



# Barn og unges kulturbruk

En kunnskapsgjennomgang

NANNA LØKKA

TF-rapport nr. 635

2021

**Tittel:** Barn og unges kulturbruk  
**Undertittel:** En kunnskapsgjennomgang  
**TF-rapport nr:** 635  
**Forfatter(e):** Nanna Løkka  
**Dato:** 30.10.2021  
**ISBN:** 978-82-336-0455-4  
**ISSN:** 2703-7894  
**Pris:** (Kan lastes ned gratis fra [www.telemarksforskning.no](http://www.telemarksforskning.no))  
**Framsidedfoto:** Marmorrelieff fra 1438, Firenze, Italia ©Public domain Wikicommons  
**Prosjekt:** En kunnskapsgjennomgang over barn og unges kulturbruk  
**Prosjektnr.:** 20210840  
**Prosjektleder:** Nanna Løkka  
**Oppdragsgiver(e):** Kulturtanken

**Spørsmål om denne rapporten kan rettes til:**

Telemarksforskning  
Postboks 4  
3833 Bø i Telemark  
Tlf: +47 35 06 15 00  
[www.telemarksforskning.no](http://www.telemarksforskning.no)

# Innhold

<b>Abstract</b> .....	<b>4</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Innledning</b> .....	<b>6</b>
1.1 Hva skal gjennomgangen gi svar på? .....	6
1.2 Definisjoner og avgrensinger.....	7
1.3 Hvordan har vi gjennomført oppdraget?.....	8
1.4 Kilder, tall og statistikk.....	9
<b>2. Kunnskap om kultur- og mediebruk hos barn og unge</b> .....	<b>12</b>
2.1 Bruksmønster, endring og utviklingstrekk.....	12
2.2 Fritidsaktiviteter, frivillighet og foreningsliv .....	18
2.3 En digital revolusjon.....	19
2.4 Oppslutning om offentlige tilbud.....	22
2.5 Sosiale forskjeller og andre barrierer.....	22
2.6 Behov og motivasjoner .....	25
2.7 Erfaringer som følge av korona .....	26
2.8 Sammenfatning .....	27
<b>3. Konklusjon</b> .....	<b>29</b>
3.1 Kunnskapsstatus .....	29
3.2 Metodeutvikling.....	31
3.3 Kulturstatistikk 2.0 .....	31
<b>4. Referanser</b> .....	<b>33</b>

# Abstract

The report is a review of up-to-date knowledge on children's and youth's cultural and media habits in Norway. Based on former reports and analysis, we have compiled a description of what we know and what we don't know regarding this topic. Initially we discuss the data and statistics that lays the foundation for the knowledge. In Norway, culture and media is often separated in two different statistical systems. The present interweaving of culture and media, especially among younger people, makes this statistical tradition outdated. At the same time, changing it will complicate future figures of changes and development over time. The study further describes how the cultural habits among children and youth have been very stable, whereas the media habits have changed significantly, and that the habits often, but not always, reflect income and the educational level of the parents. The review reveals that there is much more knowledge about public cultural provision than private activities, and that there are gaps in basic knowledge on children's and youth's own understanding of culture, both regarding participation and being audience, when it comes to quality and relevance. The study also uncovers a lack of critical analysis.

# Sammendrag

Kunnskapsgjennomgangen viser at vi har kunnskap om hvordan barn og unge bruker offentlige kulturtilbud og hvordan dette har endret seg, hvordan barn og unge bruker tradisjonelle medier, tidsbruk knyttet til kultur og medier, og vi har noe kunnskap om hva som hemmer og fremmer bruk av kulturtilbud

Kunnskapsgjennomgangen viser at vi særlig mangler kunnskap om den nye digitale kulturbruken og i særdeleshet egeninitierte aktiviteter rundt denne, hvordan minoriteters kulturbruk sammenfaller med og skiller seg fra majoritetens kulturbruk, hva barn og unge opplever som relevant og av høy kvalitet.

Kunnskapsgjennomgangen viser at det er få studier som anlegger kritiske perspektiver, eller som har en mer antropologisk/etnografisk inngang til tematikken.

Kunnskapsgjennomgangen viser at dagens statistiske kategorier ikke er oppdatert med tanke på barn og unges kultur- og mediebruk, blant annet er skillet mellom kultur og medier lite tidsriktig.

Kunnskapsgjennomgangen viser at det er viktig å utvikle metoder for å involvere barn og unge i selve kunnskapsproduksjonen

# 1. Innledning

Det har lenge vært et politisk mål at barn og unge skal ha tilgang på kunst og kultur, og siden 1970-tallet kan vi snakke om en eksplisitt kulturpolitikk rettet mot barn og unge (Haugsevje mfl. 2019:92 ff.; Hylland og Haugsevje 2019:31). Da ble også egenaktivitet en del av politikens virkeområde, i tråd med det utvidede kulturbegrepet (Hylland og Haugsevje 2019:32). I likhet med kulturpolitikken for øvrig har et overordnet mål for også denne delen av kulturpolitikken i stor grad handlet om demokratisering og deltakelse. I dag er kulturformidling rettet mot barn og unge et av hovedmålene i kulturpolitikken (Hylland og Haugsevje 2019). I stortingsmeldinga *Kulturens kraft. Kulturpolitikk for framtida* (Meld. St. nr. 8 2018–2019) sies det slik:

Barn og unge bør møte kunst- og kulturuttrykk som representerer eit mangfald av erfaringar, mellom anna for å motverke kulturelt utanforskap. Alle barn og unge skal ha tilgang til eit kulturtilbod med høg kvalitet, aktualitet og relevans, og få høve til å delta og utfalde seg i eit fritt og uavhengig kulturliv (Kap. 11:1).

Sitatet gjengir en viktig politisk skillelinje som går mellom det å være publikum og det å delta/utøve selv (Hylland og Haugsevje 2019:32). Kulturpolitikk som retter seg mot barn og unge kan handle om begge deler. Det kan handle om å tilrettelegge for kulturelle publikumsopplevelser og/eller at barn og unge selv deltar i ulike kulturuttrykk. Eksisterende kunnskap om barn og unges kulturbruk gjenspeiler dette skillet, og det finnes en god del kunnskap om barn og unge som både publikum og utøvere. Det sosiale og kulturelle livet til barn og unge blir stadig mer digitalt og direkte og indirekte styrt av nye teknologiske systemer. Selv om digital teknologi nå er blitt en etablert og selvsagt del av hverdagen vår, kan vi fortsatt si at vi står midt i et medieskifte der politikere, jurister og byråkrater prøver å forstå og regulere et landskap som endrer seg utrolig raskt (Enli 2021). Det er fortsatt mye ved den eksplosive digitale utviklingen som vi vet lite om, ikke minst de mer langsiktige konsekvensene. Medie- og delvis kulturbruken til barn og unge har i stor grad flyttet seg over på digitale plattformer, samtidig er barn og unges oppslutning om det fysiske kulturtilbudet nokså stabilt (Hylland mfl. 2019; Hylland og Kleppe *upublisert*). Koronapandemien ser ut til å ha forsterket denne utviklingen (Hylland 2021).

I forbindelse med gjenoppbyggingen av kulturektoren etter korona-pandemien er det behov for en oppdatert statusbeskrivelse av hva vi vet om barn og unges kulturbruk. Telemarksforskning gjorde en utredning om samme tema i 2019. Oppdragsgiver var da Kulturdepartementet som i arbeidet med ny stortingsmelding om kultur for barn og unge, hentet inn ulike kunnskapsgrunnlag. Denne gang er oppdragsgiver Kulturtanken. Den foreliggende gjennomgangen tar utgangspunkt i rapporten fra 2019, men komplementerer funnene derfra med nyere undersøkelser, særlig med tanke på digital kulturbruk, både uavhengig av og som følge av korona-epidemien.

## 1.1 Hva skal gjennomgangen gi svar på?

---

Gjennomgangen skal overordnet sett svare på følgende spørsmål: ***Hva vet vi egentlig om norske barn og unges kulturtilbud, kulturbruk, deltakelse og utøvelse? Hvordan har det utviklet seg de siste tiårene og særlig under koronapandemien?***

Kunnskapsgjennomgangen skal omfatte tilgjengelig kunnskap om barn og unges kulturbruk i Norge, adferd, behov og motivasjon, og se på utviklingen de siste tiårene og særlig under koronapandemien. Følgende tema og spørsmål skal belyses:

### 1) Barn og unges adferd

Hvordan bruker/deltar/utøver barn og unge kultur?

Hvor mye tid bruker barn og unge på kulturbruk, deltakelse og utøvelse?

Hvem bruker/deltar/utøver? Aldersgrupper, geografi, kjønn, sosiokulturell/økonomisk bakgrunn er særlig interessante variabler her.

Hva bruker/deltar/utøver de?

Hvor bruker/deltar/utøver de? (analogt/digitalt)

Hvor stor er oppslutning om det offentlig finansierte kulturtilbudet blant barn og unge?

Hvor mye vet vi om barn og unges digitale kulturtilbud, kulturbruk, - deltakelse og utøvelse?

### 2) Barn og unges behov og motivasjon

Hvorfor bruker/deltar/utøver barn og unge kultur? Hvorfor ikke?

Hva er deres behov og ønsker?

I hvilken grad treffer kulturtilbudet etterspørselen, dvs. deres behov og ønsker?

I hvilken grad oppfattes tilbudet som relevant og tilgjengelig for ulike brukergrupper?

### 3) Utvikling over tid og under koronapandemien

Hvordan har 1) og 2) endret seg de siste tiårene? (siden 1990 eller tidligere, og frem til i dag).

Andel av barn og unge som bruker/deltar/utøver. Representasjon? Er det geografiske, sosiokulturelle/økonomiske forskjeller? Hvem deltar ikke? Er det et mønster?

Hvordan har 1) og 2) endret seg under, eller som følge av, koronapandemien (dvs. fra 12. mars 2020 og frem til i dag)?

Det skal også gjøres en vurdering av om det er vesentlige forskjeller på kunnskapsgrunnlaget om bruk og deltakelse i henholdsvis det private, det offentlig finansierte, det frivillig organiserte kulturtilbudet og egenorganisert aktivitet.

I denne rapporten vil disse temaene bli behandlet, enten ved at vi gjør rede for kunnskap som gir svar på spørsmålene, eller ved at vi viser til kunnskapshull eller -mangler. Noen av spørsmålene finnes det lite kunnskap om. Det kommer vi tilbake til i konklusjonen.

## 1.2 Definisjoner og avgrensinger

---

I tråd med oppdragsgivers bestilling er følgende definisjoner og avgrensinger lagt til grunn for undersøkelsen:

- Kunnskapsgjennomgangen er i utgangspunktet avgrenset til å omfatte barn og unge i skolealder, 6–19 år.
- Med *kultur* menes kultur og media.
- Begrepet *kulturbruk* omfatter bruk av både fysiske, analoge og digitale tilbud og alle former for kultur (som f.eks. høre på musikk, se film, spille dataspill mv).

- Med *kulturdeltakelse* mener vi deltakelse i organiserte kulturaktiviteter, som kulturskole, teatergruppe, dans mv.
- Begrepet *kulturutøvelse* omfatter alle former for egen utøvelse av kultur (som f.eks. spille instrument, skrive tekster, lage dataspill mv.).

### 1.3 Hvordan har vi gjennomført oppdraget?

---

Denne gjennomgangen har noen klare avgrensinger. Vi har tatt utgangspunkt i en tilsvarende kunnskapsgjennomgang fra 2019. Rapporten *Ung Kultur – et kunnskapsgrunnlag* (Hylland mfl. 2019) er resultatet av en relativt omfattende studie av temaet kunnskap om barn og unges kulturbruk. En del av stoffet der er hentet fra boka *Fritid, frihet og felleskap. Kunnskap og løsninger i lokalt kulturarbeid blant barn og unge* (Hylland og Haugsevje 2019). Deler av den foreliggende rapporten er direkte gjengivelser av dette materialet, men nå satt inn i en ny struktur og sammenheng. Den nevnte rapporten og boka er i sin tur delvis basert på samme empiri. Funnene fra disse studiene har vi supplert med et utvalg nyere undersøkelser. Vi har blant annet sett nærmere på undersøkelser som har vært særlig opptatt av å få fram de unges egne stemmer: Kulturtankens egen *Barn- og unges stemmer – Kunst og kultur* (Kulturtanken 2019), *Barn og unges kulturbruk i Oslo* (Norsk publikumsutvikling/Opinion 2017), *Kjent og kjært, eller rart og sært? En kvalitativ brukerundersøkelse av DKS for ungdomsskoletrinnet i Buskerud* (Telemarksforskning 2016). Den siste av disse er også inkludert i kunnskapsgjennomgangen fra 2019, men her har vi løftet fram noen hovedfunn.

