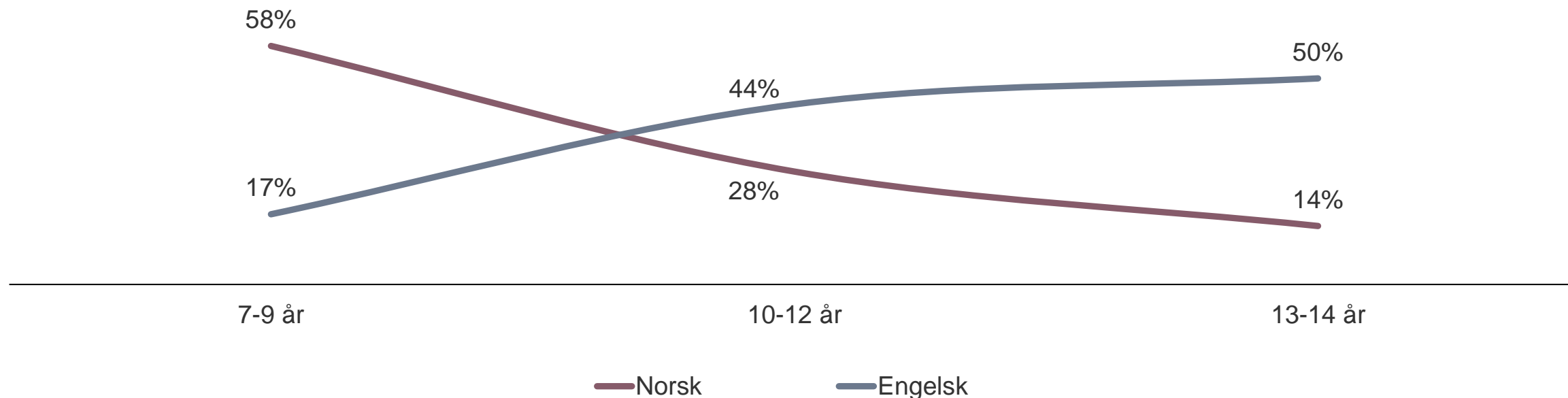
| Jente 13

Hvilket språk dataspillet er på følger samme mønster som foretrukket språk i filmer og serier – ved 10-årsalderen foretrekkes i større grad engelsk.

De yngste foretrekker norsk, mens de fra 10 år begynner å foretrekke engelsk

Dataspill

Aldersgrupper og foretrukket språk i dataspill



25 % sier det ikke spiller noen rolle hvilket språk dataspillet er på.

Et viktig funn er at hverken foreldre eller barn uttrykker noen forventning til å finne gode dataspill på norsk.

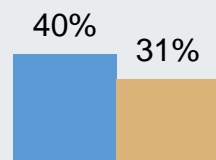
Grafen viser andelen 7-14-åringene som foretrekker at dataspillet er på norsk eller engelsk

«Vil helst» at dataspillet skal være på ...

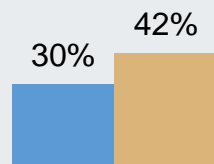
Dataspill



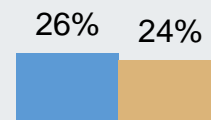
Engelsk



Norsk



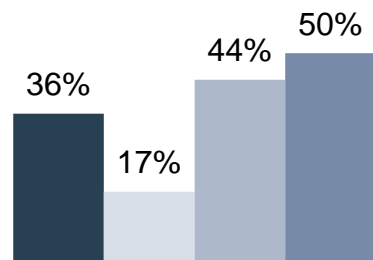
Spiller ingen rolle



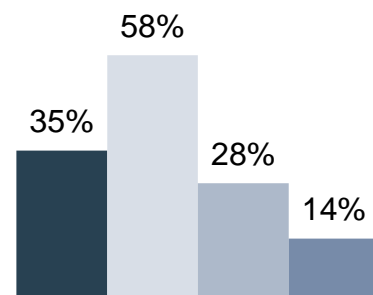
Andre språk



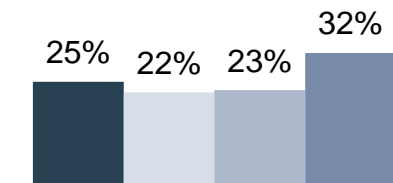
Vet ikke



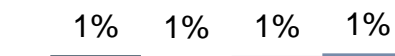
Engelsk



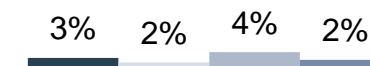
Norsk



Det spiller ingen rolle hvilket språk spillet er på



Andre språk enn engelsk eller norsk



Vet ikke

■ 7-14 år totalt

■ 7-9 år

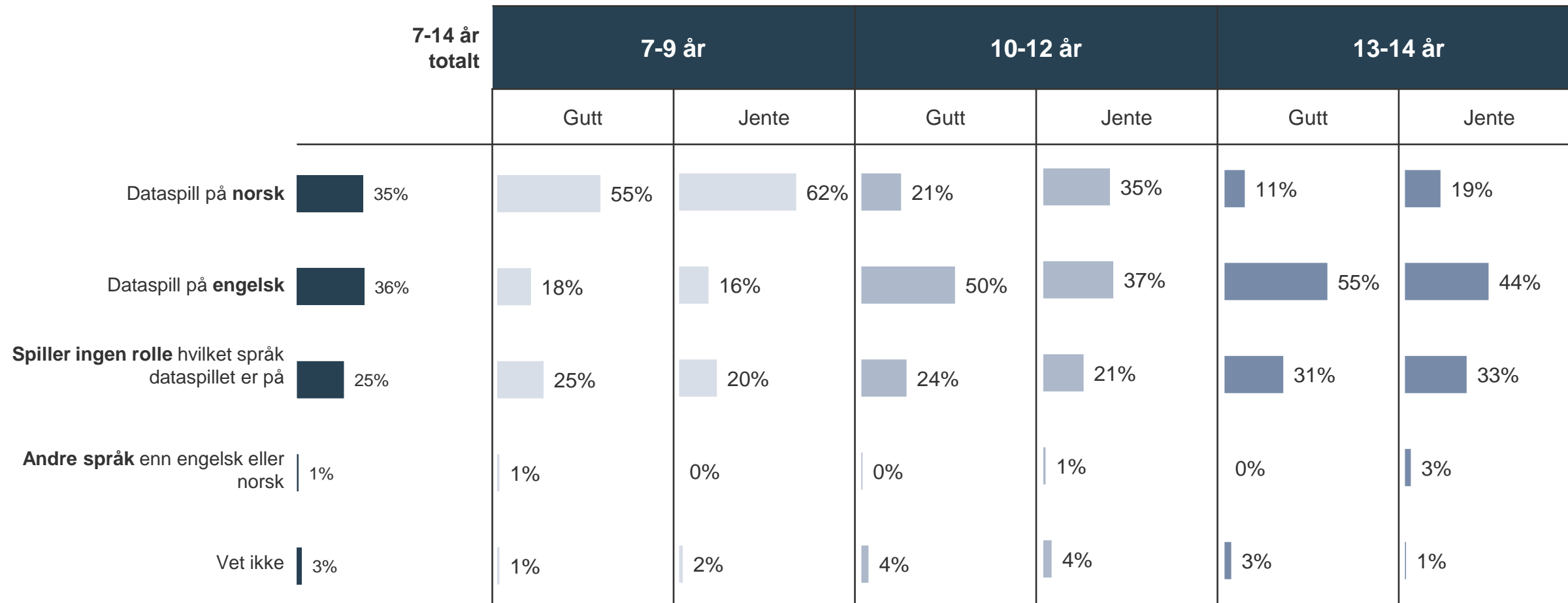
■ 10-12 år

■ 13-14 år

Grafen viser andelen 7-14-åringar for hvilket språk de «helst vil» at dataspillet skal være på

«Vil helst» at dataspillet skal være på ...

Dataspill



Grafen viser andelen 7-14-åringar for hvilket språk de «helst vil» at dataspillet skal være på

6

Skolen som formidlingsarena

Skolen er en viktig formidlingsarena for norsk film, serier og innhold

Innledning

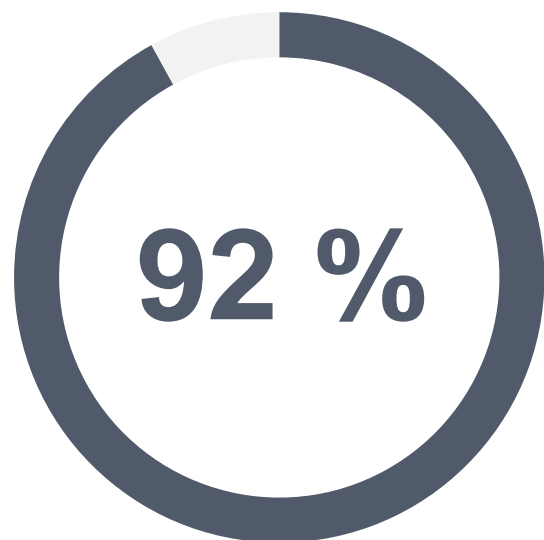
På skolen blir 7-14-åringene eksponert for en bredde av norsk innhold som spenner seg fra kunnskapsprogrammer for læring, til ren underholdning.

Skolen fremstår som en viktig formidler av norsk film, serier og annet innhold, spesielt før barna går på ungdomsskolen.

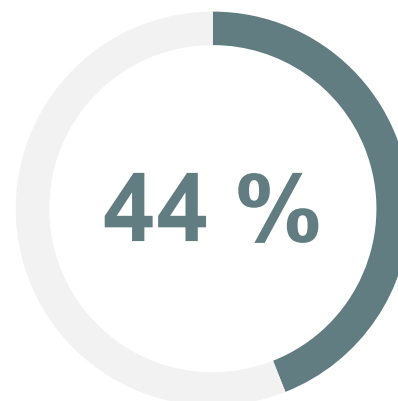
Eksempler på innhold barna nevner at sees på i skolesammenheng: Supernytt, Newton, Klassen, Lik meg, 16, Rådebank, Familien Lykke, Side om side



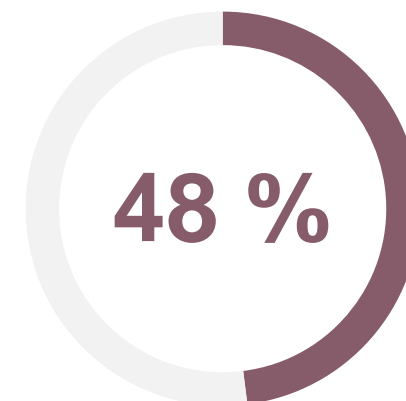
Film og serie-seing med klassen



... har sett eller ser film og serier sammen med klassen.



... ser film og serier **minst ukentlig** med klassen.

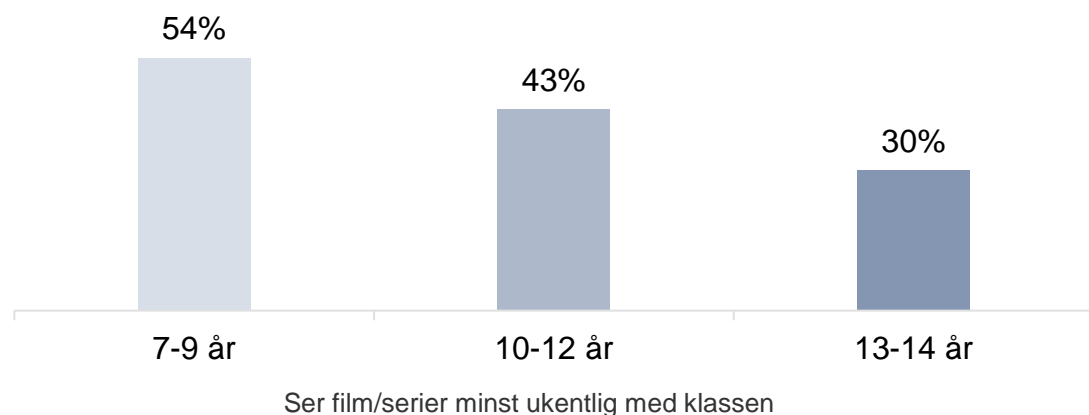


... ser film og serier med klassen, men **sjeldnere** enn ukentlig.

Skole-seing minker med alderen

Andelen som ser filmer og/eller serier med klassen minst ukentlig synker med alderen.

Som illustrasjonen viser, ser barna markant mindre film og serier sammen med klassen etter hvert som de blir eldre.



Ungdomskolen åpner for et mer individuelt mediekonsum i skoletiden.

Når barna begynner på ungdomskolen får de tilgang til mobil og er friere til å gjøre det de vil i storefri.

Disse nye mulighetene gjør at det er mindre interesse for å se film og serier sammen med klassen i storefri. Samtidig beskriver barna at skolen har økende fokus på undervisningsrettet medieinnhold fremfor film og serier som skal underholde.*



KRLE-læreren satte på en film som skulle være morsom, men den var ikke morsom, om Jesus eller noe sånn.

| Jente 13 år

Da jeg gikk i 7. klasse så vi på Klassen og sånt i spisingen (..) Men ser ikke på sånne serier etter jeg begynte på ungdomskolen, vi bare bruker telefonen.

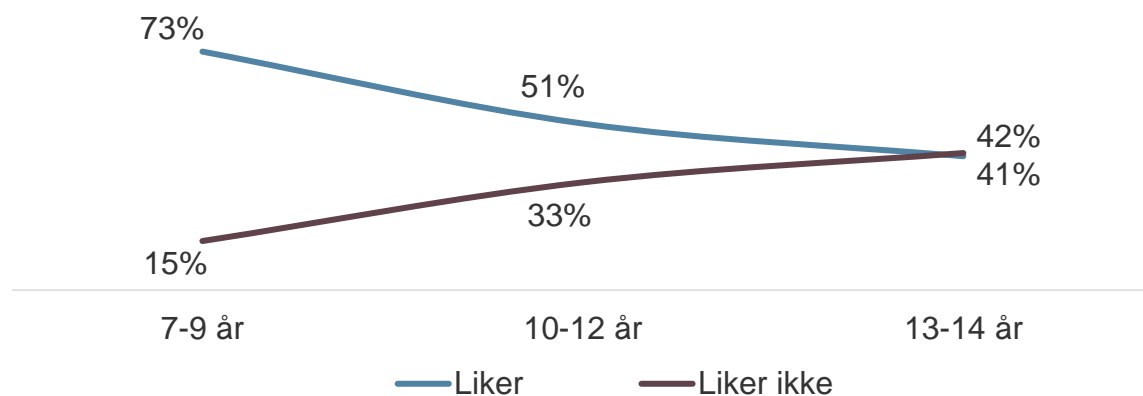
| Gutt 13 år

Totalt 56 % av barna oppgir at de ser innhold de liker på skolen

De yngste er de som best liker filmer og serier som vises på skolen.

