

# Norsk under press. Ei kartlegging av medie- tilbodet til barn og unge

**Språkrådet 2025-2026**

## Forord

Målet med denne kartlegginga er å styrkja kunnskapsgrunnlaget for språkpolitikken i ei tid då medielandskapet er i endring. I ein mediekvardag som er prega av store internasjonale aktørar, er det avgjerande å ha oppdatert og samla innsikt i stoda for norsk språk på tvers av ulike medium. Det trengst òg kunnskap om kva innhald barn og unge møter i media dei brukar kvar dag.

Digitale medium er ein viktig del av livet til barn og unge i dag. Valet av språk i kulturprodukt som dataspel og film er ikkje berre ein underhaldningspreferanse; det formar òg språkleg identitet og lesevanar. Det har dessutan mykje å seia for deltakinga i norsk demokrati og samfunnsliv. Når norsk står i fare for å verta utkonkurrert av engelsk på viktige arenaer, bør me setja i verk språkpolitiske tiltak for å sikra at dagens unge får eit like godt tilbod på norsk som på engelsk.

Denne kartlegginga tek føre seg både tilbodet og bruken av norskspråkleg innhald i mellom anna strøymetenester, filmar, sosiale medium, nyheiter og dataspel, med særleg fokus på aldersgrupper mellom 3 og 24 år.

Kartlegginga byggjer på ein kunnskapsgjennomgang av statistikk, forskning og rapportar som er publiserte i perioden 2021–2025, og på opplysningar frå relevante aktørar på medie- og kulturfeltet. Målet har vore å samla eit heilskapleg og oppdatert kunnskapsgrunnlag som gjer oss betre rusta til å vurdere kva som trengst av språkpolitiske tiltak i tida framover.

I kartlegginga peikar Språkrådet på fleire område der norsk står svakt og i fare for å tapa terreng til engelsk, men også område der norsk språk enno står sterkt. Språkrådet kjem med fleire forslag til tiltak som kan styrkja norsk språk på medie- og kulturfeltet. Språkrådet håpar at funna frå kartlegginga kan medverka til ein målretta språkpolitikk som legg til rette for at barn og unge skal møta eit godt norskspråkleg medietilbod, uavhengig av plattform.

Språkrådet takkar alle aktørar som har bidrege med data, kunnskap og innspel undervegs i arbeidet.

*Oslo, 20. april 2026*

Nina Teigland  
konstituert direktør i Språkrådet

## Innhald

Forord .....	1
Samandrag.....	5
1. Innleiing .....	7
1.1 Språkpolitisk bakgrunn .....	8
Språkrådets rolle.....	8
Språk i norske medium .....	8
Relevante kultur- og mediepolitiske strategiar .....	9
1.2 Metode .....	10
Avgrensingar og definisjonar .....	10
Metodiske vurderingar .....	11
2. Medietilbodet og medievanane til dagens unge.....	12
2.1 TV og strøymetenester .....	14
Tilbod.....	14
Bruk .....	16
2.2 Nyheitsmedium .....	20
Tilbod.....	20
Bruk .....	21
2.3 Sosiale medium .....	25
Tilbod.....	25
Bruk .....	25
2.4 Film og kino .....	28
Tilbod.....	28
Bruk .....	30
2.5 Teksting av film og TV .....	33
2.6 Dataspel.....	34
Tilbod på norsk .....	34
Bruk .....	35
2.7 Radio og lydmedium.....	39
Tilbod.....	39

Bruk .....	39
2.8 Barne- og ungdomslitteratur .....	44
Tilbod.....	44
Bruk .....	46
2.9 Scenekunst .....	52
Tilbod.....	52
Bruk .....	52
3. Hovudfunn.....	53
4. Forslag til vidare arbeid .....	55
4.1 Nynorsksatsinga på heile medie- og kulturfeltet må styrkjast.....	55
4.2 Norsk språk i nyheitsformidling bør styrkjast.....	56
4.3 (Ny)norsk innhald i strøymetenester og på film bør løftast .....	57
4.4 Det trengst betre tilgang til dataspel på norsk.....	58
4.5 Det trengst meir kunnskap om barn og unges språkbruk og vanar i media .....	59
5. Referansar.....	60

## Samandrag

Denne kartlegginga viser at barn og unge i Noreg møter eit omfattande, men til dels fragmentert norskspråkleg medietilbod. Nye digitale og internasjonale medie- og kulturprodukt og plattformer utfordrar etablerte nasjonale medium. Barn og unge brukar store delar av mediekvardagen på arenaer der engelsk er det dominerande språket, til dømes når dei spelar dataspel eller ser på seriar. Samtidig står norsk språk sterkt i regulerte medium som mottek offentleg støtte, som i allmennkringkastinga og i barne- og ungdomslitteraturen.

Bruksmønstera til barn og unge endrar seg raskt, og utviklinga har mykje å seia for statusen til norsk som samfunnsberande språk. Noreg er eit av dei landa som har flest nyheitsaviser, men fleire undersøkingar viser at barn og unge stadig oftare brukar sosiale medium som nyheitskjelde, og i slike medium er norsk språk mindre synleg enn i dei redaktørstyrte media.

Språkdata manglar heilt eller delvis i fleire av mediekategoriene, noko som gjer det krevjande å følgja utviklinga og statusen til norsk språk systematisk.

### **1. Engelsk er hovudspråket på fleire av dei plattformene barn og unge brukar mest**

Barn og unge møter minst norsk i media dei brukar store delar av fritida si på, som sosiale medium, YouTube og dataspel. I desse mediekategoriene er mykje av innhaldet på engelsk.

### **2. Norsk språk står sterkt i regulerte og offentleg finansierte medium**

Viktige arenaer for norsk språk er allmennkringkastarane og litteraturen. Allmennkringkastarane NRK og TV 2 må retta seg etter særskilde språkkrav og leverer store norske produksjonar med høg kvalitet, retta mot barn og unge. Litteraturfeltet står framleis sterkt, men talet på utgjevingar på nynorsk har sokke kraftig dei siste åra.

### **3. Barn og unge følgjer nyheiter på nye arenaer der norsk språk står svakare**

Sosiale medium har vorte den viktigaste kjelda til nyheiter for ungdom, medan NRK og Supernytt framleis er dei mest populære nyheitsmedia blant dei yngste.

### **4. Tilbodet av filmar, seriar og dataspel for barn på norsk er langt mindre enn det engelskspråklege tilbodet**

Barn og unge likar å sjå på norsk innhald og synest at innhaldet er godt, men tilbodet av nye norske seriar og filmar (særleg for ungdom) er avgrensa.

### **5. Nynorsktilbodet er dårleg i alle mediekategoriar**

Bortsett frå hos NRK, som har særskilde språkkrav nedfelte i vedtektene sine, er det lite nynorsk til dømes i teksting av film og seriar, i dataspel og i sosiale medium. Det er også få nye barne- og ungdomsbøker på nynorsk.

I kartlegginga peikar Språkrådet på at det trengst ei meir systematisk innhenting av språkdata, sterkare språkpolitiske føringar i audiovisuelle medium og ei breiare satsing på norsk, særleg nynorsk, på arenaer der barn og unge er mest.

# 1. Innleiing

Språklovsproposisjonen (Prop. 108 L (2019–2020)) slår fast at norsk er det samfunnsberande språket i Noreg, og at kulturpolitikken, medrekna mediepolitikk, er språkpolitikk. I proposisjonen forpliktar regjeringa seg til å utvikla og tryggja språket som kulturberar, samfunnsinfrastruktur og uttrykk for identitet (s. 9). Kulturpolitikken skal leggja til rette for bruk, styrking og utvikling av både bokmål og nynorsk.

Kulturmeldinga (Meld. St. 8 (2018–2019)) understrekar at «språket er den fremste beraren og formidlar av kultur, historie og identitet» (s. 9). Eitt av dei overordna kulturpolitiske måla er å sikra «[e]it fritt og uavhengig kulturliv som styrkjer norsk språk, dei samiske språka, dei nasjonale minoritetsspråka og norsk teiknspråk som grunnleggjande kulturberarar» (s. 37).

Skal me nå desse måla, må barn og unge ha tilgang til eit rikt og variert norskspråkleg medietilbod, også i ein mediekvardag som er prega av engelsk språk.

Dei siste tiåra har medie- og kulturfeltet gjennomgått store endringar. Spel, musikk, strøymetenester og anna digitalt innhald er meir tilgjengeleg enn nokon gong, medan bruken av tradisjonelle medium som papiravis, lineær-TV og radio går ned. Barn og unge i Noreg brukar mykje tid framfor skjermen: Dei ser underhaldningsvideoar, spelar spel og kommuniserer med vener. Når dei unge brukar digitale plattformer, møter dei stadig oftare engelsk i staden for norsk. Det gjer det vanskelegare å velja norskspråkleg innhald.

Skal språk- og kulturpolitikken på medie- og kulturfeltet følgjast opp i tråd med språklova (2021), trengst det oppdatert kunnskap om korleis det står til med norsk språk i medietilbodet for barn og unge. I denne kartlegginga har Språkrådet forsøkt å samla den oppdaterte kunnskapen som finst om temaet.

Kartlegginga av det norskspråklege medietilbodet til barn og unge er knytt til ei av hovudprioriteringane i strategien til Språkrådet for perioden 2025–2028: *norsk språk som tilgang til demokrati og medborgarskap, samfunns- og arbeidsliv*. I tråd med strategien skal Språkrådet jobba med å skaffa innsikt i kva domene som er svake for norsk som samfunnsberande fellesspråk, og å styrkja tilgangen til norsk språk for barn og unge (Språkrådet, 2025).

Målet med dette arbeidet er å vurdere språksituasjonen og statusen til norsk språk på kultur- og mediefeltet mot intensjonane i språk- og kulturpolitikken. På grunnlag av funna frå kartlegginga foreslår Språkrådet tiltak for styrking av det norskspråklege medietilbodet for barn og unge i tida framover.

Siktemålet med kartlegginga har altså vore å få svar på følgjande spørsmål:

- Kva for eit norskspråkleg medie- og kulturtilbod møter barn og unge i Noreg i dag?
- Kva veit me om bruken av det norskspråklege tilbodet?

- Kva for utfordringar og hinder finst det for norsk språk i medie- og kulturtilbodet retta mot barn og unge?

## 1.1 Språkpolitisk bakgrunn

### Språkrådets rolle

I språklovproposisjonen vert det slått fast at «[k]ultur og språk er knytte uløyseleg saman» (Prop. 108 L (2019–2020), s. 9). Språk er kultur, og språk er ein grunnleggjande infrastruktur for kulturen. Produksjon, utgjeving og formidling av norsk litteratur er avgjerande om ein skal oppretthalda og utvikla eit fullverdig norsk språk og ein fullverdig norsk skriftkultur. Skal det norske språket halda seg levande og samfunnsberande og kunna stå seg mot engelsk, må språkbrukarane kunna møta og bruka språket sitt. Språklovsproposisjonen slår fast at «[e]in mangfaldig og fri litteratur er essensiell for kultur, kunnskap, språk, ytringsfridom og demokrati i ein nasjon» (Prop. 108 L (2019–2020), s. 34).

Den norske språkpolitikken har opphav i infrastrukturkravet i Grunnlova (1814) § 100 sjettede ledd, og i det at språk er grunnleggjande infrastruktur for eit ope og opplyst offentleg ordskifte. Språk er berar og formidlar av identitet, innhald og kultur. Språkpolitikken i Noreg er sektorovergripande, og det vil seia at det offentlege har ansvar for å følgja opp språkpolitikken på alle politikkområde.

### Språk i norske medium

Norske medium er underlagde fleire regelverk, men ingen av dei regulerer språket i nyheitsmedia spesifikt. Forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier (2022) har som føremål å stimulera til eit mangfald av tekstbaserte medium med breitt innhald retta mot allmenta. Forskrifta krev rett nok ikkje at produksjonstilskot *må* gå til nyheitsmedium med norskspråkleg innhald, men det kan liggja eit implisitt språkkrav der likevel, sidan føremålet med tilskotet er å sikra breidd og mangfald i nyheitsmedium over heile landet.

Kringkastingslova (1992) og tilhøyrande forskrifter opnar for språklege krav gjennom konsesjonsvilkår, og mediestøtteleova (2021) set språkkrav til samiske medium som får offentleg støtte (§ 6). Nasjonale nummertomedium<sup>1</sup> og nasjonale nisjemedium som vert gjevne ut på nynorsk, får dessutan eit ekstra nynorsktilskot (jf. forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier, 2022, § 12). I tillegg har fleire av

---

<sup>1</sup> *Nummertomedium* er i forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier (2022) definerte som «nyhets- og aktualitetsmedium som har en konkurrent med høyere abonnementsstall på utgiverstedet», medan *nasjonale nummertomedium* er definerte som «nummertomedium som har minst 500 av abonnementsstallet fordelt på minimum fem av landets fylker og minst 25 prosent av abonnementsstallet utenfor utgiverfylket, og som har minst 20 redaksjonelle årsverk» (§ 3).

nyheitsmedia i Noreg vedtekter for språkbruk og eigne retningsliner for språk, slik som NRK har.

## Relevante kultur- og mediepolitiske strategiar

Den overordna medie- og kulturpolitikken i Noreg legg vekt på at norsk skal vera samfunnsberande, og at det skal vera fellesspråket. Ytringsberedskapsstrategien (Kultur- og likestillingsdepartementet [KUD], 2025b) understrekar at om norsk språk skal vera samfunnsberande, må det sikrast på tvers av sektorar og i alle delar av arbeidslivet: «Her er mellom anna eit godt og relevant medietilbod på norsk ein nøkkelfaktor. Fagspråkleg utvikling, språkteknologisk utvikling og tilgang til litteratur på norsk er også nøkkelfaktorar (s. 14). Mediepolitikken har som mål å styrkja norske medium og leggja til rette for eit godt og mangfaldig medietilbod. Pressefridom er ein føresetnad for ytringsfridom og demokrati, og difor er det nødvendig med truverdige, redaktørstyrte medium.

Leselyststrategien til regjeringa, *Sammen om lesing – Leselyststrategien 2024–2030*, har som mål å styrkja leselysta og leseevna til barn og unge i Noreg. Hovudmåla i strategien er at «[a]lle barn og unge skal få gode leseferdigheter som grunnlag for glede, mestring, livslang læring og deltakelse i arbeids- og samfunnslivet», og at «[a]lle barn og unge skal få gode leseopplevelser gjennom et mangfoldig litteraturtilbud og god litteraturformidling» (KUD & Kunnskapsdepartementet [KD], 2024, s. 14). I strategien kjem Kultur- og likestillingsdepartementet med framlegg om ei ny satsing for å styrkja leseopplæringa i skulen, *Tid for lesing*. Strategien understrekar at det er eit offentleg ansvar å gje barn og unge tilgang til litteratur på bokmål, nynorsk og samisk, og at språkleg mangfald er ein integrert del av det lesefremjande arbeidet. Tiltaka i satsinga skal gjennomførast som eit samarbeid mellom kultursektoren og utdanningssektoren.

Filmpolitikken har eit mål om å leggja til rette for produksjon av gode norske filmar som fremjar norsk språk, kultur og forteljartradisjon (Meld. St. 30 (2014–2015)). I kino- og filmformidlingsstrategien *Mer film sammen* (KUD, 2024) er det eit overordna mål å sikra eit breitt, mangfaldig og tilgjengeleg filmtilbod i heile landet, særleg for målgruppa barn og unge. Eitt av hovudmåla er å leggja til rette for god tilgang til norsk internasjonal kvalitetsfilm på kino og god tilgang til den norske og internasjonale filmarven.

## 1.2 Metode

I denne kartlegginga kombinerer Språkrådet ulike datakjelder for å skapa eit oversyn over det norskspråklege medietilbodet retta mot barn og unge. Kjeldematerialet som ligg til grunn, er stort sett publisert i perioden frå 2021 til 2025, og rapporten byggjer vidare på kunnskapsarbeidet som Språkrådet gjorde på same felt i 2017. Kjeldematerialet kjem i stor grad frå statistikk frå og undersøkingar gjort av Statistisk sentralbyrå (SSB), Medietilsynet, Ungdata, Norsk filminstitutt (NFI) og Kantar.

Kartlegginga er òg basert på forskning og andre undersøkingar på kultur- og mediefeltet dei siste åra. Dette er forskning og undersøkingar som spesifikt tek føre seg medievanane og kulturbruken til barn og unge, forholdet deira til språk og det norskspråklege tilbodet (både på nynorsk og bokmål) hos dei ulike medieverksemdene.

Gjennomgangen av desse kjeldene gjev grunnlag for å seia noko om endringar og utviklingstrekk på feltet. I tillegg til dei nemnde kjeldene har Språkrådet henta inn tal og innsikt frå andre relevante aktørar.

### Avgrensingar og definisjonar

#### *Barn og unge*

I denne kartlegginga definerer Språkrådet *barn og unge* som personar i aldersgruppa 3–24 år. Me har henta inn informasjon om mediebruk i aldersgruppa 3–9 år, basert på opplysningar frå Medietilsynet og NFI. Elles nyttar me inndelinga 9–15 år og 16–24 år, slik SSB gjer i si mediebruksundersøking. SSB har lagt fram Norsk mediebarometer sidan 1991, og tala gjev eit godt grunnlag for å seia noko om medievanane til dei eldste barna og dei unge vaksne.

#### *Mediekategoriar*

I denne kartlegginga tek me føre oss ulike massemedium, det vil seia medium som når ut til store grupper på kort tid, og som vert brukte dagleg av befolkninga (Syvertsen & Garvik, 2025).

I denne rapporten deler me medietilbodet til barn og unge inn i følgjande kategoriar (med utgangspunkt i ei tidlegare kartlegging frå Språkrådet), med nokre justeringar:

- **allmennkringkastarane:** NRK og TV 2
- **nyheitsmedium:** tradisjonelle nett- og papiraviser og digitale nyheitsplattformer
- **sosiale medium:** plattformer som TikTok, Snapchat og Instagram, som hovudsakleg har brukargenerert innhald
- **TV og strøymetenester:** både tradisjonelle og digitale strøymeplattformer som tilbyr audiovisuelt innhald
- **digitale spel:** videospel og mobilspel
- **lydmedium:** podkast, radio og musikk
- **kino og film:** filmar som vert viste på kino
- **litteratur:** litteratur som er tilgjengeleg på norsk for barn og unge

- **scenekunst:** opera og teater

Kva som ligg til grunn for kvar kategori, går me nærmare inn på i delkapitla nedanfor.

## Metodiske vurderingar

Omgrepa «medium» og «kultur» vert brukte og definerte ulikt i forskning og statistikk. I forskingsartikkelen *En digitalt utvidet kulturstatistikk. Måling av digital kulturbruk blant barn og unge* peikar forskarane Hylland og Kleppe (2022) på at kultur- og mediebruksstatistikken, til liks med politikken på desse to felta, ofte er basert på at «kultur» og «medium» vert undersøkte kvar for seg. Dette gjeld til dømes Kulturbarometeret og Mediebarometeret til SSB, som begge er kjelder til kunnskap om norsk kultur- og mediebruk. SSB skil mellom det å sjå film på kino (Kulturbarometeret) og det å sjå film på TV (Mediebarometeret), og mellom lesing av bøker (Mediebarometeret) og leseinteresser og lån av bøker på biblioteket (Kulturbarometeret). Hylland og Kleppe (2022) peikar også på at det i Meld. St. 8 (2018–2019) står at «[b]arn og unge har ein omfattande kulturbruk på digitale plattformer» (s. 79), og i Prop. 1 S (2016–2017) står at «mobile digitale einingar spelar ei stadig meir sentral rolle i kulturbruken» (s. 37). Mediebruk kan slik reknast som ein del av kulturbruken til barn og unge.

Kunnskapsgjennomgangen i rapporten *Barn og unges kulturbruk* (Løkka, 2021) viser at skiljet mellom kultur og medium er lite tidsriktig. Eit døme er YouTube, som kan vera både ein kanal for opplæring, eit oppslagsverk og ein kanal for kreativitet (Hylland & Kleppe, 2022, s. 16). Grensene mellom mediebruk og kultur vert viska ut på nettet, og digitale medium kan vera arena for både kulturaktivitetar og medieaktivitetar. Språkrådet reknar her mediebruk som ein del av kulturbruken til barn og unge, og me ser hovudsakleg på tilbodet og bruken av tradisjonelle massemedium som presse, radio, bøker og TV og av digitale medium som sosiale medium og strøymetenester.

Undersøkingane som dannar grunnlaget for denne kartlegginga, opererer med ulike inndelingar av alderskategoriane blant barn og unge. I undersøkinga *Mediebarn 2021* (Kantar, 2021a) er deltakarane frå 3 til 11 år, og dei er delte inn i underkategoriane 3–5 år, 6–9 år og 10–11 år. I NFI-rapporten *I strømmen av innhold* (NFI/Kantar, 2023) undersøker ein medievanane til 7–14-åringar og deler kategoriane inn i 7–9 år, 10–12 år og 13–14 år. Medietilsynet (2024a) kartlegg i sin rapport *Barn og medier 2024* aldersgruppa 9–18 år.

Det er verdt å merka seg at store delar av kjeldegrunnlaget er basert på spørjeundersøkingar som både barn og foreldre har delteke i. Undersøkingane tek føre seg respondentane sine oppfatningar om deira eigen mediebruk, og det er ikkje opplagt at resultata samsvarar med den faktiske mediebruken. Det kan også vera sprik mellom det barn og unge sjølve rapporterer, og det foreldra deira rapporterer.

I tillegg er det verdt å merka seg at ikkje all dokumentasjonen som er nemnd ovanfor, undersøker kva rolle innhald på norsk har i media. Det er berre undersøkingane *Mediebarn 2021* (Kantar, 2021a), *Medieungdom 2021* (Kantar, 2021b) og *I strømmen av innhold*

(NFI/Kantar, 2023) som spesifikt tek føre seg kva for eit språk dei unge møter og nyttar i sosiale medium og i andre medium.

Det finst få studiar som tek føre seg medievanane til barn under 15 år når det gjeld språkbruk. Kjeldegrunnlaget her er altså mangelfullt.

Ei anna utfordring ved å kartleggja medietilbodet på norsk til barn og unge er at dei ulike mediekategoriane overlappar kvarandre. Eit døme på dette er innhaldet til NRK, som finst på fleire flater og vert konsumert både lineært og digitalt. NRK Super lastar opp program som FlippKlipp til YouTube og lagar videoar med same innhald til TikTok. Grensene mellom innhald i nyheitsmedium, innhald i allmennkringkastinga og innhald på sosiale medium kan altså vera utydelege. Det same gjeld for kategorien «strøymetenester». Til dømes kan musikkplattforma Spotify reknast som ei strøymeteneste, fordi ein strøymer musikken ein høyrer på i appen. Men Spotify kan også reknast som eit sosialt medium, fordi ein kan dela spelelister og følgja med på lytteaktiviteten til vener, og fordi artistar kan dela skreddarsydd videoinnhald med følgjarane sine. I denne kartlegginga reknar me Spotify som ein del av kategorien «lydmedium» fordi det er språkinnhaldet i det barn og unge lyttar til, som står i fokus, og ikkje måten musikken vert delt på.

## 2. Medietilbodet og medievanane til dagens unge

Nordmenn brukar stadig meir tid på digitale medium, som sosiale medieplattformer, nettaviser og strøymetenester. Det viser rapporten *Norsk mediebarometer 2024* (SSB, 2025a), som er basert på SSBs årlege undersøking om mediebruk. Undersøkinga viser at medievanane har endra seg dei siste 15 åra. Fram til 2008 var papiraviser, lineær-TV og radio dei viktigaste media for nyheits- og underhaldningskonsum. No er digitale plattformer i ferd med å ta over. I dag er det den eldre delen av befolkninga som i størst grad ser lineær-TV og les papiravis, medan dei unge i større grad enn tidlegare følgjer med på nyheiter på digitale plattformer.