Dessuten skriver vi litt om betydningen av å bruke barn og unge som informanter og hvordan det kan gjøres. Da baserer vi oss blant annet på artikkelen «Barn om kunst. Metodeutfordringer i forskning om kunst og kultur for barn og unge» (Haugsevje mfl. 2019). Det temaet er også vektlagt i en foreløpig upublisert artikkel av Ole Marius Hylland og Bård Kleppe som heter «En digitalt utvidet kulturstatistikk. Digital kulturbruk blant ungdom og verktøyene vi bruker for å måle den».<sup>1</sup> Denne artikkelen handler for øvrig om digital kulturbruk og kulturstatistikk basert på nytt empirisk materiale, og representerer således helt oppdatert kunnskap om denne tematikken. Siden artikkelen ikke er publisert, har vi ikke kunnet gjengi innholdet i detaljert grad, men vi vil vise til hovedfunn og konklusjoner. Vi viser også til to undersøkelser fra 2021 om koronapandemiens innvirkning på henholdsvis Den kulturelle skolesekken og Kulturskolen (Berge, Haugsevje og Eiksund 2021; Berge, Haugsevje og Miland 2021).

Dessuten har vi gjort strategiske søk for å fange opp eventuelt andre publikasjoner fra perioden 2018–2021. Gjennom det ser vi at det er publisert flere artikler fra ulike medieforskere om digital mediebruk. Disse handler gjerne ikke eksplisitt om barn og unge, men tar opp generelle utviklingstrekk knyttet til dagens mediebruk. Boka *Barns mediehverdag* (Nyjordet Red. 2018) forholder seg imidlertid direkte til tematikken som vi her er opptatt av, og særlig det første kapitlet gir en oversikt over utviklingen i barns mediebruk og kapittel 4, 5 og 6 er ulike bidrag til temaet. Det samme gjelder boka *De digitale prøvekaninene. Historien om hvorfor barnet mitt plutselig kom hjem med en iPad i skolesekken* (Brochmann 2020). Sistnevnte er en

---

<sup>1</sup> Artikkelen springer ut av Kulturrådets forskningsprosjekt Digital kultur og estetiske praksiser og skal publiseres i en antologi om samme tema. Antologien skal gis ut av Kulturrådet/Fagbokforlaget i 2022.



populærvitenskapelig framstilling, men som vi nevner nettopp fordi den oppgis å samle og formidle oppdatert kunnskap om digital mediebruk hos barn og unge. Gjennom det strategiske søket fant vi dessuten rapporten *Barn og unges kulturbruk i Møre og Romsdal* (Oxford Research 2021). Denne er ikke åpent tilgjengelig, og vi har derfor ikke sett nærmere på denne. Den føyer seg inn i rekken av regionale undersøkelser av barn og unges kulturbruk.

Rapporten har en enkelt struktur med et innledende kapittel, et hovedkapittel der vi gjennomgår kunnskap knyttet til temaene som skal belyses og en konklusjon. Før vi presenterer foreliggende kunnskap, skal vi si litt om det empiriske grunnlaget for denne. Hvilke kilder har vi til rådighet?

## 1.4 Kilder, tall og statistikk

---

Følgende statistikk er helt eller delvis relevant med tanke på barn og unges kulturbruk og hentes inn hvert år:

- Kultur- og medieundersøkelse (SSB)
- Ungdata (Ungdatasenteret ved NOVA/OsloMet)
- Medietilsynets barn- og medier undersøkelser (Medietilsynet)
- Momsrefusjonsordningen (Lotteri- og stiftelsestilsynet)
- KOSTRA (Kommunenes rapportering til SSB)
- Norsk kulturindeks (Telemarksforskning)

Siden 1991 har SSBs kultur- og mediebarometre vært de viktigste kildene til kunnskap om befolkningens kultur- og medievaner. SSB sin **kultur- og medieundersøkelse** er basert på telefonintervjuer med et representativt utvalg av den norske befolkningen mellom 9 og 79 år. Basert på et bruttoutvalg bestående av mellom 2000 og 3000 respondenter har SSB jevnlig presentert tall for nordmenns kultur- og mediebruk. Tallene fordeles blant annet på aldersgruppen 9–15 år. Undersøkelsen danner grunnlaget for to ulike barometre: Norsk kulturbarometer og Norsk mediebarometer. Norsk kulturbarometer benytter 11 kategorier når de måler kulturbruk: Kino, idrettsarrangement, folkebibliotek, teater/musikal/revy, kunstutstilling, museum, konsert, ballett-/danseforestilling, opera/operette og kulturfestival. Disse kategoriene er igjen inndelt i underkategorier. Norsk mediebarometer opererer på sin side med 10 kategorier: papiravis, fjernsyn, radio, lydmedier, ukeblad, bøker, tidsskrift, tegneserieblad, serier/film/video og internett.

**Ungdata** gjennomføres av NOVA, fokuserer på ungdommens fritidsbruk, men inkluderer også spørsmål om kultur- og mediebruk. *Ungdata* utmerker seg i denne sammenhengen gjennom at undersøkelsen baserer seg på et stort antall respondenter blant barn og unge. Dette gir solide data som også kan brytes ned på ulike underkategorier.

**Barn og medier undersøkelsen** Medietilsynet, Kulturdepartementets fagorgan på medieområdet, har publisert sin *Barn og medier*-undersøkelse siden 2008. Den inneholder blant annet spørsmål om barns bruk av sosiale medier.

**KOSTRA** (Kommune-Stat-Rapportering) er et nasjonalt informasjonssystem som gir styringsinformasjon om kommunal og fylkeskommunal virksomhet. KOSTRA er et omfattende rapporteringssystem der kommuner og fylkeskommuner rapporterer til staten ved Statistisk sentralbyrå (SSB). Tall fra KOSTRA (Kommune-Stat-Rapportering) har blitt brukt som utgangspunkt for å analysere utviklingstrekk, sentrale virkemidler og tiltak rundt det kommunale kulturtilbudet for barn og unge. KOSTRA er et nasjonalt informasjonssystem som gir styringsinformasjon om kommunal og fylkeskommunal virksomhet. Tallene fra KOSTRA er basert på kommunenes egne rapporteringer fra ca. 90 forskjellige funksjonsområder, deriblant kultur. I KOSTRA finner vi kommunenes regnskapstall som viser hvordan kommunen fordeler sine midler på ulike tiltaksområder. Når det gjelder barn og unges kulturbruk kan vi se på kommunenes netto driftsutgifter til kultur generelt, og utgiftene til aktivitetstilbud for barn og unge og kulturskole spesielt. I tillegg rapporterer kommunene hvor mange kommunale fritidssentre som finnes, hvor mange timer de har åpent, antall besøk i året fra innbyggere i alderen 6–20 år, antall årsverk ved kommunalt drevne fritidssentre, antall private tiltak for barn og unge som får kommunale tilskudd, antall frivillige barne- og ungdomsforeninger som får kommunalt tilskudd, tilskudd til fritidsaktiviteter for barn og unge, størrelse på tilskudd som gis til frivillige barne- og ungdomsforeninger, og hvorvidt det gis redusert eller gratis husleie for frivillige barne- og ungdomsforeninger. Tallene sier med andre ord noe om den kommunale økonomien knyttet til barn og unges kulturtilbud og noe om de ulike tilbudene som finnes i de ulike kommunene. Det er stor variasjon mellom kommunene, slik at tallene først og fremst kan brukes til å gi et bilde av hvordan en gjennomsnittskommune ser ut.

Tall fra Lotteri- og stiftelsestilsynets **momskompensasjonsordning** har blitt brukt til å si noe om den frivillige aktiviteten som angår barn og unge i norske kommuner. Mva.-refusjon er utledet av brutto driftsutgifter eller faktiske mva.-utgifter for frivillige lag og organisasjoner. Tallene viser oss omfanget av frivillige organisasjoner som har noe med barn og unge å gjøre i norske kommuner, i tillegg til nivået på tildelinger. Databasen er systematisert og inneholder cirka 25 000 organisasjoner med navn, organisasjonstilknytning, kommune, sum av driftskostnader og frivillighetskategori (idrett, kultur, rekreasjon etc.). Databasen er enestående som en landsdekkende oversikt over organisasjoner i Norge.

**Norsk kulturindeks** er Telemarksforskning sitt årlige kulturbarometer. Indeksen er basert på en rekke tilgjengelige data som blir systematisert og sammenstilt av Telemarksforskning. Indeksen gir oss innsikt i ti ulike kulturkategorier er på landsbasis, i tillegg å beskrive variasjonen mellom norske kommuner. Vi kan også si noe om utviklingen over tid. Det er likevel begrenset med informasjon som vi kan knytte direkte til barn og ungdom utover kulturskole og DKS. I tillegg er disse kategoriene relativt smale for å beskrive variasjonen i aktiviteter og tilbud som barn og unge benytter seg av i en kommune. Det er naturlig å tro at det er store variasjoner mellom kommunene om hvilke tilbud som prioriteres og hvilke som ansees å være viktige blant brukerne. Tall fra kulturindeksen gir oss dermed mest et bilde av *gjennomsnittskommunens* tilbud- og aktivitet innenfor et relativt smalt bilde av de samlede virkemidlene og tiltakene innenfor kultur for barn og unge.

Kantar TNS kartlegger barn og unges fritid, med særlig fokus på medievaner. De publiserer årlig rapportene **Mediebarn**, som har blitt utført siden 2007 og som tar for seg medievanene til barn mellom 3 og 11 år, og **Medieungdom**, som har vært utført siden 2018 og som ser på

ungdom mellom 12 og 17 år. Det er imidlertid ikke utarbeidet særlige analyser av den historiske utviklingen i disse dataene. Rapportene er ikke fritt tilgjengelige.

Oppsummeringsvis kan vi dessuten legge til at de kvantitative datakildene som finnes i dag, er egnet til å si noe om kulturtilbudet og -aktiviteten i én gitt kommune, region eller fylke – eventuelt kan dette sammenlignes med andre kommuner. Tallene egner seg altså godt til å si noe om kulturen på et sted *i forhold* til et annet sted. Det eksisterende tallmateriale sier langt mer om kulturtilbud enn om kulturbruk og -deltakelse.

## 2. Kunnskap om kultur- og mediebruk hos barn og unge

I dette kapittelet gir vi en beskrivelse av hvilken kunnskap som finnes om de temaene som spørsmålene i oppdragsbestillingen handler om. Spørsmålene vi skal besvare handler først og fremst om kunnskap om *bruk*, men vi skal også se litt på kunnskap om tilbud, om forholdet mellom tilbud og etterspørsel, hva vi vet om barnas behov, motivasjoner og barrierer, og om endringer og utviklingstrekk.<sup>2</sup>

Hylland mfl. (2019:110) skriver at tidligere studier ofte har lagt vekt på kulturbruk, mediebruk og tidsbruk i ulike varianter. Det finnes en del studier av hvor stor andel barn og unge som forholder seg til ulike kulturuttrykk, medier og aktiviteter, og undersøkelser av hvor mye tid som brukes på de ulike kategoriene av kultur og medier. På et overordnet nivå kan vi si at undersøkelsene viser at kulturbruken blant barn og unge er høy og stabil når det kommer til tradisjonelle kulturaktiviteter. Ser vi litt nærmere etter, ser vi at det er en liten nedgang i barn og unge som bruker tradisjonelle kulturaktiviteter som bibliotek og museum, mens aktiviteter som scenekunst, opera, ballett/dans og teater/musikal/revy opplever økt bruk fra barn og unge. Det har samtidig skjedd store endringer i sektoren, barn og unge bruker for eksempel langt mindre tid på tradisjonelle medier enn tidligere, og langt mer tid på digitale medier i dag. Lineær-TV har hatt en drastisk nedgang i bruken, mens sosiale medier, strømming og dataspill kan betegnes som barn og unges nøkkelaktiviteter. Fritidsorganisasjoner opplever relativt høy og stabil aktivitet, det gjelder særlig for ungdomsskoleelever. Kulturbruken blant barn og unge i Norge sammenfaller relativt godt med det som er undersøkt om kulturbruk blant barn og unge i Sverige, Danmark og England, selv om ulike målemetoder gjør at tallene ikke er helt sammenlignbare (Hylland mfl. 2019). Det er tilsvarende en utfordring å sammenligne kulturbruk over tid, fordi ny teknologi skaper utfordringer for kategorisering i statistiske undersøkelser som strekker seg over tid. Generelt kan vi også si at de nye digitale plattformene har åpnet opp for nye kulturaktiviteter, men at disse legger seg på toppen av tidligere aktiviteter, heller enn å erstatte dem. Alt dette skal vi komme tilbake til. Nå skal vi se litt nærmere på de undersøkelsene som har lagt grunnlaget for denne innledende framstillingen om kulturbruk blant barn og unge.