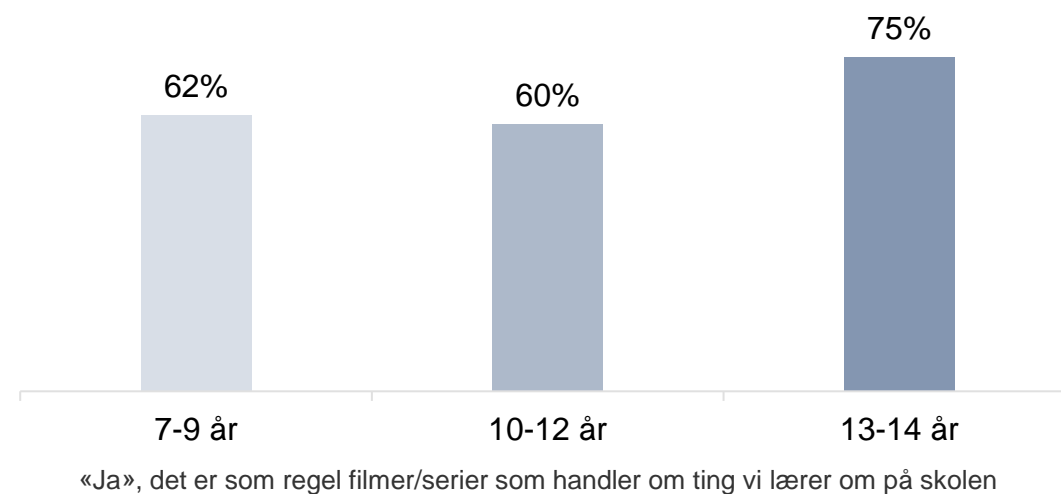
56 % liker filmene/seriene de ser med klassen. Andelen som liker synker klart med alderen. Selv om de yngste er de som syns best om innholdet de ser på skolen (73 %), er det fortsatt en betydelig andel fra 10 år og eldre som også liker filmene/seriene de ser med klassen.

Grafen nedenfor viser andelen som liker/liker ikke innhold de ser på skolen:



13-14 åringene opplever at innholdet de ser sammen med klassen er mer rettet mot læring.

Flest fra 13-14 år sier filmer og serier de ser med klassen som regel handler om ting de lærer på skolen, sammenlignet med yngre aldersgrupper:



Skolen som en viktig formidlingsarena

10-12 års alder virker å være den perioden hvor barna eksponeres for mest norsk film- og serieinnhold.

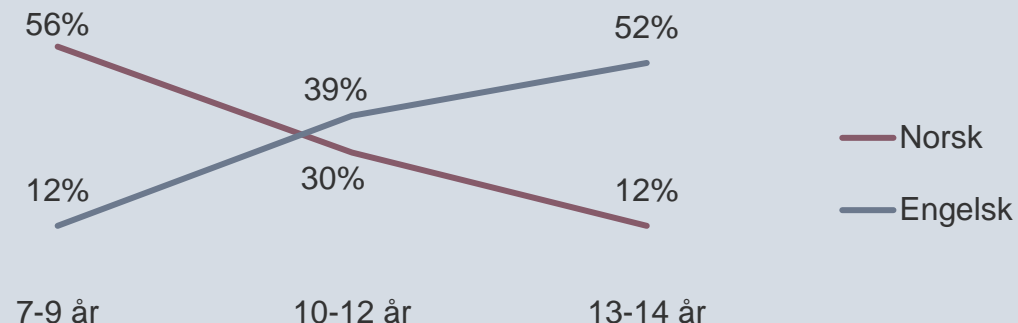
Dette skjer samtidig med at interessen for internasjonalt og engelskspråklig innhold virkelig tar av (se graf til høyre).

“

Vi ser på serier under spisefri, «Helene sjekker inn», «Supernytt» eller «Klassen» er noe jeg har sett på skolen.

| Gutt 11 år

Fra 10 års alderen foretrekkes i økende grad serier og filmer med engelsk tale.



Grafen viser andelen 7-14-åringene som liker best filmer og serier hvor det snakkes norsk/engelsk

Skolen fortsetter imidlertid å være en viktig eksponent for norsk innhold.

Skolen er en viktig formidlingsarena for norsk film, serier og innhold

Skolen som en formidlingsarena

De barna som ikke ser på NRK hjemme hadde mest sannsynlig ikke sett norsk innhold i det hele tatt, om det ikke hadde vært for skolen.

Det virker å være relativt stor forskjell på hvor mye barna bruker strømmetjenestene til NRK på hjemmebane, både alene, men også som en familie.

Basert på samtaler med barn med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn, virker det å være få som hadde blitt eksponert for norsk innhold, om det ikke var for skolen.

Selv om dette baserer seg på et lite utvalg, så finner vi en gjennomgående holdning blant foreldre med ikke-vestlig bakgrunn, om at de tenker at barna blir eksponert for tilstrekkelig med norsk på skolen.

De føler sterkere på et ansvar for å eksponere barna for noe av den kulturen de selv har bakgrunn fra. Det er for eksempel nesten ingen barn som er født i Norge som har tilgang på morsmålsundervisning i skolen per i dag.



Jeg ser ikke norsk TV, barna ser ikke på norsk TV.

| Mor til jente 9 år

(Libanesisk bakgrunn)

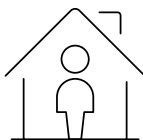
Skolen er en viktig formidlingsarena



Skolen inspirerer til å se norsk.

Mange av barna vi møter ser lite norsk innhold på egenhånd. Det de ser, skyldes i stor grad eksponering av norsk innhold på skolen.

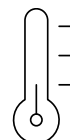
Serier passer bedre for storefri enn filmer, men av og til blir spillefilmer delt over flere dager eller uker.



Skolen inspirerer til å se videre hjemme.

Barna virker oftere å plukke en serie enn en film etter å ha blitt eksponert for den på skolen.

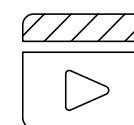
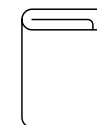
Serier som Klassen, Side om side og Familien Lykke, er gode eksempler på innhold som barna har fortalt at de har fortsatt å se på egenhånd etter å ha blitt introdusert for det på skolen.



Seriefieber herjer på skolen.

Det er i størst grad serieinnhold barna forteller om nå de blir intervjuet. Spesielt de yngre barna i utvalget.

Når barna snakker om innhold de ser på skolen, er film og kinobesøk lengre bak i bevisstheten deres og noe som nevnes sjeldnere og senere i samtalene.



Bok + film = sant.

Flere nevner at skolen har lagt opp til at klassen gjerne kan se filmen av en bok de har lest sammen på skolen.

Kobling mellom «bok» og «film» er noe som ofte gjøres med suksess. Det er i hvert fall opplevelsen blant en del barn i de eldste aldersgruppene.

7

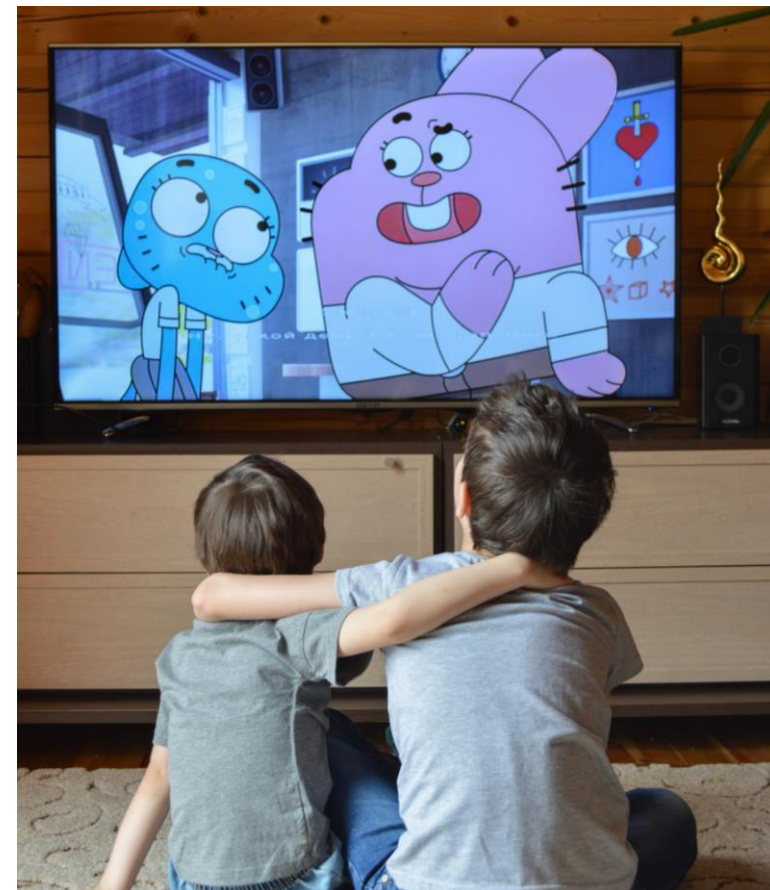
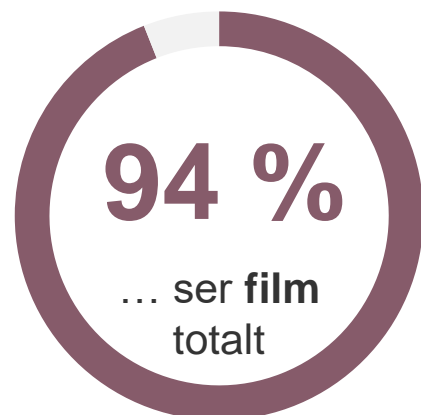
Film og serier

Alle barn i alderen 7-14 år ser film og serier

Innledning

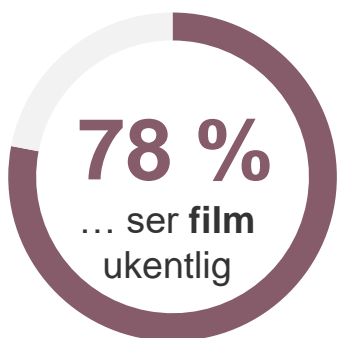
Film og serier representerer en stor del av det barn liker å bruke tiden på. De fleste i denne aldersgruppen ser mye film og serier i løpet av uka.

Film og serier brukes imidlertid forskjellig og løser ulike behov for barna. Serier fyller individuelle underholdningsbehov i hverdagen, mens det å se film oppleves som en mulighet til å gjøre noe sammen med andre i helgen eller i forbindelse med mer spesielle anledninger.

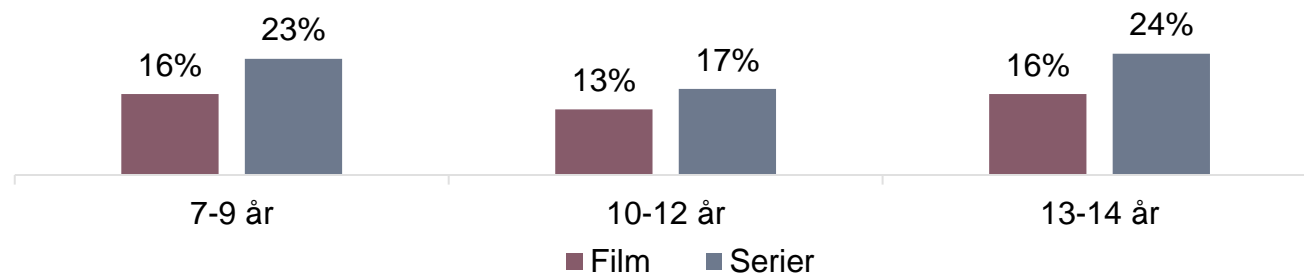


Flere ser serie enn film daglig

Frekvens



Film og serier

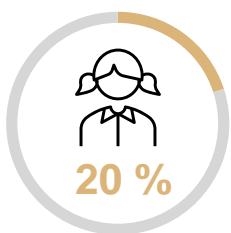
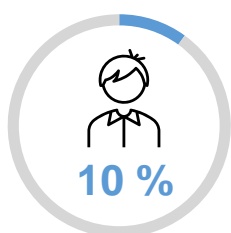


Grafene over viser daglig seing av film og serier i aldersgruppene

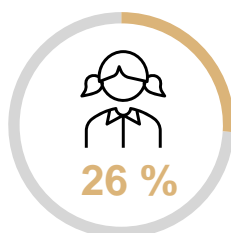
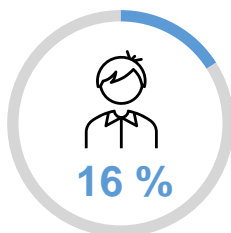
Jentene ser mer film og serier enn guttene daglig

Frekvens

Film



Serier

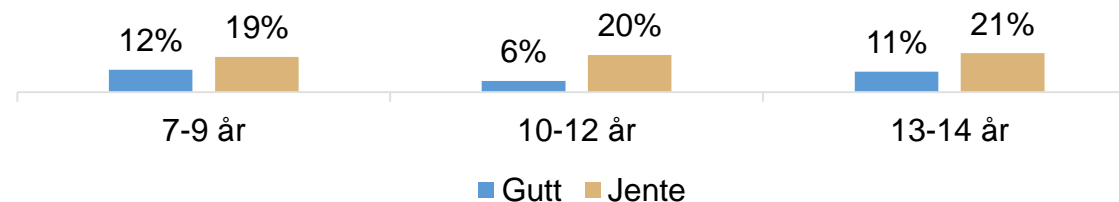


Guttene ser mindre film og serier enn jentene, uavhengig av alder.

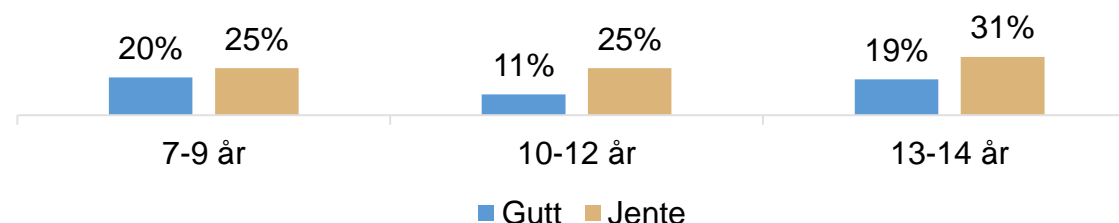
I 10-12-årsalder virker mange av guttene å bytte ut noe av tiden de bruker på film og serier med mer tid til spill (ref. kapittel X Dataspill).