I snitt brukar ungdommar mellom 16 og 19 år 7,5 timar på internett dagleg (SSB, 2025a, s. 4). Ungdata-rapporten frå 2024 oppsummerer at «[u]ngdom flest har en aktiv fritid med sosiale medier og gaming, trening, organiserte fritidsaktiviteter, skolearbeid og samvær med venner og familie.» (Bakken, 2024, s. 2). Ifølgje rapporten brukar unge meir tid framfor skjermen enn før. I 2023 og 2024 brukte 74 prosent av ungdom meir enn tre timar dagleg framfor ein skjerm utanom skuletida, mot 65 prosent før koronapandemien. Tidsbruken aukar også i løpet av åra på ungdomstrinnet, men flatar ut frå 10. trinn (Bakken, 2024, s. 26). Tidlegare Ungdata-rapportar viste at gutar brukar meir tid framfor skjermen enn jenter. Denne kjønnskilnaden har forsvunne (Bakken, 2024, s. 27), men jenter og gutar driv med nokså ulike skjermaktivitetar. Jenter brukar ein god del meir tid enn gutar på sosiale medium, medan dei fleste gutar er meir opptekne av å spela dataspel enn dei fleste jenter. Tala viser at bruken av sosiale medium har auka dei siste ti åra. Bruken av elektroniske spel har også auka, men i mindre grad. Dei siste åra har det også vore ein auke i prosentdelen unge som ser på

TV. Prosentdelen av ungdom som les bøker, har vore nokså stabil dei siste åra, med ein liten auke blant jenter på vidaregåande (Bakken, 2024, s. 26).

## 2.1 TV og strøymetenester

Det første TV-programmet for barn i Noreg kom på 1960-talet på NRK, og sidan 1970 har NRK sendt *Barne-TV* (Rustad, 2025). NRK oppretta ein eigen barnekanal i 2007, mellom anna for å møte konkurransen frå kanalar som Disney Channel og Nickelodeon, som vart lanserte i Noreg rundt tusenårsskiftet (Hylland et al., 2020, s. 61). Samtidig har prosentdelen av befolkninga som ser på TV, gått ned, og måten folk ser TV på, har endra seg (SSB, 2025a). Tal frå SSB (2025a) viser at TV-sjåinga har flytta seg gradvis frå lineær-TV til strøymetenester, og mykje av innhaldet som vert sendt i ulike kanalar, er også tilgjengeleg via strøymetenestene til dei ulike kanalane.

### Tilbod

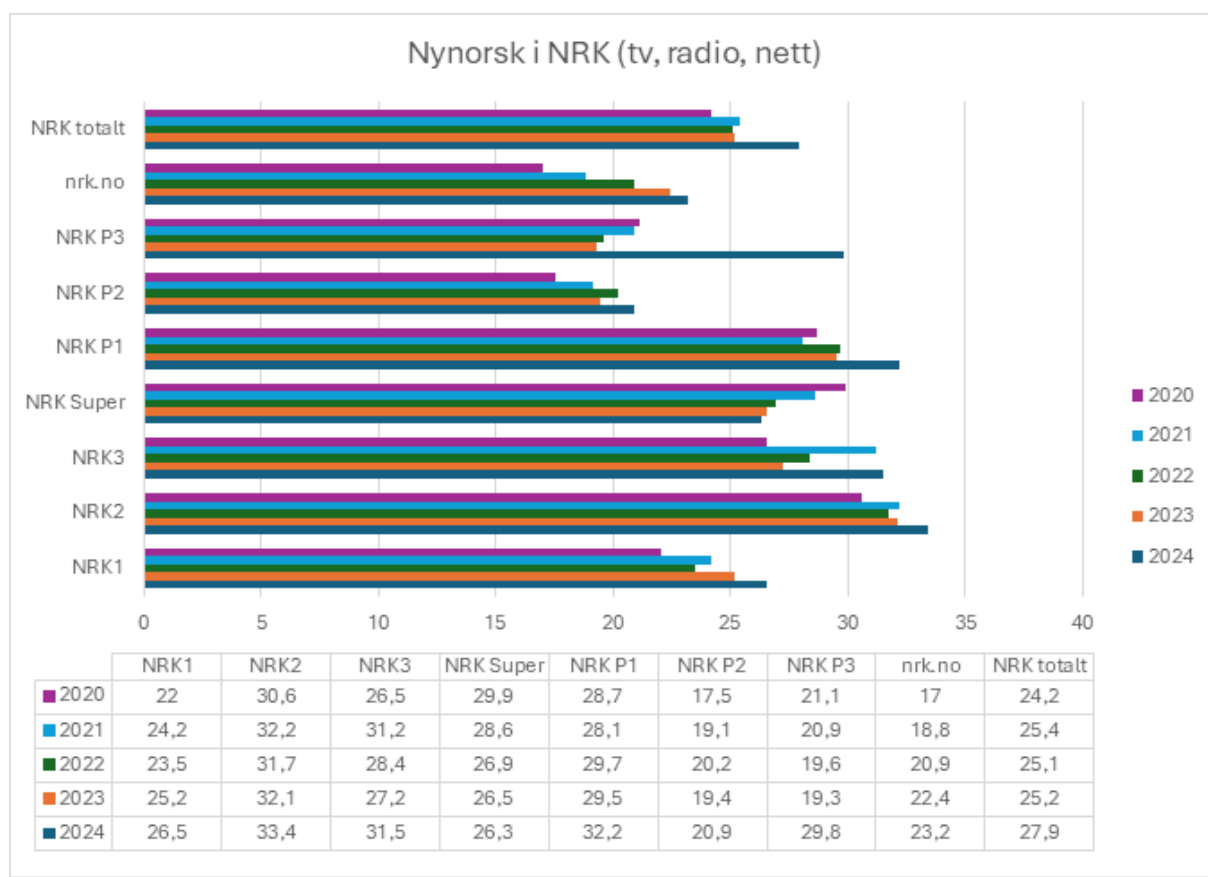
#### *Offentleg allmennkringkasting*

Som statseigd allmennkringkastar skal NRK fremja innhalds- og bruksmangfald. NRK skal tilby både folkeleg innhald med brei appell og innhald som er retta mot mindre målgrupper eller har smalare publikumsappell. NRK har eit særskilt språkoppdrag, som mellom anna går ut på å styrkja norsk språk. Innhaldet i tilbodet til NRK skal i hovudsak vera på norsk, med minst 25 prosent på nynorsk. Vedtektene til NRK (2023) slår fast at norskspråklege program for barn skal sendast dagleg (§ 34), og at norskspråklege program for unge skal sendast jamleg (§ 22).

NRK har tre riksdekkande TV-kanalar: NRK1, NRK2 og NRK3 / NRK Super. Barnekanalen NRK Super sender på frekvensen til NRK3 på dagtid, medan NRK3 tek over på kveldstid med program retta mot unge vaksne. NRK Super er også ei eiga strøymeteneste, med eit grensesnitt som er særleg tilpassa målgruppa 2–12 år. NRK Super følgjer NRK sine språkreglar, men har òg ein eigen språkplakat. Han slår mellom anna fast at NRK Super skal ha eit godt skriftleg språk, at programtitlane så langt råd er skal vera på norsk, og at det skal lagast og dubbast program på nynorsk og nynorsknære dialektar (NRK, 2016).

Kravet om at 25 prosent av innhaldet skal vera på nynorsk, gjer NRK til ei av dei viktigaste medieverksemdene i landet for produksjon av innhald og nyheiter på nynorsk. I 2024 var NRK svært nær det overordna målet om 25 prosent nynorsk på alle flater, men med 23,2 prosent oppfylte ikkje nrk.no (nett-tilbodet til NRK) det kravet (Medietilsynet, 2025a). NRK måler ikkje kor mykje nynorsk som vert brukt i NRK-innhald i appar og på sosiale medium som Facebook, Instagram og YouTube.

Tabell 1. Delen nynorsk på alle NRK-kanalar og totalt frå 2020 til 2024 (tal i prosent). Kjelde: NRK via Medietilsynet (2025a).



I 2024 lanserte NRK ni nye TV-seriar for barn under tolv år. I tillegg kom det fleire nye sesongar av etablerte seriar. For dei aller minste barna vart seriane *Fantus leker* og *Fantus og verktøya* lansert i 2024. NRK produserer også mykje innhald som barn og vaksne kan sjå saman, slik som *Bakemesterskapet*, *Mesternes mester*, *Fra bølge til bestevenn*, *Maskorama* og *Alle mot 1* (Medietilsynet, 2025a).

Informasjon om radio og norskspråkleg musikk i NRK finst i underkapittelet om radio og lydmedium.

### *Kommersiell allmennkringkasting*

TV 2 har avtale med staten om levering av såkalla kommersielle allmennkringkastingstenester (KUD, 2023a). Avtalen inneber mellom anna at TV 2 skal tilby «norskspråklige programmar for hhv. barn og unge» (§ 3-1 *Krav til allmennkringkastingsinnholdet*). Konkret vil dette seia at TV 2 skal senda 150 timar norskspråkleg barne-TV per år og 10 timar norskspråklege program retta mot unge i alderen 13 til 19 år. Norskspråklege program (for alle målgrupper) skal utgjera minst 50 prosent av sendetida. Ifølgje *Allmennkringkastingsrapporten 2024* frå Medietilsynet (2025b) var 60 prosent av programma til TV 2 på norsk i 2024. Rapporten viser også at 4,1 prosent av innhaldet til TV 2 Direkte var retta mot barn, medan 0,3 prosent var retta mot ungdom.

TV 2 er ikkje omfatta av det same kvantitative nynorskkravet som NRK, men skal bruka både nynorsk og bokmål i programtilbodet. Medietilsynet vurderer det slik at TV 2 oppfyller dette

kravet, og viser til at fleire programleiarar og reporterar i TV 2-nyheitene nytta nynorsk i 2024, og at reporterane står fritt til å skriva bokmål eller nynorsk på tv2.no (Medietilsynet, 2025b, s. 42).

Den nye avtalen om kommersiell allmennkringkasting for 2024–2029 (KUD, 2023a) slår fast at TV 2 skal styrkja tilbodet til barn. I 2024 satsa TV 2 på nye program og nye sesongar av kjende seriar. Tilbodet til barn består av norske produksjonar og innkjøpte dubba seriar. I strøymetenesta TV 2 Play finst det eiga side med innhald til barn. Satsingar hos TV 2 i 2024 var mellom anna *Se hva jeg kan* og nye episodar i serien *Oiii-gården* og *Med dyrlegen på jobb*. Til liks med NRK satsar TV 2 på underhaldningskonsept som kan samla vaksne og barn framfor fjernsynsapparatet, slik som *Kompani Lauritzen*, *The Voice – Norges beste stemme* og *Sommerhytta*.

### *Kommersielle aktørar*

Ved sida av allmennkringkastarane NRK og TV 2 finst det fleire reint kommersielle TV-kanalar, til dømes TVNorge og TV 3. Desse kanalane har også eigne strøymetenester. I tillegg finst det fleire internasjonale strøymetenester med norsk publikum som målgruppe, og fleire av dei har tilpassa tenester med eigne grensesnitt retta mot barn.

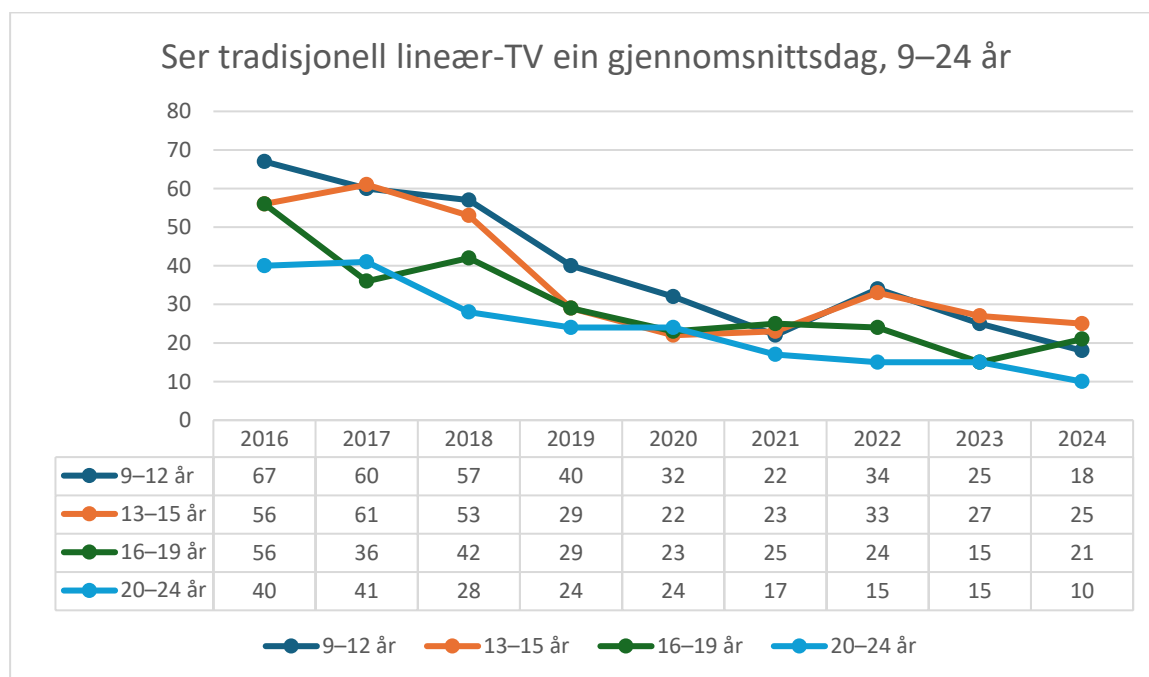
Dei kommersielle strøymetenestene tilbyr i stor grad teksting på norsk og på mange ulike språk, men sjølv om versjonering er mogleg, er tilbodet på norsk stort sett berre på bokmål. Dei kommersielle strøymetenestene er heller ikkje omfatta av det same regelverket som dei offentlege kringkastarane. Hausten 2025 har, så vidt Språkrådet veit, ingen av dei mest populære globale strøymetenestene (Netflix, Prime, Apple TV og Disney+) som har innhald teksta på nynorsk.

## Bruk

### *Lineær-TV*

Ifølgje undersøkinga *Medietrender Ung* (Kantar, 2025) brukte unge mellom 15 og 24 år i snitt elleve minutt dagleg på lineær-TV i 2024. Her har nedgangen vore stupbratt sidan 2009, då snittet låg på over to timar dagleg lineær-TV-titting i same aldersgruppe. I 2025 er TV 2 Direkte lineær-kanalen denne aldersgruppa i snitt brukar mest tid på dagleg, tett følgd av NRK1. Generelt er det store sportshendingar og juleprogram denne gruppa ser mest på lineær-TV (Kantar, 2025, s. 56–59).

Tabell 2. Prosentdel av befolkninga i aldersgruppa 9–24 år som ser tradisjonell lineær-TV ein gjennomsnittsdag. Kjelde: SSB, 2025a, s. 55.



Tabell 3. Prosentdel av befolkninga (etter alder) som ser tradisjonell lineær-TV ein gjennomsnittsdag. Kjelde: SSB, 2025a, s. 55.

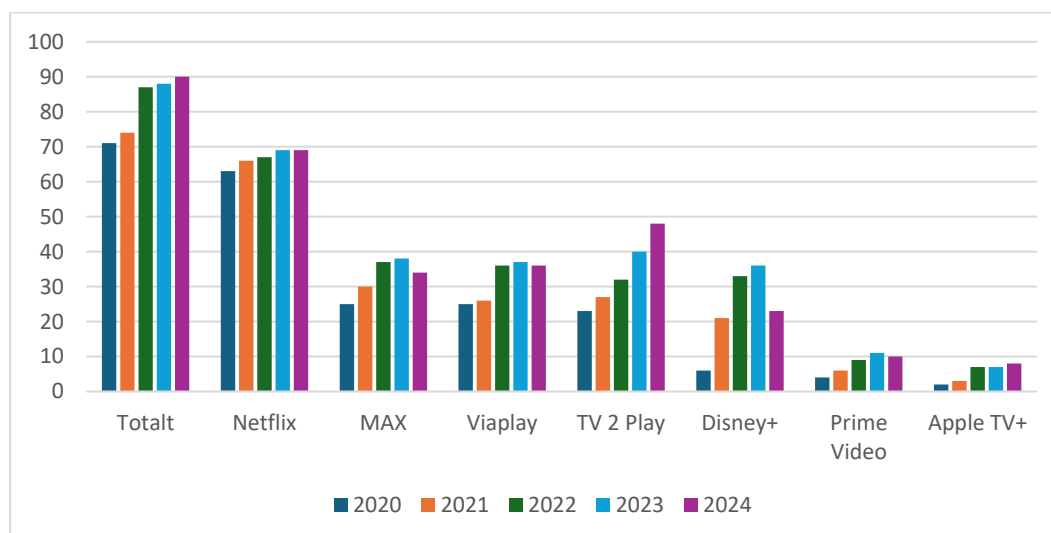
Alder	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
9–12	67	60	57	40	32	22	34	25	18
13–15	56	61	53	29	22	23	33	27	25
16–19	56	36	42	29	23	25	24	15	21
20–24	40	41	28	24	24	17	15	15	10

### Strøymetenester

I 2024 hadde 90 prosent tilgang til minst eitt betalt abonnement på ei eller fleire strøymetenester (SSB, 2025a). Ifølgje SSB er dette dei betalte strøymetenestene som flest i Noreg hadde tilgang til i 2024:

- Netflix (69 prosent)
- TV 2 Play (48 prosent)
- Viaplay (36 prosent)
- MAX (34 prosent)
- Disney+ (23 prosent)
- Prime Video (10 prosent)
- Apple TV+ (8 prosent)

Tabell 4. Prosentdel av befolkninga som har tilgang til betalt abonnement på ulike strøymetenester 2020–2024. Kjelde: SSB, 2025a.



I undersøkinga *Småbarn og medier* (Medietilsynet, 2022) fekk foreldre med barn i alderen 1–5 år spørsmål om «barnas tilgang til ulike teknologi og tenester». Ifølgje foreldra som svarte på undersøkinga, såg 46 prosent av barna i denne aldersgruppa på TV, film eller seriar dagleg (Medietilsynet, 2022, s. 3). I aldersgruppa 1–5 år var NRK Super den mest brukte tenesta (65 prosent av foreldra oppgav at barnet brukte NRK Super). Om lag ein tredel av småbarna brukte Netflix, Disney+, YouTube og YouTube Kids. Blant 4–5-åringane var det fleire som brukte strøymetenester enn det var blant dei yngre barna. Tal frå undersøkinga viser også at dess eldre barna var, dess meir variert var mediebruken deira, og dess fleire ulike strøymetenester hadde dei tilgang til.

Tal frå SSB viser at i aldersgruppa 9–24 år hadde 97 prosent tilgang til abonnement på ei eller fleire strøymetenester i 2024 (SSB, 2025a, s. 83). Blant 9–15-åringane var Netflix den mest populære strøymetenesta i 2024, med NRK TV på andreplass. Aldersgruppa 16–24 år såg mest på Netflix, deretter TV 2 Play (SSB, 2025a, s. 87).

Tabell 5. Prosentdel av befolkninga som har tilgang til abonnement på ei eller fleire strøymetenester. Kjelde: SSB, 2025a.

Alder	2020	2021	2022	2023	2024
9–15	93	92	96	95	97
16–24	89	92	97	95	97

Tabellen nedanfor viser kva for tenester aldersgruppene 9–15 år og 16–24 år fordelte seg på:

Tabell 6. Prosentdel (etter alder) som ser på film, seriar, nyheiter eller sport på ulike strøymetenester ein gjennomsnittsdag i 2024. Kjelde: SSB, 2025a, s. 87.

Alder	NRK TV	Netflix	Max	Via-play	TV 2 Play	Disney+	Apple TV+	Prime Video	YouTube <sup>2</sup>
9–15	12	26	7	6	7	3	2	4	1
16–24	15	31	11	10	18	3	3	7	4

I Kantars undersøking av medievanar blant norske 15–24-åringar kjem det fram at strøyming er den viktigaste forma for underhaldning for unge på nett. Samtidig peikar rapporten på ein tilbakegang i bruken av dei største strøymetenestene (Kantar Media, 2025). Bruken av norske strøymetenester (NRK TV, TV 2 Play) held seg på eit nokså jamt nivå, sjølv om dei ikkje er like dominerande som dei internasjonale aktørane. (Meir informasjon om allmennkringkastarane finst i eit eige delkapittel om dei nasjonale kringkastarane, s. 12).

Undersøkinga *Barn og medier 2024* (Medietilsynet, 2024a) viser at dei fleste barn og unge i alderen 9–18 år ser engelskspråkleg innhald på film, seriar eller TV-program. I undersøkinga svarte barna og ungdommane sjølv på spørsmålet om kva språk som vert brukt mest<sup>3</sup> når dei ser på film, serie eller TV-program. Av dei 3078 respondentane svarte 59 prosent at engelsk vert mest brukt, og 28 prosent svarte at norsk vert mest brukt når dei ser film, seriar eller TV-program. 11 prosent svarte at dei ser like mykje innhald på engelsk og norsk når dei ser på film, serie eller TV-program (Medietilsynet, 2024a, s. 52). Frå 2022 til 2024 var det ein liten oppgang på 4 prosentpoeng i dei som svarar at norsk vert brukt mest.

<sup>2</sup> SSB inkluderer i Norsk Mediebarometer 2024 YouTube som ein eigen kategori i strøyming og videomedium, men videoklipp er ikkje ein del av tala her, berre strøyma innhald som film, seriar, nyheiter eller sport (sjå delkapittelet om sosiale medium for meir om YouTube).

<sup>3</sup> I *Barn og medier*-undersøkinga (Medietilsynet, 2024a) fekk barna spørsmål om «hvilket språk brukes mest når du ...?», med ulike medieaktivitetar som svaralternativ. I rapporten vert uttrykket «å bruke språk» nytta ved fleire høve, utan at det vert gjort greie for kva som vert lagt i det, når det er snakk om å sjå på film eller spele eit spel. Det kjem ikkje tydeleg fram om det er språket barnet brukar når det spelar, eller om det er sjølv språket innhaldet er på. I rapporten finn ein t.d. uttrykk som «hvilket språk som blir brukt mest ved ulike medieaktiviteter» og «hvilket språk man benytter mest». Me tolkar det som språket i innhaldet.

## 2.2 Nyheitsmedium

Som nyheitsmedium reknar me aviser og digitale medium som publiserer nyheits- og aktualitetsstoff på alle publiseringsplattformer, og som har innhald som er redaktørstyrt. Det vil seia nyheitsmedium som må retta seg etter presseetikken som er nedfelt i Vær Varsomplakaten, Grunnlova § 100, Redaktørplakaten og lov om redaksjonell uavhengighet og ansvar i redaktørstyrte journalistiske medier (Medieansvarslova, 2020)<sup>4</sup>.

### Tilbod

I Noreg har me mellom anna allmennkringkastarane NRK og TV 2, som publiserer nyheitsinnhald på nett, radio og TV. Dessutan har me eit mangfald av aviser (digitale og på papir) som dekker nyheiter både nasjonalt, regionalt og lokalt.

Blant dei største avisene på nett og papir er VG, Aftenposten, Dagbladet og Dagens Næringsliv og dei regionale avisene Adresseavisen og Bergens Tidende. I tillegg finst det om lag 30 reine nettaviser og ei rekke lokalaviser. Samanlikna med situasjonen i andre land står lokalmedia som nyheitskjelde svært sterkt hos befolkninga i Noreg (Bjørnan, Thommassen & Moe, 2025), og Noreg er eit av dei landa i verda som har flest aviser i forhold til folketalet (Hovde & Orgeret, 2023). Totalt finst det om lag 250 aviser i Noreg (Medietilsynet, 2024c).

Avismarknaden har ei rekke aviser, med tre store eigarar: Amedia, Schibsted og Polaris Media. Saman sto dei for 73 prosent av det totale avisopplaget i Noreg i 2023, ifølgje Avsendermangfoldsrapporten 2024 frå Medietilsynet (2024b). Amedia har størst geografisk spreing og har aviser i heile landet. Schibsted er størst i den nasjonale marknaden, medan Amedia og Polaris er sterkast lokalt og regionalt.

Fleire av nyheits- og aktualitetsmedia tilbyr innhald spesifikt retta mot unge. NRK tilbyr nyheiter til barn og unge gjennom NRK Supers program Supernytt. NRK har også nyheiter retta mot unge på Snapchat og i videoforamtet NRK Forklarer på nrk.no.

(Allmennkringkastinga har me teke føre oss som kategori under TV og strøymetenester, meir om dette i delkapittelet om TV og strøymetenester, s. 15–17.) Det finst også aviser som rettar innhald direkte mot barn og unge, slik som Aftenposten Junior og Framtida Junior. TV 2 har også Elevkanalen, ei digital læremiddelplattform for barnehage, grunnskule, vidaregåande skule og vaksenopplæring.