### 2.1 Bruksmønster, endring og utviklingstrekk

---

I rapporten *Ung kultur* beskrives undersøkelsene til SSB som vi nevnte innledningsvis, mer inngående med tanke på hva disse viser om barn og unges kulturbruk (Hylland mfl. 2019). En hovedkonklusjon er at kulturbruken har vært relativt stabil, mens medievanene har endret seg betydelig. Samtidig er det særlig fem trekk som preger utvikling av kulturtilbudet og kulturen som barn og unge deltar i, skriver Hylland mfl. 2019:70–73).

---

<sup>2</sup> Enkelte deler av teksten er hentet mer eller mindre direkte fra rapporten *Ung kultur. Et kunnskapsgrunnlag* (Hylland mfl. 2019).

- Kultur- og medietilbudet er langt mer mangfoldig enn det var tidligere
- Færre frie arenaer (fritidsklubber ol.), flere spesialiserte tilbud for fordypning
- Økt profesjonalisering (mindre dugnad, mer formalisering)
- Endrede vilkår for frivilligheten
- Mer medvirkning og deltakelse

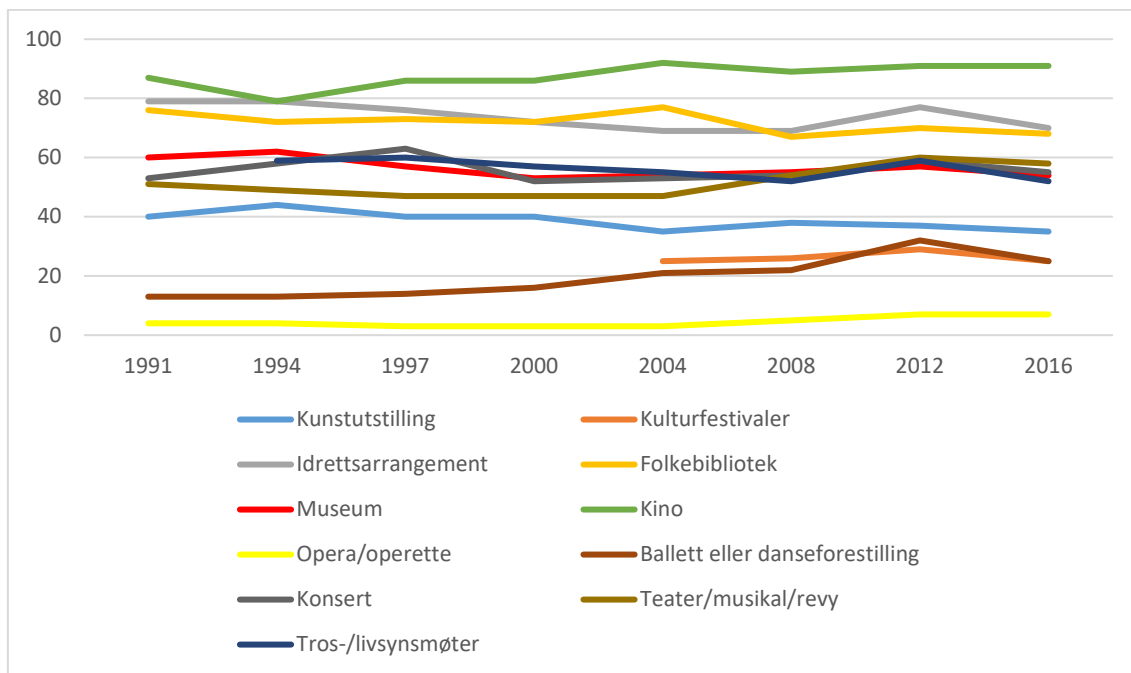
Barn og unge har altså et bredere tilbud enn de hadde tidligere. Samtidig er det færre arenaer uten et spesialisert innhold. Det offentlige tilbudet er blitt mer profesjonalisert, med større grad av ansettelser og mer tilrettelagte lokaler enn tidligere. Det innebærer at vilkårene for å drive frivillig innsats mot barn og unge har endret seg. Det er færre oppgaver og vanskeligere å få tilgang på lokaler. Barn og unges kulturbruk handler i større grad om deltakelse og medvirkning enn tidligere. Ut over dette er det store endringer med hensyn til bruk av nye digitale plattformer og ny digital teknologi innenfor kultur- og mediesektoren. Det kommer vi tilbake til.

SSB har i årene etter 1991 ført statistikk over både voksnes og barn/unges kulturbruk med utgangspunkt i noen nøkkelkategorier. Tabell 1 og figur 1 viser en historisk utvikling fra 1991 til 2016 basert på en sammenslåing av SSB sine kulturbarometre.

*Tabell 1. Kulturbruk i prosent i løpet av de siste 12 månedene, for aldersgruppen 9–15 år, 1991–2016, fordelt på ulike kulturtilbud. Kilde: SSB/Hylland og Haugsevje 2019.*

Kulturaktivitet, andel bruk (prosent)								
	1991	1994	1997	2000	2004	2008	2012	2016
Kunstutstilling	40,0	44,0	40,0	40,0	35,0	38,0	37,0	35,0
Kulturfestivaler	-	-	-	-	25,0	26,0	29,0	25,0
Idrettsarrangement	79,0	79,0	76,0	72,0	69,0	69,0	77,0	70,0
Folkebibliotek	76,0	72,0	73,0	72,0	77,0	67,0	70,0	68,0
Museum	60,0	62,0	57,0	53,0	54,0	55,0	57,0	54,0
Kino	87,0	79,0	86,0	86,0	92,0	89,0	91,0	91,0
Opera/operette	4,0	4,0	3,0	3,0	3,0	5,0	7,0	7,0
Ballett eller danseforestilling	13,0	13,0	14,0	16,0	21,0	22,0	32,0	25,0
Konsert	53,0	58,0	63,0	52,0	53,0	54,0	59,0	55,0
Teater/musikal/revy	51,0	49,0	47,0	47,0	47,0	54,0	60,0	58,0
Tros-/livsynsmøter	-	59,0	60,0	57,0	55,0	52,0	59,0	52,0

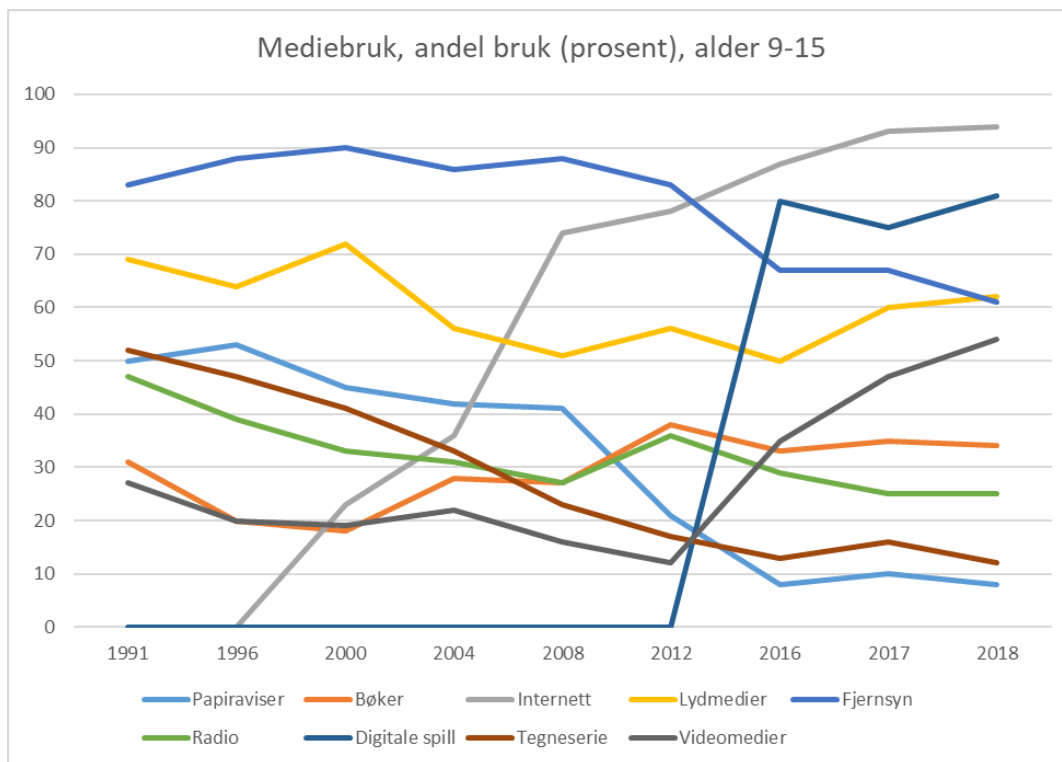
Den historiske utviklingen og de ulike aktivitetens popularitet kan også illustreres med følgende figur:



Figur 1. Kulturbruk i løpet av de siste 12 månedene for aldersgruppen 9–15 år, 1991–2016, angitt i prosent fordelt på ulike kulturtilbud. Kilde: SSB/Hylland og Haugsevje 2019.

Det mest iøynefallende når vi ser dataene over tid, er altså ikke bare at kulturbruken blant denne unge aldersgruppen er høy, men også at den er svært stabil. Vi ser likevel en liten utvikling i SSBs tall i retning av at besøkstall for tradisjonelle kulturaktiviteter som bibliotek og museum går noe ned, mens vi på den annen side ser at besøkstall for scenekunst, opera, ballett/dans og teater/musikal/revy har gått noe opp. Der 76 % av de unge svarte at de oppsøkte folkebibliotekene i løpet av de siste 12 månedene i 1991, var tallet sunket til 68 % i 2016. Kategorien Teater/musikal/revy hadde en motsatt utvikling, og gikk fra 51 % til 58 %.

Den følgende oversikten viser utviklingen i *andel* 9–15-åringene som oppgir at de har brukt et visst medium en gjennomsnittsdag. Oversikten viser tall for utvalgte år.

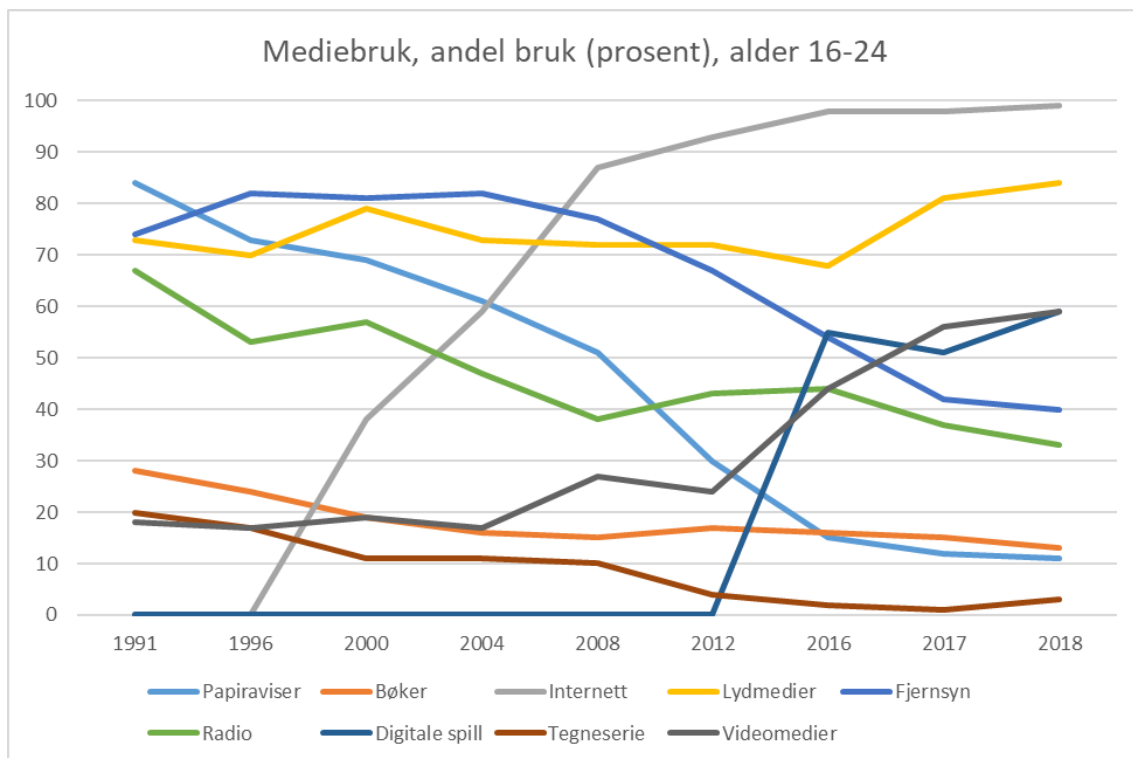


Figur 2. Medieaktivitet, andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittsdag. Kilde: SSB/Hylland mfl. 2019.<sup>3</sup>

I disse oversiktene ser vi noen klare trender. Den mest åpenbare er at *Internett* på 20 år har gått fra å være et helt nytt til det mest brukte mediet. Samtidig er det åpenbart diskutabelt i hvilken grad internett er et medium på linje med de andre, og ikke en plattform som de andre uttrykkene formidles ved hjelp av, men den diskusjonen lar vi ligge her. Den nye kategorien *Digitale spill* (som ble introdusert i 2016) utmerker seg også, ikke overraskende, med høy andel bruk: rundt 80 %. Videre har tradisjonelle medier som radio, papiraviser, fjernsyn og tegneserier sunket til dels vesentlig. Dette bildet vises av en rekke undersøkelser, og gjelder også andre aldersgrupper enn de yngste.