I aldersgruppen 13-14 år ser hele 3 av 10 jenter serier hver dag, 2 av 10 ser film hver dag.

Film



Serier

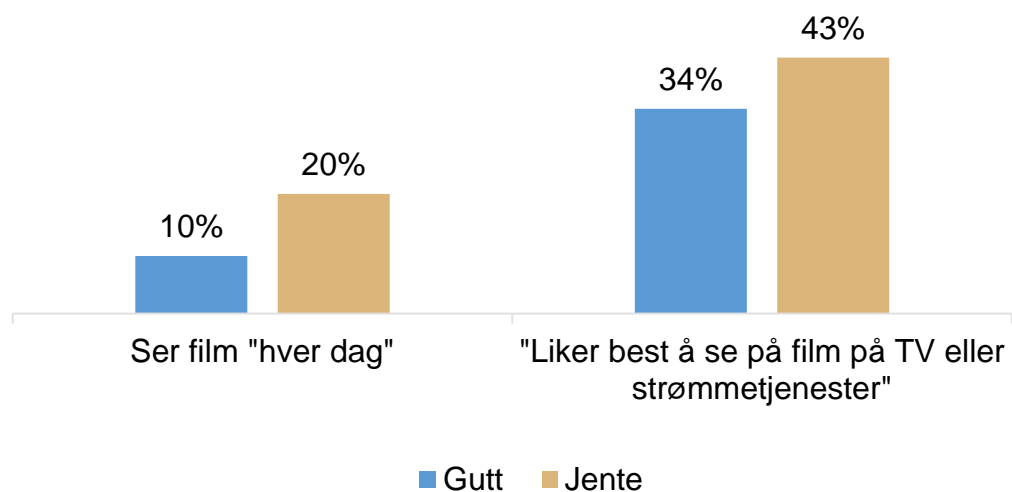


Grafene over viser daglig seing av film og serier fordelt på kjønn og alder

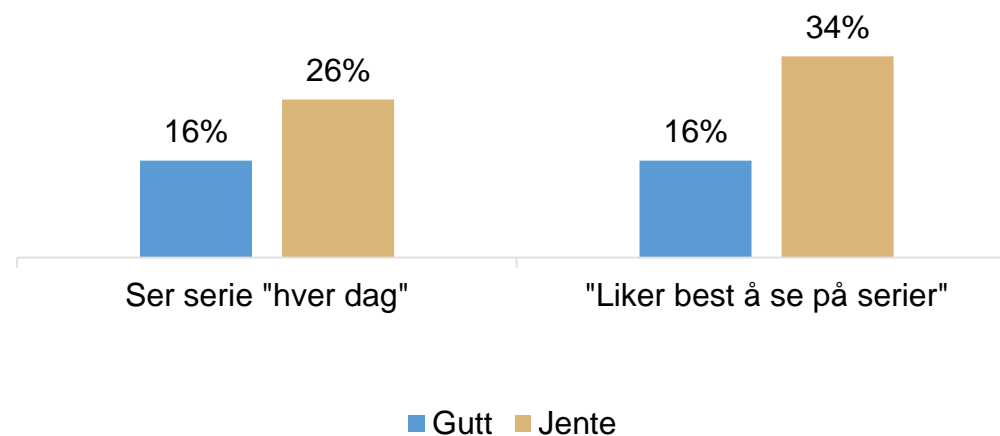
Jentene både ser og liker film og serier mer enn det guttene

Frekvens

Film



Serier



Grafene over viser daglig seing av film og serier fordelt på kjønn

Barna viser tydelig evne til å skille mellom film og serier

Barna velger format etter hvilket behov de måtte ha i øyeblikket. Fremfor alt, så er det formatets lengde som avgjør valg av film eller serier.

Men hvorvidt det er behov for noe som kan sees alene, eller sammen med andre har også mye å si.

Når vi ser på daglig seing, finner vi tydelige forskjeller knyttet til hvorvidt barna ser mest film eller serier. Serier er det barna liker best å se på daglig basis. Dette bekreftes også gjennom dybdeintervjuene – serier fremstår jevnt over som mer attraktivt i hverdagen enn film (spesielt for jentene).

Serieformatet oppleves å ha en rekke egenskaper som spiller på lag med barnas individuelle interesser og behov. Det finnes etter hvert svært mye å velge i med tanke på tematikk, og sjangre. Dessuten velger barna ulike serier med utgangspunkt i episodenes lengde og antall sesonger. Samlet sett gjør disse egenskapene serier til et attraktivt format som løser et bredt spekter av behov.



Jeg liker best serier, for filmer er litt lange, så jeg må ta pause.

| Jente 10 år

Barna vi møter har utviklet et individuelt mediekonsum basert på egne preferanser.

De gjør seg klare refleksjoner rundt hvordan deres konsum ligner og skiller seg fra søsken og venner. Innhold som oppleves individuelt, virker å få klart størst plass i barnas mediehverdag både når det oppmerksomhet og tid.



“

Jeg ser på serie etter skolen, om kvelden før jeg legger meg, i senga, kanskje om morgenen, før skole og noen ganger på bussen hvis jeg har lasta ned episoder.

| Jente 13 år

Serier er hverdag

Opplevde egenskaper med serieformat

Enkelt å bruke når man har litt tid til overs.

Spesielt serier med episoder på 30 min eller mindre kan sees nærmest når og hvor som helst når barna har litt tid å slå i hjel. Serier oppleves også enkelt å «skru av» og starte på nytt senere.

Deilig å ha et «serieprosjekt» å gå til.

Flere av barna vi møter synes det er fint å vite at de har en serie å gå til. Har de først funnet en serie de liker skal den gjerne ha mange episoder og flere sesonger.

Serier krever ikke like høy grad av oppmerksomhet som film.

Fordi serier ofte fortelles i et langsommere tempo, opplever mange barn at de ikke trenger å være like fokusert som når de ser film. Dette gjør at noen gjør andre ting parallelt med at de ser.

Vi møter også de som spoler seg fremover i handlingen for å komme raskere til «the action».



Jeg er ikke så glad i filmer. Når du ser film så må du se hele filmen. Serier er enklere å stoppe.

| Jente 13 år

Jeg liker serier bedre enn film fordi serier varer lengre.

| Jente 10 år

Serier oppleves å være et *for* langt prosjekt.

En del barn, spesielt blant guttene, mener at serier tar opp for mye tid og at det blir for mye av det samme.

Spoil the Action!

Det oppleves imidlertid vanskelig for barna å finne og velge de seriene de kan kose seg med episode etter episode. Barna kjenner på knapphet med tid og vil være sikre på at serien treffer før de setter i gang. Mange av barna ser gjerne videoer som avslører handlingen før de begynner på et «serieprosjekt».



Gode serier er passe porsjoner av spenning og dybde over tid

Opplevde egenskaper med serieformat

Et passende spenningsnivå som varer.

Serier oppleves ofte som mindre overveldende enn i film. Mange av barna opplever gjerne serier som mindre følelsesmessige krevende enn film. Gode serier er passe porsjoner av spenning og dybde over tid

Når barna først har funnet en serie de synes er spennende, ønsker de ikke at spenningen skal ta slutt. Mange liker å vite at de har mye spennende å glede seg til.

Serier gjør det mulig å følge karakterers utvikling.

Det å kunne bli godt kjent med ulike karakterer og å følge deres utvikling gjennom ulike hendelser, er noe av det barna trekker frem som seriens viktigste styrker.



I serier blir man mer kjent med karakterene og man setter seg mer inn i handlingen. Det gjør at blir det blir mer spennende.

Jeg ser aldri en hel serie i løpet av en dag, så da har alltid jeg noe å glede meg til.

| Jente 12 år

Serier oppleves alene (for det meste i hvert fall)

Opplevde egenskaper med serieformat

Serier er noe barna hovedsakelig ser alene.

Selv om barna kan se enkelte serier sammen med venner eller familie, så er det å se på serier først og fremst en individuell aktivitet for barna. I de tilfellene hvor de ser serier sammen med andre, så er det sjelden sammen med flere enn én annen venn eller et annet familiemedlem (typisk et annet søsken, mamma eller pappa).

Det er vanskelig å se serier sammen med andre.

I forbindelse med intervjuene hører vi av og til om serier som hele familien eller flere venner har sett sammen. Men samseing av serier beskrives ofte som vanskelig fordi venner og familiemedlemmer har så ulike preferanser og utholdenhet. Behovet for samseing med flere venner eller familie løses som oftest gjennom å velge en film.

Serier kan være noen man diskuterer med venner, men det er vanskelig å være synkronisert i seingen sin.



Jeg pleier ikke å se filmer alene, men serie er noe jeg pleier å se alene.

| Jente 12 år



Ser film noen ganger, det er i helger og ofte sammen med mamma, pappa og brødrene mine.

| Jente 11 år

Filmformatet kan være utfordrende for barna

Opplevde egenskaper med filmformat

Filmen er både for lang og for kort.

En del barn misliker filmformatet rett og slett fordi det oppleves å være for langt. Mange av barna er tydelige på at de foretrekker snutter og korte episoder av medieinnhold.

Samtidig gir andre barn uttrykk for at de syns at film ofte fortelles for raskt, og/eller at handlingen utspiller seg for fort. Flere snakker også om at spenningen tar slutt for fort når den stopper etter halvannen til to timer.

Film krever mye oppmerksomhet over et lengre sammenhengende tid.

At film krever mye oppmerksomhet over lengre tid, er noe som mange av barna beskriver som slitsomt. Serier oppleves å utspille seg i et roligere tempo som ikke krever den samme mentale tilstedeværelsen. Flere av de barna (spesielt de eldste), konsumerer dessuten ofte flere typer medieinnhold parallelt.

Enkelte syns imidlertid at det lengre formatet er en positiv egenskap ved filmen: At de (og de de måtte se den sammen med) må gi den fullt fokus når den er på. På sitt beste bidrar dette også til at film får en mer «opphøyet» status blant barna. Den blir noe som krever din oppmerksomhet i en ellers jevn og sammenhengende strøm av medieinnhold.



Jeg klarer ikke å se på filmer lenger, det tar aldri slutt.

| Gutt 13 år

I en film så skjer alle ting ganske raskt. Alt går raskere enn man har lyst til at det skal gjøre. Det synes jeg er litt kjedelig egentlig.

| Gutt 10 år

Film oppleves i felleskap

Opplevde egenskaper med filmformat

Film muliggjør samseing.

Filmens fremste styrke er at den løser behov for å kunne se noe sammen med andre. Film krever som oftest ingen forkunnskaper. Det er et format både foreldre og barn eller vennegjengen kan starte og avslutte i fellesskap.

Film er helg og spesielle anledninger.

Fordi ukedagene byr på få lange sammenhengende tidsintervall, blir det å se film som oftest en helgeaktivitet. Det kan også være noe barna gjør i visse anledninger, som når flere kompiser/venner er på besøk. Film muliggjør også en kinoopplevelse, en hyggelig aktivitet å gjøre sammen med familie og/eller venner.

Film må planlegges.

De fleste filmer er på halvannen time eller mer, og det er sjelden barna (og foreldrene) opplever å ha så mye tid til rådighet i et strekk. Filmen oppleves i mange situasjoner å være for lang. Spesielt i hverdagen. Det er få barn eller familier i vårt utvalg som ser en film over flere sesjoner (da er det i større grad noe de gjør alene). Den gjennomgående holdningen er at film skal sees fra begynnelse til slutt.



Vi ser mest (film) på lørdager. Da har man hele dagen fri og kan møtes på kvelden. Jeg ser film mest når jeg har venner på overnatting.

| Gutt 10 år

Det er noe ekstra med de store filmene som alle snakker om

Opplevde egenskaper med filmformat

De siste nye filmene som «alle» snakker om er fortsatt attraktive.

Store nye filmer fra for eksempel Marvel-universet, eller Avatar (som er mye omtalt når dybdeintervjuene gjennomføres), er populært blant både gutter og jenter vi snakker med.

Nye filmer det snakkes mye om på YouTube og TikTok er noe som virker viktigere for barna «å få med seg» når de lanseres, enn nye TV-serier.

Selv om serier vinner kampen om foretrukket format, er allikevel film noe mer spesielt, når det blir stort nok.



Sett masse Marvel på kino. Fordi det er mye action, de har brukt lang tid på å lage filmene.

| Gutt 11 år

8

Sjangerpreferanser

Alle barn liker filmer og serier som får dem til å le

Innledning

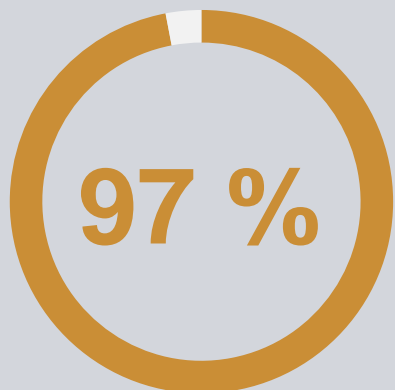
97 % av barna liker humor. Innhold som får dem til å le driver valget for innhold, uavhengig av kjønn.

Utover humor, så avslører barnas sjangerpreferanser relativt store kjønnsforskjeller. Guttene foretrekker sjangre som action og fantasy i langt større grad enn jentene. Jentene foretrekker drama, intriger og historier fra virkeligheten.

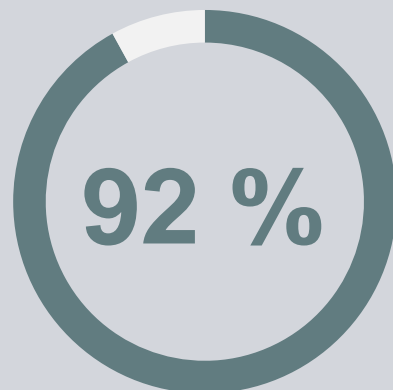


Humor er favorittsjanger

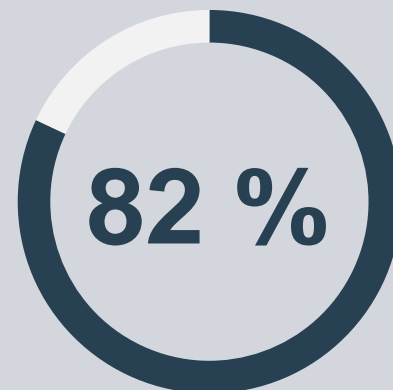
... men også spenning, eventyr og historier fra virkeligheten fenger.