Aftenposten Junior er Noregs største nyheitsavis for barn og lagar nyheitsstoff til barn i alderen 6 til 12 år. Avisa er digital og kjem også ut i papirformat ein gong i veka. Aftenposten skriv at avisa gjev barna «aktuelle nyheter fra Norge og resten av verden – forklart på en enkel og trygg måte». Aftenposten Junior har også eit digitalt læringsverktøy for barneskulen, Aftenposten Junior skole, i samarbeid med Gyldendal Undervisning.

---

<sup>4</sup> I medieansvarslova (2020) § 3 vert redaksjonelt innhald definert som «ytring som blir publisert under redaktørens leiing og kontroll» og brukargenerert innhald som «ytring som en mediebruker har publisert utenfor redaktørens leiing og kontroll».

Framtida.no er ei nyheits- og debattavis for unge i alderen 15 til 25 år. Hovudmålet til avisa er å styrkja nynorsken og auka og få fram engasjementet til dei unge gjennom formidling av nyheiter som påverkar framtida deira. Avisa skriv om både nasjonale og internasjonale nyheiter, og lesarane kan bidra med meiningsinnlegg. Framtida.no står også for avisa Framtida junior, i samarbeid med ABC Startsidene, Magasinet og Landssamanslutninga av nynorsk kommunar (LNK). Avisa er retta mot barn i alderen 7 til 14 år og kjem ut både på papir og digitalt. Begge avisene inviterer målgruppene med i samfunnsdebatten og trykker meiningsinnlegg.

Før kommunevalet i 2023 tilbød Schibsted gratisabonnement på avisene sine til unge under 25 år, for å få fleire til å delta i valet. Fram til 2023 hadde også studentar ved ei rekke utdanningsinstitusjonar i Noreg gratis tilgang til Schibsteds aviser gjennom samarbeidsavtalen «Schibsted Student». Avtalen gav studentar ved ni ulike institusjonar digital tilgang til Aftenposten, VG, E24, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Dine Penger. Avtalen vart avvikla i 2023 (Javorovic & Bjerva, 2023).

Før stortingsvalet i 2025 oppretta Amedia ei ny ordning som tilbyr unge mellom 15 og 20 år gratis tilgang til 120 Amedia-aviser og partneraviser. Amedia eig over 100 lokalaviser i Noreg. I oktober 2025 hadde 54 000 ungdommar registrert seg som brukarar.

Stadig fleire aviser har innhald som ligg bak betalingsmur, viser Avsendermangfoldsrapporten 2024. Talet på aviser som tek betalt for nyheiter og får berekna opplag, har auka kvart år sidan 2018 (Medietilsynet, 2024b, s. 19). Ifølgje rapporten tok 250 aviser betalt for nyheiter i 2023, mot 244 året før. Noreg toppar statistikken over nyheitsbrukarar som er mest villige til å betala for nyheiter, ifølgje *Reuters News Digital Report 2025* (Bjørnan, Thommassen & Moe, 2025, s. 96).

For å sikra tilgang til lokalaviser arrangerer Mediebedriftenes Landsforening (MBL) prosjektet Nasjonale avisveker ein gong i året. Kvar haust får elevar i norske skular tilgang til lokalaviser og tilbod om eit undervisningsopplegg på bokmål og nynorsk om rolla til journalistikken i samfunnet. I 2025 vart prosjektet utvida frå ei til to veker, og målgruppa vart utvida til heile grunnskulen og vidaregåande skule (Medietilsynet, 2025c, s. 253).

## Bruk

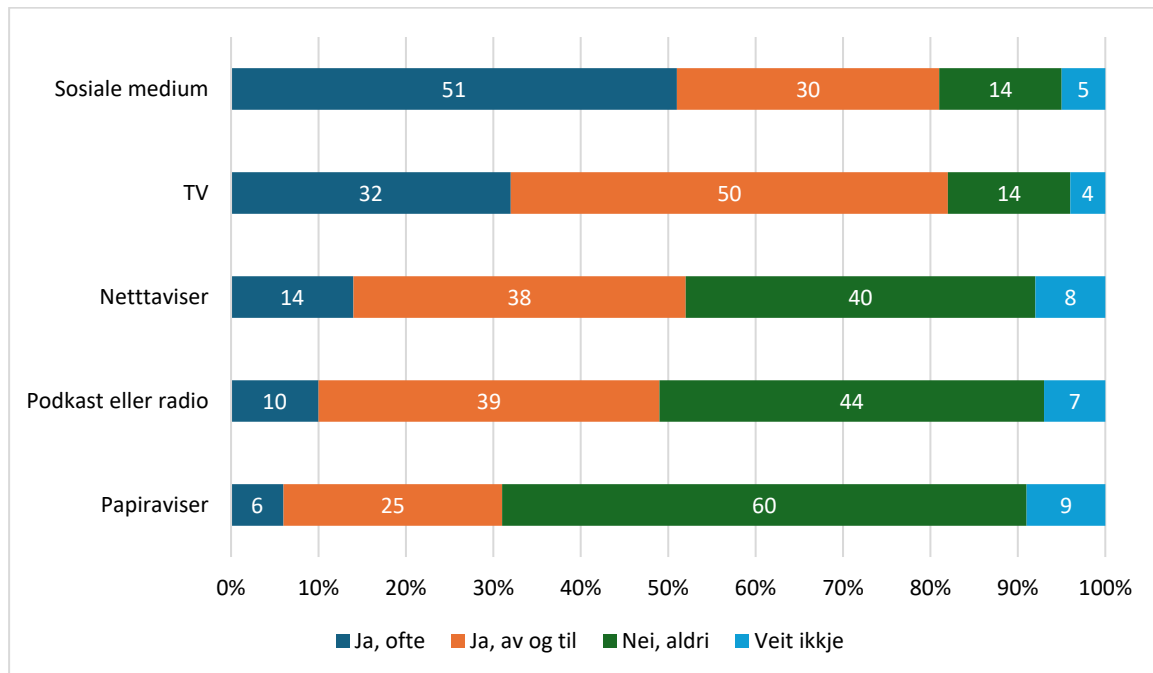
Ifølgje Medietilsynets undersøking *Barn og medier* frå 2024 får 95 prosent av 9–18-åringar med seg nyheiter «ofte» eller «av og til» (Medietilsynet, 2024a, s. 54). Berre fem prosent seier at dei ikkje får med seg nyheiter i det heile teke. Dei 9–18-åringane som seier at dei får med seg nyheiter, brukar nyheitsmediet NRK oftast. Deretter følgjer VG, NRKs plattform Supernytt<sup>5</sup> og TV 2 (Medietilsynet, 2024a, s. 58). Bruken av sosiale medium og TV-plattformer har halde seg stabil i aldersgruppa 9–18 år sidan 2022, medan bruken av nettaviser og papiraviser har sokke. 52 prosent brukar nettaviser som nyheitskanal i 2024, mot 67 prosent i

---

<sup>5</sup> Undersøkinga *Barn og medier 2024* (Medietilsynet, 2024a) skil mellom NRK og Supernytt, sjølv om Supernytt er ein del av NRK Super.

2022 (Medietilsynet, 2024a, s. 54). På lista over dei mest brukte nyheitskjeldene til 9–18-åringar kjem lokalaviser på fjerde plass.

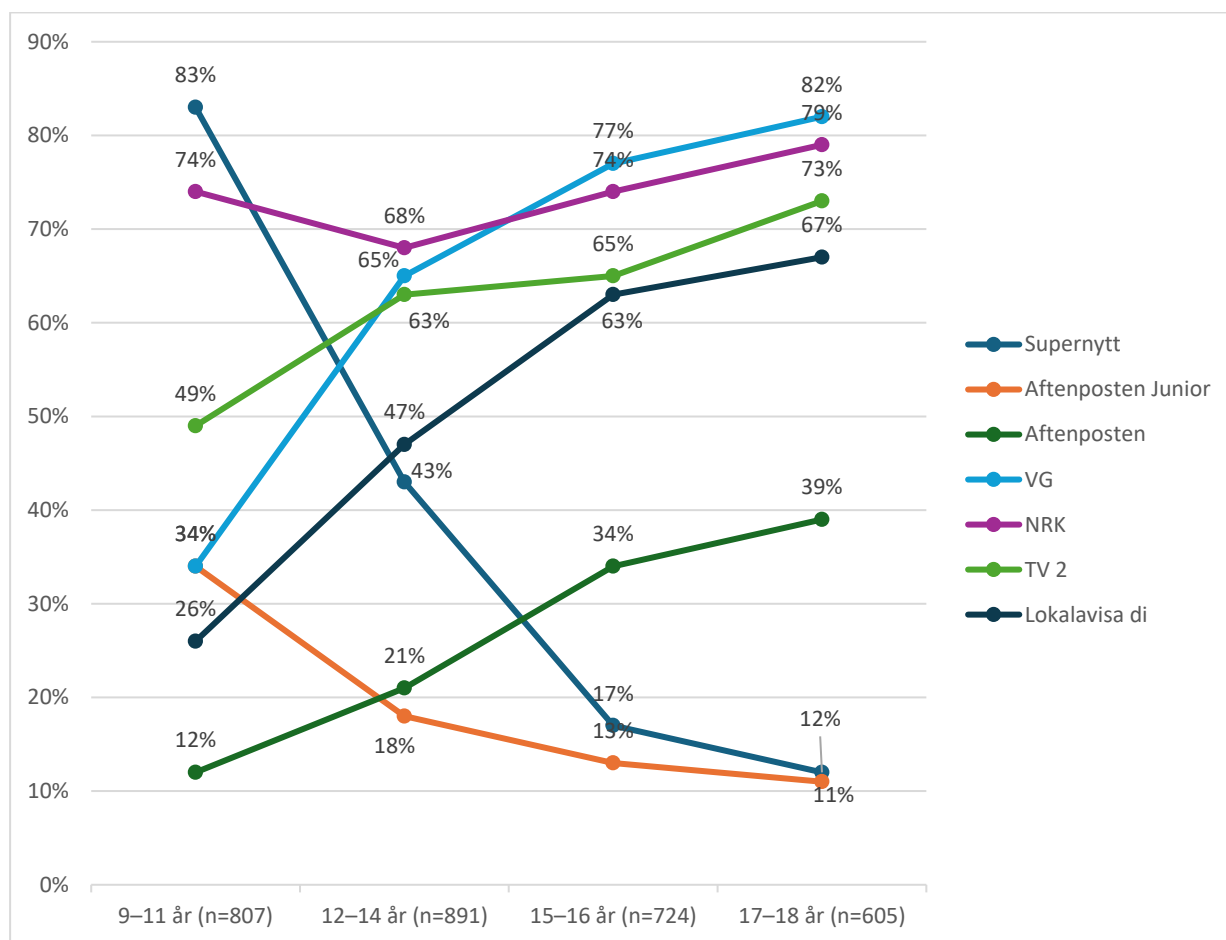
Tabell 7. Svar på spørsmålet «Kor ofte får du med deg nyheiter frå...?» Prosent. N=3194. Kjelde: Medietilsynet, 2024a, s. 57.



Resultata frå undersøkinga viser at det er ein skilnad mellom dei eldre og dei yngre når det gjeld kva nyheitskjelder dei brukar oftast (tabell 8).

Supernytt er det viktigaste nyheitsmediet for aldersgruppa 9 til 10 år. I denne aldersgruppa brukar 83 prosent Supernytt, og 74 prosent brukar NRK. Om lag halvparten brukar TV 2, og éin av tre brukar VG og/eller Aftenposten junior. Supernytt-konsumet søkk kraftig i aldersgruppa 12 til 14 år. I undersøkinga oppgjev berre 43 prosent i denne aldersgruppa Supernytt som viktigaste nyheitskjelde, mot 83 prosent hos 9–10-åringane (Medietilsynet, 2024a, s. 60). NRK er den mest brukte nyheitskjelda i denne aldersgruppa, etterfølgt av VG og TV 2. I aldersgruppa 15–16 år har VG teke over som mest brukt nyheitsmedium, etterfølgt av NRK. Dei eldste ungdommane følgjer meir med på nyheiter enn dei yngre barna, og aldersgruppa 17–18 år brukar nyheitsmedium mest.

Tabell 8. Svar på spørsmålet «Får du med deg nyheiter frå ...?» Svara «ofte» og «av og til» er slått saman og oppgjevne i prosent. Talet på personar som har svart, står i parentes. Kjelde: Medietilsynet, 2024a, s. 60.



Dei som er endå litt eldre, brukar framleis VG, NRK og TV 2 mest som nettaviser, ifølgje *Reuters Digital News Report*<sup>6</sup> (Bjørnan, Thommassen & Moe, 2025). Over halvparten av unge vaksne mellom 18 og 24 år sjekkar nyheitene ein gong om dagen eller oftare (Bjørnan, Thomassen & Moe, 2025, s. 41).

I undersøkinga *Barn og medier 2024* (Medietilsynet, 2024a) fekk respondentane spørsmål om kva språk dei nytta mest i ulike medieaktivitetar. 58 prosent av 9–18-åringane las, såg eller hørde nyheiter på norsk. Samtidig er det verdt å merka seg at barna som deltok i undersøkinga, svarte at sosiale medium var den plattformen der dei i størst grad fekk med seg nyheiter (meir om dette i delkapittelet om sosiale medium). Det kan koma av at sosiale medium generelt vert brukte meir enn dei andre medieplattformene (Medietilsynet, 2024a, s. 56). Undersøkinga viser ein nedgang i prosentdelen barn og unge som brukar norsk mest i sosiale medium: frå 35 prosent i 2022 til 28 prosent i 2024. Norsk er framleis det vanlegaste språket når barn og unge les, ser eller hører på nyheiter (Medietilsynet, 2024a).

<sup>6</sup> *Reuters Digital News Report* er ei av dei største globale undersøkingane om digitale nyheitsvanar og har som mål å kartleggja korleis folk brukar nyheiter verda over. Rapporten er laga av Reuters Institute for the Study of Journalism i Oxford.

Tal frå SSB viser at i 2024 var aldersgruppa 9–12 år den gruppa i befolkninga som las minst avis (papiravis og nettavis) i løpet av ein gjennomsnittsdag (berre 16 prosent). I aldersgruppa 13–15 år var prosentdelen 36 prosent (SSB, 2025a, s. 29).

I 2024 las 20 prosent av barn i alderen 9–15 år nettavis ein gjennomsnittsdag, mot 23 prosent året før. Talet er noko høgare enn i 2021 og 2020 (SSB, 2025a, s. 29).

Tabell 9. Prosentdel av barn og unge som les nettavis ein gjennomsnittsdag. Kjelde: SSB, 2025a.

Alder	2020	2021	2022	2023	2024
9–15	24	18	19	23	20
16–24	70	67	55	47	48

Befolkninga generelt brukar digitale medium meir enn tidlegare, og papiravis er eit av dei tradisjonelle media som har hatt størst nedgang sidan SSB gjennomførte den første mediebarometer-undersøkinga i 1991. Nedgangen gjeld også blant barn og unge. I 2024 las berre 8 prosent av barn i alderen 9–12 år papiravis, ifølgje statistikk frå SSB. I aldersgruppa 13–15 år las 5 prosent papiravis, og i aldersgruppa 16–19 år las 4 prosent papiravis (SSB, 2025a, s. 32).

Dess eldre barna vert, dess viktigare vert lokalavisa for barna, viser *Barn og medier 2024*-undersøkinga. I 2024 svarte 67 prosent i alderen 16 til 17 år at dei brukar lokalavisa som nyheitsmedium, mot 26 prosent av 9–11-åringane (Medietilsynet, 2024a, s. 60).

Av dei unge i aldersgruppa 9–24 år som i 2024 svarte at dei les papir- eller nettavis, las over 90 prosent avisa på norsk (SSB, 2025a, s. 39).

Tabell 10. Barn og unge som får med seg nyheiter frå lokalaviser i 2024. Kjelde: *Barn og medier 2024* (Medietilsynet, 2024a, s. 60).

Alder	Prosentdel
9–11	26 %
12–14	43 %
15–16	63 %
17–18	67 %

## 2.3 Sosiale medium

Sosiale medium<sup>7</sup> er nettsider og appar som legg til rette for å skapa og dela innhald og delta i sosiale nettverk på tvers av landegrensar. Dei er stort sett eigde av store internasjonale selskap og finansierte gjennom algoritmestyrt reklame. Sosiale medium er ikkje redaktørstyrte, men brukarstyrte. Det vil seia at brukarane i stor grad sjølve kan bestemma kva innhald dei vil publisera, og at dei får presentert algoritmebasert innhald og reklame. Brukarstyrte medium skil seg frå nyheitsmedium, som må følgja presseetiske omsyn, også når dei publiserer innhald på sosiale medium. Nokre plattformer – som Facebook, Snapchat, WhatsApp, Discord og Messenger – vert primært nytta til kommunikasjon mellom brukarar. Andre plattformer – som YouTube, X, Instagram og TikTok – er hovudsakleg innhaldsplattformer, der brukarane lagar og/eller konsumerer medieinnhald. Samtidig er sosiale medium i konstant utvikling, og nye funksjonar viskar ut grensene mellom meldingstenester og innhaldsplattformer. Aalen og Iversen (2021) peikar i boka *Sosiale medier* på at det ikkje går eit klart skilje mellom publikum og avsendar i sosiale medium: Dei sosiale media legg til rette for mange-til-mange-kommunikasjon, og det viskar ut skilnaden mellom massemedium og kommunikasjonsmedium.

### Tilbod

I Noreg er dei sosiale media Snapchat, TikTok, Instagram, Facebook og YouTube mest populære blant barn og unge (Medietilsynet, 2024a ; Futsæter 2025).

Generelt finst det ikkje føringar for publiseringsspråk på sosiale medium. Men NRK og offentlege organ som er omfatta av språklova, må retta seg etter føringar når dei publiserer innhald på sine kontoar i sosiale medium.

I Noreg er brukargrensesnittet i dei fleste sosiale medium på anten bokmål eller engelsk. Dersom ein brukar Facebook i nettlesaren, er det mogleg å få enkelte funksjonar i brukargrensesnittet på nynorsk<sup>8</sup>. Men i mobilappen er det ikkje mogleg å velja nynorsk i brukargrensesnittet. Det er heller ikkje mogleg i Metas meldingsteneste Messenger eller i Instagram.

### Bruk

I 2024 brukte 86 prosent av norske 9–18-åringar sosiale medium, og det er Snapchat, TikTok og YouTube som ligg øvst på lista over dei mest brukte sosiale media i denne aldersgruppa

---

<sup>7</sup> Dei sosiale media me tek føre oss her, kan definerast som sosiale nettverkssider, som ifølgje Boyd og Ellison (2007) er nettbaserte tenester som gjer det mogleg å 1) oppretta ein offentlig eller halvoffentleg profil innanfor eit avgrensa system, 2) setja opp ei liste over andre brukarar som dei har ei tilknytning til, og 3) sjå og gå gjennom lista over eige og andre sitt nettverk innanfor systemet (s. 211). Oppbygginga av nettverka kan variera frå nettstad til nettstad. Medium som Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn og YouTube fell inn under definisjonen av sosiale nettverk, fordi ein på plattformar har oversikt over eige og andre sitt nettverk, anten det er i form av vener (Facebook og Snapchat), følgjarar (Instagram og TikTok) eller abonnentar (YouTube).

<sup>8</sup> Det er resultatet av at norske ungdommar frivillig omsette Facebook til nynorsk i 2008 (Aasen & Vengen, 2008).

(Medietilsynet, 2024a, s. 23). Prosentdelen som brukar dei mest populære sosiale media, har gått ned samanlikna med den same undersøkinga frå 2022. Til dømes brukte 83 prosent YouTube og 58 prosent TikTok i 2024, mot høvesvis 91 prosent og 73 prosent i 2022.

Statistikken i Kantar Medias undersøking *Medietrender Ung 2025* viser dagleg dekning – altså kor stor del av ungdommane i aldersgruppa 15–24 år som brukar sosiale medium kvar dag:

Tabell 11. Dagleg dekning for medium i aldersgruppa 15–24 år. Kjelde: Kantar Media, 2025.

Plattform	Dagleg dekning
Snapchat	82 %
TikTok	59 %
YouTube	55 %
Instagram	66 %
Facebook	52 %

I aldersgruppa 15–24 år er det Snapchat, Instagram og TikTok som ligg øvst på lista over dei sosiale media som vert brukte dagleg (tabell 11). Undersøkinga frå Kantar Media (2025) viser også ein liten nedgang i dagleg dekning av sosiale medium frå 2023 til 2024 på om lag 4 prosent, men ho slår fast at sosiale medium stadig har ein dominerande plass i mediekvardagen til unge.

Eit hovudfunn frå undersøkinga er at fleire unge i 2025 er observatørar heller enn aktive innhaldsprodusentar på sosiale medium. Det vil seia at dei ser på innhald heller enn å laga det sjølve: «I samtale med de unge forteller de mye om deres tilbakeholdenhet med å være aktive i sosiale medier, aller helst er det innenfor nære kretser, eller på medier hvor deres egen profil ofte kan være mer anonym» (Kantar Media, 2025, s. 19).

Når det gjeld overordna bruk av sosiale medium i aldersgruppa 15–24 år, ligg Snapchat på topp som det største mediet på tvers av kjønn og alder (Kantar Media 2025, s. 11–16). Men ser me på bruken av kvart enkelt medium, finn me skilnadar mellom aldersgrupper og kjønn.

Til dømes er det fleire jenter enn gutar som brukar Instagram, og fleire gutar enn jenter som brukar YouTube. I aldersgruppa 15–19 år brukar 74 prosent av gutane YouTube dagleg, mot 40 prosent av jentene.

Facebook er eit av dei minst populære sosiale media blant dei unge, men dess eldre ungdommane er, dess viktigare vert Facebook. Det er fleire unge i aldersgruppa 20–24 år som brukar Facebook dagleg, enn i aldersgruppa 15–19 år (Kantar Media, 2025, s. 17).

### *Sosiale medium som nyheitsplattform*

Sosiale medium som TikTok og Snapchat vert ei stadig viktigare nyheitskjelde, på kostnad av tradisjonelle, redaktørstyrte medium som aviser. Fleire av dei store redaktørstyrte norske media lagar også innhald som dei deler på sosiale medium.

Tal frå SSB viser at 80 prosent av barn og unge i aldersgruppa 9–15 år brukar sosiale medium til nyheiter ein gjennomsnittsdag (SSB, 2025a, s. 16). I 2024 var unge i aldersgruppa 16–19 år den gruppa i befolkninga som fekk med seg mest nyheiter gjennom sosiale medium i løpet av ein gjennomsnittsdag, etterfølgt av unge mellom 20 og 24 år (SSB, 2025a, s. 19). Året før var det motsett. Det var TikTok, Instagram og Snapchat som var dei sosiale media der unge mellom 16 og 19 år i størst grad fann og las nyheiter i 2024. Men tala seier ikkje noko om kven som er avsendar av nyheitsinnhaldet på sosiale medium, det kan altså dreia seg om alt frå innhald som redaktørstyrte medium legg ut på sine brukarar, til brukarskapt innhald frå påverkarar eller privatpersonar. I undersøkinga Medietrender Ung 2025 (Kantar Media, 2025) svarte til dømes 66 prosent av ungdom i alderen 15–19 år at dei fekk nyheiter frå TV 2 gjennom videoklipp på TikTok. Eit vesentleg funn frå Medietrender Ung er at sosiale medium i 2025 for første gong er støtte enn nettaviser som viktigaste nyheitskjelde (Kantar Media, 2025).

### *Språk i sosiale medium*

Tal frå *Barn og medier*-undersøkinga frå 2024 viser at 9–18-åringar brukar mindre norsk på sosiale medium enn tidlegare (Medietilsynet, 2024a). Undersøkinga vert gjennomført annakvart år, og i 2020 inkluderte Medietilsynet for første gong spørsmål om kva språk dei unge brukar. Prosentdelen barn og unge som svarar at dei brukar norsk mest, har sokke gradvis sidan 2020. I 2022 oppgav 35 prosent at dei brukte norsk mest. I 2024 oppgav 28 prosent av barna at dei brukte norsk mest, og 46 prosent at dei brukte engelsk mest. Det var også ein auke i talet på barn og unge som ser mest på engelsk innhald når dei ser på YouTube, frå 67 prosent i 2022 til 72 prosent i 2024.

Engelsk har no vorte språket barn og unge brukar mest når dei er på sosiale medium og på YouTube (Medietilsynet, 2024a, s. 51).

---

I 2024 har engelsk vorte språket barn og unge brukar mest når dei er på sosiale medium.

