



Mediemyndigheten



Ungar & medier 2025

En statistisk undersökning av
ungas medievanor och attityder
till medieanvändning

Ungar & medier 2025

En statistisk undersökning av ungas medievanor och attityder till medieanvändning

Författare: Yvonne Andersson

Utgivare: Mediemyndigheten

Tel: 08-580 070 00

E-post: registrator@mediemyndigheten.se

Layout: Detail produktionsbyrå

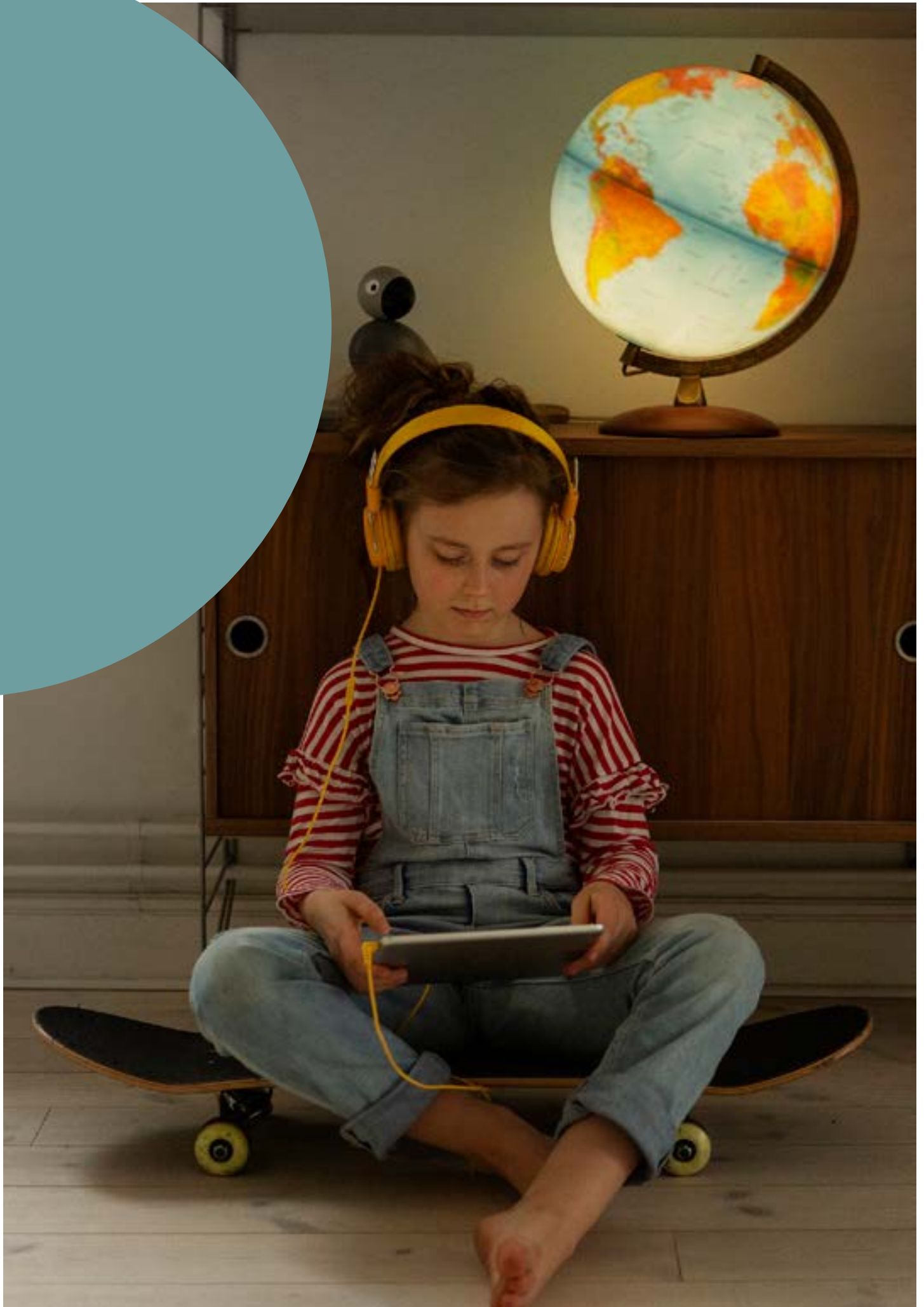
Foto: omslag: Maskot / sid. 3: Johnér / sid. 8: Johnér / sid. 21: Maskot / sid. 24: Johnér /
sid. 28: Johnér / sid. 36: Plainpicture / sid. 49: Johnér / sid. 54: Scandinav /
sid. 74: Scandinav / sid. 78: Maskot / sid. 144: Johnér