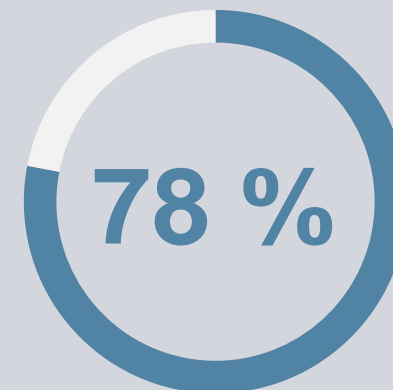
Humor



Spenning/mysterium



Eventyr/fantasy



Historier fra virkeligheten

Grafene viser andelen 7-14 åringer som oppgir å like følgende sjangere (litt + veldig godt)

Alle liker humor.

Humor («Filmer og serier som får deg til å le») er den sjangeren «alle» barna liker (97 %).

Denne preferansen går på tvers av alder, kjønn og anvendte medieplattformer enten det er snakk om film, serier, YouTube, TikTok eller annet.

Kommentar

Når barna refererer til 'humor' som sjanger, så virker dette i stor grad til å være knyttet til korte humoristiske filmsnutter de ser og deler i stort monn via YouTube og TikTok. Strømmen av humorsnutter virker å fungere som en lang strømmende komedie barna kan koble seg på når de føle behov for det. Det virker vanskelig for barna å skille ut konsumet av humor knyttet til film og serier, og alt det andre humoristiske innholdet de konsumerer i hverdagen sin.



Utviklingen i humoruttrykk blant 7-14 åringene

I samtalene med barna kommer det imidlertid frem at hva slags humoruttrykk det er snakk om varierer stort innad i målgruppen:

7-9 år

Ansiktsuttrykk og fysisk humor.

For de yngste barna er humor mest relatert til ansiktsuttrykk og overdreven fysisk innhold. Dette er gjerne innhold som fungerer uavhengig av hvorvidt de forstår språket som snakkes eller ikke. Flere av de yngste barna vi møter er ofte selv ikke klar over eller bevisst hvilket språk som snakkes i det humoristiske innholdet de ser.

10-12 år

Karakterer og relasjoner.

Etter hvert som barna blir eldre blir det i større grad de merkelige karakterene, deres underlige relasjoner og dialoger som fanger interessen.

13-14 år

Ironi og flertydighet.

Når barna når tenårene, blir en del av humoren de ser på mer sofistikert. Ironi, flertydighet og humor som krever kjennskap til ulike fenomen blir mer og mer fremtredende.



Jeg liker å se på Grizzly og Lemen. Mange små bjørner som sloss, stjeler Nugatti fra hverandre, så prøver lemenene å stjele det, så prøver grizzly å få det tilbake. Når grizzlyen ser at det er mange, mange bokser med Nugatti så slipper han sin Nugatti på bakken og løper og prøver å ta dem. Men han klarer det ikke, så kommer det en bil og kjører på, og han får ikke noe Nugatti likevel.

| Gutt 7 år

Humor ment for voksne er også interessant for barna

Humor som i utgangspunktet er skapt for de voksne virker ofte å slå an for den eldste halvdel av målgruppen.

Mange av barna vi møter forteller at de har sett flere sesonger med Side om side. Fra 10-årsalderen er det flere som trekker frem Side om Side som en norsk favorittserie.

Ingen annen serie er i nærheten av å bli nevnt så hyppig og beskrevet så positivt i løpet av datainnsamlingen som Side om side. Flere har sett hele eller deler av serien opptil flere ganger.

Hva gjør Side om Side til en seersuksess?

En del av voksenhumoren i serien virker å gå «over hodet» på barna, men fascinasjonen synes å være muligheten til å se voksne mennesker i rare relasjoner si merkelige ting til hverandre. Det er åpenbart gøy å se (norske) voksne som oppfører seg helt annerledes enn det de forventer av voksne.

Serien har dessuten mange sesonger med en rekke episoder, noe som gir barna følelsen av å ha noe morsomt «i bakhånd» når de trenger det (ref. kap om film og serier). Side om side er også en av de få seriene vi hører om som brukes i forbindelse med samseing med familie og/eller venner.



Flere episoder og sesonger, og det liker jeg, Det er veldig gøy, det er litt drama og sånn. Det skjer noe hele tiden.

| Gutt 9 år

Side om side kan jeg se flere ganger, for det er morsomme folk som sier mye morsomt.

| Jente 13 år

Når det kommer nye Side om side episoder ser vi sammen. Men jeg ser også gamle episoder.

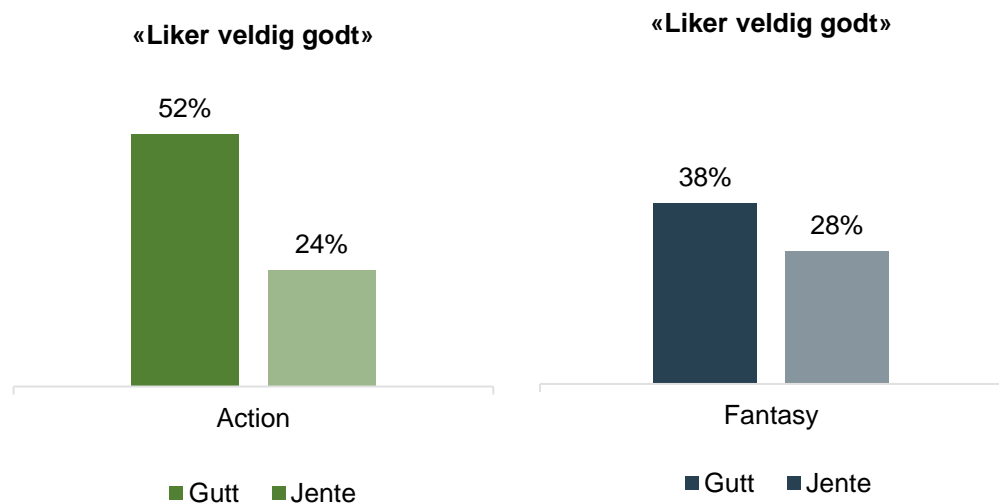
| Jente 10 år

**Tydelige alders- og
kjønnsforskjeller når det gjelder
hvilke sjangre som likes veldig
godt.**

Action og fantasy er guttas greie

52 % av guttene liker veldig godt filmer og serier med mye action. I tillegg liker 38 % fantasy veldig godt.

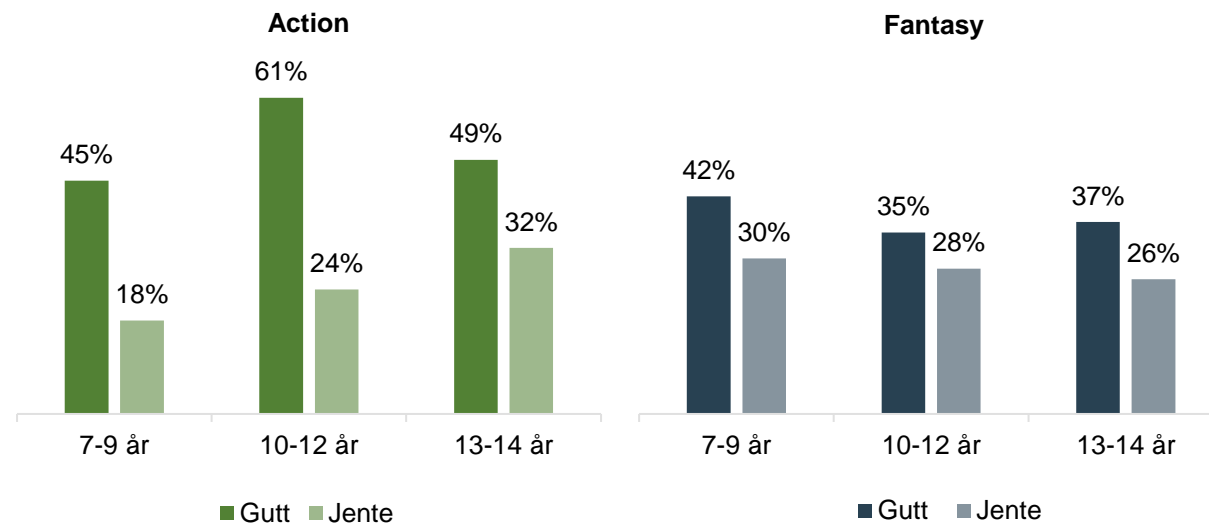
Blant jentene er disse sjangerne langt ifra like populære, spesielt når det gjelder action-sjangeren.



Guttene liker begge sjangere veldig godt uavhengig av alder.

Action er mest populært blant gutter 10-12 år (61 %) og fantasy er mest populært blant gutter 7-9 år (42 %).

Jentene er mindre glad i action og fantasy enn guttene, men andelen jenter som liker action veldig godt øker med alderen. Med fantasy ser vi en flatere utvikling både blant jentene og guttene.

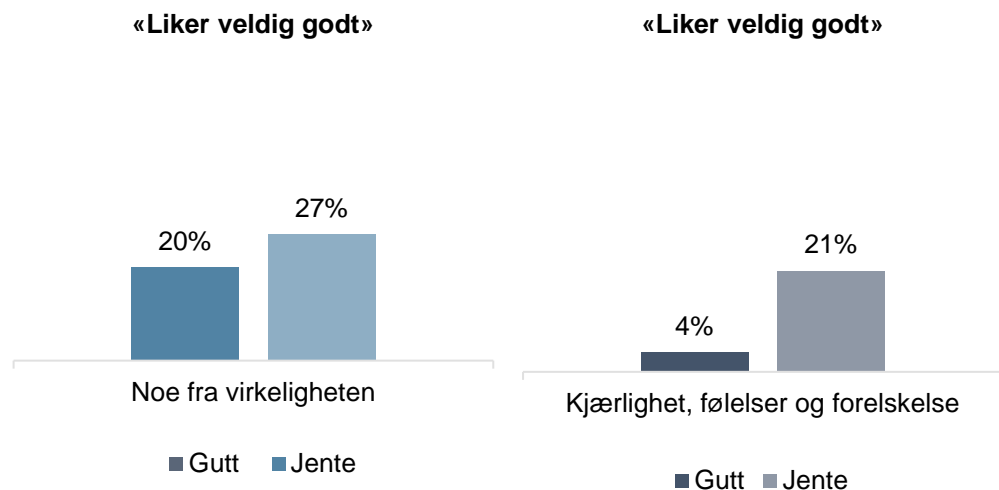


Grafene viser gutter og jenter 7-14 år som liker action og fantasy som sjanger veldig godt

Jenter liker også action, men drama, intriger og kjærlighet er mer deres greie enn guttas greie

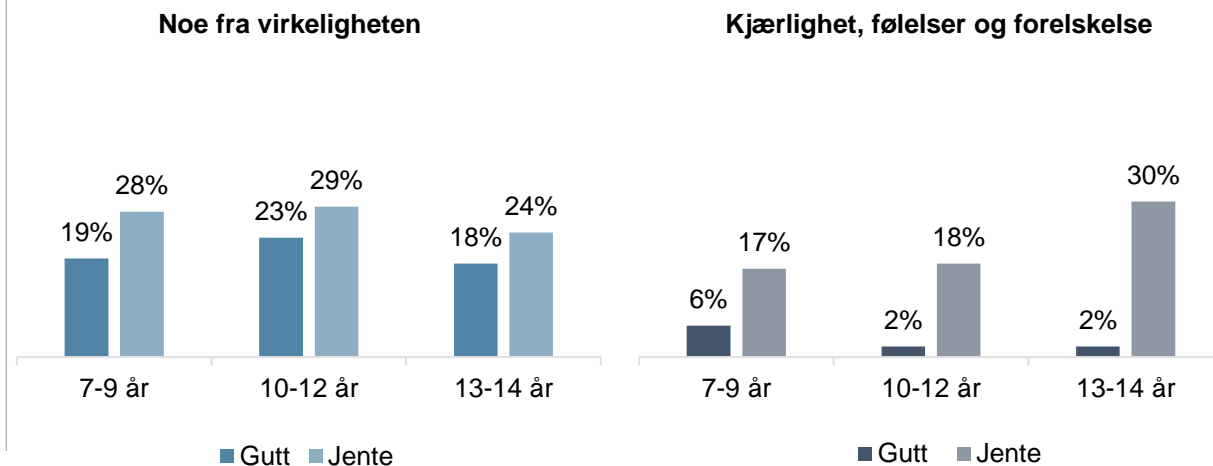
27 % av jentene liker filmer og serier som handler om noe fra virkeligheten eller en sann historie.

Videre liker 21 % av jentene filmer og serier med kjærlighet, følelser og forelskelse. Kun 4 % av guttene sier det samme. Det er dessuten interessant å merke seg at hele 61 % av guttene oppgir at de ikke liker filmer og serier med kjærlighet, følelser og forelskelse.



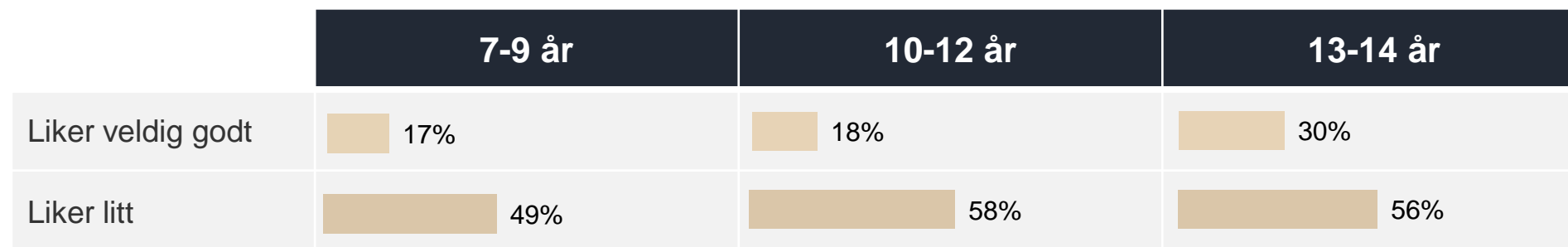
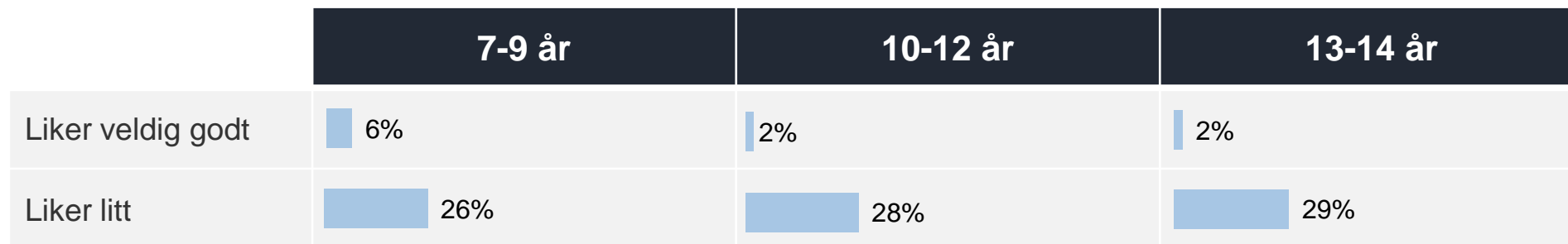
Hos jentene blir kjærlighet, følelser og forelskelse mer populært fra tenårene.