Bak de tradisjonelle mediekategoriene ligger det også betydelige endringer av plattformer og teknologi. For eksempel går andelen som bruker videomedier først ned og siden kraftig opp. Dette skyldes at i denne kategorien finner vi både VHS, DVD og etter hvert strømmetjenester. Utviklingen viser med andre ord både de fysiske mediernes nedgang og strømmemedienes fremvekst. I fjernsynskategorien er både lineær- og nett-TV inkludert, og i lydmedier er både fysiske lydmedier (CD/LP) og strømming av musikk inkludert.

<sup>3</sup> Merk at framstillinga er misvisende på den måten at kategorien *Digitale spill* ikke har 0 % brukere fram til 2012, men at det ikke inngår som en kategori i målingene.



Figur 3. Medieaktivitet, andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittsdag. Kilde: SSB/Hylland mfl. 2019.<sup>4</sup>

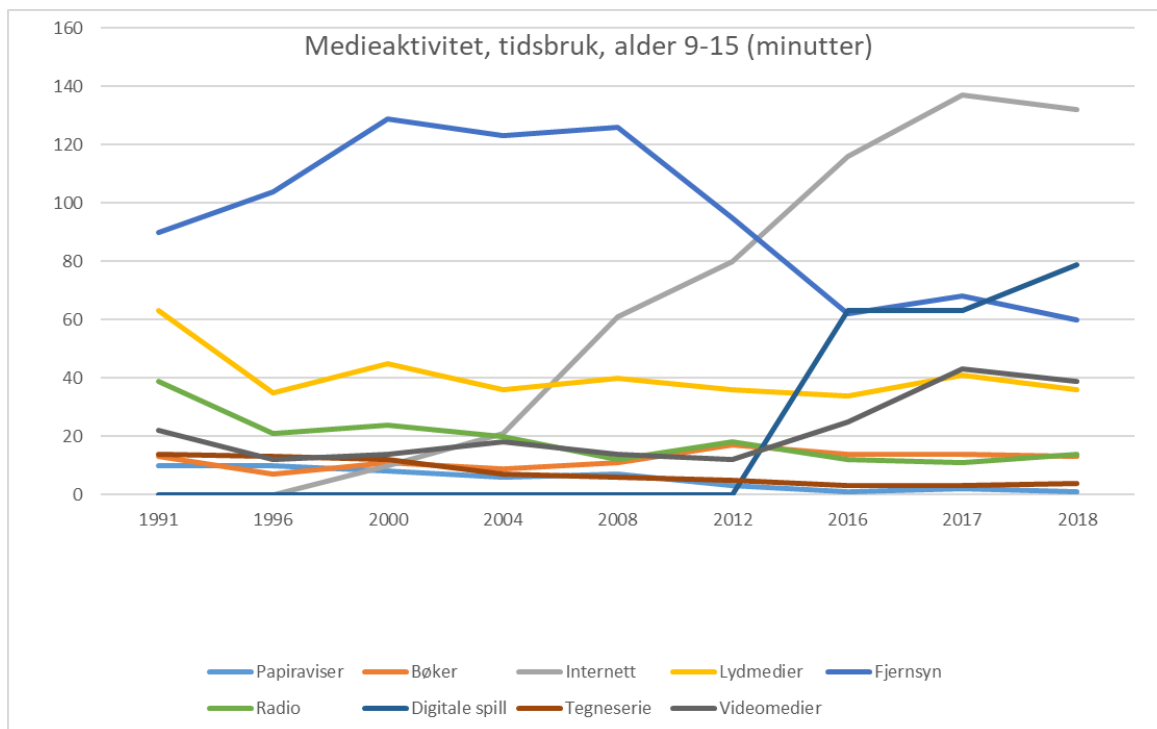
I en tilsvarende oversikt over mediebruk, men for gruppen 16–24 år, ser vi den samme utviklingen som for den yngre aldersgruppen, men med noen markante forskjeller. For denne aldersgruppen er de (i utgangspunktet) papirbaserte mediene papiraviser, bøker og tegneserier av stadig mindre betydning. Mens 20 % av 16–24-åringene oppga at de leste tegneserier en gjennomsnittsdag i 1991, var tallet i 2017 nede i 1 %. I denne gruppen ser vi en tydelig økning i bruk av lydmedier. Dette handler først og fremst om strømming av musikk. I enkelte undergrupper innenfor alderssegmentet er tallene enda høyere. I Norsk mediebarometer for 2018 skrives dette om lydmedier:

Det er spesielt unge voksne som bruker tid på lydmedier. I aldersgruppen 20–24 år lyttet 89 prosent i løpet av en dag. Til sammenligning bruker bare 18 prosent i aldersgruppen 67–79 år tid på dette en gjennomsnittsdag. Unge voksne og ungdommer bruker mest tid på lydmedier, lytterne blant 20–24 åringene bruker nesten to timer, mens de mellom 16–19 lytter enda mer, 2 timer og 9 minutter. (Norsk mediebarometer 2018:46).

Den samme utviklingen kommer også fram gjennom Mediebarometerets oversikt over tid brukt på ulike medier. Hvis vi samler tall for de samme mediene og de samme utvalgte årene som i oversikten over, er utviklingen som illustrert i tabell 4 og figur 4, når det gjelder aldersgruppen mellom 9 og 15.

<sup>4</sup> Merk at framstillinga er misvisende på den måten at kategorien Digitale spill ikke har 0 % brukere fram til 2012, men at det ikke inngår som en kategori i målingene.





Figur 4. Medieaktivitet, tidsbruk en gjennomsnittsdag. Kilde: SSB/ Hylland mfl. 2019.<sup>5</sup>

Oversiktene over tid brukt på ulike medier viser for det første en del av den samme utviklingen som oversikten over *andelen* som bruker ulike medier. Det blir brukt langt mindre tid på tradisjonelle medier og langt mer tid på digitale medier. Og for de mediene hvor en ny type teknologi har endret brukermønstre og -muligheter, har tidsbruken først gått ned noe, og siden gått opp. Dette gjelder særlig videomedier. For det andre illustrerer oversiktene et generelt poeng, nemlig at den totale tiden som brukes på medier har gått tydelig opp. Hvis vi tar utgangspunkt i de mediene som er inkludert i denne oversikten, ser vi f.eks. at den totale summen på disse mediene var 202 minutter i 1996 og 382 minutter i 2017. Som også SSB har gjort oppmerksom på, er det likevel vanskelig å trekke tydelige konklusjoner rundt disse tallene. Det er fordi flere av disse aktivitetene kan gjennomføres på en og samme tid. I tillegg er kategoriene ikke selvinnsyende, siden både lydmedier, fjernsyn, radio, videomedier gjerne er nettbaserte, noe som kompliserer kategorien Internett.

Det er undersøkt generell utøvelse av kulturelle aktiviteter blant barn og unge i rapporten *Barn og unges kulturbruk i Oslo* (Norsk publikumsutvikling/Opinion 2017). Der kommer det fram at flest lytter til musikk, nest flest leser bøker. Færrest spiller instrumenter, driver med teater eller lager film. Dette er nokså like bruksmønstre mellom jenter og gutter, men i noen kategorier kommer det fram store forskjeller mellom kjønnene, f.eks. dataspill gjøres betydelig mer av gutter enn jenter, mens flere jenter oppgir at de danser og tegner.

I den kvalitative delen av rapporten utdypes disse temaene. Når det gjelder barna, kommer det fram at mange, særlig gutter, driver med mye organisert idrett, slik at de ikke har tid til kultur.

<sup>5</sup> Merk at framstillinga er misvisende på den måten at kategorien Digitale spill ikke har 0 % brukere fram til 2012, men at det ikke inngår som en kategori i målingene.

Fra 9–10 år blir YouTube et viktig kulturtilbud. Når det gjelder de unge, viser undersøkelsen at digitale tilbud dominerer hos ungdommene. Man har også spurt hva ungdommene forstår og assosierer med ulike begrep som «kultur», «museum», «teater», «publikum» o.l. Det gir interessant bakgrunnsinformasjon for å forstå kulturvanene deres. Andre sentrale funn i denne undersøkelsen var at barn og unge ønsker å være aktive framfor passive i møte med kunst og kultur, og at den positive opplevelsen øker når tilbudet er tilpasset målgruppen.

## 2.2 Fritidsaktiviteter, frivillighet og foreningsliv

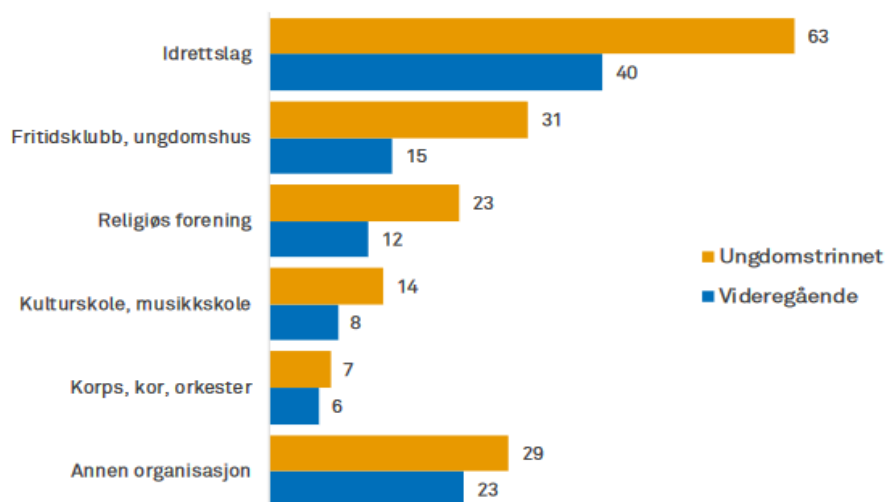
Det finnes noen tall i enkelte av undersøkelsene over fritidsaktiviteter som ikke er knyttet spesielt til kultur- eller mediebruk. De finnes f.eks. i seksjonen «Fritidsaktiviteter» i Ungdata (Bakken 2019:45). Her finner vi kategoriene «organisert fritid», «hjemme», «ute med venner» og «mediebruk». Under kategorien «organisert fritid» kommer prosentandelen av tilknytning til fritidsorganisasjoner fram. Her ser vi at elever på ungdomstrinnet i langt høyere grad er aktive i fritidsorganisasjoner enn elevene i den videregående skole. Videre kommer det fram at aktiviteten har vært svært stabil i den siste tiden.



Figur 5. Faksimile fra Ungdataundersøkelsen (Bakken 2019:47).

Videre viser Ungdata-tallene (figur 6) at det særlig er idrett som aktiviserer ungdommer i fritidsorganisasjoner, og at både fritidsklubber og religiøse foreninger tiltrekker seg flere deltagere enn kulturskolen og musikkaktiviteter som kor, korps og orkester i regi av organisasjoner.

### Prosentandel som siste måned har vært med på aktiviteter i følgende fritidsorganisasjoner



Figur 6. Faksimile fra Ungdataundersøkelsen (Bakken 2019:46).

På ungdomstrinnet er det litt flere jenter enn gutter som er aktive i fritidsorganisasjoner, mens dette snur på videregående. Eksempelvis er det 68 % gutter som melder at de er aktive i en fritidsorganisasjon i 8. klasse, mens det er 70 % jenter som melder det samme. På Vg1 er det 48 prosent gutter som svarer positivt, mens det bare er 44 % jenter som sier de er aktive i en fritidsorganisasjon, tall som for Vg3 er henholdsvis er 39 og 29 % (Ungdata 2019: 47). Det er med andre ord et stort frafall fra fritidsorganisasjonene i dette tidsrommet.

I KOSTRA finner vi oversikt over *kommunale fritidssenter*. Vi finner i alt 674 slike senter fordelt på 314 kommuner i 2018. Det vil si at 75 % av norske kommuner har tilbud ved et kommunalt fritidssenter. Store kommuner har flere fritidssenter. For eksempel har Oslo 61 slike senter og skiller seg med det klart ut fra andre kommuner. Kommunene rapporterer også hvor mange timer sentrene har åpent og hvor mange besøk de får. Ifølge KOSTRA har kommunale fritidssenter i snitt åpent 466 timer årlig per innbygger mellom 6 og 20 år (i denne beregningen er Oslo utelatt). Når det gjelder besøk, ser vi av rådataene at det er store variasjoner mellom kommunene, noe som sannsynligvis skyldes feilrapportering. 43 % av kommunene med fritidssenter har mellom 1–2000 besøk per 1000 innbygger i året. 27 % har tilsvarende 2001–4000 besøk, mens de resterende 30 % har over 4000 besøk.