---

Det finst elles få undersøkingar som spesifikt ser på barn og unges språkvanar i sosiale medium. Det finst derimot fleire studiar som ser på chattespråk, anglisismar og låneord frå engelsk, engelsk språkbruk blant ungdommar og korleis ungdommar tilpassar språkbruken sin frå eit medium til eit anna (mellom anna Røyneland & Vangsnes, 2020; Hånes, 2021; Isaksen, 2022; Nystad, 2024; Sunde, 2025).

## 2.4 Film og kino

Det har lenge vorte produsert barne- og familiefilmar i Noreg, og allereie på 1950-talet vart det øyremerkt filmstøtte til barnefilm (Hylland et al., 2020, s. 62). Dei siste åra har barnefilmar stått for ein stor del av besøkstala på norske kinoar (Svendsen & Wålengen, 2024; Film & Kino, 2024). *Bukkene Bruse på badeland* (2023) hadde til dømes om lag 200 000 besøkande i 2024 og låg på 9. plass på lista over dei 30 mest sette filmene på kino det året (Film & Kino, 2024, s. 10).

Ved utgangen av 2024 var det 204 kinobygg<sup>9</sup> i Noreg. 138 av desse er kommunale, medan 66 er privateigde (Film & kino, 2024, s. 12). Kinostrukturen i Noreg er desentralisert og består av nokre få store kinoar og mange små kinoar, særleg i distrikta. Kring 80 prosent av befolkninga har eit kinotilbod i kommunen sin, og det er ordinær kinodrift i halvparten av kommunane i landet (KUD, 2024a, s. 9). I tillegg har Bygdekinoen som føremål å gje eit kinotilbod på stader som ikkje har ordinær kinodrift.

Fram til 1990-talet var det hovudsakleg kommunane som stod for kinodrifta i Noreg. På 1990-talet vart dei første kommersielle kinokjedene etablerte (Solum, 2019). Digitaliseringa av norske kinoar vart fullført i 2011. Før det vart filmene distribuerte på filmrullar, og det tok ofte tid før filmar nådde kinoane utanfor byane. Digitaliseringa gjorde det mogleg å visa premiefilmar samtidig over heile landet. Sjølv om det er fleire kommunale enn private kinoar i dag, stod dei to største kommersielle aktørane, Nordisk Film Kino (NFK) og Odeon kino, for til saman 57,6 prosent av kinobesøket i 2024.

Nedstenginga under koronapandemien førte til lågare besøkstal på kinoane i Noreg i 2020 og 2021. Verken i 2023 eller i 2024 nådde besøkstala same nivå som før pandemien.

### Tilbod

Det kom 239 filmar på kino i Noreg i 2024, og 40 av dei var norskproduserte. Det er fire fleire norskproduserte filmar enn i 2023 (Film & Kino, 2024, s. 4). Det vart lansert totalt 35 barnefilmar<sup>10</sup>, og seks av dei var norske: *Todd & Super-Stella*, *Pulverheksas magiske jul*, *Jul med Astrid Lindgren*, *Askepote*, *Kvitebjørn – Østenfor sol og vestenfor måne* og *Victoria må dø*. Det er vanskeleg å skilja ut ungdomsfilmar som eigen kategori av dei filmene som vert utgjevne, men filmene *Biru Unjårga – Føkkings Nesseby* og *Drømmer* frå 2024 hadde ungdom/vaksne som målgruppe, og hadde aldersgrensene 9 år og «tillaten for alle».

---

<sup>9</sup> Film & Kino skil mellom kinoar og kinobygg i statistikken sin. I denne kartlegginga brukar me kinobygg, fordi det også rommar kinoar i kulturhus eller i bygg som også har andre føremål.

<sup>10</sup> Her har Språkrådet teke med filmene som Filmweb har i oversikta si over barnefilmar på kino i 2024, med aldersgrensene «tillaten for alle», 6 år, 9 år og 12 år.

Tabell 12. Nye kinofilmar frå 2020–2024. Kjelde: Film & Kino, 2023, 2024 og NFI, 2023, 2024b og 2025a.

Nye filmar	2020	2021	2022	2023	2024
Totalt	160	196	216	234	239
Norske filmar	27	27	30	35	40
Norske barnefilmar	7	4	4	7	6

Norsk filminstitutt (NFI) er den viktigaste forvaltaren av offentlege tilskot på filmfeltet og delte i 2024 ut 69 millionar kroner i tilskot til produksjon av seriar og filmar for barn (NFI, 2025e). I 2022 og 2023 var tilskotet på høvesvis 59 og 70 millionar kroner (NFI, 2025e).

### *Innkjøpsordninga for film i bibliotek og andre filmtjenester*

Filmbib er ei strøymetjeneste som tilbyr dokumentarfilmar og kortfilmar som vert kjøpte inn gjennom den nasjonale innkjøpsordninga for film, forvalta av NFI. Ordninga har som mål å bidra til breidd og kvalitet i filmtilbodet. I 2024 var talet på strøymingar 22 000, medan det i 2022 var 9395, ifølgje statistikk Språkrådet har fått frå NFI (e-post, 4. desember 2025).

Ei anna oversikt som Språkrådet har fått frå NFI (tabell 13), viser at talet på barnefilmar som er kjøpt inn via innkjøpsordninga for film, har variert noko dei siste fem åra. I 2020 var 11 av 89 filmar kategoriserte som barnefilmar, i 2024 var 8 av 69 filmar barnefilmar. Det kom også 8 ungdomsfilmar i 2024.

Tabell 13. Filmar som vart kjøpte inn i innkjøpsordninga frå 2020 til 2025. Kjelde: NFI, e-postutveksling, 26. september 2025<sup>d11</sup>.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Filmar totalt</b>	89	50	58	81	69	28
<b>Barnefilmar</b>	11	4	6	9	8	3
<b>Ungdomsfilmar</b>	9	5	9	9	8	6
<b>Familiefilmar</b>	6	0	1	1	0	0

I tillegg finst det fleire filmtjenester som rettar seg mot barn og unge. Eit døme på det er Filmrommet skulekino, ei formidlingstjeneste retta mot skular og lærarar som brukar film i

<sup>11</sup> Berre første halvdel av 2025 er med i oversikta. I oversikta Språkrådet har fått frå NFI, er filmene sorterte etter kategoriane «ungdom», «alle», «vaksne» eller «barn under 10 år». Det er også kryssa av for «ja» eller «nei» på om filmen er ein barnefilm i ei eiga kolonne i statistikken. I denne oversikta har Språkrådet gjort ei eiga oppteljing og teke med filmene som er for barn under 10 år, og filmar der det er kryssa av for «ja» på om filmen er ein barnefilm.

undervisninga. Filmrommet har om lag 1100 kundar, som er anten skular eller bibliotek (Norgesfilm 2025). Norgesfilm har det redaksjonelle ansvaret, og tenesta vert driven i redaksjonelt samarbeid med NFI. Filmtenesta Filmoteket er biblioteka si eiga filmstrøymeteneste. Ho er utvikla av Norgesfilm AS i samarbeid med ei rekke bibliotek og er drifta av Norgesfilm AS. Tenesta vart lansert i 2020 og har i dag rundt 2500 filmar som ein kan låna via biblioteket og strøyma på nettsida til Filmoteket. I tillegg finst NDLA film, ei nettbasert filmteneste som rettar seg mot elevar og lærarar i den vidaregåande skulen. Per 2025 er ingen av filmene i NDLA film og berre nokre få av filmene i Filmrommet tilgjengelege med teksting på nynorsk. Men NDLA sine eigenproduserte undervisningsfilmar har teksting på begge skriftspråk.

Den kulturelle skulesekken (DKS) tilbyr også filmarrangement og filmaktivitetar (t.d. filmframsyning og filmverkstad). DKS er eit nasjonalt program for formidling av kunst og kultur til barn og unge. I 2024 var det 4326 arrangement i regi av DKS med film som hovudkulturuttrykk i grunnskulen (av 44 140 arrangement totalt) (Kulturtanken, 2025, s. 35). Totalt deltok 265 321 elevar i grunnskulen på filmarrangement. På vidaregåande skular var det 723 filmarrangement (av 4197 arrangement totalt), med 58 307 deltakarar (Kulturtanken, 2025, s. 35). I DKS' årsrapport for 2024 (Kulturtanken, 2025) står det at DKS spelar ei viktig rolle i språkpolitikken, med relativt mange produksjonar på nynorsk, samiske språk og nasjonale minoritetsspråk.

## Bruk

Besøktala på norske kinoar har endå ikkje nådd nivået frå før koronapandemien. Samtidig har prosentdelen som ser norske filmar på kino, halde seg stabil på rundt 25 (NFI, 2025c). Ifølgje befolkningsundersøkinga til SSB, *Norsk kulturbarometer*, var ni av ti i aldersgruppa 9–15 år på kino i løpet av året både i 2023 og i 2025 (SSB, 2024a, s. 23; SSB, 2026, s. 26). Samtidig viser undersøkinga *Medietrender Ung 2025* at 14 prosent av norske 15–24-åringar hadde vore på kino i løpet av dei siste fire vekene. I 2023 var talet 18 prosent (Kantar, 2025).

Statistikk for aldersgruppa 7–14 år viser at dei fleste barn har erfaring med kino og går på kino «en gang i blant», ifølgje undersøkinga *I strømmen av innhold* gjord av NFI og Kantar i 2023. I undersøkinga kjem det fram at kino er ein aktivitet som barna på 7–14 år likar godt, men som ikkje er «sentralt i livet deres» (NFI/Kantar, 2023, s. 100). Ein del av barna fortel mellom anna at dei opplever filmformatet som utfordrande fordi filmene er lange, eller fordi handlinga skjer for fort. Samtidig svarar dei at store nye filmar, som Marvel-filmene, er noko som fenger (NFI/Kantar, 2023, s. 81). Dessutan vert det å sjå på film ofte rekna som ein familieaktivitet og noko ein gjer i lag i helga, medan til dømes TV-seriar er noko barna i større grad ser åleine.

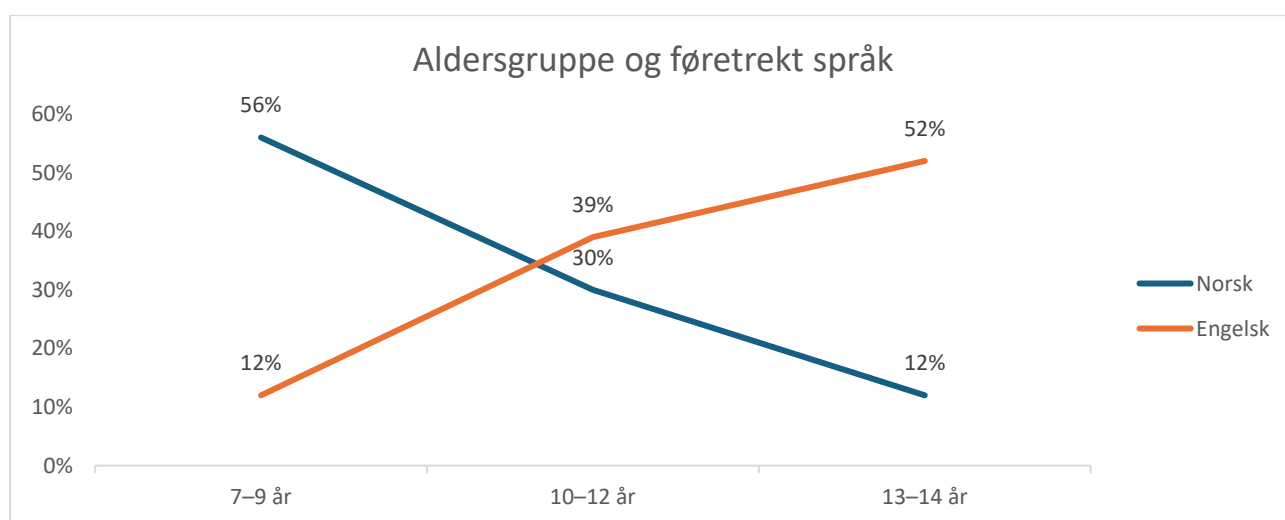
### *Bruk av norskspråkleg innhald*

I aldersgruppa 9–15 år er fordelinga nokså jamn mellom dei som såg film på norsk, og dei som såg film på engelsk sist dei var på kino. 54 prosent oppgav at dei såg ein norskspråkleg film sist dei var på kino, medan 46 prosent såg ein engelskspråkleg film. Ser ein på

aldersgruppa over, 16–24 år, er det engelskspråkleg film som dominerer. Heile 75 prosent såg ein engelskspråkleg film sist dei var på kino, medan berre 20 prosent såg ein norskspråkleg film. 5 prosent såg film på eit anna språk (SSB, 2026, s. 33).

Rapporten *I strømmen av innhold* viser at det i aldersgruppa 7–14 år finst få negative haldningar til innhald på norsk (NFI/Kantar, 2023)<sup>12</sup>. Barna som deltok i undersøkinga, synest jamt over at norske produksjonar er gode, og dei synest det er lettare å forstå tvitydigheit og ironi når innhaldet er på norsk, enn når det er på engelsk. Ifølgje rapporten delte aldersgruppa 7–14 år seg i to nesten like store grupper med tanke på føretrekt talespråk i filmar og seriar: 34 prosent føretrekkjer norsk, medan 33 prosent føretrekkjer engelsk. Samtidig varierer haldningane til føretrekt språk blant dei ulike aldersgruppene (tabell 14).

Tabell 14. Aldersgruppe og føretrekt språk i filmar og seriar. Kjelde: Norsk filminstitutt / Kantar, 2023.

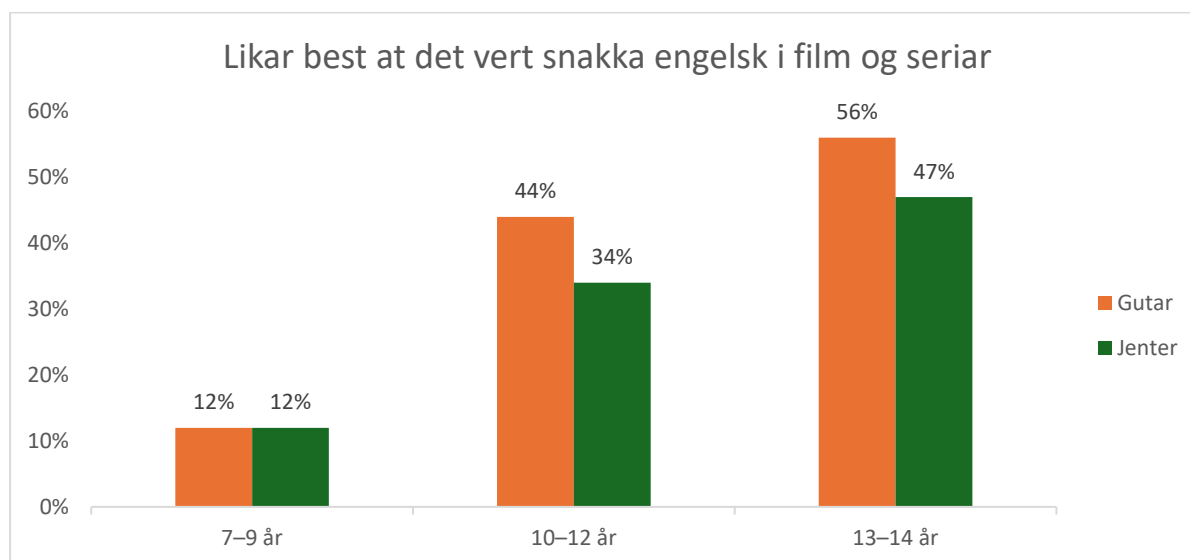


Til dømes likar aldersgruppa 7–9 år best at det vert snakka norsk i filmar og seriar (56 prosent). Det gjeld begge kjønn. Barn i alderen 10–12 år og 13–14 år svarar derimot at dei likar engelskspråkleg innhald best. I desse aldersgruppene er det også eit sprik mellom gutane og jentene. Frå fylte 10 år er det fleire jenter enn gutar som svarar at dei likar best at det vert snakka norsk i filmar og seriar (NFI/Kantar, 2023, s. 42).

Rapporten peikar på at engelsk vert viktig i fasen frå 10 til 12 år, fordi barna i den perioden for alvor tek til å meistra det språket. Mange foreldre oppmodar også barna sine om å sjå innhald på engelsk for at dei skal læra seg språket. Heile 36 prosent av foreldra som deltok i undersøkinga, svarar at dei er einige i at det er viktigare at barna lærer engelsk ved å sjå på film og seriar, enn at dei ser norsk innhald (NFI/Kantar, 2023, s. 34).

<sup>12</sup> Undersøkinga skil ikkje mellom dubba språk og språk i norske produksjonar. Barna svarar på spørsmålet om kva talespråk «de liker best», og svaralternativa er «norsk», «engelsk», «spiller ingen rolle» og «vet ikke».

Tabell 15. Prosentdel jenter og gutar i alderen 7–14 år som likar best at det vert snakka engelsk i film og seriar. Kjelde: NFI/Kantar, 2023.



Eit av hovudfunna i rapporten (NFI/Kantar, 2023) er at det finst lite innhald på norsk. Generelt har barna stort sett godt inntrykk av norske filmar og seriar, men fleire av barna som vart intervjua, og særleg dei eldre barna, svarte at dei har «runda» det norske tilbodet, altså at dei har sett alt som er tilgjengeleg. Det er verdt å merka seg at engelskpreferansen hos barna også kan koma av at dei føretrekker innhaldet i dei engelskspråklege produksjonane, uavhengig av språk. Sjølv om innhaldet på norsk er godt og populært, peikar rapporten på at det ikkje er nok av det. Det gjeld særleg innhald som er retta mot gutar i tiårsalderen og eldre.

Ein del av barna som deltok i undersøkinga, og som ikkje ser NRK heime, hadde truleg ikkje sett norsk innhald i det heile om det ikkje hadde vore for skulen (NFI/Kantar, 2023). Det tyder på at skulen er ein viktig formidlingsarena for norsk innhald. 92 prosent av barna som deltok i undersøkinga, har sett film og seriar i lag med klassen, og totalt 56 prosent av barna seier dei ser innhald dei likar, på skulen (NFI/Kantar, 2023, s. 62). Skulen inspirerer også til å sjå vidare på serien eller filmen heime: «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» (NFI/Kantar, 2023, s. 67).

## 2.5 Teksting av film og TV

NFI set krav om at alle audiovisuelle verk som får tilskot til produksjon eller lansering og/eller etterhandstilskot, skal gjerast tilgjengelege med norsk tekst i Noreg. Dersom verket skal distribuerast på kino, må det også vera teksta på norsk (Forskrift om tilskudd til audiovisuell produksjon, 2016, § 3-4). Dei fleste filmar og seriar som kjem ut i Noreg, har undertekstar på bokmål. Unntaket er filmar og seriar som vert sende av NRK, for der gjeld det generelle kravet om at 25 prosent av innhaldet skal vera på nynorsk.

Ei oppteljing Språkrådet har gjort med innspel frå Norsk Mållag, LNK og filmdistributørane Euforia og KontxtFilm, viser at desse filmane har kome med teksting på nynorsk på kino dei siste tjue åra:

- *Tropa de elite* (2008)
- *Få meg på, for faen* (2011)
- *Drømmen om MGP jr.* (2013)
- *Reisa til Fjørkongens rike* (2014)
- *Hevn* (2015)
- *Skammerens datter* (2015)
- *Richard Storcken* (2017)
- *Skammerens datter 2* (2019)

Fleire av filmane, til dømes *Skammerens datter*, kom med parallellteksting, slik at kinoane sjølve kunne velja tekstespråk.

Dei kommersielle strøymetenestene tilbyr i stor grad norsk teksting av innhaldet sitt, men dei er ikkje underlagde dei same krava som NRK.

## 2.6 Dataspel

Dataspel (eller videospel) vert spelte ved hjelp av elektronisk utstyr, slik som ein datamaskin, ein spelkonsoll eller ein mobiltelefon (Holm, Eilertsen & Krogsæter, 2026).

### Tilbod på norsk

Dataspeltilbodet frå internasjonale produsentar er enormt. Den norske dataspelbransjen består av om lag 50 til 60 utviklarselskap som gjev ut eit titals dataspel i året. Ifølgje dataspelstrategien til regjeringa (KUD, 2023b) er kvaliteten på spela rekna som høg, men dei norske spela har avgrensa gjennomslagskraft i marknaden. I tillegg fører «dataspillfeltets digitale og internasjonale natur [til] at dataspill i mindre grad har et geografisk bestemt hjemmemarked eller hjemmepublikum enn hva mange andre kulturuttrykk har» (KUD, 2023b, s. 11). Dette pregar også distribusjonen av dataspel; dei store salsplattformene er internasjonale, slik som nettbutikken Steam, der norske spel konkurrerer på lik line med internasjonale spel. Det finst ikkje noko eige distribusjonssystem for norsk innhald, slik det gjer i til dømes avis- eller bokmarknaden. Med implementeringa av AMT-direktivet<sup>13</sup> i norsk rett har strøymetenester vorte forplikta til å finansiera norsk innhald og til å framheva europeisk innhald i tenestene, men denne reguleringa gjeld ikkje for dataspel og spelplattformer.

Eit særtrekk ved dataspelkulturen er svært populære kommunikasjonsplattformer som Twitch og Discord. Twitch er ei plattform med brukarskapte kanalar der brukarar kan strøyma direktesendt videoinnhald og chatta med kvarandre. Discord vert hovudsakleg brukt til å organisera nettsamfunn og kommunisera med vener og andre spelarar.

Ein av dei mest populære brukarane som strøymar på norsk på Twitch, er Dennis Vareide med 55 000 følgjarar, medan fellesskapet /r/Norge på Discord har over 8500 medlemmar.

Norsk filminstitutt (NFI) forvaltar hovuddelen av tilskota til dataspel i Noreg. I 2024 gav NFI 48 millionar kroner i tilskot til utvikling av til saman 22 dataspel. Fem av desse spela var særskilt retta mot barn og unge (NFI, 2025e). I 2023 vart det gjeve tilskot til utvikling av ti spel særleg retta mot barn og unge (NFI, 2024). NFI tildelte til saman 20 millionar kroner til spel for barn i 2023. I 2024 var tildelingssummen 3 millionar (NFI, 2025e, s. 53).

Regionale filmfond og filmsenter gjev òg tilskot til dataspel over Kulturdepartementets budsjett. For å kvalifisera til tilskot til utvikling av dataspel frå NFI og regionale filmfond og -senter må produktet oppfylle tre av fire krav i ein kulturtest (*Forskrift om tilskudd til audiovisuell produksjon*, §1-4). Eitt av desse krava er at spelet må vera på norsk eller samisk. For å kvalifisera til lanseringstilskot må spelet koma ut på norsk i tillegg til ev. andre språk (KUD, 2023b). NFI har i 2025 sendt på høyring eit forslag om å gjera teksting på bokmål, nynorsk eller samisk til eit absolutt vilkår for å kunna få tilskot til utvikling (NFI, 2025b).

---

<sup>13</sup> EU-direktiv om audiovisuelle medietenester.