Kjærlighet, følelser og forelskelse er tydelig at er en sjanger jentene liker veldig godt, og noe guttene liker mindre. Få gutter liker filmer og serier i denne sjangeren veldig godt, uavhengig av alder. Blant jentene øker andelen som liker sjangeren veldig godt med alderen.



Grafene viser gutter og jenter 7-14 år som liker historier fra virkeligheten og kjærlighet, følelser og forelskelse veldig godt

Kjærlighet, følelser og forelskelse er ikke guttas favoritt, men de liker det litt



Gutter og jenter 7-14 år liker best filmer og serier ...

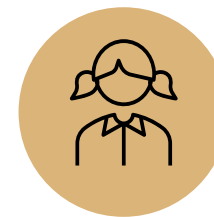


som får meg til å le 75%

med mye **action** 52%

som er **spennende** og/eller har et mysterium som skal løses 42%

med **eventyr, fantasi** og/eller fra verdensrommet 38%



som får meg til å le 70%

som er **spennende** og/eller har et mysterium som skal løses 47%

med **eventyr, fantasi** og/eller fra verdensrommet 28%

som handler om noe fra **virkeligheten/sann historie** 27%



Om realistiske serier som tematiserer ungdomskultur.

I samtalene vi har med barna beskrives slike filmer og serier gjerne som «filmer og serier med mye intriger og sånt». Norske produksjoner som Klassen, VGS, Lik Meg og 17 er serier som barna (både gutter og jenter) nevner hyppig i samtalene våre.

Mangler representasjon

I flere av samtalene vi har med barn med ikke-vestlig bakgrunn, finner vi en opplevelse av manglende selvrepresentasjon. Flere av disse barna uttrykker ønske om å se flere eksempler på innvandrere som er som dem selv eller som har suksess, fremfor «realistiske» skildringer av tenåringsgangstere på Stovner (sånn som i NRK-serien 16/17/18).

De ser ut som oss, men det er ikke sånn vi er.

| Jente 13

I Klassen, som har mest «norske karakterer» føler jeg meg er mer koblet til de som lever et lignende liv som meg.

| Jente 14

Andre innholdssjangre som barna er opptatt av

Amerikanske storsatsinger.

De store amerikanske film- og seriefranchisene.

Filmer og serier som er del av store amerikanske filmunivers som Marvel og Star Wars står høyt i kurs hos barna. Spesielt guttene. Mange av disse har allerede oppnådd en slags klassikerstatus og kan gjerne sees igjen.

Disneyfilmer (og Pixar-filmer)

Er en type innhold som hele målgruppen setter pris på. De eldste barna omtaler gjerne det å se Disney-filmer som noe nostalgisk og koselig.

Eldre serier som har fått plass i barne- og ungdomskulturen.

En del av jentene i utvalget forteller at de er kjempefan av «eldre TV-serier» som «Desperate Housewives» og «Grey's Anatomy». Disse seriene oppleves tydeligvis å være noe annet enn serier av nyere dato, noe som handler om at de viser hele spekteret av karakterene som mennesker på et mer personlig psykologisk nivå, fremfor hva de representerer mer overflatisk som type-galleri.

Denne seerkulturen er åpenbart hjulpet fram av TikToks innholdsprodusenter og påvirkere som på ulike måter aktualiserer dette innholdet.

Innhold som imponerer.

Innhold som imponerer barna gjennom skuespillerne og/eller stuntmenn som har lært seg ferdigheter. Et eksempel som nevnes flere ganger i forbindelse med intervjuene er Cobra Kai hvor skuespillerne har lært seg kampsport.

Barna, spesielt i den yngste halvdel av målgruppen, lar seg gjerne også imponere av store fenomen: Den største, den lengste osv. En stor YouTube'er som Mr. Beast er et typisk eksempel på dette.

Reality og kjente ansikter.

Reality-innhold (både realityserier, snutter laget av påvirkere og andre innholdsprodusenter) har ikke vært fokus for denne studien, men vi ser at dette er en type innhold barna konsumerer i stort monn via plattformer som YouTube, og etter hvert som de blir eldre - TikTok.

Også norske kjendiser og kjendisprogrammer er populært blant barna. Programmer som «Mesternes mester» og «Skal vi danse» kan typisk konkurrere med det å se film eller serier i helger.



I Cobra Kai så er det ganske gode skuespillere, de driver ikke med karate, men så greier de å gjøre tingene, så synes jeg det er bra skuespill.

| Gutt 10 år

På Mesternes mester så har du hørt om karrieren deres da, du kjenner personen litt før du ser dem, på Kongen befaler så har man jo sett dem før, du er mer kjent med karakterene, eller ikke karakterer da, men selve programmet da.

| Jente 12 år

9

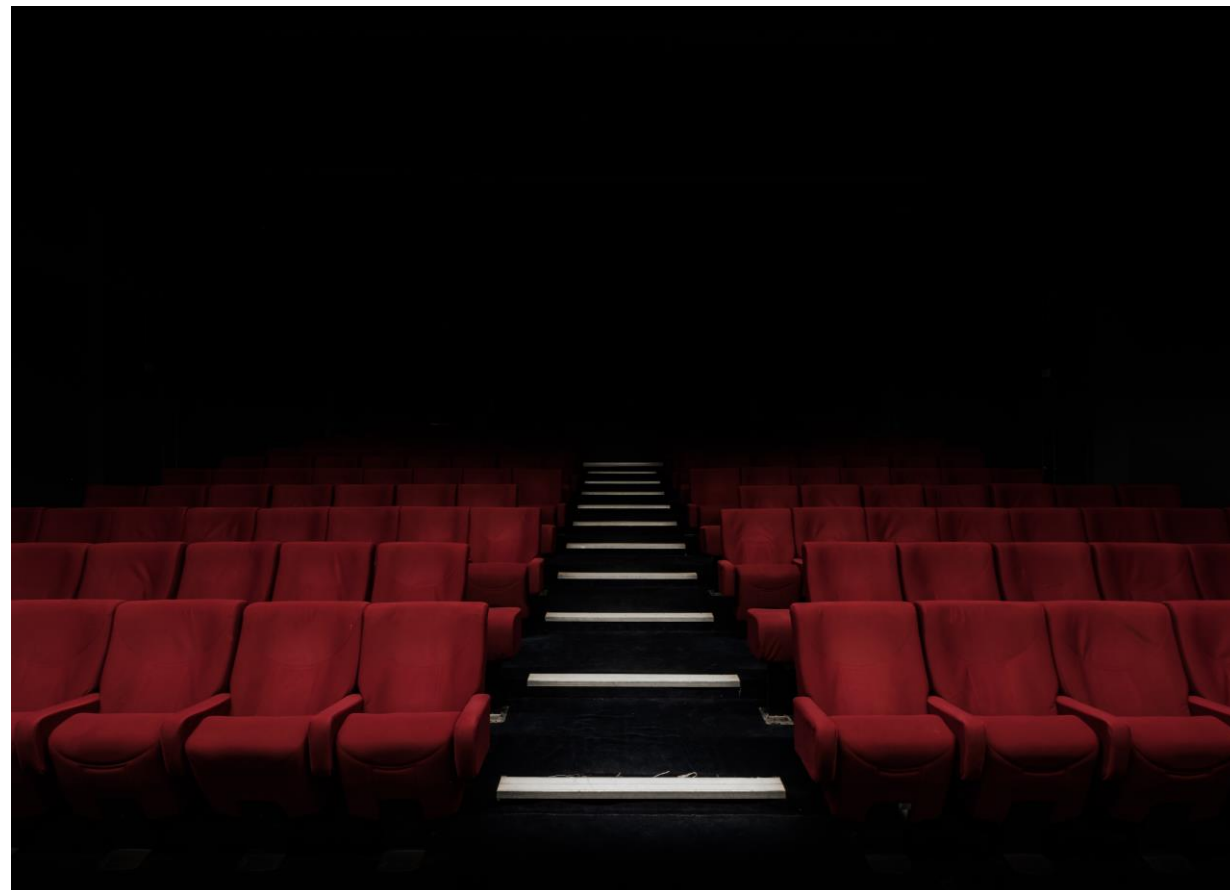
Kino

Kino er gøy, men ikke sentralt i livet til barna

Innledning

Til tross for at kino konkurrerer med mye annet medieinnhold og har liten plass i barnas daglige liv, er de fleste barna glade i å gå på kino.

Kino er ikke noe som barna har fremme i bevisstheten når vi intervjuer dem. Men når vi først snakker om kino, har de mye positivt å si. Kino handler om mer enn bare filmen. Det representerer det lille ekstra man får i form av kinomørke, stort lerret og godteri. Kinoen representerer også en sosial begivenhet.



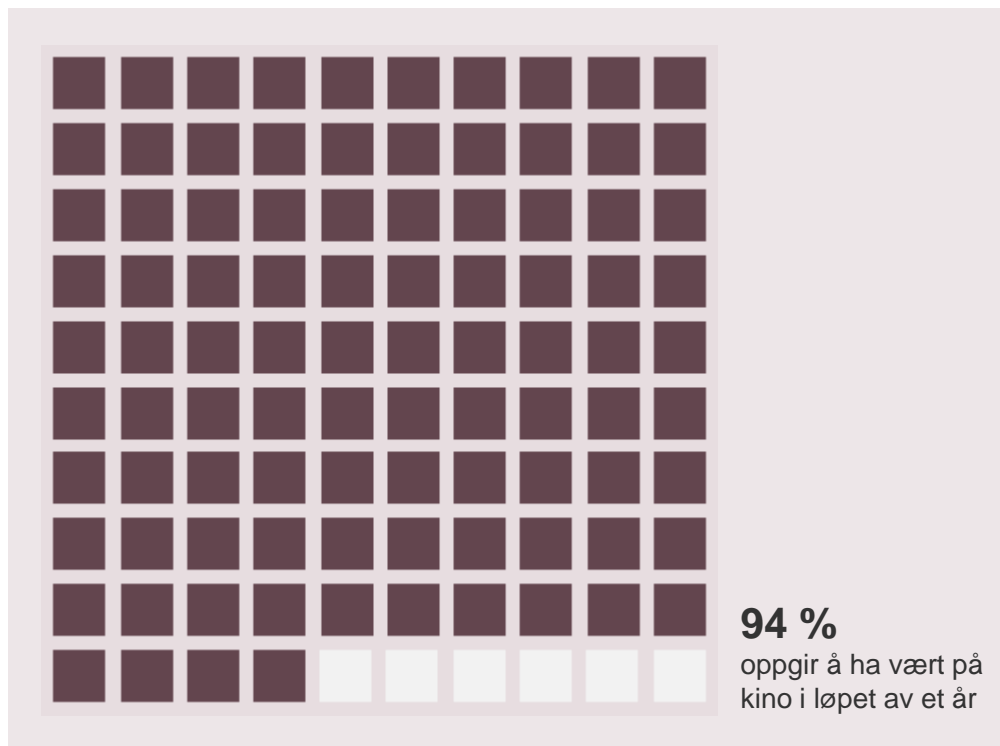


**Noen må komme med ideen om å dra på kino da,
men når noen gjør det er det vanskelig å si nei, fordi
det er jo morsomt.**

| Gutt 13 år

De aller fleste oppgir at de går på kino – i hvert fall av og til

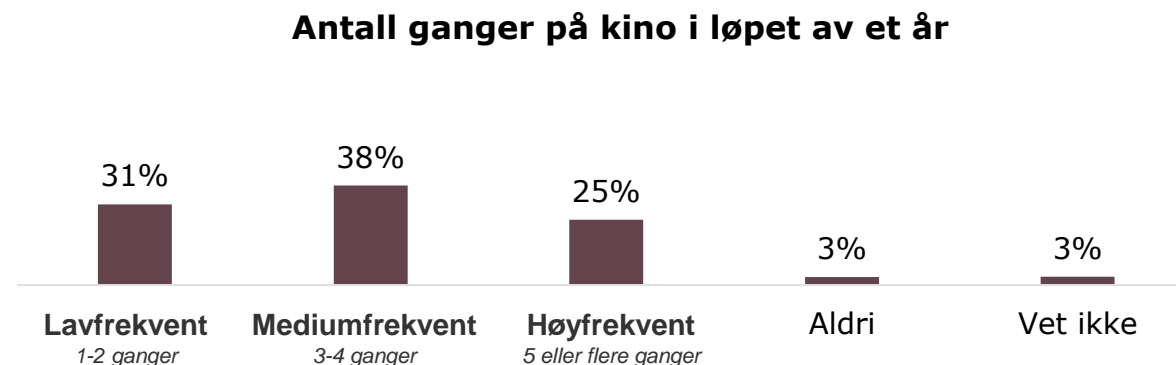
Frekvens



De aller fleste barn har erfaring med kino.

Selv om kino ikke har noen stor plass i barnas bevissthet, er det kun 3 % som oppgir at de aldri går på kino. 1 av 4 er det vi kan kalle «høyfrekvente» kinobrukere, som oppgir å gå på kino fem ganger eller mer i løpet av et år. Det betyr at 75 % av 7-14-åringene går på kino mindre enn 5 ganger i året. Dette indikerer at de fleste barn går på kino «en gang i blant».

Foreldrenes ressursituasjon virker ikke å ha stor innvirkning på barnas kinofrekvens. I spørreundersøkelsen er det små forskjeller i kinofrekvens mellom de med lav og høy inntekt og utdanning*. Det er ikke heller store forskjeller mellom landsdelene når det gjelder kinofrekvens.