## 2.3 En digital revolusjon

Dagens digitale mediebruk framkommer av flere ulike statistikker. Tallene viser en eksplosiv utvikling på flere måter.

Medietilsynets Barn og medier-undersøkelse viser statistikk over mediebruk på et detaljert plan. Denne har blitt publisert jevnlig siden 2008 (Medietilsynet 2008, 2010, 2012, 2014 og 2016, 2018). Datagrunnlaget for rapporten som kom i 2018, ble hentet inn i 2017 og inkluderte 4805

barn mellom 9 og 18 år<sup>6</sup>. Undersøkelsen er gjennomført gjennom klyngeutvalg ved en rekke skoler. Undersøkelsen ser også på holdningene til foreldre til barn mellom 1 og 18 år «for å avdekke gap i digital mediebruk, kompetanse og holdninger og foreldres kunnskaper om barnas nettbruk og erfaringer» (Medietilsynet 2018:8). I Barn og medier-undersøkelsen er digitale medier i stor grad er inkludert.

Mobiltelefonbruk er ikke overraskende helt sentralt i barn og unges mediebruk. Rapportens første setning lyder eksempelvis «Allerede ved 10-årsalderen har omtrent alle barn tilgang til mobil, og over 90 % har smarttelefon fra 10–11-årsalderen.» (Medietilsynet 2018:2). Mobilbruken i gruppen mellom 9 og 11 år har skutt fart de siste årene, mens den har vært stabil de siste årene for dem mellom 15 og 16 år. Videre heter det i rapporten at barna «ble spurt om omtrent hvor lang tid de brukte på ulike aktiviteter dagen i forveien» hvor den aktiviteten som det ble brukt mest tid på (2 timer eller mer) var å «bruke mobilen», som 49 % av barna svarte positivt på, deretter «bruke tid med familien» som 43 % svarte at de brukte mest tid på, etterfulgt av å «treffe venner» 39 % og «sosiale medier» som 30 % svarte at de hadde brukt to timer eller mer på (Medietilsynet 2018:14).

I rapporten står det videre at «79 prosent brukte sosiale medier dagen i forveien – 30 prosent i to timer eller mer, mens 16 prosent ikke brukte sosiale medier. Fem prosent svarte *vet ikke*.» (Medietilsynet 2018:16). I Barn og medier-undersøkelsen finner vi også detaljerte data på bruk av sosiale medier. I de nyeste tallene i undersøkelsen fra 2018 kommer det fram at blant barn i alderen 9 til 18 år, er Snapchat det mest brukte sosiale mediet. 81 % svarte at de brukte det, etterfulgt av Instagram på 67 % og Facebook på 54 % (Medietilsynet 2018:5). Selv om bruk av sosiale medier har vært relativt stabil de siste årene, ser vi at nye plattformer etablerer seg. «Der Facebook var dominerende i 2013, er Snapchat dominerende i dag, for å si det enkelt», skrev Hylland og Haugsevje i 2019 (s. 68). Dette bildet kan endres raskt. Akkurat nå er det sosiale videobaserte nettverket TikTok på full fart framover.

I Kantar TNS' tall kommer det frem at barn og unges bruk av lineær-TV har falt dramatisk de siste ti årene, hvilket også vises av tall fra SSB og Medietilsynet. Mens barn mellom 12 og 17 år så 113 minutter på lineær-TV daglig i 2010, var tallet nede på 40 minutter i 2018, en nedgang på 65 %. Fallet i bruk av lineær-TV har vært noe sterkere blant barn mellom 3 og 11 enn gruppen som defineres som ungdom. Førstnevnte brukte 108 minutter på slik TV daglig i 2010, sammenlignet med 36 minutter i 2018, en nedgang på 67 %. Kantar TNS spør hvor alle TV-minuttene til denne aldersgruppen har blitt av, og forsøker å svare med å vise at der 3- til 11-åringene så 108 minutter på lineær-TV i 2010, så bruker de 36 minutt på samme aktivitet i 2018, men også 9 minutt på norske strømmetjenester, og 43 minutt på gaming og utenlandske strømmetjenester daglig i 2018. Tallene vi har tilgang til, viser ikke en tilsvarende statistikk i vekst i strømming, selv om de sier at 92 % av 11- til 17-åringene bruker YouTube ukentlig, mens Netflix har en ukentlig dekning på 70 %, NRK TV på 27 % og VG TV på 23 % i 2019.<sup>7</sup> I Kantars såkalte

---

<sup>6</sup> I rapporten heter det at aldersgruppen har blitt utvidet i et par omganger, som gjør sammenligninger over tid noe vanskeligere. I 2018 var 17- og 18-åringene inkludert, hvilket innebærer at 2. og 3.vgs er med, forrige gang var 1 Vgs med, undersøkelsen før det igjen inkluderte bare data opp til og med 10. klasse.

<sup>7</sup> Det går ikke riktig frem av presentasjonen på nett om hvorvidt disse tallene gjelder 2018 eller 2019. Nedgangen i Lineær-TV vises mellom 2010 og 2018, men en mer oppsummerende statistikk vindu oppgir tall som har endret seg fra 2018, hvilket gjør det rimelig å anta at dataene er fra 2019.

strømmetopp for barn finner vi YouTube på topp med 70 % ukentlig dekning, dernest NRK Super og Netflix, med henholdsvis 58 og 63 % ukentlig dekning.

I Ungdatas undersøkelser av mediebruk ser vi at de unge i økende grad er sosiale i digital forstand, med en relativt lik økning for ungdomsskolen og videregående. Der det i 2015 var 52 % gutter og 73 % jenter i den videregående skole som svarte at de brukte minst én time daglig på sosiale medier, var tallet henholdsvis 60 og 82 % som svarte det i 2018. For ungdomsskolen var tallene 39 % av guttene og 67 % av jentene i 2015, tall som hadde økt til henholdsvis 47 og 75 % i 2018. Tallene innebærer ikke bare en kraftig vekst i bruk av sosiale medier, men viser også til relativt store skiller hva kjønn angår. Utover bruk av sosiale medier undersøker mediebrukdelen til Ungdata tid bruk på skjerm og tid brukt på elektroniske spill. Disse viser stabile tall over hvor mange som spiller elektroniske spill minst én time daglig: i 2015 svarte 80 % av guttene i ungdomsskolen positivt på det spørsmålet, mens 40 % av jentene gjorde det. I 2018 hadde tallet økt til 82 % blant guttene, og falt til 36 % blant jentene. For videregående var tallene for gutter 67 % og 31 % for jenter i 2015, med en tilsvarende utvikling for ungdomsskolen.

Medietilsynet (2018) oppgir også tall om elektronisk spilling. I rapporten deres heter det: «Spilling (for eksempel på PC, Playstation, Xbox, DS) er en aktivitet som utføres betydelig oftere av gutter enn av jenter. Totalt 77 prosent av guttene svarte at de hadde brukt tid på å spille spill dagen i forveien, mot 47 % av jentene.» (2018:15). Medietilsynet viser også hvordan dette fordeler seg i alderen mellom 9 og 18 år, og mellom kjønnene. Her fremgår det ikke bare at gutter spiller mest, men også at gutter når en topp i tidsbruk i 14-årsalderen, mens jentene spiller mest i 11-årsalderen, med fallende tidsbruk når de blir eldre.

Vi vet at tid brukt på skjerm øker. I 2015 var det 50 % av ungdomsskoleelevene som oppga til Ungdataundersøkelsen at de hadde brukt minst tre timer på skjerm dagen i forveien. For videregående var tallet 56,5 %. Dette hadde steget til henholdsvis 61,5 % og 64 % i 2018 (Bakken 2019:59). Tallene er relativt likt fordelt mellom kjønnene, selv om forskjellene er noe større på videregående skole, hvor guttene bruker mer tid på skjerm.

Nye tall viser at YouTube i betydning en kanal for strømming har den største ukentlige dekningen blant barn og unge. YouTube er klart viktigere enn både Netflix og NRKs nett-TV. Samtidig er YouTube noe mer enn en strømmekanal for passiv forbruk av underholdning. Det er også et sosialt medium, en kanal for kreativitet, et sted for salg og kommersiell virksomhet, et sted for opplæring og instruksjon, et oppslagsverk m.m. Dette viser at bak de kategoriene som vi bruker til å måle kultur- og mediebruk, er det et langt mer finkornet univers av ulike måter å bruke digitale medier på. Det inkluderer også et kreativt og deltagende element. Når *youtuber* etter hvert har blitt et begrep som har gått inn i det norske språk, som noe midt imellom en betegnelse på en hobby og en yrkesbetegnelse, er det alene et tydelig tegn på denne variasjonen. Og dette kreative, deltagende elementet er en viktig komponent også i andre digitale plattformer, som Instagram, TikTok, Snapchat osv. Hvilke konsekvenser dette har for kunnskapsutviklingen, kommer vi tilbake til i siste kapittel.

## 2.4 Oppslutning om offentlige tilbud

---

Når det gjelder oppslutning om offentlige tilbud, presenterer vi tall fra 2018. Ifølge Norsk kulturindeks gikk omtrent 100 000 barn i Norge på kulturskolen i 2018. Andelen norske barn som går i kulturskolen er rundt 13 % (jf. Berge, Haugsevje og Miland 2019). Kulturskoletilbud kan romme så mangt. Alt fra enkeltoppfølging av elever til store prosjektkor som samles over en kort periode. Ved siden av dekningsgrad vil derfor antall årstimer være en god indikator for kulturskoletilbudet i kommunene. Til sammen tilbys det 1,3 millioner timer i norske kulturskoler, det vil si 2,0 timer per barn i grunnskolealder. Hvis vi deler timeantallet på antall elever, finner vi at hver elev i gjennomsnitt får 12,8 timer undervisning i kulturskolen. Timene fordeles på musikkundervisning (82 %), dans (7 %), visuelle kunsthøgskole (5 %), teater (4 %) og andre kunst- og kulturuttrykk (2 %). Nesten 2000 årsverk går til undervisning av kulturskoleelever på landsbasis. Kulturskoletilbudet varierer vesentlig fra kommune til kommune. For eksempel har ni kommuner under ti elever i kulturskolen. Kulturskolen i Oslo har flest elever (7429). De fleste kommunene i landet (42 %) har en elevandel (det vil si antall elever delt på antall barn i grunnskolealder) på mellom 10 og 20 %. 37 % av norske kommuner har en elevandel på under 10 %. De resterende 20 % av kommunene har en høyere elevandel enn 20 %.

Et viktig kulturtilbud for de aller fleste barn og unge utgjøres av produksjoner i Den kulturelle skolesekken. I Norge var det 2,8 millioner besøk på DKS-forestillinger i 2018. Siden DKS-forestillinger er obligatoriske for elevene, kan man regne med at publikumsoppslutning er direkte avledet av tilbudet. Besøket inkluderer tilbud både i grunnskole og videregående skole. Besøket tilsvarer 2,5 besøk per barn i grunnskolealder (6–15 år). Musikk er den vanligste sjangeren for DKS-forestillinger (40 %), etterfulgt av scenekunst (20 %), litteratur (10%), visuell kunst (9 %), kulturarv (8 %), film (7 %) og kunstarter i samspill (3 %). Omtrent 1 % er ikke fordelt på sjanger. 69 % av forestillingene er i regi av fylker, mens 31 % er arrangert av kommunene selv. 47 % av kommunene i landet har en besøksandel i DKS på mellom 2–3 forestillingsbesøk per barn i grunnskolealder. 30 % har 3–4 besøk, mens kun et fåtall (9 %) har flere besøk enn dette. Antall besøk på DKS-forestillinger i kommunene varierer fra 93 i Vevelstad kommune til 181 000 i Oslo.