### Innkjøpsordninga for spel i bibliotek og fritidsklubbar

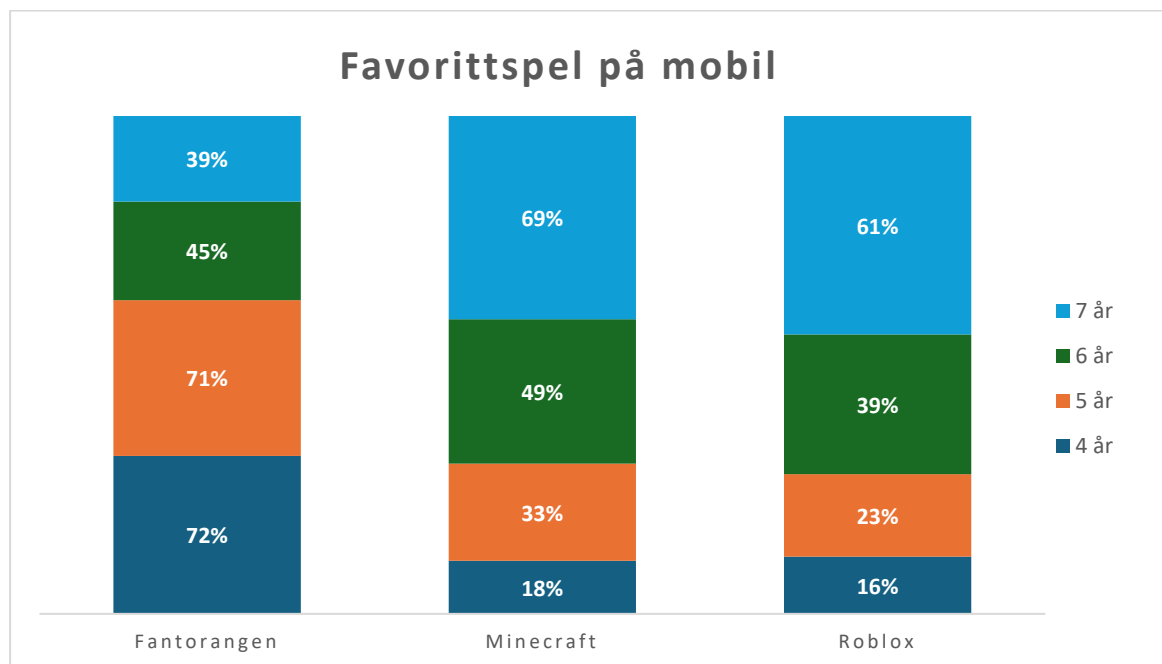
NFI kjøper inn norske dataspel til bruk i bibliotek og fritidsklubbar. Spela kan lastast ned via Spillbiblioteket.no. Spela som vert kjøpte inn via innkjøpsordninga, må vera norskproduserte eller ha ein norsk hovudprodusent. Våren 2025 er 24 spel tilgjengelege i innkjøpsordninga. Av dei 24 spela har 21 norsk tekst på bokmål (inkludert tekst for grensesnitt). Tre spel har berre engelsk tekst, og eitt av spela, *Mosaic*, har nynorsk tekst, ifølgje tal Språkrådet har fått frå NFI (e-postutveksling, 11. mars 2025c). Tidlegare har få bibliotek brukt innkjøpsordninga. I 2023 var berre om lag 100 bibliotek registrerte brukarar hos NFI (KUD, 2023b).

### Bruk

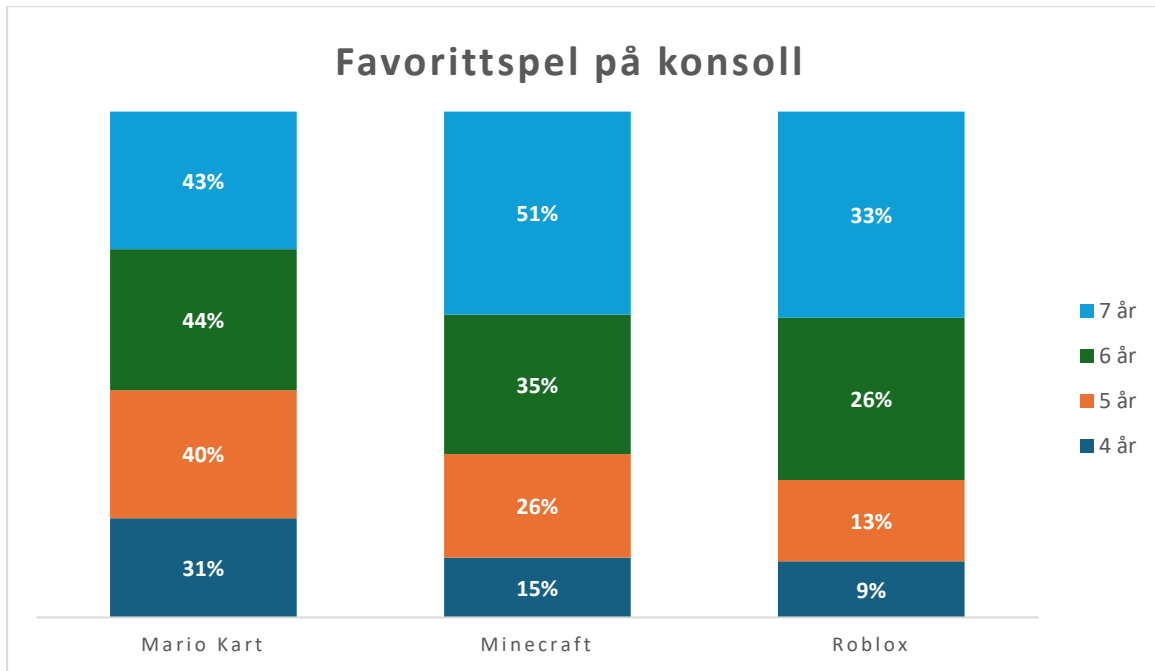
Ifølgje NFIs undersøking *I strømmen av innhold* spelar så godt som alle barn mellom 7 og 14 år (96 prosent) dataspel. 43 prosent i denne gruppa spelar dataspel kvar dag: 55 prosent av gutane og 30 prosent av jentene. Dataspel er det barn i denne aldersgruppa likar best å halda på med i fritida (NFI/Kantar, 2023).

Også dei minste barna spelar dataspel. I ei anna undersøking NFI har gjort blant foreldre til 4–7-åringar, sa foreldra at barna oftast hadde spelt Fantorangen, Minecraft, Roblox og Mario Kart (tabell 16 og tabell 17) (NFI, 2024a, s. 13).

Tabell 16. Favorittspel på mobil av totalt 44 spel. Prosentdel per aldersgruppe. Kjelde: NFI, 2024a, s. 13.



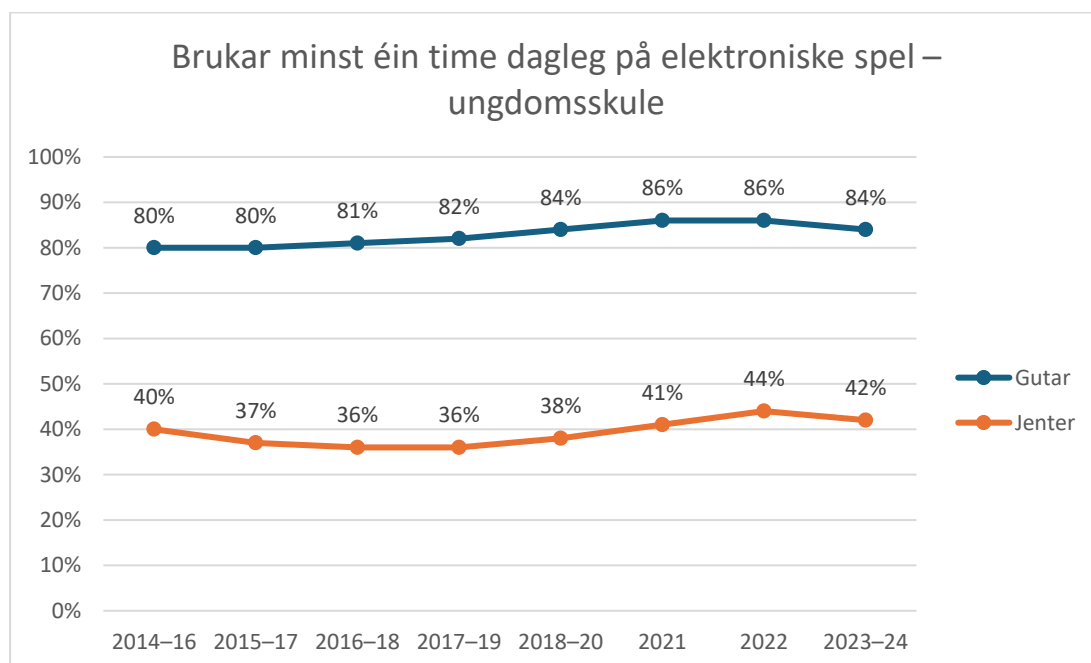
Tabell 17. Favorittspel på konsoll av totalt 44 spel. Prosentdel per aldersgruppe. Kjelde: NFI, 2024a, s. 13.



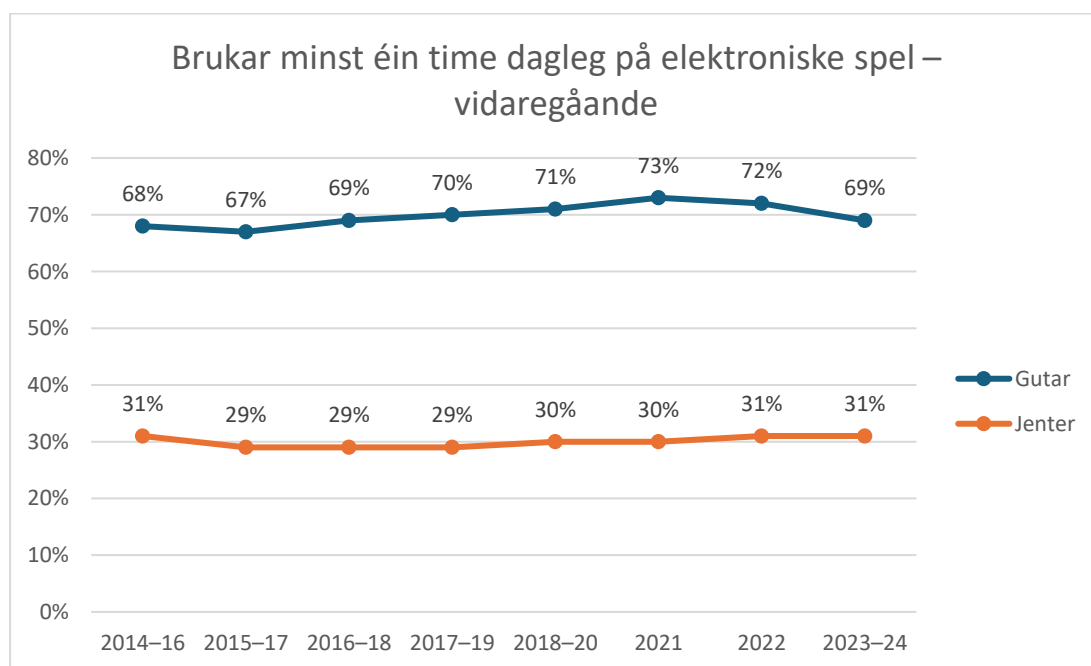
Halvparten av foreldra sa at det var svært viktig eller ganske viktig at spel dei skulle velja til barna, var på norsk, medan 18 prosent svarte at dette var lite viktig eller heilt uviktig. Berre 16 prosent av foreldra meinte det var svært eller ganske viktig at spelet var norskprodusert (NFI, 2024a).

I undersøkinga *Ungdata*, som er gjord blant elevar på ungdomstrinnet og i vidaregåande opplæring, kjem det fram at tida dei brukar på dataspel, har halde seg nokså stabil dei siste ti åra blant desse gruppene (tabell 18 og 19). Prosentdelen gutar som spelar dataspel minst éin time dagleg, har auka frå 80 til 84 prosent frå 2014 til i dag blant ungdomsskuleelevar, medan han held seg nokså stabil blant elevar på vidaregåande skule (Bakken, 2024, s. 27). Gutane brukar generelt meir tid enn jentene på dataspel.

Tabell 18. Prosentdel ungdomsskuleelevar som brukar minst éin time dagleg på elektroniske spel. Utvikling over tid, fordelt etter kjønn. Kjelde: Bakken, 2024, s. 27.



Tabell 19. Prosentdel elevar på vidaregåande skule som brukar minst éin time dagleg på elektroniske spel. Utvikling over tid, fordelt etter kjønn. Kjelde: Bakken, 2024, s. 27.



### Bruk av norskspråkleg innhald

Medietilsynet har undersøkt kva språk barn og unge brukar mest i ulike medium. Dataspeleg (*gaming*) og YouTube er dei kategoriane der barn og unge oppjev at dei brukar minst norsk. Det kjem ikkje fram i undersøkinga om det er snakk om språket i innhaldet eller språket barnet snakkar eller skriv på i spelet. Me tolkar det som språket innhaldet er på.

19 prosent oppgjev at dei spelar mest på norsk, medan 58 prosent svarar at dei spelar mest på engelsk. Tala er snudde på hovudet i kategorien «les, ser eller høyrer på nyheiter»: Her svarar 58 prosent at det vert brukt mest norsk, og 19 prosent at det vert brukt mest engelsk (Medietilsynet, 2024a, s. 52).

I aldersgruppa 9–15 år er det 69 prosent som spelar dataspel (digitale spel) ein gjennomsnittsdag, og av desse er det 36 prosent som spelar på norsk, medan prosentdelen som spelar på engelsk, er 74. Av alle aldersgrupper er det 9–15-åringane som seier at dei spelar mest på engelsk (SSB, 2025a).

Det finst ikkje eksakte tal på bruken av dataspel som er utvikla med tilskot frå NFI eller regionale filmfond og -senter, men det er ingen norskproduserte spel blant dei spela som barn og unge mellom 9–18 år svarar at dei spelar mest (Medietilsynet, 2024a). I denne aldersgruppa er det spela Fortnite, Roblox og Minecraft som vert nemnde oftast når barna svarar på spørsmål om kva spel dei spelar mest. Dei tre same spela toppa lista over mest populære spel i undersøkinga frå 2022 (Medietilsynet, 2024a, s. 71).

Blant dei aller yngste er det norskproduserte spelet frå NRK-universet om Fantorangen svært populært (NFI, 2024a). Dei aller fleste spel som vert utvikla internasjonalt, kjem i fleire språkversjonar, t.d. i menyspråk og grensesnitt, men også gjennom dubbing av talt innhald. Spela kjem som oftast med språkversjonar på dei store verdsspråka, som spansk, kinesisk eller fransk. Ein del spel vert også omsette heilt eller delvis til mellomstore språk som norsk. Det finst inga samla oversikt over spel som har vorte omsette til norsk, men det finst noko informasjon på dei store distribusjonsplattformene om kva språk eit spel er tilgjengeleg på.

## 2.7 Radio og lydmedium

Dette kapittelet tek føre seg lydmedium som radio og podkast. I tillegg kjem lytting på musikk.

### Tilbod

#### *Radio*

NRK skal ifølgje vedtektene tilby allmennkringkasting på radio (NRK, 2023). I 2024 hadde NRK 13 radiokanalar tilgjengelege på DAB (NRK, 2024 s. 48). I tillegg er ei rekke kommersielle radiokanalar tilgjengelege over heile landet. Dei to største av dei kommersielle er P4 og Radio Norge. NRK Super, NRK P3 og NRK mP3 er radiokanalar som rettar seg spesifikt mot barn og unge.

#### *Podkast*

Dei største distribusjonsplattformene for podkast i Noreg er Spotify og NRK Radio-appen. Andre plattformer er Podme, iTunes/Apple podcast, YouTube og Podimo (Bauer Media et al., 2025).

#### *Musikk og musikkstrøyming*

Ifølgje vedtektene til NRK (2023) skal minst 40 prosent av musikken som vert spelt på dei fleste NRK-radiokanalane, vera norsk, med vekt på norskspråkleg eller norskkomponert musikk.

Spotify er den største plattformen for strøyming av musikk i aldersgruppa 16–24 år (Kantar, 2025, s. 6), men det finst òg fleire andre plattformer, til dømes Apple Music og Tidal.

### Bruk

#### *Radio*

I 1991 var prosentdelen radiolyttarar 47 blant dei mellom 9 og 15 år. Sidan har prosentdelen minka, i takt med at radiolyttinga generelt har gått ned. I 2024 var det 20 prosent av 9–15-åringane som lytta til radio ein gjennomsnittsdag, medan prosentdelen av 16–24-åringane var 18.

Dei yngste aldersgruppene er også dei som brukar klart minst tid på å lytta på radio, samanlikna med eldre aldersgrupper (SSB, 2025a).

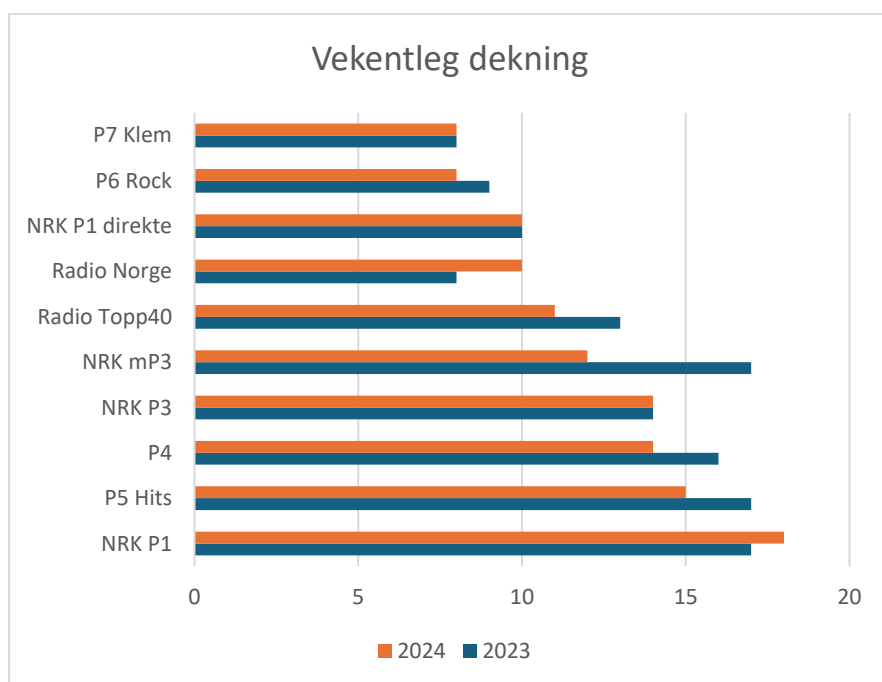
Generelt er det ein svært høg prosentdel som lyttar til radio på norsk, men dei yngste aldersgruppene merker seg ut ved å også lytta til radio på engelsk (tabell 20).

Tabell 20. Prosentdel av radiolyttarar som høyrer på radio på ulike språk ein gjennomsnittsdag. Kjelde: SSB, 2025a.

	Norsk	Engelsk	Andre språk
2022	98	5	3
2023	97	5	2
<b>2024</b>	<b>97</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
<b>Kjønn</b>			
Menn	98	7	2
Kvinner	96	5	2
<b>Alder</b>			
<b>9–15</b>	<b>93</b>	<b>24</b>	<b>2</b>
<b>16–24</b>	<b>97</b>	<b>10</b>	<b>1</b>
25–44	95	7	3
45–66	98	4	3
67–79	99	2	2
80 år og eldre	98	7	0

NRK P1 er kanalen som flest unge mellom 15 og 24 år er innom i løpet av veka (18 prosent), følgd av P5 Hits, P4, NRK P3 og NRK mP3 (tabell 21).

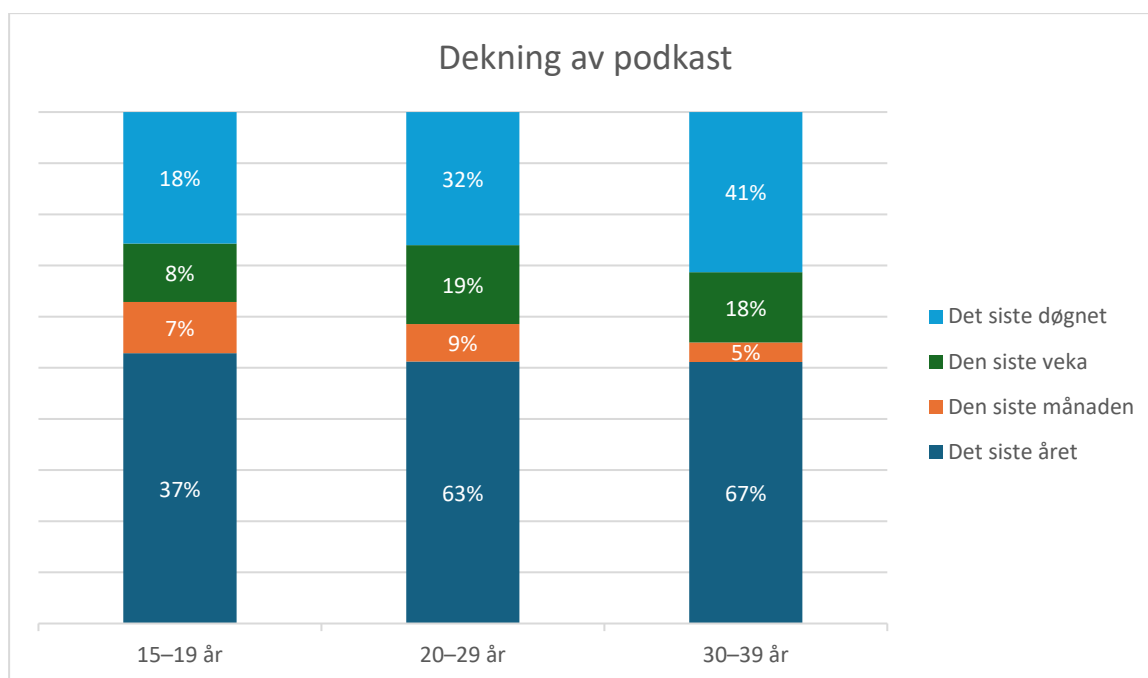
Tabell 21. Vekentleg dekning, radiokanalar. Kjelde: Kantar, 2025.



### Podkast

Blant unge vaksne mellom 20 og 29 år er lytting til podkast svært utbreitt: 63 prosent i aldersgruppa har lytta til podkast i løpet av det siste året, og 32 prosent har lytta det siste døgnnet. I aldersgruppa 15–19 år har 18 prosent lytta til podkast det siste døgnnet (tabell 22).

Tabell 22. Prosentdel etter alder som lytta til podkast siste året, månaden, veka og døgnet. Kjelde: Bauer Media et al., 2025.



Spotify er den viktigaste distribusjonsplattforma for podkast i Noreg og gjev ut ei årleg toppliste over dei mest populære podkastane på plattforma. I 2024 var ni av dei ti mest populære podkastane på lista norske (Spotify, 2024).

Ifølgje rapporten om medielivet til norske 15–24-åringar frå Kantar Media (2025) seier 18 prosent i denne aldersgruppa at dei har lytta til ein utanlandsk podkast dei siste sju dagane. Prosentdelen for dei som er 25 år og eldre, er 12.

Tal frå SSB viser at 64 prosent av podkastlyttarar i aldersgruppa 16–24 år høyrer podkast på norsk. 36 prosent i den same aldersgruppa lyttar til podkast på engelsk (SSB, 2025b)<sup>14</sup>.

Både podkast og radio vert også brukte som kjelde til nyheiter blant barn og unge i alderen 9–18 år, ifølgje undersøkinga *Barn og medier 2024* frå Medietilsynet (2024a). Resultat frå undersøkinga viser at bruken av podkast eller radio som nyheitsplattform aukar med alderen, og det er meir populært blant dei eldste ungdommane. 59 prosent av respondentane i alderen 17–18 år svarte at dei fekk med seg nyheiter frå podkast «ofte» eller «av og til», mot 40 prosent av 9–11-åringane (Medietilsynet, 2024a, s. 58).

### Musikk

Blant 15–24-åringane svarar 76 prosent at dei brukar musikkstrøymetenesta Spotify dagleg (Kantar Media, 2025). Ifølgje SSB (2025a) lyttar over halvparten i aldersgruppa 9–15 år til strøyma musikk ein gjennomsnittsdag, medan nesten to av tre i aldersgruppa 16–24 år gjer dette dagleg.

<sup>14</sup> Her har informantane hatt høve til å svara fleire alternativ, noko som betyr at dei som høyrer på norsk, også kan svara at dei høyrer på engelsk eller andre språk, og omvendt.

Aldersgruppa 16–24 år merker seg ut med å bruka særleg mykje tid til å lytta på musikk, med over to timar i snitt per dag (tabell 24).

Tabell 23. Snitt av minutt brukt til å høyra på musikk, podkast og lydbok ein gjennomsnittsdag etter kjønn og alder, blant heile befolkninga og blant lyttarar av lydmedium. Kjelde: SSB, 2025a.

	<b>Blant alle</b>			<b>Blant lyttarar</b>		
	<b>Musikk</b>	<b>Lydbok</b>	<b>Podkast</b>	<b>Musikk</b>	<b>Lydbok</b>	<b>Podkast</b>
<b>2022</b>	55	7	11	114	96	71
<b>2023</b>	57	6	11	106	85	70
<b>2024</b>	<b>64</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>117</b>	<b>88</b>	<b>80</b>
<b>Kjønn</b>						
<i>Menn</i>	68	5	14	125	97	87
<i>Kvinner</i>	60	8	13	109	84	74
<b>Alder</b>						
<b>9–15</b>	<b>53</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>77</b>	<b>36</b>	-
<b>16–24</b>	<b>141</b>	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>161</b>	-	<b>85</b>
<i>25–44</i>	84	7	25	118	88	87
<i>45–66</i>	48	9	10	111	92	71
<i>67–79</i>	19	6	3	84	-	58
<i>80 år og eldre</i>	14	2	1	-	-	-

Kvart år deler Spotify ei oppsummering som viser kva artistar, låtar og album som vart strøymde mest i løpet av året. I 2024 var dei mest populære strøymde artistane internasjonale, men det var også norske artistar på topp ti-lista (Spotify, 2024).