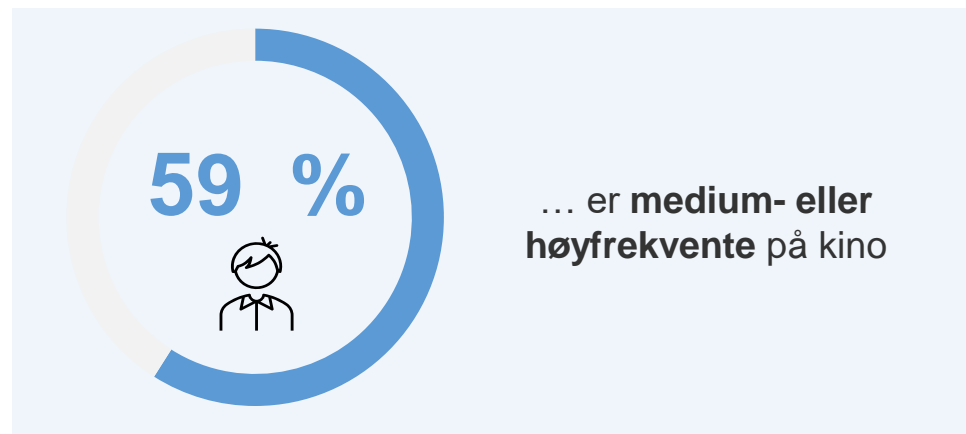
Grafen viser andel barn 7-14 år og oppgitt kinobesøk i løpet av et år



Selv om de fleste barn 7-14 år oppgir at de har vært på kino er dette en aldersgruppe som også har opplevd pandemi og stengte kinoer i sine formative år. Er det dermed slik at 7-14-åringene må hjelpes til å etablere nye kinovaner?

Variasjoner i kinobesøk

Frekvens



På kino er det litt flere jenter enn gutter som er medium- eller høyfrekvente besøkende.

Totalt sett er det litt flere jenter enn gutter som går på kino mer enn 3 ganger i året. Når de blir tenåringer blir imidlertid denne forskjellen borte.

Resultatene viser også at det er litt flere 10-12 åringer som er på kino tre ganger eller oftere i året enn i de andre aldersgruppene.

	7-9 år	10-12 år	13-14 år
Lavfrekvent 1-2 ganger	36%	24%	31%
Mediumfrekvent 3-4 ganger	36%	41%	36%
Høyfrekvent 5 eller flere ganger	21%	28%	25%
Aldri	2%	3%	4%
Vet ikke	3%	3%	4%

Grafen viser andel barn 7-14 år og oppgitt kinobesøk i løpet av et år

Oppsummert handler kino om tre elementer

1

Selve filmen



2

Det lille ekstra
(stort lerret/lyd, godteri)



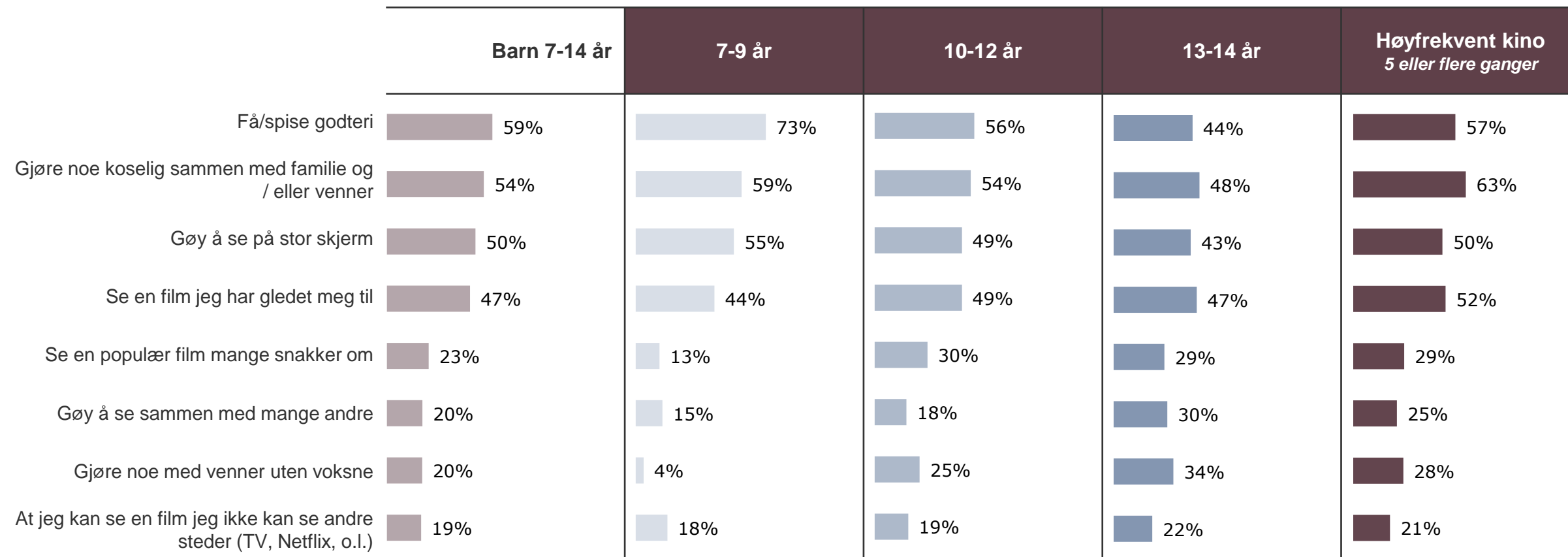
3

Det sosiale



Både filmen, det lille ekstra og det sosiale er viktig ved kinoen

Men det lille ekstra og det sosiale scorer høyere enn selve filmen



Grafen viser svarene til barn 7-14 år som oppgir at de har vært på kino i løpet av et år

Verdiopplevelsen ved kino antar nye former etter hvert som barna blir eldre

Kino med venner uten voksne, og filmen i seg selv, blir viktigere når barna blir eldre:

7-9 år

For de yngste er kino noe som gjøres sammen med familie, gjerne også med familiemedlemmer utenfor kjernefamilien: Onkler, tanter, fettere, kusiner og besteforeldre. Noen ganger kan venner også få være med.

Driverne for kino handler i stor grad om å spise godteri og at det er spennende å oppleve film på stor skjerm (og skikkelig lyd). Blant denne aldersgruppen virker det å være i all hovedsak mamma eller pappa som foreslår kino og film.

10-12 år

I denne alderen får de fleste lov til å prøve seg på kino uten voksne. For mange er det stas å kunne dra alene med venner. Spesielt jentene vet å sette pris på denne nye muligheten. Hvilken film det er snakk om er ikke like viktig som det sosiale.

Guttene derimot, er mest opptatt av at det er en film de har gledet seg til og som mange snakker om.

13-14 år

I begynnelsen av tenårene fortsetter kinoen å være viktig som en aktivitet man kan gjøre med venner uten voksne.

Jentene blir mer opptatt av å se en spesifikk film de har gledet seg til og som mange snakker om foruten det sosiale.

Styrkene med kino

Filmen

Nye filmer man har gledet seg til eller som «alle» snakker om, er fortsatt noe barn er opptatt av.

YouTube og TikTok er svært sentrale drivere for interessen rundt nye filmer. Foruten det som opplagt er betalt markedsføring, registrerer barna en stor mengde innhold både om, og rundt filmer som skal, eller nettopp er lansert. Barna bruker mengden prat og innhold på YouTube og TikTok som mål på hvor populær en film fortsatt er.

Se noe før «alle andre».

Filmer som ikke kommer på strømmetjenestene før senere, blir beskrevet som stas.

Det lille ekstra

«Merch» og «happenings på premierer».

Enkelte har opplevd filmpremierer hvor de har fått plakater eller annet markedsføringsmaterieell, erfaringer som er åpenbart vanskeligere å glemme enn andre turer på kino.

Kinomørket.

Gir mulighet til å fokusere ordentlig på det som skjer på lerretet, og til å bli dratt inn i handlingen.

En forsterket opplevelse.

Kinoen tilbyr større lerret og bra lyd, og dette er noe mange barn vet å verdsette, både gutter og jenter.

Merk: Barna i aldersgruppen 7-9 uttrykker i liten grad noe bevisst rundt styrker ved kino utover det å gjøre noe sammen med familie og venner og det å få godteri. Funn knyttet til styrker og svakheter ved kinoen baserer seg derfor i all hovedsak på datamateriale fra aldersgruppen 10-14.*

Det sosiale

En fin ting å gjøre med venner uten foreldre.

Bortsett fra godteri, er «gjøre noe koselig sammen med familie og / eller venner» det som oftest svares i spørreundersøkelsen.

Når barna blir eldre, er kino er en aktivitet som åpner opp for å gjøre noe med venner uten voksne. Det er åpenbart stas å organisere turen uten hjelp fra de voksne: Lage avtaler, ordne seg transport, handle drikke og godteri på egenhånd. Det er følelsen av selvstendighet



Jentene i klassen er sånne som følger litt mer med, og vil finne ut når den går på kino og bestille så fort som mulig, det kommer kanskje før i utlandet, så har de sikkert sett det på TikTok eller YouTube, så vil de se den selv, så sier de til oss om det er verdt det. | Gutt 13 år

Den siste filmen var Minions. Vi så den fordi den var så populær på TikTok.

| Jente 13 år

Svakheter med kino

Vanskelig å holde oppmerksomheten oppe gjennom en hel film.

Flere av de eldre barna vi snakker med synes det er vanskelig å holde konsentrasjonen gjennom en hel film. Som nevnt i beskrivelsen av barnas bruk av serier, har mange også for vane å sjonglere flere medier samtidig: En serie mens du sitter på Snap eller ser på TV osv. To timer i kinomørket uten telefon er mer enn en del større barn synes er ok.

Kino er ikke alltid like komfortabelt for alle.

Noen barn kommenterer at barnesetene de må sitte på for å kunne se ordentlig på kino, ikke er behagelige nok.

Manglende oversikt over filmtilbudet som vises på kino.

Noen av barna synes det er vanskelig å finne oversikt over hva som faktisk går på kino. De forventer egentlig at slik info kommer til dem fremfor at de selv må oppsøke den.

Vanskelig å finne en film som hele familien vil se.

At det kan være vanskelig å finne filmer som fungerer for «hele familien» er ikke noe nytt. Det kan imidlertid virke som at den «hyper-individuelle» mediebruken som barna har tillagt seg, gjør kino mindre relevant enn tidligere.

Det er litt stress å gå ut på kino.

Dørstokkmila kan kjennes lang, spesielt når man har all verdens innhold hjemme hos seg selv. Mange av barna som vokser opp i dag er hjemmekjære, og foretrekker å se film i kjente og trygge omgivelser.

Aldersgrenser kan være en barriere.

Enkelte av barna vi møter har frustrerende erfaringer med filmer de ikke får lov til å se uten voksne på grunn av høy aldersgrense. Dette skaper i noen sammenhenger en opplevelse av at de ikke alltid får sett de filmene de faktisk ønsker å se på kino.

Kino koster penger.

I spørreundersøkelsen finner kun marginale forskjeller når det gjelder foreldrenes inntekts og barnas kinofrekvens. Økonomi virker sånn sett ikke å være en stor barriere for å gå på kino.

I dybdeintervjuene er det likevel flere foreldre som problematiserer verdi for pengene fordi de opplever å besitte det meste av interessant innhold via strømmeabonnementer.

Familiene som representerer både innvandrerbakgrunn og lavtlønnsfamilier i utvalget vårt, ser imidlertid på pris som en barriere for å dra på kino. For dem er det uaktuelt å bruke kino uten gavekort eller andre bonusordninger.



Jeg så en film på kino for litt siden. Lillebror på 4 år var med meg og faren min. (...) Jeg tror vi så Kardemomme by. Det var nok mer spennende for lillebroren min. (...) Hvis jeg kunne valgt en film, ville jeg ikke valgt den. | Gutt 11 år

En film som jeg har hørt om fra Thea, jeg har sett trailere, og den kan jeg ikke se, det er irriterende for det er 12årsgrense på kino. | Jente 10 år

Jeg er ikke så glad i kino egentlig. Jeg sovner. Jeg klarer ikke å se på filmer, jeg liker ikke filmer, de tar aldri slutt. | Gutt 13 år

10

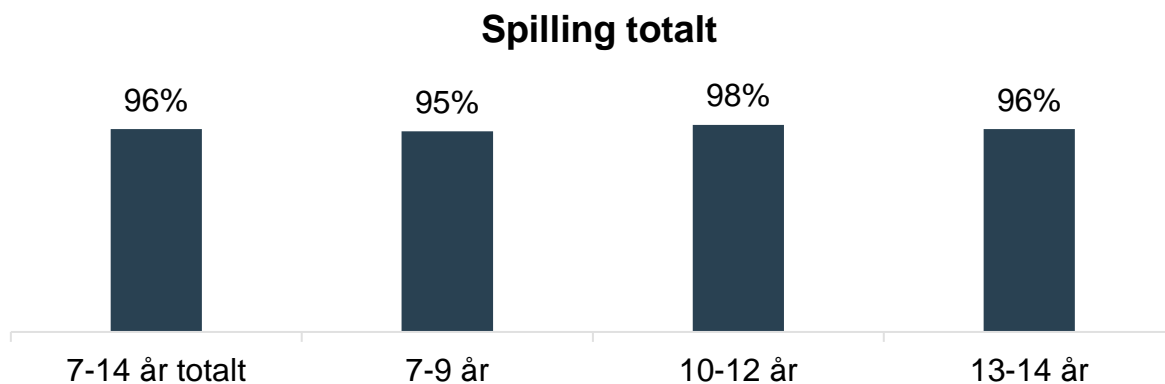
Dataspill

Dataspill

Innledning

Omtrent alle spiller dataspill, men guttene er mer ivrig enn jentene

I 10-12 års alderen søker mange gutter en identitet som gamer. Tid og utstyr blir investert, og mye av det sosiale leves ut gjennom spill. Dette gjelder ikke i like stor grad jentene. For jenter handler dataspill i større grad om å sjekke ut nye gratisspill på mobilen og som et tidsfordriv.



Grafen viser andelen 7-14-åringene som spiller på totalnivå i målgruppen og fordelt på aldersgrupper



Hvor ofte barn 7-14 år spiller dataspill varierer

Frekvens

I løpet av en uke spiller guttene litt mer enn jentene, men forskjellene øker når vi ser på daglig spilling.

Daglig spiller 55 % av guttene vs. 31 % av jentene.