## 2.5 Sosiale forskjeller og andre barrierer

---

Gjennom kultursosiologiske studier har det lenge vært kjent at kulturbruk, både i omfang og i mønster, henger sammen med faktorer som utdanning, inntekt og kjønn. Med andre ord er det slik at borgere med høyere utdanning og høyere inntekter tenderer til å bruke kultur mer i sin alminnelighet, og til å være de som bruker en del av de såkalt smale kulturformene mest. Den gruppen som har høyest andel brukere på kulturaktivitetene som SSB måler, er likevel de som har høy utdanning og middels inntekt. Nå skriver vi altså om voksne. Denne gruppen har høyest andel brukere både for idrettsarrangement, folkebibliotek, museum, konsert, ballett-/danseforestilling, kulturfestival og tros-/livssynsmøte. Dessuten skårer kvinner høyere enn menn på tradisjonelle kulturaktiviteter, mens menn skårer høyest på sportsarrangement. De med lav utdanning og lav inntekt har tilsvarende lavest andel brukere for de fleste kulturtilbudene. For å ta et eksempel fra det siste kulturbarometeret til SSB: Der ser vi at kino oppsøkes langt oftere blant dem med høyere utdanning enn dem uten. I aldersgruppen 25 til 44 år, var det 68 % av dem med

ungdomsskole som hadde gått på kino de siste 12 månedene, mens tallet for dem med høyere utdanning var 84 %. I aldersgruppen 45 til 66 var prosentandelen henholdsvis 46 og 76 %, og for aldersgruppen 67 til 79 henholdsvis 11 og 61 %. SSB oppgir at korrelasjonen mellom høyere utdanning og økt bruk av kulturtilbud gjelder alle aktiviteter de fører statistikk over sett bort fra tros- og livssynsmøter (2018:13). SSB påpeker også at inntekt påvirker bruk av kulturtilbud, slik at jo høyere inntekt fører til mer bruk av kulturtilbud. I tallene til SSB fra 1991 til 2016, framgår det også at dette har vært relativt stabilt (2018:13). «Totalt sett får vi et temmelig klart bilde av at høy utdanning har større betydning enn høy husholdningsinntekt for høy kulturaktivitet», skriver SSB, selv om de kommenterer at både utdanning og inntekt slår ut i høyere kulturbruk. (2018:14).

Når det gjelder barn og unge, er det gjort langt færre systematiske undersøkelser i sosiale forskjeller. Dette skyldes blant annet at for en aldersgruppe som åpenbart ikke har, men er *i* utdanning og som ikke er yrkesaktive og mottar lønn, vil de klassiske sosioøkonomiske indikatorene som inntekt, utdanning og yrkeskategori ikke ha betydning. De tilgjengelige indikatorene for å studere disse forskjellene blir da nødvendigvis *foreldrenes* inntekt, utdanning og yrke, med de metodiske usikkerhetene det kan medføre. Blant studiene vi har gjennomgått, har Medietilsynet noen data på foreldrenes sosioøkonomiske status og hvilken effekt den har på barnas kultur- og mediebruk, det samme gjør Ungdataundersøkelsen. Dette bekreftes av enkelte internasjonale studier (Hylland mfl. 2019). Dessuten har en undersøkelse av kulturskolen sett på sammenhengen mellom foreldrenes utdanning og deltakelse i kulturskolen, og finner samme mønster.

Ungdata-tallene viser en tilsvarende sterk sammenheng mellom sosioøkonomisk status (SØS)<sup>8</sup> og medlemskap i fritidsforeninger. Ungdata deler barna inn i fem relativt like store grupper av SØS, hvor medlemskap i slike foreninger øker gradvis fra lavest SØS til høyest. Der 52 % av de med lavest SØS er aktive i fritidsorganisasjoner, er 78 % det blant dem med høyest SØS på ungdomsskolen. For videregående er det 30 % blant dem med lavest SØS som oppgir at de er aktive, mens 52 % av dem med høyest SØS oppgir at de er aktive i en fritidsorganisasjon (Bakken 2019:47).

Kulturskolerapporten *Kultur + skole = sant* viser at det er tydelige sammenhenger mellom foreldres utdanningsnivå og barnas deltagelse i kulturskolen (Berge mfl. 2019:119). Hvis mor eller far har høy utdanning, er sannsynligheten større for at barnet er elev i kulturskolen. I oppsummeringa av rapporten skrives det:

Til tross for visjonen om en kulturskole for alle går bare en liten andel (13 %) av norske barn og unge på kulturskolen. Kulturskolen er dessuten preget av kjønnsulikhet. De fleste kulturskoleelever er jenter. Den typiske kulturskoleelev beskrives som et barn eller ungdom fra en ressurssterk familie med høyt utdannede og kulturinteresserte foreldre og ungdommer med høyt utdannede foreldre er overrepresentert. For å få mer kunnskap om betydningen av sammenhenger mellom familieøkonomi og kulturbruk, trengs mer forskning.

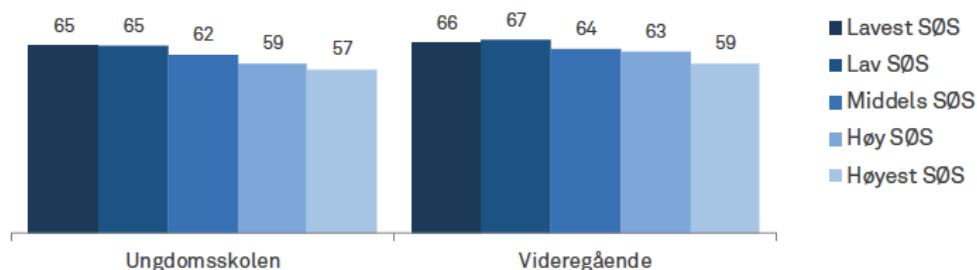
Ungdataundersøkelsen viser at sosioøkonomisk status i tillegg slår ut på bruk av digitale skjermer: «Det er en tendens til at ungdom fra lavere sosiale lag bruker mer tid foran en skjerm enn ungdom fra høyere sosiale lag. Men forskjellene er ikke spesielt store.» (s. 59). Likevel viser tallene

---

<sup>8</sup> Om de fem ulike nivåene for sosioøkonomisk status, heter det i Ungdata-rapporten: «Målet er basert på opplysninger om fars og mors utdanningsnivå og tilgang til ulike materielle goder – antall datamaskiner, antall biler, antall bøker, om de unge har eget soverom og hvor mange ganger de unge har reist på ferie med familien det sist året» (2019:6).

deres at 65 % i gruppen med lavest SØS i ungdomsskolen bruker minst tre timer daglig foran en skjerm, mens 57 % av gruppen med høyest SØS gjør det samme, med relativt like tall for den videregående skolen.

### Prosentandel som bruker minst tre timer daglig foran en skjerm – etter skoleslag og sosioøkonomisk status (SØS)



Figur 7. Ungdataundersøkelsen viser hvordan bruk av digitale skjermer henger sammen med sosioøkonomisk bakgrunn. Faksimile fra Ungdata 2019.

Medietilsynets rapport over barns kulturbruk opererer ikke med tall som viser sosioøkonomisk status eller kulturell bakgrunn i rapporten som vedrører barn. Men Medietilsynet har også en rapport som heter *Foreldre og medier-undersøkelsen 2018: Foreldre til 1–18-åringer om medievaner og bruk*, hvor det står noe om foreldrenes bakgrunn. Der heter det blant annet:

Det er et mønster at andelen som svarer at barnet har egen mobiltelefon, synker med foreldrenes utdanningsnivå. Totalt sju av ti foreldre med grunnskole-/videregående utdanning svarer at barnet har egen mobiltelefon mot seks av ti med høgscole- eller universitetsutdanning på 4 år eller mer (Medietilsynet 2018b:18).

Årsaken til dette kan være at det synes å være en større kunnskap om medier blant foresatte med høyere utdanning enn dem med ungdomsskole eller videregående, selv om forskjellene er små. Utdanningsmessig kommer det også fram at «92 prosent av foreldrene med universitet-/høgskoleutdanning på fire år eller mer er kjent med at bloggere og youtubere får betalt for å snakke om produkter på nett, mot 81 prosent av foreldrene med grunnskole-/videregående utdanning.» (s. 78). På spørsmål om foreldrene snakker om barna om hva de gjør på ulike medier (blant flere «ser på film eller tv», «leser i bøker», «gjør med mobilen»), slår foreldres utdanning ikke særlig ut, og det heter: «Det er kun små forskjeller ut fra foreldrenes utdanning. Vi ser imidlertid at de med høyest utdanning oftere prater med barna om hva de leser i bøker og ser/hører fra nyheter enn det de med lavere utdanning gjør.» (2018:84) Utdanningen til foreldrene kommer lite fram i Medietilsynets rapporter, noe de forklarer med at det er langt flere med høy utdanning som har deltatt i studien enn dem med lav, hvilket kan gjøre at tallene blir skjeve (2018:9). Inntekt nevnes også i liten grad, selv om vi kan lese at barn i hushold med 400 000 kroner eller mindre i bruttoinntekt har noe mindre tilgang til nettbrett og strømmeboks enn de med høyere inntekt.



Det finnes også studier som peker i en litt annen retning. For eksempel indikerer tall fra ulike skoler i Drammen at ungdom med multikulturell bakgrunn bruker bibliotek oftere (Hylland og Haugsevje 2019: Kap. 5.). Det viser at vi ikke bør være for kategoriske med å etablere sosioøkonomiske skillelinjer. Det viser også undersøkelsen *Barn og unges kulturbruk i Oslo* (Norsk publikumsutvikling/Opinion 2017). Mer om denne under.

## 2.6 Behov og motivasjoner

---

For å få belyst spørsmål knyttet til barn og unges egne behov og ønsker, vil vi se på fire publikasjoner: *Barn- og unges stemmer – Kunst og kultur* (Kulturtanken 2019), *Barn og unges kulturbruk i Oslo* (Norsk publikumsutvikling/Opinion 2017), *Fritid, frihet og felleskap. Kunnskap og løsninger i lokalt kulturarbeid blant barn og unge* (Hylland og Haugsevje 2019), samt artikkelen *Kultur for å delta – Når kulturpolitiske idealer skal realiseres i praktisk kulturarbeid* (Haugsevje mfl. 2016).

I 2017 kartla Norsk Publikumsutvikling og Opinion AS barn og unges kulturbruk i Oslo. De undersøkte kulturbruk hos barn og unge både som publikum og som utøvere. Undersøkelsen var basert på en kombinasjon av kvantitative spørreundersøkelser på web og telefon og intervju. Målgruppen var barn og unge fra 0–20 år. For aldersgruppen 0–14 år var det foreldrene som svarte, for aldersgruppen 15–20 år svarte ungdommene selv. Undersøkelsen konkluderer med at det er mindre sosiale forskjeller i kulturbruk «enn man kanskje skulle tro», forholdsvis like resultater for Oslo øst og vest. Barn og unge er i hovedsak fornøyd med kulturtilbudene som de benytter. Når det gjelder motivasjon for delta, oppgis «interesse», «tilpassing» og «sosialt felleskap» som viktige begrunnelser. Barn og unge bruker kultur mest i privat regi, men også mye i offentlig regi. Kulturtilbud i barnehage og skole synes å ha liten innvirkning på kulturbruk ellers.

Til spørsmålet om hvilke kulturtilbud barn og unge har benyttet det siste året, har kino og bibliotek størst oppslutning med over 80 % som svarer at de har vært der minst en gang det siste året. Dernest kommer museum som over 60 % oppgir at de har besøkt. I motsatt side av skalaen er det over 70 % som oppgir at de aldri har vært i operaen og over 60 % som oppgir at de aldri har vært på musikkfestival, tilsvarende negativt tall for revy, show og musikal. Undersøkelsen viser også hvordan dette fordeler seg på de to alderskategoriene: barn (0–14 år) og unge (15–20 år). Studien ser dessuten på besøk ved de største kulturinstitusjonene i Oslo. Undersøkelsen fant få forskjeller i kulturbruk mellom de to brukte kategoriene «ikke-vestlige innvandrerbarn» og «andre».

Ett spørsmål i undersøkelsen dreier seg om barrierer for kulturbruk. Sentrale barrierer synes å være tilpasning til alder, tid, økonomi, men også at det er «lite interessant», «kjedelig» og «ingen å gå sammen med» kommer høyt opp som barrierer for deltakelse.

Når det gjelder motivasjon for kulturbruk oppgir flest foreldre at det «lærerikt», «spennende» og «hyggelig å gjøre sammen med venner», mens barna legger størst vekt på «hyggelig å gjøre sammen med venner», så «spennende», dernest «hyggelig».

Det er undersøkt hvordan barn og unge i Oslo bruker musikk- og kulturskolen – både offentlige og private tilbud. Økonomi synes i liten grad å være en utslagsgivende barriere, manglende interesse er en langt viktigere barriere, ifølge denne undersøkelsen.

Kulturtanken publiserte rapporten *Barn og unges stemmer – kunst og kultur* i 2019. Hensikten var å samle inn barn og unges egne stemmer og synspunkter på kunst og kultur. Undersøkelsen er basert på innspill fra barn og ungdom fra 3 til 19 år. Ifølge denne undersøkelsen ønsker barn og unge mer kultur, de ønsker et bredt tilbud over hele landet som gjenspeiler et mangfold av uttrykk og identiteter. De ønsker at kulturtilbudene skal bli billigere, og at tilbudene skal være tilpasset ulike aldersgrupper. I rapporten er synspunktene fra barn og unge samlet i 23 tiltak for å styrke kunst- og kulturtilbudet «hvis barn fikk bestemme selv». Også i denne undersøkelsen har en del av informantene blitt bedt om å reflektere over sentrale begreper, slik som kunst og kultur. Generelt kan vi si at barnas innspill forsterker kulturpolitikken slik den er definert i dag, kanskje med to unntak: Det synes som om barna etterlyser en mer miljøvennlig klimapolitikk enn det som kan gjenfinnes i gjeldende kulturmelding, og at de i større grad knytter kvalitet til personlig og samfunnsmessig nytte.