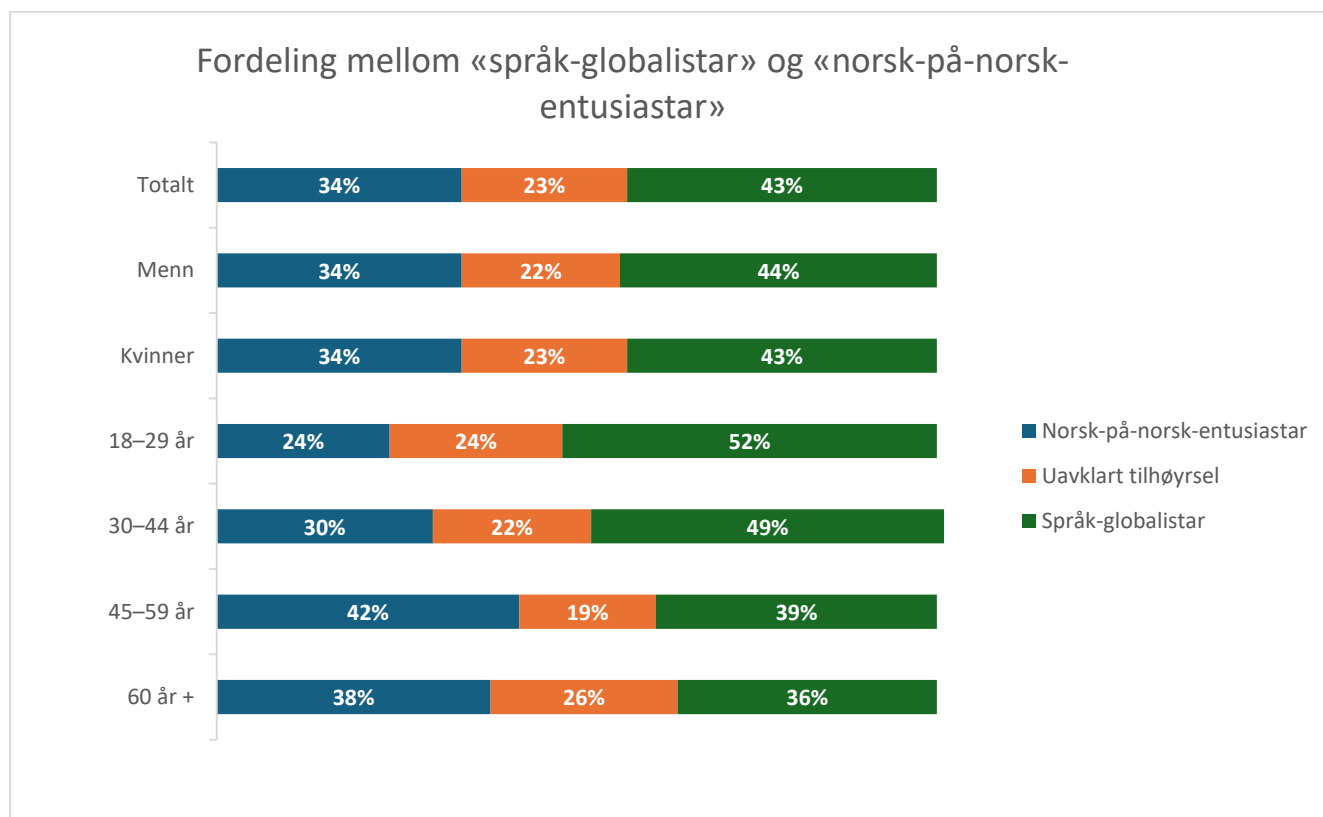
Fem av dei ti mest spelte norskproduserte låtane på radio i 2024 hadde norsk tekst. Dei tre mest spelte låtane hadde alle norsk tekst (Gramo, 2025).

Ifølgje ei opteljing som avisa Aftenposten har gjort, var ti prosent av låtane på hitlista topp 20 norskspråklege i løpet av 2015. I 2025 hadde prosentdelen norskspråklege låtar på lista stige til over 50. Ein slik trend med meir populærmusikk på nasjonalspråket ser ein òg i Danmark og Sverige (Holtvedt & Nærland, 2025).

I 2024 utførte Verian på oppdrag frå Språkrådet ei undersøking om haldningane til musikk på norsk (Hov, Karterud & Pran, 2024). Den yngste aldersgruppa i undersøkinga er mellom 18 og 29 år. I ein clusteranalyse vart det definert tre «klynger» i befolkninga, basert på kva haldningar dei har til norsk språk i musikk. Den eine gruppa vart definert som «språk-globalistar». Informantane i denne gruppa var mindre opptekne av at det vert laga musikk med norsk tekst, og dei var usamde i påstanden om at norsk tekst formidlar kjensler betre enn engelsk tekst. «Norsk-på-norsk-entusiastane» var derimot samde i at norsk tekst gjer det lettare å kjenna seg att i musikken, og dei var svært positive til musikk med tekst på dialekt. I

aldersgruppa 18–29 år var gruppa med «språk-globalistar» dobbelt så stor som «norsk-på-norsk-entusiastane» (tabell 25).

Tabell 24. Prosentfordeling mellom «språk-globalistar» og «norsk-på-norsk-entusiastar». Kjelde: Hov, Karterud & Pran, 2024.



Deltakarane i undersøkinga vart også bedne om å notera ned namnet på artistar som dei assosierer med bruk av norsk tekst. I gruppa 18–29 år vart artistane Karpe, Odd Nordstoga, TIX, Gabrielle og Synne Vo oftast nemnde. Eldre aldersgrupper nemnde i større grad artistar som Bjørn Eidsvåg, Åge Aleksandersen og Øystein Sunde (Hov, Karterud & Pran, 2024).

## 2.8 Barne- og ungdomslitteratur

Barne- og ungdomslitteratur<sup>15</sup> er det medietilbodet barn og unge har hatt tilgang til lengst, og det har vore publisert og skrive litteratur i Noreg med barn og unge som målgruppe i meir enn 200 år (Hylland et al., 2020, s. 60).

### Tilbod

Produksjonen av barnelitteratur på norsk er høg, og i 2017 vart det gjeve ut 1348 barnebøker, det høgste talet nokosinne (Hylland et al., 2020, s. 61). I åra etter 2017 har talet gått noko ned. I 2023 vart det gjeve ut totalt 1131 barnebøker på norsk. 616 av desse var omsette titlar (Ørjasæter, 2025).

Kvart år legg Den norske Forleggerforening fram bransjestatistikk over bokmarknaden i Noreg. Rapporten viser utviklinga i sal av trykte og digitale utgjevingar. Totalt omsette den norske bokbransjen for 5,8 milliardar kroner i 2024. Tala viser ein nedgang i skulebokmarknaden og fagbokmarknaden (lærebøker) med høvesvis 4,5 prosent og 1,2 prosent. Det er derimot ein auke i sal av barne- og ungdomslitteratur til allmenmarknaden. Den auken er det hovudsakleg lydbøker/strøyming som står for (Den norske Forleggerforening, 2025, s. 11).

I Noreg er biblioteka ein berebjelke i det offentlege litteraturtilbodet til barn. I 2024 stod barnebøker for den største auken i bokutlån. Folkebiblioteklova (1985) krev at alle kommunar skal ha minst eitt folkebibliotek, og i 2024 var det registrert 632 slike (Nasjonalbiblioteket, u.å.). I tillegg kjem fylkesbibliotek (eigde og drivne av fylkeskommunane) og Nasjonalbiblioteket. Skulebibliotek finst òg på mange skular, og opplæringsforskrifta (2024) slår fast at «[k]ommunen og fylkeskommunen skal sørge for at elevane har tilgang til eit skulebibliotek eller eit anna bibliotek som er særskilt tilrettelagt for skolen» (§ 11-2). I 2025 fekk 52 kommunar midlar til skulebibliotek (Kunnskapsdepartementet, 2025). I 2026 er potten som kommunar kan søka om midlar til skulebibliotek frå, auka frå 50 til 103,2 millionar kroner. Etter endringa i forskrift om bibliotekstatistikk (1987) i 2022, hentar Nasjonalbiblioteket ikkje lenger inn statistikk for skulebiblioteket i grunnskule og vidaregåande skule.<sup>16</sup>

Norsk barnebokinstitutt fører årleg statistikk over utgjevne bøker for barn og unge, basert på materiale frå Nasjonalbiblioteket. Statistikken inkluderer bøker som er gjevne ut på papir i Noreg, utanom skulebøker. Tala nedanfor gjeld bøker som er gjevne ut på norsk, og bøker som er omsette frå andre språk til norsk.

---

<sup>15</sup> Dette delkapitlet tek i hovudsak føre seg skjønnlitterære verk, ikkje skulebøker og fagbøker for barn og unge. Unntaket er i avsnittet om bibliotek, der fagbøker er tekne med i statistikken frå Nasjonalbiblioteket.

<sup>16</sup> Tilvisingane til skulebibliotek er strøkne frå § 1 og § 3, som del av oppfølginga av *Nasjonal bibliotekstrategi 2020–2023 – Rom for demokrati og danning*. I bibliotekstrategien (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 27) vert det slått fast at «[a]nsvaret for å hente inn statistikk om skulebibliotek skal overføres fra Nasjonalbiblioteket til Utdanningsdirektoratet».

Tabell 25. Tal på papirbøker på norsk for barn og unge, utgjevne i perioden 2019–2023. Kjelde: Ørjasæter, 2025.

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Alle titlar</b>	1048	900	1027	1028	1131
<b>Nye titlar</b>	856	764	868	919	1012
<b>Titlar gjevne ut på nytt</b>	192	136	159	109	119

I 2023 vart det gjeve ut 1131 papirbøker for barn og unge på norsk. Det er 103 fleire bøker enn året før. 487 nye bøker var skrivne på norsk i 2023, og dette talet har auka noko i perioden 2019–2023 (Ørjasæter, 2025).

Talet på nye omsetjingar har auka kraftig i eit femårsperspektiv. Dei fleste omsetjingane er frå engelsk, men det er også ein vesentleg auke i omsetjingar frå japansk til norsk (Ørjasæter, 2025). I 2023 var det 616 omsetjingar<sup>17</sup> frå andre språk til norsk.

Tabell 26. Fordeling mellom norske og omsette titlar, nye bøker og bøker gjevne ut på nytt. Kjelde: Ørjasæter, 2025.

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Alle titlar</b>	1048	900	1027	1028	1131
<b>Bøker skrivne på norsk</b>	528	481	518	540	515
<b>Omsette bøker</b>	520	419	509	488	616
<b>Norske nye bøker</b>	444	442	474	497	487
<b>Norske bøker gjevne ut på nytt</b>	84	39	44	43	28
<b>Omsette nye bøker</b>	412	322	394	422	525
<b>Omsette bøker gjevne ut på nytt</b>	108	97	115	66	91

Av dei 1131 barne- og ungdomsbøkene som vart gjevne ut i 2023, var berre 42 på nynorsk. Det er det lågaste talet på fleire år. Ifølgje Norsk barnebokinstitut er dette eit oppsiktsvekkande lågt tal på nynorsktitlar. Så seint som i 2020 vart det gjeve ut 69 bøker på nynorsk, og i 2018 vart det gjeve ut heile 85 titlar på nynorsk (tabell 28).

I snitt vart altså 3,71 prosent av barne- og ungdomsbøkene i 2023 gjevne ut på nynorsk. Det er lågare enn snittet for nynorskdelen i perioden 2019–2023 på 5,68 prosent.

<sup>17</sup> Dette talet inkluderer også omsette bøker gjevne ut på nytt.

Tabell 27. Fordeling mellom talet på bøker utgjevne på bokmål og nynorsk i perioden 2019–2023. Kjelde: Ørjasæter, 2025.

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Total</b>	1048	900	1027	1028	1131
<b>Bokmål</b>	982	831	975	970	1089
<b>Nynorsk</b>	66	69	52	58	42

Blant omsette bøker er så å seia alle på bokmål. I 2023 var om lag ein prosent av dei omsette barne- og ungdomsbøkene som vart utgjevne i Noreg, på nynorsk. Tala for heile perioden 2019 til 2023 viser at 45 av 2552 var omsetjingar til nynorsk, altså 1,8 prosent. Det er ein tydeleg trend at talet på bøker som vert omsette til nynorsk, går nedover.

## Bruk

Nær halvparten av barn i alderen 9–12 år las papirbøker i løpet av ein gjennomsnittsdag i 2024, viser Norsk mediebarometer (SSB, 2025a, s. 143)<sup>18</sup>. Blant ungdommane i alderen 16–24 år svarar berre 18 prosent at dei les papirbøker dagleg.

Statistikk for 2025 viser at barn i aldersgruppa 9–12 år i snitt las 16,8 papirbøker i løpet av dei siste tolv månadane, medan ungdom i aldersgruppa 13–15 år i snitt las 4,3 bøker og ungdom i aldersgruppa 16–19 år las 4,1 bøker (SSB, 2026, s. 54). Her er det også eit skilje mellom kjønna. I aldersgruppa 9–15 år las gutane i snitt 7 bøker dei siste tolv månadane, medan talet på bøker lesne blant jentene er 15,6. Lydbok er også særleg populært i aldersgruppa 9–15 år. Tal frå Norsk kulturbarometer 2025 viser at 22 prosent av barn 9–15 år høyrde på lydbok dei siste sju dagane. Det er ein auke frå 17 prosent i 2023 (SSB, 2026, s. 59).

I SSBs tidsbruksundersøking (2024b) kjem det fram at tida nordmenn brukar til lesing, har vorte drastisk redusert. I 1980 las aldersgruppa 16–24 år i snitt 38 minutt kvar dag. I 2022 las den same aldersgruppa i snitt 9 minutt kvar dag. Ifølgje undersøkinga brukar barn og unge meir tid på sosiale medium, fjernsynssjåing og dataspel (SSB, 2024b).

PISA<sup>19</sup>-undersøkinga frå både 2018 og 2022 viser at leseferdigheitene til norske 15-åringar har vorte mykje dårlegare. Også PIRLS<sup>20</sup>-studien som kartlegg leseferdigheiter hos skuleelevar, viser ein markant nedgang i leseferdigheitene til norske tiåringar. Studien vart sist gjennomført i 2021, og resultata viser at norske barn las markant dårlegare i 2021 enn i 2016. I tillegg hadde norske barn lågare leseglede enn deltakarane frå alle dei andre 65 landa i undersøkinga (Wagner et al., 2023, s. 8). Leselyststrategien til regjeringa slår fast at «[d]et

<sup>18</sup> Tala frå SSB gjeld berre boklesing på fritida. Høgtlesing og bøker som vert lesne på skulen, er ikkje med i statistikken deira.

<sup>19</sup> PISA (Programme for International Student Assessment) er ei internasjonal undersøking som måler kompetansen til 15-åringar i matematikk, naturfag og lesing. Undersøkinga vert gjord kvart tredje år. Noreg har delteke i undersøkinga sidan 2000.

<sup>20</sup> PIRLS (Progress in International Reading Literacy Study) kartlegg og samanliknar leseferdigheitene til elevar i tiårsalderen. I Noreg vert undersøkinga gjennomført blant barn i 4. og 5. klasse.

norske gjennomsnittresultatet [for leseferdigheter] er tilbake på samme nivå som i 2006 og prestasjonene er nå på samme nivå som OECD-gjennomsnittet. Dette er det laveste nivået som er målt mens undersøkelsen har vært gjennomført i Norge» (KUD & KD, 2024, s. 9).

Stadig færre barn og unge vert lesne for, viser *Leserundersøkelsen 2024* (Bokhandlerforeningen & Forleggerforeningen, 2024). For året 2017 svarte 93 prosent av foreldre med barn under 10 år at dei las høgt for barna sine. For 2023 svarte 75 prosent det same. Det er ein nedgang på 18 prosentpoeng på seks år, og 8 prosentpoeng sidan sist undersøking i 2021. Undersøkinga viser samtidig at 63 prosent av foreldra svarte at dei les for barna sine les minst to–tre gongar i veka, mot 55 prosent i 2017.

Ein av tre foreldre les sjeldan eller aldri bøker for barna sine, viser ein studie frå Nasjonalt lesesenter (2023). I undersøkinga vart foreldre til barn i alderen 3–6 år spurde kor mange bøker dei les i veka for barna sine. Foreldra fekk også spørsmål om kor mange gongar barna spør om å verta lesne for. Resultata viser at 80 prosent av barna minst éin gong hadde spurt om å verta lesne for.

Då det sosiale mediet TikTok for alvor vart populært i 2019, oppstod også emneknaggen og trenden #BookTok. Dette førte til eit eige nettfellesskap av brukarar på TikTok som deler lesetips og bokanalysar. Ifølgje ei svensk undersøking har det ført til meir lesing blant unge vaksne i Sverige. Også i Noreg har salet av ungdomsbøker auka, ifølgje bokhandlarkjeda Norli. I 2022 kalla marknadsjefen i Norli BookTok-trenden det største fenomenet i ungdomslesinga sidan Twilight-serien (Bokhandlerforeningen, 2022). I samanheng med BookTok har også bibliotek i Noreg oppretta eigne TikTok-kontoar for å nå dei unge lesarane med boktilrådingar (Soelseth et al., 2025).

Det ser ut til at også påverkarar når fram til mange potensielle lesarar blant unge. Til dømes har påverkar Sophie Elise Isachsen promotert nynorsk litteratur på sosiale medium-plattformene sine. I 2025 fekk ho Målblome-prisen av Noregs Mållag for å ha ytra seg positivt om nynorsk litteratur (Nøttveit, 2025).

Barn og unge les lite litteratur på nynorsk, viser statistikk frå Kulturbarometeret for 2025 (SSB, 2026, s. 56). Blant papirboklesarane i aldersgruppa 9–15 år oppgav berre 4 prosent at den siste boka dei las, var på nynorsk, mot 79 prosent som svarte bokmål, og 14 prosent som svarte engelsk. På tilsvarande spørsmål i aldersgruppa 16–24 år svarte 5 prosent nynorsk, 42 prosent bokmål og 52 prosent engelsk.

Tabell 28. Prosentdel av papirboklesarar siste sju dagar, etter kva språk boka dei sist las, var på. Kjelde: SSB, 2026.

Alder	Bokmål	Nynorsk	Engelsk
9–15	79	4	14
16–24	42	5	52

### Bruk i bibliotek

2024 var eit rekordår for biblioteka i Noreg. Totalt vart det lånt ut 13,4 millionar fysiske bøker frå folkebiblioteka. Det var ein oppgang på 6,7 prosent sidan 2023. Av dei utlånte bøkene i 2024 var 7,8 millionar barne- og ungdomsbøker (Nasjonalbiblioteket, u.å.). Det er det høgste talet Nasjonalbiblioteket har rapportert om sidan registreringa vart endra i 2008. Barnebøker står for størstedelen av auken i bokutlån i 2024, med eit snitt på 8,5 bøker i året per barn. Det er ein auke på nesten 9 prosent frå 2023, og det gjeld både fagbøker og skjønnlitteratur for barn (Nasjonalbiblioteket, u.å.).

Sommarles-prosjektet vert trekt fram som «[d]et største og kanskje viktigste formidlingstiltaket» i bibliotekstrategien (KUD, 2023c). Sommarles er biblioteka sin lesekampanje for barneskuleelevar i sommarferien. I 2025 hadde Sommarles 162 600 deltakarar, og totalt 2,3 millionar bøker vart lesne av dei barna som deltok (Sommerles.no, u.å.). Ei undersøking gjort av Nasjonalbiblioteket i 2023 viser at éin av fire informantar har høyrte om Sommerles (Nasjonalbiblioteket, 2023)<sup>21</sup>.

Tabell 29. Mest leste bøker i Sommarles-prosjektet 2025, fordelt på årstrinn. Kjelde: Sommerles.no, u.å.

<b>Topp 5</b>	<b>1.–3. trinn</b>	<b>4.–5. trinn</b>	<b>6.–7. trinn</b>
1	Bukkene Bruse drar til Syden	Reisen til Jotundalen, Nordlys 1	Hjertestopper 1
2	Den utrolige historien om den kjempestore pæra	Nekromanseren, Edelmot 2	Hjertestopper 2
3	Kokosbananas og godteristøvsugeren	Edelmot, Edelmot 1	Trofeet, Mørkalven 2
4	Kokosbananas og prompebrusen	Vikingene og orakelet, Nordlys 2	Lyntyven, Peter Jackson 1
5	Kokosbananas og forte-segroboten	Hundemannen	Hjertestopper 3

Barn og unge er også dei mest ivrige lesarane av teikneseriar på papir. I 2024 las 14 prosent av barn og unge i alderen 9–15 år papirteikneseriar ein gjennomsnittsdag, viser tal frå SSB (2025a). Gutar i alderen 9–15 år les meir teikneseriar enn jenter på same alder (22 prosent mot 15 prosent). Det har likevel vore ein nedgang i teikneserie-lesing dei siste 30 åra. Til samanlikning las over halvparten av barn i alderen 9–15 år teikneseriar i løpet av ein dag i 1991 (SSB, 2025a, s. 133).

Fantasy-teikneserien Nordlys av Malin Falch ligg øvst på lista over dei mest utlånte teikneseriane ved folkebiblioteket Deichman i Oslo i 2023, 2024 og 2025 (tabell 31).

<sup>21</sup> Om lag 1000 representantar frå heile landet deltok i undersøkinga.

Tabell 30. Utlånstoppen hos Deichman i 2023, 2024 og 2025. Kjelde: Deichman, 2025a, 2025b og 2026.

	2024	2023	2025
1	Kråkesøstrene (Nordlys)	Kråkesøstrene (Nordlys)	Harkukkas ønske (Nordlys)
2	Trollriket (Nordlys)	Trollriket (Nordlys)	Edelmot (Nekromanseren 2)
3	Hundemannen er på ballen	Portaltreet del 1 (Nordlys)	Hundemannen er på ballen
4	Vikingene og orakelet (Nordlys)	Hundemannen er på ballen	Kråkesøstrene (Nordlys)
5	Når villdyret våkner	Vikingene og orakelet (Nordlys)	Trollriket (Nordlys)
6	Portaltreet del 1 (Nordlys)	Portaltreet del 2 (Nordlys)	Vikingene og Orakelet (Nordlys)
7	Portaltreet del 2 (Nordlys)	Når villdyret våkner	Når villdyret våkner
8	Bølgerytteren	Reisen til Jotundalen (Nordlys)	Ildsjø
9	Reisen til Jotundalen (Nordlys)	Frostrøyk	Portaltreet del 1 (Nordlys)
10	Dypfryst	Loppenes herre	Reisen til Jotundalen (Nordlys)

Den siste teikneserie-boka i Nordlys-serien låg også på tredjeplass over dei meste selde nye norske barnebøkene i 2024 i oversikta frå Bokhandlerforeningen (2025). Lista er basert på salsstatistikk frå fleirtalet av medlemmane i Bokhandlerforeningen<sup>22</sup>. I denne oversikta inngår altså teikneseriar i kategorien «nye norske barnebøker».

Tabell 31. Dei mest selde nye norske barnebøkene i 2024. Kjelde: Bokhandlerforeningen, 2025.

	Tittel	Forfattar	Forlag	Skriftspråk
1	Felix har følelser	Charlotte Mjelde	Frisk forlag	Bokmål
2	De står i kø	Per Dybvig	Aschehoug	Bokmål

<sup>22</sup> Per 31.12.2024 hadde foreninga 462 medlemmar. Dei fleste av bokhandlane som er medlemmar, tilhøyrer kjedene ARK og Norli.