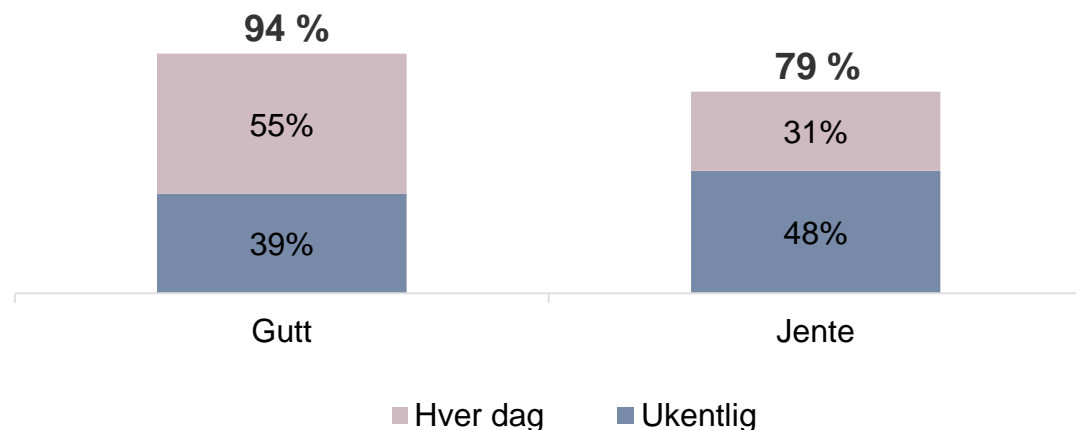
Ukentlig spiller 39 % av guttene vs. 48% av jentene.

På tvers av alder spiller de fleste dataspill, enten det er på mobiltelefonen, PC/nettbrett eller konsoll

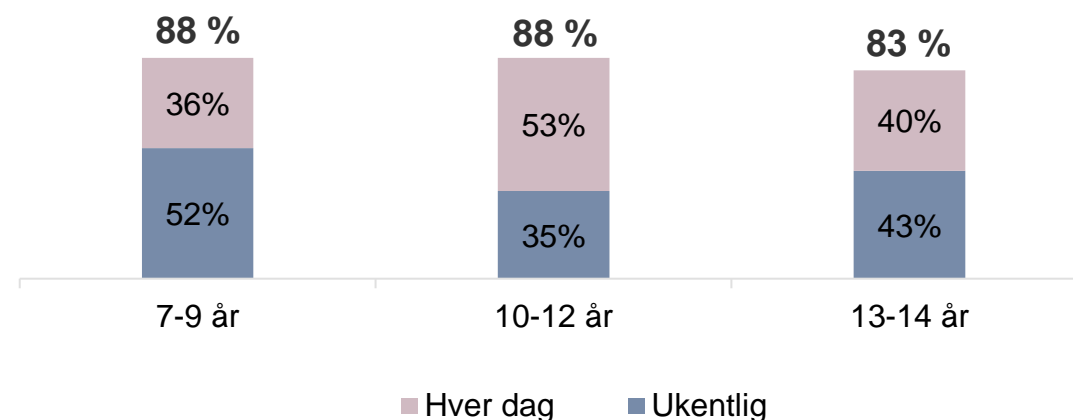
De yngste barna (7-9 år) spiller mest ukentlig (52 %), mens barna i alderen 10-12 år spiller mest daglig (53 %).

Blant de eldste barna, 13-14 år, spilles det omtrent like mye daglig (40 %) som ukentlig (43 %).

Kjønn og spilling

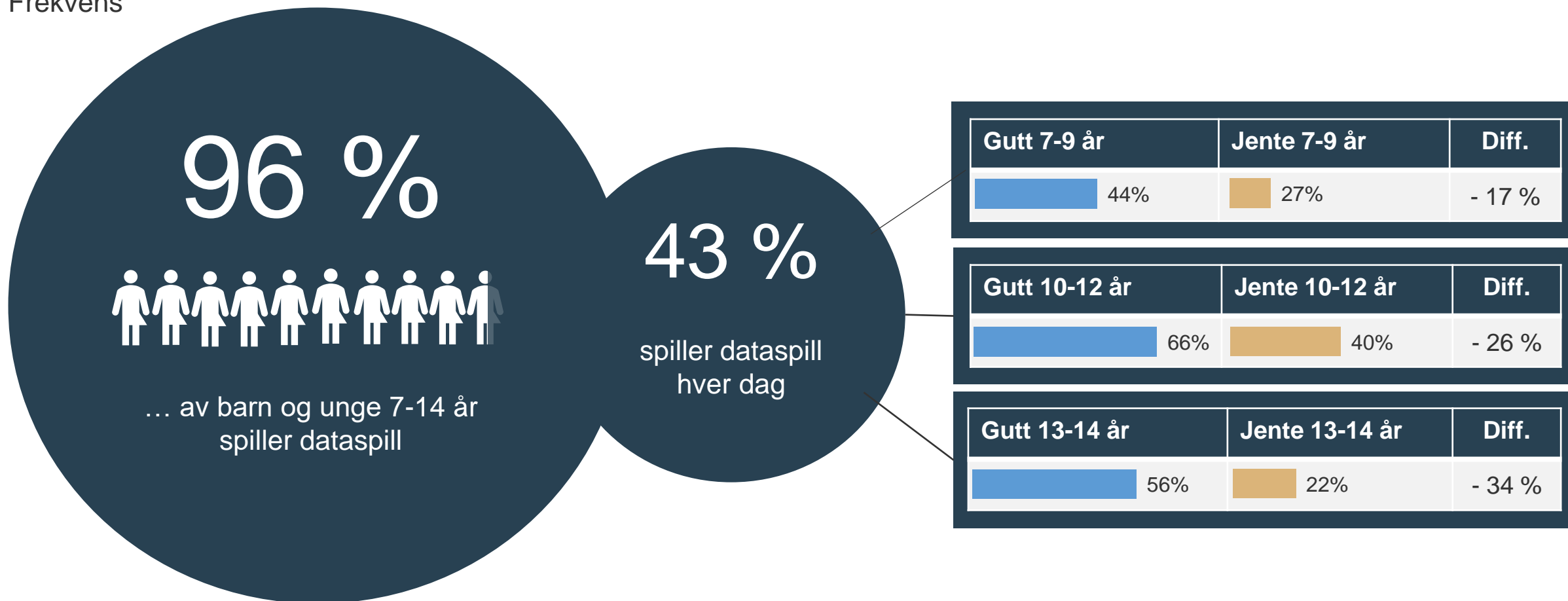


Aldersgrupper og spilling



Guttene er mer ivrige på dataspill enn jentene, og forskjellene øker med alderen

Frekvens



96 % spiller dataspill daglig, ukentlig, månedlig eller sjeldnere

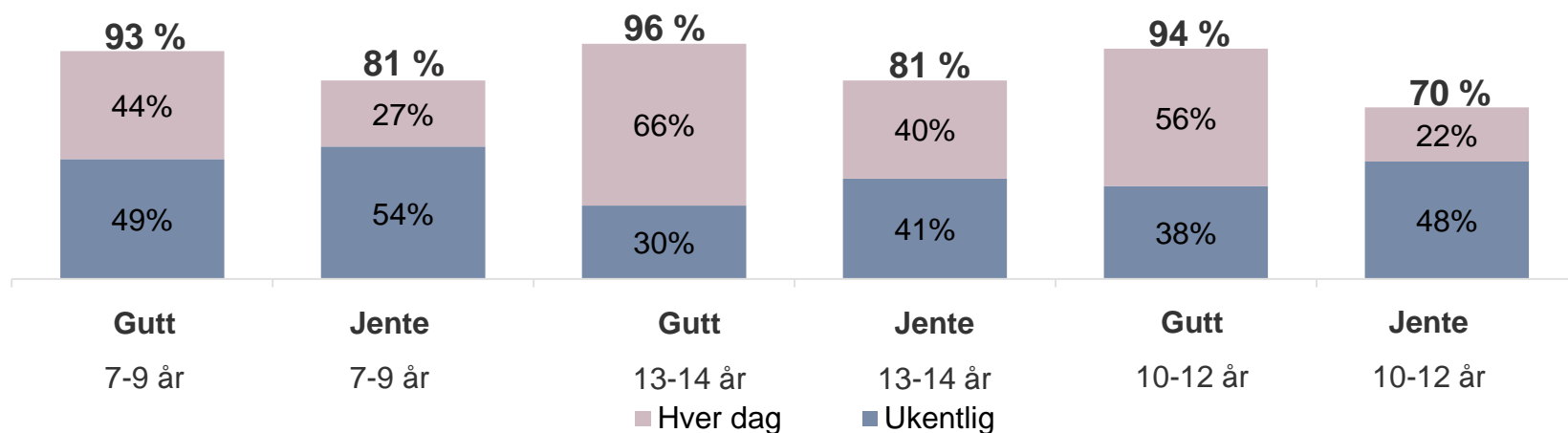
Jenter spiller (men mindre enn guttene)

Frekvens

Store kjønnsforskjeller med økende alder

Selv om guttene spiller oftere enn jentene, er det det mange jenter som spiller og engasjerer seg i spill. I løpet av en uke er det totalt 79 % av jentene som spiller. Når det gjelder daglig spilling ser vi forskjeller mellom gutter og jenter. Fra 13-14 år ser kjønnsforskjellene ut til å bli forsterket.

På tvers av alle aldersgrupper spiller guttene mer enn jentene, spesielt når det kommer til spilling hver dag. Jo eldre barna blir desto tydeligere blir forskjellen på gutter og jenter. Størst er forskjellen blant 13-14 åringene ved daglig spilling med en differanse på 34 % mellom gutter og jenter. Jentene spiller oftere ukentlig mens guttene er de ivrigste daglig.



Hva sier jentene selv om spilling?

Mens mange gutter velger å ha fokus på noen utvalgte spill som de investerer både tid, penger og utstyr i, velger mange av jentene heller å stadig teste ut forskjellige gratisspill på telefon eller nettbrett.

For jentene er konkurranseelementet mindre viktig. Spill som fremmer kreativitet, som bygge, dekorere, kle på og sminke figurer, er det som i størst grad foretrekkes.

Topp 5 viktige dimensjoner i dataspill

7-14 åringer vektlegger flere dimensjoner i dataspill som viktig

Flest sier det sosiale er viktig.

79 % av barna sier det å *kunne snakke og spille med venner er viktig* (litt + veldig viktig).

Barna er klare på hva annet som også er viktig for dem når det gjelder dataspill.


Tett etter det sosiale kommer det som handler om ferdigheter, og det å bli god nok til å komme videre i spillet (45 %). Videre vektlegges det at spillet er gratis (42 %), at det fyller tiden når de kjeder seg (40 %), at de kan løse utfordringer (37 %)



Grafen viser andelen spillere 7-14 år som vektlegger følgende dimensjoner som «veldig viktig»

Topp 5 viktige dimensjoner i dataspill

Å snakke og spille med venner blir viktigere fra 10-årsalderen

7-9 år		10-12 år		13-14 år	
 <i>At det er gratis å spille</i>	 <i>At jeg kan snakke og spille med venner</i>	 <i>At jeg kan snakke og spille med venner</i>			
 <i>At jeg etter hvert kan bli god og komme videre i spillet</i>	 <i>At det fyller tiden når jeg kjeder meg</i>	 <i>At jeg etter hvert kan bli god og komme videre i spillet</i>			
 <i>At jeg kan løse utfordringer, bygge eller lage noe</i>	 <i>At jeg etter hvert kan bli god og komme videre i spillet</i>	 <i>At det er gratis å spille</i>			
<i>At jeg kan snakke og spille med venner</i>	<i>At det er gratis å spille</i>	<i>At jeg kan løse utfordringer, bygge eller lage noe</i>			
<i>At det fyller tiden når jeg kjeder meg</i>	<i>At jeg kan løse utfordringer, bygge eller lage noe</i>	<i>At det fyller tiden når jeg kjeder meg</i>			

Illustrasjonen viser hvordan aldersgruppene rangerer ulike dimensjoner i dataspill («veldig viktig»)

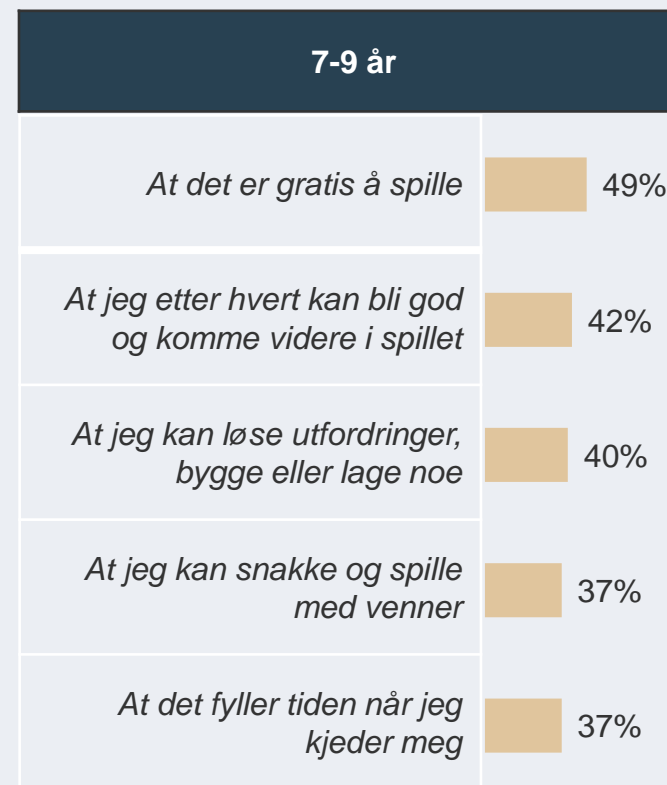
Dataspill i alderen 7-9 år

I alderen 7-9 år, deler gutter og jenter i større grad spillinteresser gjennom plattformer som Roblox på iPad eller telefon.

Etter hvert blir slike spill oppfattet som barnslige og byttes ut med enklere mobilspill som gjerne fungerer som tidtrøyte. Blant majoriteten av jenter vi har snakket med, er det få som uttrykker stor interesse for spill når de nærmer seg tenårene. Spill får i økende grad status som tidtrøyte.

Mens guttene på sin side søker mer sosial omgang gjennom spill, søker jentene dette via TikTok og etter hvert Snapchat.

Når spillingen i 10-12-årsalderen blir mer seriøs og målrettet, er det mange jenter som heller bruker tiden sin på YouTube og TikTok, enn å fokusere på spill.*



Grafen viser andelen spillere 7-9 år som vektlegger følgende dimensjoner som «veldig viktig»

Før spilte jeg Roblox, det var når jeg var sånn 7-8 år. Nå er det vel egentlig bare TikTok og YouTube.

| Jente 10 år

Dataspill i alderen 10-12 år

I alderen 10-12 år blir spilleinteressene mer spisset. Det er i denne aldersgruppen at flest barn oppgir å spille «hver dag». Selve spillet kommer mer i fokus.

Spesielt guttene (men også noen jenter) skaffer seg ordentlig gaming-utstyr. Som større skjerm, tilpassede kontroller osv. Det blir viktig å ha ferdighet i spillet: «Komme opp i level» og bygge en viss identitet som gamer.