Undersøkelsen fra Drammen har også sett på hva barn og unge selv sier at de ønsker seg og hva som forhindrer deltakelse (Hylland og Haugsevje 2019: Kap.6.). Der kommer det fram at pris og beliggenhet er de største barrierene for deltakelse. Til spørsmålet om hva de ønsket mer av, var det flest som ønsket seg et bedre kinotilbud. Flere ungdomskaféer og flere idrettsanlegg var det også mange som ønsket seg.

## 2.7 Erfaringer som følge av korona

---

Telemarksforskning har gjort to analyser av konsekvensene av Covid-19 med tanke på kulturtilbud til barn og unge, en av DKS og en av Kulturskolen. Studien av DKS er publisert i rapporten *Plan B? Digitale formidlingstilbud i Den kulturelle skolesekken (DKS) under Covid-19* (Berge, Haugsevje og Miland 2021). Studien av kulturskolen er publisert i rapporten *Ikke noe TikTok, digital didaktikk, takk. Kulturskolenes erfaringer og læringsutbytte ved bruk av digitale medier under koronapandemien* (Berge, Haugsevje og Eiksund 2021).

Selv om det også før koronapandemien, ble formidlet digitale DKS-produksjoner, vil nok mange mene at det er elevenes møte med den ikke-digitale, analoge og fysisk tilstedeværende kunsten som utgjør essensen av DKS. Analysen av digitale formidlingstilbud i DKS under Covid-19 avdekker at mange av produksjonene ble gjort digitale som en plan B. Med andre ord var de utviklet som fysiske produksjoner, men ble omgjort til digitale. Forskerne bak undersøkelsen spør om digitale produksjoner kan erstatte de fysiske. Elevene som har deltatt i undersøkelsen er mer positive til digitale produksjoner enn de som produserer og koordinerer slike tilbud, likevel synes det å være enighet om at det er viktig å holde DKS som et fysisk tilbud, også som en motvekt til alle de andre digitale opplevelsene som barn og unge får i dag. Elevene vektlegger at barrieren for å stille spørsmål og interagere med kunstneren er mindre når produksjonen er digital. Noen elever mener at det er lettere å konsentrere seg under digitale produksjoner enn fysiske, andre opplever det motsatt.

Funnene fra perioden med pandemi og til dels prematur digital DKS, indikerer at følelsen av kunstopplevelsen som en fysisk hendelse går tapt, men at, dersom idé og gjennomføring er god og godt tilpasset mediet, kan det åpne seg muligheter for en annen form for interaksjon som kan ha verdi for deltakerne. Digital teknologi kan gi merverdi, for eksempel til kunstutstillinger. Digital formidlingsteknologi er også benyttet i arkeologisk og historisk historiefremidling (Hylland 2017). Dette er muligheter som ligger åpne også for DKS.

Undersøkelsen av kulturskolens digitale tilbud som ble utviklet under koronaepidemien, viser at den eneste formen for digital undervisning kulturskolerektorene uttrykker at har fungert godt, er musikkundervisning i en-til-en-situasjoner. Her mener 83 % av respondentene at undervisningen har fungert godt eller svært godt. Også i fag som skapende skriving, teater og andre kunst- og kulturuttrykk er noen rektorer positive, men her var datamaterialet for svakt til å gi sikre vurderinger. Også elevene og foresatte er skeptiske til digital undervisning utover koronatiden. Hele 86 % svarer at de håper de ikke skal fortsette å bruke digitale verktøy i undervisningen hvis de ikke må. 64 % er helt eller ganske enig i at de lærte mindre med digital undervisning.

Forskerne bak undersøkelsen mener at det uansett er vanskelig å se for seg en kulturskole i framtida som opererer helt adskilt fra den digitale hverdagen som i stadig større grad preger samfunnet – pandemi eller ei (Berge, Haugsevje og Eiksund 2021). Det åpner opp for at man også innenfor kulturskolen må ta digitale medier og plattformer på alvor, også de som bygger på eller tilrettelegger for ikke-fysisk tilstedeværelse. Studien avdekker dermed behov for det de har valgt å kalle en digital didaktikk.

## 2.8 Sammenfatning

---

- Det finnes gode kilder og flere studier som legger vekt på kulturbruk, mediebruk og tidsbruk i ulike varianter. De har stilt spørsmål om: Hva bruker man tiden på? Hvor stor andel forholder seg til ulike kulturuttrykk, medier og aktiviteter? Hvor mye tid brukes på de ulike kategoriene av kultur og medier?
- Generelt er kulturbruken blant barn og unge er svært høy og stabil. Dette gjelder tradisjonelle kulturaktiviteter.
- Vi ser likevel en liten utvikling i retning av at tradisjonelle kulturaktiviteter som bibliotek og museum har mottatt noe mindre besøk, mens scenekunst, opera, ballett/dans og teater/musikal/revy, har trukket til seg flere av de unge. Det er enkelte forskjeller mellom undersøkelsene.
- Det blir brukt langt mindre tid på tradisjonelle medier og langt mer tid på digitale medier. Og for de mediene hvor en ny type teknologi har endret brukermønstre og -muligheter, har tidsbruken først gått ned noe, og siden gått opp. Dette gjelder særlig video-medier.
- For papirbaserte medier (aviser, bøker, tegneserier), er det en påtagelig nedgang.
- Det er en drastisk nedgang i bruk av lineær TV, dokumentert av mange undersøkelser.
- Sosiale medier, strømming og dataspill er nøkkelaktiviteter for barn og unge.

- Det er en relativt høy og stabil aktivitet i fritidsorganisasjoner. Her er det små endringer over tid. Ungdomsskoleelever er mer aktive enn videregående elever i slike organisasjoner.
- Barn av foreldre med høy utdanning er oftere i kulturskolen.
- Det er tydelige forskjeller knyttet til sosioøkonomisk bakgrunn for medlemskap i fritidsforeninger.
- Det er også noe utslag på at ungdom fra lavere sosiale lag bruker mer tid foran skjermer.
- Ny teknologi åpner opp for nye kulturaktiviteter, som i stor grad synes å legge seg oppå tidligere aktiviteter heller enn å erstatte dem.

## 3. Konklusjon

Denne gjennomgangen har særlig hatt til hensikt å samle og systematisere kunnskap om barn og unges kulturbruk. Hva vet vi, hva vet vi ikke om barn og unges kulturbruksmønstre? Hva hemmer og fremmer kulturbruk blant barn og unge? Hvilke utviklingstrekk står vi ovenfor? Hvordan har kulturbruken endret seg som følge av korona-epidemien?

### 3.1 Kunnskapsstatus

---

Kunnskapen om barn, unge og kultur kommer primært fra tre ulike tradisjoner: pedagogikk, kunstfag eller sosiologi (Hylland og Haugsevje 2019:43). Både den foreliggende rapporten og rapporten *Ung Kultur* (2019) bidrar til å systematisere og skape oversikt over kunnskapssituasjonen, men begge gjennomgangene har størst fokus på sosiologisk orienterte undersøkelser.

Hylland og Haugsevje (2019:42) peker på at mye av den eksisterende kunnskapen er fragmentert, fordi den relaterer seg til konkrete prosjekter. De skriver:

Den relative mangelen på overordnede analyser av kulturarbeidet for barn og unge har ført til at det er mye kunnskap vi *ikke* har på dette området. Vi vet for eksempel lite om hvilken påvirkning kulturtilbudet til barn og unge har på deres eget, selvvalgte kulturkonsum – både i det korte og i det lange løp. Vi vet heller ikke nok om det tilgjengelige tilbudet oppleves som relevant for dem det gjelder; at det angår og berører dem det er ment å angå og berøre. Og vi vet ikke nok forholdet mellom å bruke kultur analogt og digitalt. Vi har også mindre kunnskap om *ulikheter* i dette feltet, f.eks. mellom formidlingen av ulike kulturuttrykk (ofte diskuterer man «kultur» som om det var én og samme ting) og mellom ulike måter å arbeide med dette feltet på, f.eks. mellom nasjonalt, regionalt og lokalt nivå.

Det pekes altså på at det er lite kunnskap om hvordan kulturtilbudet og bruken av dette påvirker kulturvanene ellers, om hvor relevant tilbudet oppleves, om forholdet mellom analoge og digitale kulturvaner, om ulikheter i feltet og om hvordan de ulike forvaltningsnivåene samhandler.

Tidligere og foreliggende gjennomgang av kunnskap om barn og unges kulturbruk viser at det finnes mye dokumentasjon på hvordan barn og unge bruker tradisjonelle kulturinstitusjoner i både statistikk og forskningsmessige analyser. I mange sammenhenger opererer statistikken og forskerne med et bredt kulturbegrep, slik at sportsarrangement, fritidsklubber ol. er inkludert. Mye av forskningslitteraturen er sosiologisk orientert og diskuterer hva som hemmer og hva som fremmer bruk av klassiske kulturelle dannelsesinstitusjoner som bibliotek, museum, teater og kunstutstillinger og mer populærkulturelle institusjoner som kino og konserter. Ofte er det en eksplisitt eller implisitt inngang til analysene at deltakelse i kultur er et velferdsgode som er bra for barn og unge. Det finnes relativt lite kunnskap om kulturbruk blant minoriteter. Prosjektet *Kultur for å delta* ble blant annet gjennomført i bydelen Fjell i Drammen (Hylland og Haugsevje 2016; Hylland og Haugsevje 2019), og viser at det kan være forskjeller i kulturbruk hos majoritet og minoritet, men ut over det er få prosjekter som har sett nærmere på denne tematikken som vi kjenner til. Det synes å være langt mindre tradisjon for mer antropologisk orienterte studier som tar utgangspunkt i barn og unges kulturbruksmønstre.

Vi viser til studier som har hatt til hensikt å få fram barn og unges egne synspunkter, men fortsatt er det kunnskapshull knyttet til dette. For eksempel vet vi lite om de opplever tilbudet som relevant og tilstrekkelig for deres behov. I Ungdataundersøkelsen (Bakken 2018) finner vi et spørsmål om hvorvidt respondentene er fornøyde med kulturtilbudet på stedet de bor. Som vi så ovenfor, så svarer 59 % av guttene i 8. trinn ja på dette spørsmålet, mens 61 % av jentene svarer det samme. For Vg3 svarer henholdsvis 58 og 59 % det samme (Bakken 2019:25). Også undersøkelsen fra Drammen spør slike spørsmål, men vi kan likevel si at vi vet relativt lite om barn og unge har konkrete ønsker om andre kulturtilbud.

Kunnskapsgjennomgangen viser videre at få studier anlegger kritiske perspektiv som vektlegger kritiske stemmer og utfordrer «etablerte sannheter». Dette er tidligere påpekt av Stavrum (2013) og er fortsatt gjeldende. Det er få kritiske perspektiv som anlegges i forskningen på barn- og unges kulturbruk. *Kvalitets*begrepet står sentralt i kulturpolitikken i Norge. Barn og unge skal få oppleve kunst og kultur av høy kvalitet, sier politiske målsettinger. Men hvem definerer hva som er god kvalitet? Kunnskapsgjennomgangen viser at vi vet relativt lite om hva barn og unge legger i hva som er bra kunst og kultur – det gjelder både når de er mottakere og utøvere har kultur. Hva er deres kvalitetsparameter? Dermed kan vi si at det finnes kunnskapshull knyttet til begrepene *relevans*, *kritikk* og *kvalitet* – særlig i form av bottom-up-studier.

Gjennomgangen viser at det finnes mer kunnskap om offentlige kulturtilbud til barn og unge enn om de private. De studiene som her er vist til, handler langt på veg om offentlige kulturtilbud. Private tilbud ser vi er delvis inkludert i undersøkelsen fra Oslo, men ut over den vet vi lite om private kulturtilbud. Vi har også vist til noen undersøkelser av utvikling av frivilligheten innenfor dette området. Egeninitierte aktiviteter kommer særlig fram av mediestatistikkene, og det vi vet handler i all hovedsak om digital mediebruk. Og det synes å være innenfor dette området at de virkelig store endringene skjer. Vi kjenner ikke til større undersøkelser av for eksempel omfang over og hvordan barn og unge bruker YouTube til privat opplæring i alt fra instrumentbruk til tegneteknikker til spillutvikling til redesign? Hvordan tar barn og unge i bruk TikTok og Snapchat som plattformer for opplæring og «scener» hjemme? Slik vi ser det, er det innenfor dette sjiktet at kunnskapen har størst mangler.