<b>3</b>	Harukkas ønske	Malin Falch	Egmont Kids Media Nordic	Bokmål
<b>4</b>	Nekromanseren	Victor Sotberg	Egmont Kids Media Nordic	Bokmål
<b>5</b>	Den store boka om gaming	Aslak Maurstad	Aschehoug	Bokmål
<b>6</b>	Max Manus	Andreas Iversen	Kagge	Bokmål
<b>7</b>	Mysteriet med den tause papegøyen	Lars Mæhle	Gyldendal	Bokmål
<b>8</b>	Min første bakebok	Anne Nilsen og Elin Vatnar Vålaug	Cappelen Damm	Bokmål
<b>9</b>	Livet er livsfarlig!	Reidar Müller	Aschehoug	Bokmål
<b>10</b>	Operasjon Ellemelle	Jørn Lier Horst	Bonnier Norsk Forlag	Bokmål
<b>11</b>	Jakten på Trolløyet	Jørn Lier Horst	Bonnier Norsk Forlag	Bokmål
<b>12</b>	Jakten på Den hvite ørnen	Jørn Lier Horst	Bonnier Norsk Forlag	Bokmål
<b>13</b>	Operasjon Traktor	Jørn Lier Horst	Bonnier Norsk Forlag	Bokmål
<b>14</b>	Den store boken om Corny	Sandra Lyng	Gyldendal	Bokmål
<b>15</b>	Jakten på Vinterstjernen	Jørn Lier Horst og Hans Jørgen Sandnes	Bonnier Norsk Forlag	Bokmål
<b>16</b>	Edderkoppenes dronning	Arne Lindmo	Figenschou	Bokmål
<b>17</b>	Mine første ord	Knut Næsheim	Vigmostad Bjørke	Bokmål
<b>18</b>	God natt, Bjørnis	Marthe Gravseth Aspen	Aschehoug	Bokmål
<b>19</b>	Vulkanen	Lars Mæhle	Kagge	Bokmål
<b>20</b>	Forbannelsen i Trollskog	Arne Lindmo	Figenschou	Bokmål

<b>21</b>	Stormen: Dinosaurgjengen 13	Lars Mæhle	Kagge	Bokmål
<b>22</b>	Kokosbananas og juletyven	Rolf Magne Andersen og Victoria Haallman Hamre	Cappelen Damm	Bokmål
<b>23</b>	Nord og ned	Ronald Kabicek, Endre Skandfer og Bjarte Agdestein	Strand	Bokmål
<b>24</b>	Hvorfor kan man ikke sprekke av sinne?	Benjamin Baarli Silseth	Cappelen Damm	Bokmål
<b>25</b>	Fantus og verktøyene	Knus Næsheim	Vigmostad Bjørke	Bokmål

## 2.9 Scenekunst

I denne kategorien ser me særleg på teater som sentral språkarena. Teatera i Noreg har lang tradisjon og har vore særleg viktige for norsk språk. Fram til midten av 1800-talet var dansk det dominerande scenespråket, men opninga av Det norske Theatret i Bergen (forløparen til Den Nationale Scene) i 1850 la til rette for norsk som scenespråk. Dei første teatera med offentleg støtte, Nationaltheatret og Det Norske Teatret, opna i Oslo rundt 1900.

### Tilbod

Dei største teaterinstitusjonane i Noreg i dag er Nationaltheatret, Den Nationale Scene, Det Norske Teatret og Riksteatret. I tillegg finst det ei rekke regionteater over heile landet.

Riksteatret er eit nasjonalt turnéteater og framfører scenekunst over heile Noreg. Teateret har særleg fokus på scenekunst for barn og unge. Det finst også fleire teater i Noreg som set opp framsyningar primært for barn og unge, til dømes Unge Viken Teater i Akershus og Tigerstadsteatret i Oslo. Det Norske Teatret i Oslo er ein av dei viktigaste nynorskinstitusjonane i Noreg og set opp skodespel på nynorsk og norske dialektar. Det same gjer fleire regionteater, mellom anna Det Vestnorske Teateret og Teater Vestland.

Den kulturelle skulesekken (DKS) er ei nasjonal ordning som skal sørge for at alle skuleelevar i Noreg får oppleve profesjonell kunst og kultur kvart år. Scenekunst i DKS omfattar både dans, opera, teater og nysirkus, og denne kategorien utgjorde i 2024 16 prosent av arrangementa i regi av DKS (Kulturtanken, 2025, s. 36).

### Bruk

Åra under koronapandemien var prega av restriksjonar og stengde kulturtilbod. I 2023 har talet på besøk auka att: 38 prosent av befolkninga var på teater, revy eller musikal i 2023, mot 16 prosent i 2021. I både 2023 og 2025 var det aldersgruppa 9–15 år som stod for flest teaterbesøk: 59 prosent hadde vore på teater eller musikal i løpet av dei siste tolv månadane i 2023, 61 prosent i 2025 (SSB, 2024a, s. 60; SSB, 2026, s. 62). Av dei teaterbesøkande i alderen 9–15, svarte 55 prosent at dei såg teaterframsyning i skuletida i 2025 (SSB, 2026, s.62).

Tabell 32. Prosentdel av befolkninga som har vore på teater eller musikal dei siste tolv månadane. Kjelde: SSB, 2024a, s. 61; SSB, 2026, s.63.

Alders-gruppe	1991	1994	1997	2000	2004	2008	2012	2016	2021	2023	2025
9–15	51	49	47	47	47	54	60	58	33	59	61
16–24	48	49	50	51	48	44	41	50	18	32	33

I aldersgruppa 16–24 år er det færre som går på teater eller musikal enn det er i aldersgruppa 9–15 år, både i 2023 og i 2025. Det er også skilnad mellom kjønna, ifølgje

kulturbruksundersøkinga til SSB (2024a; 2026). Kvinner er meir på teater enn menn, og det gjeld i alle aldersgrupper. I 2025 svarte 33 prosent av menn i alderen 16–24 år at dei aldri har vore på teaterframsyning i det heile (SSB, 2026, s. 62). Blant dei i aldersgruppa 9–15 år som svarte at dei ønska å besøka teater, opera eller danseframsyning oftare, var dei tre vanlegaste årsakene til at dei ikkje gjekk oftare «utval» (46 prosent), «ikkje tid» (35 prosent) eller «økonomiske» (23 prosent) (SSB, 2026, s.75). Til saman deltok over 500 000 elevar på arrangement i kategorien scenekunst i regi av Den kulturelle skulesekken i 2024 (SSB, u.å.).

### 3. Hovudfunn

Barn og unge i Noreg møter i dag eit breitt, men fragmentert medietilbod. Engelsk innhald pregar meir av tilbodet enn tidlegare, og bruken av digitale plattformer gjer at grensene mellom innhald frå redaksjonsstyrte medium og innhald styrt av brukarar og algoritmar er utydelege. Engelsk innhald er mest populært i fleire av mediekategoriane, til dømes i digitale spel og i film og seriar. Norsk språk står sterkt i media som er omfatta av lovpålagde krav og reguleringar, medan sosiale medium, som no er blant dei viktigaste plattformene for nyheiter blant unge, er underlagde få eller ingen krav.

Kartlegginga peikar på nokre grunnleggjande hovudtrekk i det norskspråklege medietilbodet til barn og unge:

#### **Engelsk dominerer på viktige plattformer**

Dei fleste barn og unge møter mest innhald på engelsk når dei er på sosiale medium, ser innhald på YouTube eller spelar digitale spel. I 2024 er også engelsk språket flest barn og unge brukar mest når dei er på sosiale medium (Medietilsynet, 2024a).

#### **Norsk språk står sterkt i tradisjonelle, regulerte medium**

Lovpålagde krav og insentiv bidreg til at norsk vert halde i hevd. Norskspråkleg innhald står sterkt i tradisjonelle medium, som hos allmennkringkastarane og i barne- og ungdomslitteraturen. NRK og TV 2 har eit omfattande norskspråkleg tilbod til barn og unge, slik dei er forplikta til gjennom språkkrav i vedtekter og konsesjonsvilkår. Produksjonen av barnelitteratur på norsk er også stor, med over 450 nye norske bøker kvart år, og endå fleire omsetjingar til norsk.

#### **Barn og unge følgjer nyheiter på nye arenaer der norsk står svakare**

Dei fleste barn og unge får med seg nyheiter, og i aukande grad gjer dei det via sosiale medium. NRK er den mest brukte nyheitskjelda hos barn og unge mellom 9 og 18 år (Medietilsynet, 2024a), men resultat frå undersøkinga *Medietrender Ung 2025* (Kantar, 2025) viser at sosiale medium i 2025 for første gong har gått forbi nettaviser som viktigaste nyheitskjelde. Sosiale medium har altså vorte den viktigaste nyheitskjelda for mange barn og unge, og skiljet mellom redaktørstyrt innhald og brukarstyrt innhald er mindre tydeleg enn

før. Det betyr at unge i større grad enn før får med seg informasjon og nyheter fra engelskdominerte plattformer.

### **Seriar og filmer på norsk er populære, men tilbudet er for lite**

Både TV 2 og NRK må senda ei bestemt mengd med innhald for barn og unge. Undersøkingar viser at det norskspråklege tilbudet deira er for lite. Mange barn oppgjev til dømes at dei har sett alt av innhaldet på NRK. Rett nok brukar unge engelskspråkleg innhald i større grad enn før, men det tyder ikkje at det norskspråklege innhaldet er dårleg. Tvert om kan det vera at tilbudet er godt, men at det beint fram er for lite av det, når ein samanliknar med det omfattande tilbudet frå konkurrentar som Netflix og Disney+.

### **Nynorsk er særleg utsett**

Medieinnhaldet på nynorsk er sparsamt, bortsett frå hos dei medie- og kulturaktørane som må oppfylla krav om produksjon på nynorsk. På litteraturfeltet har talet på nye barne- og ungdomsbøker på nynorsk gått ned dei siste åra. Undertekstar på nynorsk i kinofilmar og strøymetenester er også sjeldan vare. Det er eit krav at norske spelprodusentar som mottek statleg støtte til produksjon og lansering av spel, skal laga spel på norsk (bokmål eller nynorsk), men det finst enno svært lite nynorsk på dataspelfeltet.

## 4. Forslag til vidare arbeid

Kartlegginga viser at norsk språk står sterkt på område der det finst språklege føringar eller krav, slik som i allmennkringkastinga og på litteraturfeltet, og på område der det er lang tradisjon for produksjon på norsk, slik som i teatera. Sjølv om verkemiddelapparatet for norsk kulturpolitikk er sterkt, må det tilpassast og vidareutviklast, slik at dei politiske måla om eit godt norsk medietilbod for barn og unge vert nådde på dei felta som fell utanfor eksisterande reguleringar. Det må til for å sikra statusen til norsk i mediekvardagen til barn og unge, slik at det språklege mangfaldet i Noreg vert spegla i innhald, karakterar og forteljingar i media, på film, i dataspel og anna innhald som er retta mot dei unge.

Nye digitale plattformer som TikTok, YouTube og ulike spelplattformer fell utanfor mange av dei etablerte kulturpolitiske reguleringane og utfordrar dermed statusen til norsk språk. Dette er plattformer der størstedelen av innhaldet er på engelsk. Dataspel og film er blant dei mest populære kulturuttrykka blant barn og unge, og engelsk er språket som dominerer her òg.

På grunnlag av funna i kartlegginga har Språkrådet peikt ut nokre område som bør prioriterast aktivt om me skal få sikra eit godt norskspråkleg medietilbod for barn og unge.

### 4.1 Nynorsksatsinga på heile medie- og kulturfeltet må styrkjast

I Språkrådets rapport *Språkstatus 2025* (Språkrådet, 2025) kjem det fram at nynorsk, som er det minst brukte skriftspråket, står overfor særlege utfordringar, til dømes at elevar skiftar hovudmål frå nynorsk til bokmål i løpet av skulegangen. Språkrådet ser difor at det trengst eit nynorsk kulturløft, slik at barn og unge med nynorsk som hovudmål møter språket sitt og vert gode og trygge språkbrukarar.

Skal nynorsk halda fram med å vera eit fullverdig brukspråk, må barn og unge få møta språket sitt i kulturlivet, i media og på fritida. Språkbyttet frå nynorsk til bokmål skjer i ungdomstida, ikkje tidleg i barndommen. Difor er det spesielt viktig at kultur- og medietilbodet på nynorsk må følgja barna frå dei er små, til dei vert vaksne.

Etablerte nynorskinstitusjonar som Nynorsk kultursentrum, Samlaget og Det Norske Teatret er viktige aktørar i arbeidet med å sikra statusen til nynorsk. Eit viktig språkpolitisk og kulturpolitisk tiltak må vera å støtta nynorsk, som er det minst brukte skriftspråket, hos dei allereie etablerte aktørane, men også i miljø der nynorsk ikkje er arbeids- eller produksjonsspråket i dag. Språkrådet føreslår følgjande tiltak for å støtta nynorsk på kultur- og mediefeltet:

- Nynorsk innhald i innkjøpsordningane for barn og ungdom bør styrkjast for å støtta opp om nynorsk som det minst brukte skriftsspråket, på både litteraturfeltet, dataspelfeltet og filmfeltet.
- Nynorsksatsinga *Meir nynorsk i DKS* bør vidareførast, med mål om å auka talet på gode nynorskproduksjonar i Den kulturelle skulesekken. Satsinga i 2020–2024 viste

gode resultat, og Språkrådet meiner det bør satsast særleg på aktivitetar på nynorsk innanfor dataspel og film.

- Formidling av nynorsk litteratur i biblioteka bør aukast.

## 4.2 Norsk språk i nyheitsformidling bør styrkjast

- **Norsk språk bør styrkjast i nyheitstilbodet til barn og unge, i tråd med *Ytringsberedskapsstrategien 2025* og i forlenginga av *Strategi for å styrkje motstandskrafta mot desinformasjon (2025–2030) (KUD, 2025a)*.** Ei styrking av nyheitstilbodet på norsk for barn og unge er eit viktig språkpolitisk og kulturpolitisk tiltak, men det er også avgjerande for å tryggja ytringsfridomen til barn og unge i det norske samfunnet, i tråd med infrastrukturkravet i Grunnlova § 100. Bruk av redaktørstyrte medium på norsk fungerer dessutan som eit viktig vern mot desinformasjon (KUD, 2025a).
- **Det bør opprettast ein skulesekk for ytringsfridom.** I Ytringsfrihets-kommisjonens utgreiing *NOU 2022: 9 En åpen og opplyst offentlig samtale* (s. 106) vart det føreslått å oppretta ein skulesekk for ytringsfridom retta mot skuleverket (etter modell frå Den kulturelle skulesekken), som kan besøka skular og halda kurs og trening i kva ytringsfridom er, og korleis ein brukar han. Her kan ein sjå føre seg skulebesøk frå redaktørstyrte norske medium og fokus på ytringsfridom, kjeldekritikk og språk som tilgang til demokratiet. Arbeidet med Tenk (Faktisk.no) er også eit døme på slikt arbeid.
- **Tilgangen til norske region- og lokalaviser for barn og unge bør styrkjast, t.d. gjennom skuleabonnement.** Mykje norsk nyheitsinnhald ligg bak ein betalingsmur, noko som kan vera eit hinder for at barn og unge møter nyheitsinnhald på sitt eige språk. Norsk språk er ein infrastruktur for deltaking i demokratiet. Barn og unge treng tilgang til aviser, både lokalt og nasjonalt, for å kunna møte eige språk og følgja med på og delta i det offentlege ordskiftet.
- **NRK bør rapportera kor mykje av innhaldet i sosiale medium som er på nynorsk, og følgja språkvedtektene sine også der.** Det er på sosiale medium barn og unge får med seg nyheiter og brukar store delar av fritida si. Det er ingen grunn til at vedtektene for språk i rikskringkastinga ikkje skal gjelda deira eigen produksjon i sosiale medium.

### 4.3 (Ny)norsk innhald i strøymetenester og på film bør løftast

- **Det bør setjast tydelegare språkkrav i reguleringa av audiovisuelle medium, t.d. strøymetenester, om norskspråkleg innhald skal verta meir synleg på digitale plattformer.** I språklovsproposisjonen (Prop. 108L (2019–2020)) varsla regjeringa at ho ville koma med eit høyringsforslag om at norske og utanlandske tilbydarar av audiovisuelle bestillingstenester (strøymetenester) må forplikta seg til å investera ein viss del av omsetjinga si i norske produksjonar. Ei slik plikt kan innførast gjennom ei endring i kringkastingslova<sup>23</sup>. Språkrådet meiner at ei eventuell endring i kringkastingslova også bør medføra krav om god språkleg kvalitet både munnleg og skriftleg i produksjonane, i tillegg til at produksjonane skal ha teksting på begge skriftspråk. Det er vanskeleg for norske kulturuttrykk og norskspråkleg innhald å konkurrera på den globale strøymemarknaden. Skal investeringsplikta kunna medverka til språkleg utvikling, trengst det spesifikke krav om språket i innhaldet, slik at norske kulturuttrykk og norskspråkleg innhald kan stå seg i konkurransen mot den globale strøymemarknaden. Algoritmestyrt «mangfald» i audiovisuelle bestillingstenester tek ikkje høgd for norsk språk- og kulturpolitikk: Dei ulike medieplattformene presenterer innhald som er skreddarsydd for brukarane, basert på bruksmønster. Om brukaren ikkje ser eller høyrer på norsk innhald frå før, er det vanskelegare å verta introdusert for det (Tallerås, Colbjørnsen og Øfsti, 2019)<sup>24</sup>. Dette burde det takast høgd for når AMT-direktivet skal innarbeidast i norsk rett– både gjennom eit eige krav om innhald på norsk og om norsk teksting og gjennom eit krav om at norsk innhald skal vera synleg på plattformene når internasjonale strøymetenester forpliktar seg til å investera i norsk innhald.
- **Det bør innførast krav om teksting på begge skriftspråk i strøymeplattformer som rettar seg mot biblioteka og skulen.** Det bør setjast krav om at plattformer som vert nytta i skulen og i biblioteka, tilbyr teksting av innhaldet og grensesnitt på bokmål og nynorsk. Dette bør gjelda for til dømes Filmrommet, Filmbib, NDLA Film og filmar som vert synte fram av DKS. Skal eit språk haldast i hevd, må det brukast. Det vil seia at det både praktisk og økonomisk må leggjast til rette for at nynorsk kan styrkja posisjonen sin som eit levande bruksspråk, om ein skal nå det språkpolitiske målet om at nynorsk skal vera eit offisielt skriftspråk på lik line med bokmål.

---

<sup>23</sup>I 2025 foreslo familie- og kulturkomiteen at det skulle innførast ei investeringsplikt for tilbydarar av audiovisuelle bestillingstenester til å bidra økonomisk til produksjon av norske audiovisuelle verk, og opnar opp for ei endring i kringkastingslova. Plikta er forankra i AMT-direktiv (EU) 2018/1808 artikkel 13. Føremålet med investeringsplikta er å bidra til ei stabil og føreseieleg finansiering av norske audiovisuelle produksjonar for framtida og på denne måten stimulera til filmpolitisk måloppnåing, kulturelt og kunstnarleg mangfald og språkleg utvikling i Noreg (jf. Innst. 117 L (2024-2025)).

<sup>24</sup>Forskarane har gjennomgått materiale frå NFI som viser at norske filmar utgjer ein liten del av innhaldet på strøymeplattforma Netflix. Forskarane peikar på fleire årsaker, mellom anna at Netflix har avtalar med berre eit fåtal distributørar i Noreg. Dei stiller eit viktig spørsmål om konsekvensane ved avgrensa og algoritmestyrt innhald i strøymetenester: Vil publikum verta mindre interessert i norsk film av å verta eksponert mindre for det? Eit sentralt poeng her er at sjølv om plattforma tilbyr eit breitt og mangfaldig utval, vernar ikkje det nødvendigvis norsk innhald.

- **Det bør innførast krav om versjonering på begge skriftspråk i filmar som får produksjons- og lanseringsstøtte frå Norsk filminstitutt.**

I kino- og filmformidlingsstrategien til regjeringa (KUD, 2024) er det formulert eit kulturpolitisk mål om at det skal leggjast til rette for breidd og mangfald i kinotilbodet i heile landet. Dei to skriftspråka våre, bokmål og nynorsk, er ein del av dette mangfaldet. I dag er det eit krav i forskrift om tilskudd til audiovisuell produksjon (2016) § 3-4 at alle filmar som får produksjons- og lanseringsstøtte frå NFI, skal «gjøres tilgjengelig med norsk tekst i Norge». I praksis tyder dette nesten alltid at tekstinga er på bokmål. Språkrådet meiner at formuleringa i § 3-4 bør endrast til «tekst på bokmål og nynorsk», slik at det vert lagt til rette for at filmar som vert viste i kjerneområda for nynorsk, har teksting på nynorsk. Over ein tredjedel av alle kommunale kinoar i Noreg ligg i nynorskkommunar og i språkøytrale kommunar med stor nynorskdel. Eit godt kulturelt tilbod på nynorsk er viktig for at språkbrukarane skal møta språket sitt, og for at nynorsk skal fungera som bruksspråk.

#### 4.4 Det trengst betre tilgang til dataspel på norsk

Utvikling av dataspel av høg kvalitet, slik dataspelstrategien 2024–2026 (KUD, 2023b) har som mål, inneber å sikra at befolkninga får tilgang til dataspel på norsk. Likevel oppgjev få barn og unge at dei spelar på norsk, og når tilbodet om norske spel er lite, vert konsekvensen at engelskspråkleg innhald tek over.

- **Norske dataspel og dataspel med norsk tekst/tale på etablerte spelplattformer bør synleggjerast.** Det norske innhaldet må framhevast og gjerast synleg på dei internasjonale distribusjonsplattformene. Ein kan tenkja seg at ei ordning lik investeringsplikta i AMT-direktivet kunne ha gjort norske dataspel meir synlege. Med ei slik ordning ville strøymetenester ha vore forplikta til å finansiera norsk innhald og til å framheva norsk innhald.
- **Det bør opprettast ei tilskotsordning for å auka norskspråkleg innhald på dataspel- og filmfeltet.** I forskrift om tilskudd til utvikling, lansering og formidling av dataspill (2021) vert det slått fast at spel som får tilskot til utvikling og lansering frå NFI, skal gjerast tilgjengelege med norsk tekst (bokmål og/eller nynorsk). Samtidig viser kartlegginga at dei mest populære spela blant barn og unge er på engelsk. Filmar som får lanseringsstøtte, må også oppfylle krav om teksting på norsk (bokmål eller nynorsk), men få filmar og så godt som ingen seriar er teksta på nynorsk (med unntak av seriar på NRK). Ei sjangeroverskridande tilskotsordning retta mot produsentar eller distributørar på spel- og filmfeltet vil direkte medverka til å auka tilfanget av norskspråkleg innhald. Her bør det også leggjast vekt på å fremja innhald på nynorsk, i tråd med målet i kulturpolitikken om å sikra eit kultur- og medietilbod på dei språka som staten har ansvar for å ta vare på etter språklova. Ei slik tilskotsordning kan til dømes finansierast gjennom NFI eller gjennom lokale eller regionale aktørar.

#### 4.5 Det trengst meir kunnskap om barn og unges språkbruk og vanar i media

- **Språk må inngå som ein eksplisitt kategori i statistikk og innhenting av kunnskap om barn og unges kultur- og mediebruk, slik at det språkpolitiske grunnlaget i framtidig kultur- og mediepolitikk vert styrkt.** Mangelen på systematisk innhenting av språkdata og kunnskap på tvers av dei ulike media gjer det vanskeleg å følgja utviklinga over lengre tid. Difor må språk i større grad inkludrast som variabel i medie- og kulturstatistikken. Det finst til dømes lite kunnskap om kva språk barn og unge møter når dei spelar dataspel, og kva haldningar dei har til norsk innhald. Med unntak av SSB sin kultur- og mediebruksstatistikk, finst det ikkje mykje informasjon om fordelinga mellom innhald på engelsk og innhald på norsk.
- **Det trengst meir kunnskap om kva haldningar barn og unge har til norsk språk.** Mellom anna må ein sjå nærmare på tilbodet på norsk, og særleg nynorsk, og finna ut kva språk dei aller yngste møter på «sine» plattformer. Kunnskap om dette vil gje betre grunnlag for å vurdere om det norskspråklege medietilbodet faktisk er tilgjengeleg og relevant for alle barn og unge. I 2026 fordelte Medietilsynet 5,3 millionar kroner til forskning på medium og dataspel (Medietilsynet, 2026). Det vart mellom anna gjeve midlar til forskning på kritisk medieforståing og bruk av KI i redaktørstyrte medium. Språk og dataspel eller språkbruk i media er døme på forskning som kunne vore prioriterte satsingsområde i utdeling av midlane til neste år.