Etter hvert som spillinteressen øker, øker også interessen for å se hvordan andre spiller. Mange av 10 til 12-åringene bruker mye tid på plattformer som YouTube hvor de lar seg inspirere og underholde av mer erfarne spillere. Dette er åpenbart også med på å bygge deres identitet som gamere.

Det er ikke bare det å bli teknisk god i et spill som er viktig for 10 til 12-åringene. For mange handler det også om problemløsning og det å tenke smart. Noe av det som er spennende med å spille for 10-12-åringene, er også å møte og snakke med nye mennesker via spillplattformene eller Discord.*



Grafen viser andelen spillere 10-12 år som vektlegger følgende dimensjoner som «veldig viktig»



Når jeg går på YouTube er det er mest sannsynlig at jeg ser på noen spill da, at noen spiller. Og folk som vlogger, ser det kult ut får jeg lyst til å prøve det.

| Gutt 10 år

For eksempel på Minecraft kan man bygge hus og sånn, bruke kreativiteten sin. For eksempel i Rocket League må du være flink eller tenke smart for å ta ballen fra de andre.

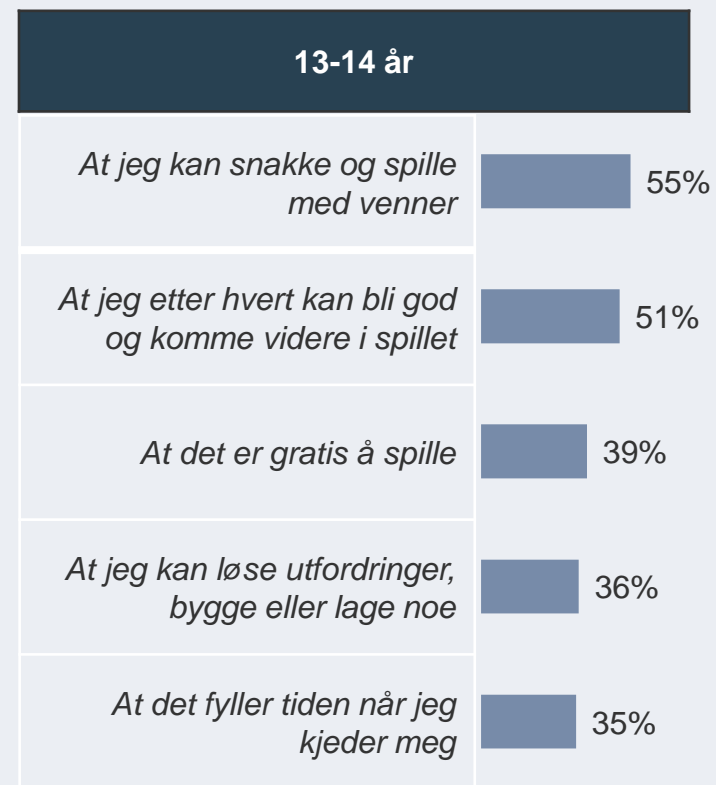
| Gutt 11 år

Dataspill i alderen 13-14 år

I alderen 13-14 år er ferdigheter og konkurranseaspektet fortsatt viktig ved spill. Det sosiale får imidlertid større betydning etter hvert som barna kommer inn i tenårene.

Spill blir i økende grad en sosial arena hvor det snakkes om alt mulig, ikke bare det som skjer i spillet. Det er ikke lenger like viktig å «bli bedre» til å spille, eller å skaffe seg det mest optimale utstyret. Det å kunne kjøpe *skins/antrekk* osv., er heller ikke så viktig for 13-14-åringene som for 10-12-åringene.

Spill som sosial møteplass står nå i sentrum.*



Grafen viser andelen spillere 13-14 år som vektlegger følgende dimensjoner som «veldig viktig»



Jeg prater med venner på discord når jeg spiller.

| Gutt 13 år

Spill er sosialt selv om de ikke er fysisk sammen

Dataspill

Det å kunne spille er viktig for det sosiale.

Hvilke spill barna spiller (og hvilke spill de får lov til å spille), samt hvilket utstyr de har, får mye å si for å hvilke venner som henger sammen.

Hva slags spill som spilles påvirker hvem barna er sammen med.

Mange av barna forteller at de spiller spesifikke spill med noen bestemte venner, og andre spill med noen andre. Flere forteller at de har mindre kontakt med venner som liker andre typer spill, eller kun har tilgang til et bestemt utvalg spill/konsoller.

Spilling erstatter fysiske møter.

Spill blir for mange en viktig sosial aktivitet. Fysiske vennebesøk erstattes med det å logge seg på Discord og dra ut på digitale eventyr sammen andre som foretrekker de samme spillene. Samtalene dreier for det meste rundt det som skjer i spillene.

Også de som kun spiller via telefon blir mer sosiale gjennom chat, telefon, FaceTime osv.



Spiller Fortnite fordi jeg har mange venner som spiller det, det er egentlig derfor jeg spiller det.

| Gutt 10 år

De som ikke spiller så ofte og ikke har ordentlig gaming-utstyr, de spiller som oftest Roblox.

| Jente 12 år

Er morsomst å spille med noen da (...). Jeg går som regel på Discord for å se om det er noen som vil spille.

| Jente 12 år

Dataspill

Mangel på utstyr gjør det vanskelig for barn fra lavinntektsfamilier å kunne delta på lik linje som andre barn.

En gutt fra en familie vi besøker på Søndre Nordstrand forteller at skole -iPad'en er den eneste løsningen han har for å spille dataspill.

Familien som består av en alenemor med fem barn har ellers kun en TV som alle skal dele på.

Vennene mine spiller mest Minecraft, men **jeg mangler en datamaskin. (...)**, men jeg er på Discord-gruppen til **vennene mine som spiller Minecraft**, så jeg er bare med i samtalen og ikke spillingen.

| Gutt 14 år

11

Hvordan nå barn mellom
7 og 14 år?

Hvordan nå barn mellom 7 til 14 år?

Innledning

Rundt skolestart utvikler barn en selvstendig bruk av film, serier og spill. Deres forståelse og preferanser ligger ofte langt unna «voksenverden».

Dagens barn har vokst opp med digitalt innhold som en naturlig del av hverdagen. Svært mye av verden erfares gjennom telefoner og nettbrett, og utenlandske medieaktører tilbyr et vell av internasjonalt innhold for enhver smak. Men norsk innhold har fremdeles relevans, og fysiske og sosiale opplevelser er allikevel fortsatt viktig for dem. **Spørsmålet er bare: Hvordan når vi dem?**



Kommunikasjon og formidling

Du må være i strømmen (TikTok og YouTube).

Barn i alderen 7-14 forventer at innhold kommer til dem. Per i dag kommer ikke markedsføring av film, serier og spill utenom YouTube og TikTok. Fra rundt 10-års alder lever barna i en konstant strøm av videoinnhold servert via disse plattformene. Mange av barna vi møter vurderer populariteten til filmer, serier og spill, etter hvor mye de henvises til på TikTok og/eller YouTube. Er du ikke der, så er du ikke å regne med.



Tror ikke det er så populært lenger. Det er i hvert fall ikke så mye av det på TikTok | Jente 10 år

Barna gjør lynraske vurderinger av hvorvidt en annonse fremstår som relevant eller ikke. De må føle at annonsen/innholdet resonerer med dem på et øyeblikk. På plattformer som TikTok og YouTube handler det ikke bare om videoannonsering. Innhold produsert av fans og betalte påvirkere spiller også en sentral rolle i barnas opplevelse av hvorvidt en film, serie eller et spill er populært, eller verdt å sjekke ut.

Spoil the action!

Hvorvidt plotet i en gitt film eller serier avsløres, er ikke så farlig. Det avgjørende er at de får sett de produksjonene de syns er viktigst å få med seg, og/eller som interesserer mest. I en skog av valg, må TikTok gjerne «spoil» noe av moroa.

Kommunikasjon og formidling

Foreldre er på jakt etter noe hyggelig å gjøre sammen med barna.

Film og serier som retter seg mot den yngste delen av aldersgruppen (7-9 år), må introduseres gjennom foreldrene. Foreldre forteller at de hele tiden er på jakt etter hyggelige aktiviteter de kan gjøre sammen med barna, enten det foregår i eller utenfor hjemmet.



Skolen fremstår som en viktig formidler av norsk film og serier.

Skolen fremstår som en viktig formidler av norsk film og serier. Den gir mulighet til å nå frem med innhold på tvers av algoritmene som ellers styrer hva barna får med seg. Gutter får mulighet til å plukke opp innhold som stort sett velges av jenter. Barn som ikke har noen relasjon til NRK-universet, får se at det finnes en relativt stor kilde til norsk innhold de ikke var klar over at fantes. Mange blir også positivt klar over bra norsk innhold som ligger nærmere den virkeligheten de selv lever i enn mange utenlandske produksjoner gjør.

Flere norske serier har blitt favoritter etter at barna har plukket dem opp på skolen.

Sjanger og formatutvikling

Ønske om mer guttevennlig innhold.

Det er et faktum at gutter og jenter ofte velger ulike sjangre. Spesielt guttene opplever at det finnes få norske produksjoner (på norsk), av deres favorittsjangre som action og fantasy.

Et større fokus på sjangre som ligger nærmere guttenes preferanser, vil sannsynligvis også gjøre norsk film og serier mer relevant for gutta.

Korte- og mobilvennlige formater foretrekkes.

Mange av dagens barn forteller at de sliter med å holde konsentrasjonen gjennom en hel film. Svært mye medieinnhold konsumeres i korte formater og påvirker sannsynligvis også deres preferanser. Samtidig gjør de korte formatene det også lettere for barna å fylle små tidslommer i hverdagen med underholdning.

For at norsk innhold skal være relevant også i barnas hverdag, vil det være viktig å utvikle formater som imøtekommer disse behovene.

Humor er viktig for alle.

Barna ønsker å le. Humor er den sjangeren både gutter og jenter liker aller best. Lykkes bransjen med humorsatsinger, lykkes den samtidig med innhold som skaper felles opplevelser på tvers av kjønn. Humor på norsk er også attraktivt fordi det potensielt muliggjør en «dypere» forståelse av materialet i form av nærhet, nyanser, referanser, ironi osv.

En annen form for humor.

Selv om voksenhumor kan fungere for barn, så er det ikke tvil om at barn har en annen humor enn voksne. De ler ofte av andre ting enn voksne, og gjerne av ting som voksne syns kan være rart og kanskje teit. Overspill og dramatikkk virker å fungere godt for dagens barn. Humor som fremstår som teit for voksne kan treffe barna i øyehøyde. Hva som fungerer for barn i forskjellig alder er svært vanskelig for voksne å forutse.

Samskaping, målgruppeinnsikt og testing i form av dialog med barna, er sannsynligvis gode redskaper for å lykkes.

Skape den «spesielle» anledningen

Fysiske arrangementer.

Det å få en fysisk opplevelse av noe de har fattet interesse for i strømmen av medieinntrykk, er attraktivt for barna.

Fysiske hendelser med referanse til produkter og fenomener på TikTok og YouTube, er på sitt beste med på å skape opplevelser utenom det vanlige. Lansering av spill og film gjør en del av dette allerede, men dette er nok fortsatt et kommunikasjonsredskap med langt større potensial enn det vi ser i øyeblikket, spesielt når det kommer til film.

Kinoen som ramme.

Som ramme for fysiske arrangementer som lanseringer osv., har kinoen fortsatt en rolle å spille. I hvert fall hvis vi skal tro barna.

Kinoen som arena for film- og spillrelaterte events har sannsynligvis et uutnyttet potensial i kombinasjon og samspill med andre kommunikasjonsplattformer.

Tekniske fasiliteter.

Tekniske fasiliteter i en del kinoer (stort lerret, 4DX, 4K, surround lyd og andre effektmuligheter) fremstår som noe som kan gjøre kinoen verdt et ekstra besøk.

11

Vedlegg

Om utvalgsundersøkelser

STØRRELSEN PÅ FEILMARGINEN I PROSENTPOENG						
Enheter	5 (95)%	10 (90)%	20 (80)%	30 (70)%	40 (60)%	50 (50)%
100	+/- 4,3	+/- 5,9	+/- 7,9	+/- 9,0	+/- 9,6	+/- 9,8
200	+/- 3,0	+/- 4,2	+/- 5,5	+/- 6,4	+/- 6,8	+/- 6,9
400	+/- 2,2	+/- 3,0	+/- 3,9	+/- 4,5	+/- 4,8	+/- 4,9
500	+/- 1,9	+/- 2,6	+/- 3,5	+/- 4,0	+/- 4,3	+/- 4,4
600	+/- 1,7	+/- 2,4	+/- 3,2	+/- 3,7	+/- 3,9	+/- 4,0
1000	+/- 1,4	+/- 1,9	+/- 2,5	+/- 2,8	+/- 3,0	+/- 3,1
1500	+/- 1,1	+/- 1,5	+/- 2,0	+/- 2,3	+/- 2,4	+/- 2,5
2500	+/- 0,9	+/- 1,2	+/- 1,6	+/- 1,8	+/- 1,9	+/- 2,0

Det vil alltid knytte seg en viss usikkerhet til resultatene når vi spør et utvalg av befolkningen. Denne usikkerheten, eller feilmarginen, kan beregnes statistisk. Et sentralt mål i denne sammenhengen er standardavviket. Standardavviket beregnes ut fra hvor mye hver enkelt enhet avviker fra gjennomsnittet for alle enhetene i undersøkelsen når det gjelder den egenskapen vi ønsker å måle. Med utgangspunkt i standardavviket kan vi beregne feilmarginen for det aktuelle resultatet. Fastsettelsen av feilmarginen vil også avhenge av hvor stor usikkerhet vi er villige til å akseptere. Det vanlige er å angi feilmarginer basert på 95 prosent sannsynlighet. Dette betyr at hvis vi hadde 100 forskjellige uavhengige utvalg, ville resultatet ligge innenfor de feilmarginene vi oppgir i minst 95 av de 100 undersøkelsene. Det vil igjen si at det bare er 5 prosent sannsynlighet for at den faktiske fordelingen i befolkningen *ikke* ligger innenfor de oppgitte feilmarginene.

Feilmarginene i prosenttabeller uttrykkes i prosentpoeng. Hvis vi for eksempel har funnet at 40 prosent i et utvalg på 1000 personer er for at Norge skal søke om medlemskap i EU, gir dette en feilmargin på +/- 3 prosentpoeng. I befolkningen er det da mellom 37 og 43 prosent som er for medlemskap, men det mest sannsynlige resultatet er 40 prosent. Gallup har ikke foretatt nøyaktige beregninger av størrelsen på feilmarginene for denne undersøkelsen. Tabellen nedenfor kan brukes som et hjelpemiddel ved tolkningen av tabellene.