Ungdomstid kan være opprørstid, og blant dagens ungdom ser vi tilløp til motkulturelle reaksjoner både på den digitaliserte hverdagen og klima- og miljøutfordringene. Det første er trolige marginale miljøer, mens det andre har tidvis hatt stor oppslutning, slik som 'Klimabrølet'. Når man nå skal stake ut kursen for kulturpolitikken rettet mot barn og unge framover, bør man ta høyde for at det vil komme grønne ungdomsbevegelser som kanskje utvikler sine egne kulturbrukspreferanser. Det er heller ikke usannsynlig at det vil vokse fram en motkultur med utgangspunkt i såkalt *techlash*, altså en teknologikritisk ungdomskultur og kanskje en mer aktiv teknologikritisk kultur- og mediepolitikk (Enli 2021<sup>9</sup>). Kanskje vil redesign og med det husflidslagene få en renessanse? Kanskje vil gamle håndverkstradisjoner vekke nye interesser?

---

9 Artikkelen «Digitale forstyrrelser – et nytt politikkfelt eller individets problem» springer ut av et større forskningsprosjekt på UiO, Digitox. Prosjektet studerer negative sider ved digitale medier og moderne teknologibruk. Det bygger på tverrfaglige innsikter fra medievitenskap, spillstudier og psykologi og undersøker årsaker til, og konsekvenser av, digitale mediers økte tilstedeværelse i folks liv. Prosjektet er ikke direkte relatert til problemstillinger rundt barn og unge, men vil bidra med kunnskap som også gjelder dem. <https://www.hf.uio.no/imk/forskning/prosjekter/digital-fracobling/> [Lest. 08.10.2021]

Slike motbevegelser bør framtidens kulturpolitikk og kunnskapsprodusenter være oppmerksom på.

## 3.2 Metodeutvikling

---

Kunnskapsgjennomgangen peker på at det mangler mer kunnskap om hva barn og unge selv mener. Det er en rekke etiske og metodiske forhold som må vurderes når det skal hentes inn empiri som handler om barn og unge. En forsker eller statistiker har to primære muligheter, enten hente informasjon direkte fra barnet/ungdommen eller gå via foreldrene. Jo yngre barnet er, jo mer utfordrende er det å bruke dem som primære kilder. Samtidig kan det å gå via foreldrene endre resultatene, for vil foreldrene angi barnas egne synspunkter eller sine egne?

I artikkelen «Barn om kunst. Metodeutfordringer i forskning om kunst og kultur for barn og unge» (2019) drøfter Haugsevje mfl. metodiske utfordringer knyttet til å få tilgang på barn og unges egne perspektiv og synspunkter på kunst- og kulturopplevelser. Artikkelen handler om barn og unges synspunkter på kunst- og kulturopplevelser de har deltatt i, eller vært publikum på. Forskerne konkluderer med at til tross for at det er praktisk krevende og har flere fallgruver å bruke barn og unge som informanter, kan det gjøre kulturpolitikken mer treffsikker (2019:107). Forskerne peker dessuten på det dilemma som kanskje særlig gjelder oppdragsforskningen, nemlig at det å bruke barn og unge som kilder er ekstra tids- og kostnadskrevende.

Hylland og Kleppe (upublisert manus) er særlig opptatt av å finne metoder for hvordan få bedre kunnskap om barn og unges *digitale* kulturbruk, men en del av poengene deres vil ha gyldighet når det gjelder å få innsikt i barn og unges kulturbruk generelt. I prosjektet som artikkelen baserer seg på inviterte Hylland og Kleppe ungdom inn i utviklingen av kategorier og spørreskjemaer, og erfarte at de måtte endre flere av de kategoriene de selv hadde foreslått. Med andre ord kan medvirkning være avgjørende for å få fram kategoriene som gjenspeiler faktisk kulturbruk. Kultur- og mediebruk er i stadig endring. Skal forskningen kunne si noe om faktisk aktivitet blant barn og unge, må undersøkelsene være dynamiske med tanke på kategorier og reflektere endring i praksis.

## 3.3 Kulturstatistikk 2.0

---

Med tanke på barn og unges faktiske kultur- og mediebruk er det flere utfordringer med tallgrunnlagene slik de er i dag, og kanskje særlig med SSBs offisielle statistikk. Hylland og Kleppe (upublisert manus) retter oppmerksomheten mot forholdet mellom kulturbegrepet og statistikken, og at det i mange sammenhenger blir en tautologisk sammenheng mellom disse. De mener en åpenbar utfordring er den klare todelingen mellom «kultur» på den ene siden og «medier» på den andre siden, samt medieundersøkelsenes fokus på plattformer og kanaler snarere enn på innhold. Tidligere studier av ungdoms kulturvaner viser at både kreativt skapende arbeid og kulturkonsumpsjon i stor grad foregår gjennom de plattformer og kanaler som måles i medieundersøkelsen, ikke i kulturbruksundersøkelsen. Samtidig mener de at mediebruksundersøkelsenes kategorier som «fjernsyn» og «internett» skygger for det enkle faktum at disse kategoriene brukes til en stor bredde av aktiviteter knyttet til både konsum og skapende virksomhet. Hylland og Kleppe peker også på at på motsatt vis fanger ikke dagens statistikk opp at en gitt aktivitet,

for eksempel å se en episode av en dramaserie, kan foregå via ulike enheter (TV, pc, mobiltelefon, spillkonsoll, nettbrett, skjerm i bil osv.). Når det gjelder barn og unges kulturbruk og tilgjengelig statistikk, er det i henhold til Hylland og Kleppe (upublisert manus) dermed to utfordringer: i) dagens statistikk skiller mellom kultur- og mediebruk, det skillet finnes ikke i mye av barn og unges kulturutøvelse og -deltakelse og ii) dagens statistikk fanger ikke opp vesentlige sider ved barn og unges kulturutøvelse og -deltakelse – nettopp fordi den er digital og passer ikke med de statistiske kategoriene som i hovedsak er basert på et pre-digitalisert samfunn.

I rapporten *Ung kultur*, eksemplifiseres dette med YouTube, som har den største ukentlige dekningen blant barn og unge. Forskerne bak rapporten mener YouTube er viktigere enn både og NRKs nett-TV som strømmeleverandør blant ungdom, samtidig er det viktig å få fram at YouTube er noe mer enn bare en kanal for «passiv» underholdning. YouTube er også et sosialt medium, en kanal for kreativitet, et sted for salg og kommersiell virksomhet, et sted for opplæring og instruksjon, et oppslagsverk m.m. Forskerne vektlegger at bak de kategoriene som brukes til å måle kultur- og mediebruk i dag, er det en ny og mer finmasket måte å bruke digitale medier på, som også har et kreativt og deltagende element. Dette gjelder også andre digitale plattformer, som Instagram, TikTok, Snapchat, Pinterest og så videre (Hylland mfl. 2019:37). Et enkelt sosialt medium kan være plattform for en rekke ulike kultur- og medieaktiviteter som spenner over det man tidligere forsøkte å differensiere ut gjennom ulike kategorier. Med andre ord er dagens statistikk lite egnet til å få fram den kompleksiteten som ligger i dagens kultur- og mediebruk.

I forlengelsen av den nye mediale kulturbruken kan vi si at dagens statistikk delvis baserer seg på en utdatert og bakenforliggende dikotomi mellom hverdag og kulturaktivitet. I en rekke sammenhenger betraktes kulturen som noe som skjer adskilt fra hverdagslivet, men slik er det ikke nødvendigvis lenger. I dag kan vi sikkert finne eksempler på ungdom som gjør lekser, lager film og hjelper til med middagslaging på samme tid.

Foruten problem med å tilegne av sammenlignbare data over lengre tidsrom, blir det også viktig at en faktisk inkluderer relevante og aktuelle kategorier på kulturaktiviteter, så som sosiale medier og elektroniske spill. Som vi har sett tilbyr Medietilsynet tall på hvor mange som eier en smarttelefon og spiller dataspill, og Kantar TNS' undersøkelser fanger i stor grad opp nye trender blant barn og unge. Eksempelvis viser de konkret hvordan å se på lineær-TV har gått dramatisk ned, mens bruk av strømmetjenester har gått kraftig opp og videre hva slags konkrete applikasjoner som barn og unge bruker oftest.

Tilsvarende kan vi tenke at det kan være mismatch mellom statistiske kategorier og minoriteters kulturbegrep og kulturelle praksiser. Fanger dagens statistikk opp kulturbruk blant barn og unge i samiske miljøer, blant rom, jøder, kvener, romani og skogfinner og i nyere minoritetsmiljøer? Vil det være miljøer det for eksempel skillet mellom kultur og religion er lite adekvat? Dette er et utforsket område hva vi vet.



## 4. Referanser

- Bakken, A. (2018). Ungdata 2016. Nasjonale resultater. Oslo: NOVA.
- Bakken, A. (2019). Ungdata 2016. Nasjonale resultater. Oslo: NOVA.
- Berge, O.K., Haugsevje, Å.D. og Eiksund, Ø.J. (2021). Ikke noe TikTok, digital didaktikk, takk. Kulturskolens erfaringer og læringsutbytte ved bruk av digitale medier under koronapandemien. Bø: Telemarksforskning. TF-rapport nr. 618.
- Berge, O.K., Haugsevje, Å.D. og Miland K.P. (2021). Plan B? Digitale formidlingstilbud i Den kulturelle skolesekken (DKS) under Covid-19. Bø: Telemarksforskning. TF-rapport nr. 616.
- Berge, O. K., Angelo, E. Heian, M. T. og Emstad, A. B. (2019). Kultur + skole = sant. Kunnskapsgrunnlag om kulturskolen i Norge. Bø: Telemarksforskning. TF-rapport nr. 489.
- Brochmann, G. (2020). De digitale prøvekaninene. Historien om hvorfor barnet mitt plutselig kom hjem med en iPad i skolesekken. Cappelen Damm.
- Eiksund, Ø.J., Angelo, E. og Knigge, J. (2020) *Music Technology in Education – Channeling and Challenging Perspectives*. Cappelen Damm Akademisk.
- Enli, G. (2021) Digitale forstyrrelser – et nytt politikkfelt eller individets problem. *Nytt norsk tidsskrift* 01/02. Vol.38.
- Haugsevje, Å. D., Stavrum, H og Heian, M. T. (2019). «Barn om kunst. Metodeutfordringer i forskning om kunst og kultur for barn og unge». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, nr. 1-2019.
- Heian, M.T., Haugsevje, Å.D. og Hylland O.M. (2016). Kjent og kjært eller rart og sært? En kvalitativ brukerundersøkelse av DKS for ungdomsskoletrinnet i Buskerud. Bø: Telemarksforskning. TF-rapport nr. 375.
- Haugsevje, Å. D., Hylland, O. M. og Stavrum, H. (2016). «Kultur for å delta. Når kulturpolitiske idealer skal realiseres i praktisk kulturarbeid». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 19(01).
- Hylland, O.M. (2017). Even better than the real thing? Digital copies and digital museums in a digital cultural policy. *Culture Unbound* Issue 1.
- Hylland, O. M. (2021). Tales of temporary disruption: Digital adaptations in the first 100 days of the cultural Covid lockdown. *Poetics*, <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101602>. [in press]
- Hylland, O. M. og Haugsevje, Å. D. (2016). Kultur for å delta. Kulturbruk og kulturarbeid blant barn og unge i Drammen. Bø: Telemarksforskning. TF-rapport nr. 383.
- Hylland, O. M. og Haugsevje, Å. D. (2019). Fritid, frihet og fellesskap. Kunnskap og løsninger i lokalt kulturarbeid blant barn og unge. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Hylland, O.M., Haugsevje, Å.D., Schnell, A.J. og Miland K.P. (2019). Ung kultur. Et kunnskapsgrunnlag. Bø: Telemarksforskning. TF-rapport nr. 493.
- Hylland, O.M. & Kleppe B. (upublisert manus) En digitalt utvidet kulturstatistikk. Digital kulturbruk blant ungdom og verktøyene vi bruker for å måle den.

Kulturtanken (2019) *Barn- og unges stemmer – kunst og kultur. Innspill til barne- og ungdomskulturmeldingen*. Rapport Kulturtanken.

Medietilsynet (2018). Barn og medier-undersøkelsen 2018: 9–18-åringer om medievaner og opplevelser.

Norsk publikumsutvikling/Opinion (2017) *Barn og unges kulturbruk i Oslo*. Rapport. Opinion.

Nyjordet, B.M. (Red.) (2018). *Barns mediehverdag* Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Oxford Research (2021) Barn og unges kulturbruk i Møre og Romsdal. Rapport Oxford Research.

Stavrum, H. (2013). Begeistringsforskning eller evalueringstyranni? Om kunnskap om kunst for barn og unge. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 16(1), s. 154–170.