## 5. Referansar

- Bakken, A. (2024). *Ungdata 2024. Nasjonale resultater* (NOVA rapport 6/24). NOVA og OsloMet. <https://hdl.handle.net/11250/3145138>
- Bauer Media, Norstat, NRK & Podme. (2025). *Den store Podrapporten 2025*. <https://www.bauermedia.no/podrapporten/DenStorePodrapporten2025.pdf>
- Bjørgan, J., Thomassen, M. & Moe, H. (2025). *Bruksmønstre for digitale nyheter 2025 – Reuters Digital News Report, Norge*. Universitetet i Bergen. <https://nyhetsbruk.w.uib.no/files/2025/06/Nyhetsbruk-2025-Interactive-komprimert.pdf>
- Bokhandlerforeningen. (2022, 16. august). *Generasjon #booktok: Unge voksne leser mer, viser ny svensk undersøkelse*. <https://bokhandlerforeningen.no/booktok-generasjonen-unge-voksne-leser-mer/>
- Bokhandlerforeningen. (2025, 8. august). *Disse bøkene solgte mest i 2024*. <https://bokhandlerforeningen.no/disse-bokene-solgte-mest-i-2024/>
- Bokhandlerforeningen & Forleggerforeningen (2024). *Leserundersøkelsen 2024*. <https://bokhandlerforeningen.no/bransjefakta/forbrukerundersokelser/leserundersokelsen/leserundersokelsen-2024/>
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network Sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Deichman. (2025a, 2. januar). *Utlånstoppen på Deichman i 2023*. [https://deichman.no/aktuelt/Utl%C3%A5nstoppen%20p%C3%A5%20Deichman%20i%202023\\_573eb93e-ad19-4021-8911-9512fbd274d0#7](https://deichman.no/aktuelt/Utl%C3%A5nstoppen%20p%C3%A5%20Deichman%20i%202023_573eb93e-ad19-4021-8911-9512fbd274d0#7).
- Deichman. (2025b, 11. april). *Utlånstoppen 2024: Tegneserier for barn og unge*. [https://deichman.no/liste/Utl%C3%A5nstoppen%202024%3A%20Tegneserier%20for%20barn%20og%20unge\\_qDrGBYhhFQ](https://deichman.no/liste/Utl%C3%A5nstoppen%202024%3A%20Tegneserier%20for%20barn%20og%20unge_qDrGBYhhFQ)
- Deichman. (2026, 5. januar). *Mest lest i 2025: Tegneserier for barn og unge*. [https://deichman.no/liste/Mest%20lest%20i%202025%3A%20Tegneserier%20for%20barn%20og%20unge\\_-zwFZJ7m2d](https://deichman.no/liste/Mest%20lest%20i%202025%3A%20Tegneserier%20for%20barn%20og%20unge_-zwFZJ7m2d)
- Den norske Forleggerforening. (2025). *Bokmarkedet 2025. Forleggerforeningens bransjestatistikk*. [https://forleggerforeningen.no/wp-content/uploads/2025/08/Bokmarkedet\\_Bransjestatistikk\\_2024\\_web\\_endelig.pdf](https://forleggerforeningen.no/wp-content/uploads/2025/08/Bokmarkedet_Bransjestatistikk_2024_web_endelig.pdf)
- Film & Kino. (2023). *Årbok 2023*. <https://kino.no/wp-content/uploads/2024/04/Arbok-2023-Film-Kino-3.pdf>
- Film & Kino. (2024). *Årbok 2024*. <https://kino.no/wp-content/uploads/2023/01/Film-Kino%C2%B4s-arbok-for-2024.pdf>

- Folkebiblioteklova. (1985). *Lov om folkebibliotek* (LOV-1985-12-20-108). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1985-12-20-108>
- Forskrift om bibliotekstatistikk. (1987). *Forskrift om bibliotekstatistikk* (FOR-1987-01-05-2). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/1987-01-05-2>
- Forskrift om tilskudd til audiovisuell produksjon. (2016). *Forskrift om tilskudd til audiovisuell produksjon* (FOR-2016-10-31-1264). Lovdata. <https://lovdata.no/forskrift/2016-10-31-1264>
- Forskrift om tilskudd til utvikling, lansering og formidling av dataspill. (2021). *Forskrift om tilskudd til utvikling, lansering og formidling av dataspill* (FOR-2021-02-23-557). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2021-02-23-557>
- Forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier. (2022). *Forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier* (FOR-2022-12-08-2117). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2022-12-08-2117>
- Futsæter, K.-A. (2025). *De store medietrendene: Økt betydning av tillit i et fragmentert medielandskap* [Presentasjon]. Kantar Media. <https://kantar.no/globalassets/medier/seminarer-og-kundearr/fragmentering-og-tillit-futsaeter-25-09-25-sendt.pdf>
- Gramo (2025). Statistikken 2024. [https://static.gramo.no/files/docs/gramo-statistikken-2024.pdf?\\_gl=1\\*\\_qns5w2\\*\\_ga\\*MjMxODI1MTE2LjE3NjQwNTkyNzY.\\*\\_ga\\_F3XX7WCPBD\\*\\_czE3NjQwNTkyNzUkbzEkZzAkdDE3NjQwNTkyNzUkajYwJGwwJGgw](https://static.gramo.no/files/docs/gramo-statistikken-2024.pdf?_gl=1*_qns5w2*_ga*MjMxODI1MTE2LjE3NjQwNTkyNzY.*_ga_F3XX7WCPBD*_czE3NjQwNTkyNzUkbzEkZzAkdDE3NjQwNTkyNzUkajYwJGwwJGgw)
- Grunnlova. (1814). *Kongeriket Noregs grunnlov* (LOV-1814-05-17). <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1814-05-17-nn?q=Grunnlova>
- Holm, A., Eilertsen, A. & Krogsæter, T.-I. (2026, 25. januar). Dataspill. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/dataspill>
- Holtvedt, A. & Nærland, M. H. (2025, 1. august) Musikk på norsk tar over hitlistene: – Publikum trenger nærhet og noe å relatere til. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/eMQopa/laater-paa-norsk-tar-over-hitlistene>
- Hov, D. H., Karterud, T. & Pran, K. R. (2024). *Holdninger til norskspråklig musikk. Befolkningsundersøkelse* [undersøking utført av Verian på oppdrag frå Språkrådet]. <https://sprakradet.no/wp-content/uploads/C441002816-Holdninger-til-norskspraklig-musikk-Rapport-befolkning.pdf>
- Hovde, K. O. & Orgeret, K. S. (2023, 17. oktober). Lokalavis. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/lokalavis>
- Hylland, O. M. & Kleppe, B. (2022). En digitalt utvidet kulturstatistikk. Måling av digital kulturbruk blant barn og unge. *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 25(1), 9–27. <https://doi.org/10.18261/nkt.25.1.2>

- Hylland, O. M., Haugsevje, Å.D., Schnell, A. J. & Miland, K. P. (2020). Ung kultur. Et kunnskapsgrunnlag. TF-rapport nr. 493. Telemarksforsking, 1-146. [rapport]. <https://www.telemarksforsking.no/publikasjoner/ung-kultur/3579/>
- Hånes, B. S. (2021). «Når du skal skrive nynorsk så blandar det seg litt» – Ein studie av normavvik i nynorske elevtekstar [Masteroppgåve]. Noregs teknisk-naturvitskaplege universitet (NTNU). <https://hdl.handle.net/11250/2781946>
- Isaksen, T. M. (2022). *Anglisismar i norsk ungdomsspråk* [Masteroppgåve]. Noregs teknisk-naturvitskaplege universitet (NTNU). <https://hdl.handle.net/11250/3057784>
- Javorovic, B. E. & Bjerva, M. K. N. (2023, 12. juni). Titusener av studenter mister gratis avistilgang. *Universitetsavisa*, NTNU. <https://www.universitetsavisa.no/student-studenttinget/titusener-av-studenter-mister-gratis-avistilgang/381482>
- Kantar. (2021a). *Mediebarn 2021* [Rapport]. Kantar AS
- Kantar. (2021b). *Medieungdom 2021* [Rapport]. Kantar AS
- Kantar Media. (2025). *Medietrender Ung 2025* [Rapport]. Kantar AS
- Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet. (2019). *Nasjonal bibliotekstrategi 2020–2023 – Rom for demokrati og dannelse* [Strategi]. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/contentassets/18da5840678046c1ba74fe565f72be3d/nasjonal-biblioteksstrategi-endelig-uu.pdf>
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2023a). *Avtale om kommersiell allmennkringkasting for perioden 2024 til 2029*. Regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/tema/kultur-idrett-og-frivillighet/film-og-medier/innsiktsartikler/avtale-om-kommersiell-allmennkringkasting-for-perioden-2024-til-2029/id2973551/>
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2023b). *Tid for spill – regjeringens dataspillstrategi 2024–2026* [Strategi]. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/contentassets/7464f476cb4744e59554c2cb4b192df5/no/pdfs/dataspillstrategi.pdf>
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2023c). *Utvidet nasjonal bibliotekstrategi - ut 2025: Rom for demokrati og dannelse* [Strategi]. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/contentassets/e22ed9ad6d0d409a87398712d5ceb4fb/no/pdfs/nasjonal-bibliotekstrategi.pdf>
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2024). *Mer film sammen – regjeringens strategi for kino og filmformidling* [Strategi]. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/contentassets/c4098fcf743d4f418bfbf3fc82b3867d/no/pdfs/mer-film-sammen.pdf>
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2025a). *Strategi for å styrkje motstandskrafta mot desinformasjon (2025–2030)* [Strategi]. Regjeringen.

[https://www.regjeringen.no/contentassets/3efc37e03b6747bfa0806b8df44fb466/nn-no/pdfs/strategi\\_desinformasjon.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/3efc37e03b6747bfa0806b8df44fb466/nn-no/pdfs/strategi_desinformasjon.pdf)

Kultur- og likestillingsdepartementet. (2025b). *Ytringsberedskap – Nasjonal strategi for eit øpe og opplyst offentleg ordskifte* [Strategi]. Regjeringen.

[https://www.regjeringen.no/contentassets/6bf0d1fbc91d42139625c0626bfcc2a6/nn-no/pdfs/strategi\\_ytringsberedskap.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/6bf0d1fbc91d42139625c0626bfcc2a6/nn-no/pdfs/strategi_ytringsberedskap.pdf)

Kultur- og likestillingsdepartementet & Kunnskapsdepartementet. (2024). *Sammen om lesing – Leselyststrategien 2024-2030* [Strategi]. Regjeringen.

<https://www.regjeringen.no/contentassets/9c687990504d44c8a6aaf363a2bed626/no/pdfs/sammen-om-lesing.pdf>

Kulturtanken. (2025). *DKS årsrapport 2024*.

[https://media.wpd.digital/kulturtanken/uploads/2025/06/DKS\\_arsrapport\\_2024\\_Digitalversjon.pdf](https://media.wpd.digital/kulturtanken/uploads/2025/06/DKS_arsrapport_2024_Digitalversjon.pdf)

Kunnskapsdepartementet. (2025, 28. mai). *52 kommuner får midler til skolebibliotek* [Pressemelding]. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/52-kommuner-far-midler-til-skolebibliotek/id3103424/>

Språkløva. (2021). *Lov om språk* (LOV-2021-05-21-42). Lovdata.

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-05-21-42>

Løkka, N. (2021). *Barn og unges kulturbruk: En kunnskapsgjennomgang* (TF-rapport nr. 635).

Telemarksforskning. <https://www.telemarksforskning.no>

Medieansvarslova. (2020). *Lov om redaksjonell uavhengighet og ansvar i redaktørstyrte journalistiske medier* (LOV-2020-05-29-59). Lovdata.

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2020-05-29-59>

Mediestøttelova. (2020). *Lov om økonomisk støtte til mediene* (LOV-2020-12-18-153).

Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2020-12-18-153>

Medietilsynet. (2022). *Småbarn og medier 2022 – en undersøkelse om 1-5-åringers medievaner*. [https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/230629\\_smabarn-og-medier.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/230629_smabarn-og-medier.pdf)

Medietilsynet. (2024a). *Barn og medier 2024 – en undersøkelse om 9-18-åringers medievaner*. [https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2024/241128\\_barn\\_og\\_medier\\_2024.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2024/241128_barn_og_medier_2024.pdf)

Medietilsynet. (2024b). *Mediemangfoldsregnskapet – Mediemangfold i et avsenderperspektiv*.

[https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/mediemangfoldsregnskap/241218\\_avsendermangfoldsrapporten\\_2024.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/mediemangfoldsregnskap/241218_avsendermangfoldsrapporten_2024.pdf)

Medietilsynet. (2024c, 22. november). *Hvor har de det fra? Slik får barn med seg nyheter*.

<https://www.medietilsynet.no/digitale-medier/barn-og-medier/hvor-finner-barn-nyheter/>

Medietilsynet. (2025a). *Allmennkringkastingsrapporten 2024: Delrapport om NRK*.  
[https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/allmennkringkastingsrapporter/250610\\_Allmennkringkastingsrapporten\\_NRK\\_2024.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/allmennkringkastingsrapporter/250610_Allmennkringkastingsrapporten_NRK_2024.pdf)

Medietilsynet. (2025b). *Allmennkringkastingsrapporten 2024: Delrapport om TV 2*.  
[https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/allmennkringkastingsrapporter/250625\\_allmennkringkastingsrapporten\\_tv2\\_2024.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/allmennkringkastingsrapporter/250625_allmennkringkastingsrapporten_tv2_2024.pdf)

Medietilsynet. (2025c). *De direkte mediestøtteordningene* [Utgreiing].  
<https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/mediestotteoppdraget/251119-mediestotteoppdraget-2025.pdf>

Medietilsynet. (2026, 9. februar). *Deler ut drøyt fem millioner kroner til medieforskning*.  
<https://www.medietilsynet.no/nyheter/aktuelt/deler-ut-droyt-fem-millioner-kroner-til-medieforskning/synet>

Meld. St. 30 (2014–2015). *En framtidsrettet filmpolitikk*. Kultur- og likestillingsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-30-20142015/id2413867/>

Meld. St. 8 (2018–2019). *Kulturens kraft. Kulturpolitikk for framtida (kulturmeldinga)*. Kultur- og likestillingsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-8-20182019/id2620206/>

Nasjonalbiblioteket. (u.å.). *Statistikk for folkebibliotek*. Henta den 13. oktober 2025 frå <https://bibliotekutvikling.no/statistikk/forside/statistikk-for-folkebibliotek/>

Nasjonalbiblioteket. (2023, 28. september). *En av fire kjenner til Sommerles*.  
<https://bibliotekutvikling.no/nyheter/en-av-fire-kjenner-til-sommerles/>

Nasjonalt lesesenter. (2023, 8. februar). *En av tre foreldre oppgir at de leser ingen eller få bøker for barna sine*. Universitetet i Stavanger. <https://www.uis.no/nb/nasjonalt-lesesenter/forskning/en-av-tre-foreldre-oppgir-at-de-leser-ingen-eller-fa-boker-for-barna>

NOU 2022: 9. (2022). *En åpen og opplyst offentlig samtale. Ytringskommisjonens utredning*. Kultur- og likestillingsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2022-9/id2924020/>

NOU 2024: 20. (2024). *Det digitale (i) livet: Balansert oppvekst i skjermenes tid*. Kultur- og likestillingsdepartementet og Kunnskapsdepartementet.  
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2024-20/id3073644/>

Norsk filminstitutt. (2023). *Årsrapport 2022*. <https://cdn.craft.cloud/0df8a7fe-ef75-40cb-9e44-53aac4ffec2/assets/uploads/documents/Rapporter/Arsrapporter/AArsrapport-2022.pdf>

Norsk filminstitutt. (2024a). *De små spillerne. 4 til 7 åringer om dataspill* [rapport].  
<https://www.nfi.no/om-oss/analyse-og-rapporter/de-smaa-spillerne-4-til-7-aaringer-om-dataspill>

Norsk filminstitutt. (2024b). *Årsrapport 2023*. <https://cdn.craft.cloud/0df8a7fe-ef75-40cb-9e44-53aac4ffeac2/assets/uploads/documents/Rapporter/Arsrapporter/AArsrapport-2023-Norsk-filminstitutt.pdf>

Norsk filminstitutt. (2025a, 4. desember). *Filmbib-oversikt, e-postutveksling*. [excel-tabellar]

Norsk filminstitutt. (2025b, 23. juni). *Høyring om marknadsordning for spel*. <https://www.nfi.no/nyheter/h%C3%B8yring-om-marknadsordning-for-spel>

Norsk filminstitutt. (2025c, 11. mars). *Språkoversikt i Spillbiblioteket, e-postutveksling*. [excel-tabell]

Norsk filminstitutt. (2025d, 26. september). *Oversikt over filmer som vart kjøpte inn i innkjøpsordninga frå 2020 til 2025, e-postutveksling*. [excel-tabell]

Norsk filminstitutt. (2025e). *Årsrapport 2024*. <https://cdn.craft.cloud/0df8a7fe-ef75-40cb-9e44-53aac4ffeac2/assets/uploads/documents/Rapporter/Arsrapporter/Norsk-filminstitutt-AArsrapport-2024.pdf>

Norsk filminstitutt / Kantar. (2023). *I strømmen av innhold. 7-14-åringers forhold til filmer, serier og spill*. <https://cdn.craft.cloud/0df8a7fe-ef75-40cb-9e44-53aac4ffeac2/assets/uploads/documents/Rapporter/Innsiktsrapporter/I-stroemmen-av-innhold-7-14-aaringers-forhold-til-filmer-serier-og-spill-Rapport-2023.pdf>

Norsk rikskringkasting (NRK). (2024a). *Språkplakat for NRK Super*.

Norsk rikskringkasting (NRK). (2024b). *Årsrekneskap og styrets beretning. Årsrapport 2024*. <https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2025/06/NRKs-arsrapport-2024.pdf>

Norsk rikskringkasting (NRK). (2023, 27. januar). *Vedtekter og NRK-plakaten*. <https://info.nrk.no/vedtekter/?/l3v4rkr9ty8>

Nystad, H. (2024). *Chattespråkets kvaliteter: Repertoar og refleksivitet i digital sosial skriving blant ungdommer på det sentrale Østlandet*. Høgskulen på Vestlandet. [Konferanseforedrag]

Nøttveit, A. R. (2025, 28. april). *Sophie Elise får nynorskheider*. *Framtida.no*. <https://framtida.no/2025/04/28/sophie-elise-far-nynorskheider>

Opplæringsforskrifta. (2024). *Forskrift om grunnskoleopplæringa og den vidaregåande opplæringa* (FOR-2024-06-03-900). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2024-06-03-900>

Prop. 1 S (2016–2017). *Proposisjon til Stortinget (forslag til stortingsvedtak) for budsjettåret 2017*. Kultur- og likestillingsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-1-s-kud-20162017/id2514232/?ch=1>

Prop. 108 L (2019–2020). *Lov om språk (Språklova)*. Kultur- og likestillingsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-108-l-20192020/id2701451/?ch=21>

Rustad, G. C. (2025, 7. desember). *Barne-TV*. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/Barne-TV>

- Røynealand, U. & Vangsnes, Ø. A. (2021). Joina du kino imårgå? Ungdommars dialektskriving på sosiale medium. *Oslo Studies in Language*, 11, 357–392.  
<https://doi.org/10.5617/osla.8508>
- Solum, O. (2019). Norsk film- og kinosystem i forandring. *Nordlit*, (41), 77–86.  
<https://doi.org/10.7557/13.4624>
- Sommerles.no. (u.å.). *Sommerles 2025* [Statistikk]. Henta 20. november 2025 frå  
<https://sommerles.no/slutt>
- Spotify. (2024, 4. desember). *Spotify Wrapped - Dette hørte nordmenn på i 2024*. [Pressemelding]. <https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/18346166/spotify-wrapped-dette-horte-nordmenn-pa-i-2024?publisherId=17849051&lang=no>
- Språkrådet. (2025). *Språkstatus 2025*. <https://sprakradet.no/wp-content/uploads/Sprakstatus-2025.pdf>
- SSB. (u.å.). *Musikk, teater og annen scencekunst* [Statistikk]. Henta 27. november 2025 frå  
<https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/kulturstatistikk/musikk-teater-og-annen-scenekunst>
- SSB. (2024a). *Norsk kulturbarometer 2023*. [https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/artikler/norsk-kulturbarometer-2023/\\_attachment/inline/f544a7ce-41f9-46e8-ac0d-fc4e09be1e97:a1cc6c80891199565eb1320284300b93721b90ad/SA174\\_web.pdf](https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/artikler/norsk-kulturbarometer-2023/_attachment/inline/f544a7ce-41f9-46e8-ac0d-fc4e09be1e97:a1cc6c80891199565eb1320284300b93721b90ad/SA174_web.pdf)
- SSB. (2024b). *Tidsbruksundersøkelsen* [Statistikk]. Henta 20. november 2025 frå  
<https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/statistikk/tidsbruksundersokelsen>
- SSB. (2025a). *Norsk mediebarometer 2024*. [https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/artikler/norsk-mediebarometer-2024/\\_attachment/inline/80d67c8e-0a29-4fc5-bf86-b03a03dc1f3b:ac1832c46f295b17b3469b3d31eed54b8475588e/SA179\\_web.pdf](https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/artikler/norsk-mediebarometer-2024/_attachment/inline/80d67c8e-0a29-4fc5-bf86-b03a03dc1f3b:ac1832c46f295b17b3469b3d31eed54b8475588e/SA179_web.pdf)
- SSB. (2025b). Tabell med datasett tilsend på e-post frå SSB. Norsk mediebarometer 2024.[excel].
- SSB. (2026). *Norsk kulturbarometer 2025*. [https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/artikler/norsk-kulturbarometer-2025/\\_attachment/inline/777c840d-1a02-4303-b1a3-d89fe8d4130b:242685064bcceb14c99f8a5a95c1e38e88fc1212/SA181.pdf](https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/artikler/norsk-kulturbarometer-2025/_attachment/inline/777c840d-1a02-4303-b1a3-d89fe8d4130b:242685064bcceb14c99f8a5a95c1e38e88fc1212/SA181.pdf)
- Sunde, A. M. (2025). Aldersbetinga variasjon eller språkending? Om unge nordmenn og engelskpåvirkning. *Målbryting*, (16), 1-21. <https://doi.org/10.7557/17.8035>
- Sundet, V. S., & Lüders, M. (2022). “Young people are on YouTube”: Industry notions on streaming and youth as a new media generation. *Journal of Media Business Studies*, 20(3), 1–18. <https://doi.org/10.1080/16522354.2022.2125262>
- Svensden, T. O. & Wålengen, S. (2024, 26. november). Barnefilm. I *Store norske leksikon*.  
<https://snl.no/barnefilm>

Soelseth, C. H., Bøyum, I., Colbjørnsen, T., Pharo, N. & Tallerås, K. (2025). Public libraries on TikTok – emerging platform vernaculars of communication and distribution. *Information, Communication & Society*, 28(14), 2521–2540.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2461644>

Syvertsen, T. & Garvik, O. (2025, 13. juni). Massemedier. I *Store norske leksikon*.

<https://snl.no/massemedier>

Tallerås, K., Colbjørnsen, T. & Øfsti, M. (2019). Relativ tilgjengelighet: Formidling og utvelgelse i strømmetjenester for film, tv-serier og digitale bøker. *Norsk medietidsskrift*, 26(1), 1–20.

<https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2019-01-02>

Wagner, Å. K. H., Strand, O., Støle, H., Knudsen, K., Hovig, J., Huru, C. & Hadland, T. (2023). *PIRLS 2021 – Kortrapport: Norske tiåringers leseforståelse*. Lesesenteret. Universitetet i Stavanger.

[https://www.udir.no/contentassets/8528b7f40b9f47b086e781cfc49ae011/20230515\\_endelig\\_pirls\\_rapport\\_2021\\_nettsversjon-1.pdf](https://www.udir.no/contentassets/8528b7f40b9f47b086e781cfc49ae011/20230515_endelig_pirls_rapport_2021_nettsversjon-1.pdf)

Ørjasæter, K. (2025, 26. mai). *Barne- og ungdomsbøker utgitt i 2023 i et femårsperspektiv*.

Norsk barnebokinstitutt. <https://barnebokinstituttet.no/aktuelt/barne-og-ungdomsboker-utgitt-i-2023-i-et-femars-perspektiv/>

Aalen, I. & Iversen, M. H. (2021). *Sosiale medier* (2. utg). Fagbokforlaget.

Aasen, K. R. & Vengen, E. E. (2008, 30. desember). Facebook vert nynorsk. *NRK*.

<https://www.nrk.no/vestland/facebook-vert-nynorsk-1.6379580>