Tryck: Taberg Media Group, Stockholm

År: 2025

ISBN: 978-91-988385-7-2

ISSN: 2001-6840



Innehåll

1. Sammanfattning	8
1.1 Färre 9-åringar har tillgång till mobiltelefon	9
1.2 Användningen av digitala enheter minskar, särskilt i åldern 9–12	9
1.3 Användningen av sociala medier minskar bland barn under 13 år	10
1.4 Fler tonåringar tycker att de ägnar för mycket tid åt sociala medier	11
1.5 Fler flickor än pojkar jämför sitt utseende med andra på sociala medier och tycker sig påverkas negativt	12
1.6 Det digitala spelandet har minskat under det senaste decenniet	13
1.7 Den dagliga läsningen ökar bland 9–11-åringarna	14
1.8 Många tonåringar använder AI-chattbotar regelbundet	15
1.9 Att få obehagliga bilder i sociala medier är den vanligaste formen av utsatthet på nätet	16
1.10 Flest råkar illa ut på Snapchat, men ser obehagliga bilder på Tiktok, Instagram och Youtube	18
1.11 Mobilanvändning på natten samvarierar med uppfattningen att ens medieanvändning påverkar sömnen negativt och går ut över andra saker man ska göra	19
2. Inledning	21
3. Metod och läsanvisning	24

4. Respondenternas egenskaper och bakgrund.....28

1. Barnets kön (%)	29
2. Barnets ålder under året (%)	29
3. Barnets syskonstatus (%)	30
4. Har du en eller flera funktionsnedsättningar? (%)	30
5. Föräldrarnas födelseland (%)	32
6. Barnets födelseland (%)	32
7. Föräldrarnas utbildningsnivå (%)	32
8. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet, barnets hushåll (uppgifter från 2022)	33
9. Andel barn som är folkbokförda på samma adress som en, två eller ingen vårdnadshavare (%)	34

5. Resultat36

10. Har du tillgång till något av följande hemma? (%)	37
11. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du...? (%)	42
12. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid...? (%)	60
13. Ungefär hur ofta brukar du använda följande källor för att få nyheter och information om vad som händer i det svenska samhället och i världen? (%)	79
14. Hur mycket litar du på nyheter och information från följande källor och nyhetsförmedlare? (%)	85
15. Brukar du dela eller kommentera nyheter om vad som händer i det svenska samhället eller i världen på t.ex. Snapchat, Instagram, Tiktok eller Youtube? (%)	91
16. Brukar du använda AI-chattbotar? T.ex. ChatGPT, Google Bard, Character.AI, Replika, My AI, Woebot Health (%) ...	92
17. Vad använder du AI-chattbotar till? Flera svar kan markeras (%)	93
18. Spelar du datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta? (%) ...	94

19. Vilka spel spelar du oftast? Skriv max tre stycken (%)	95
20. När du spelar, ungefär hur ofta brukar du... (%)	98
21. Följer du några kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande? (%)	102
22. Vilka kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande följer du? Skriv max tre stycken (%)	103
23. Använder du sociala medier? T.ex. Instagram, Facebook, Snapchat, Tiktok (%)	105
24. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du använda följande sociala medier? (%)	106
25. När du använder sociala medier en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du... (%)	111
26. Brukar du jämföra ditt utseende med hur andra ser ut på sociala medier? (%)	114
27. Påverkas din uppfattning om din kropp och ditt utseende av det du ser i sociala medier? (%)	115
28. På sociala medier, har du en öppen profil där alla kan se personlig information om dig? (%)	117
29. Om du har någon öppen profil, visar du följande information där? (%)	118
30. Kan någon av dina föräldrar/vårdnadshavare se dina inlägg på sociala medier? (%)	120
31. Har någon annan än du lösenordet till något av dina sociala mediekonton? Flera svar kan markeras (%)	121
32. Har någon annan än du lösenordet till din mobiltelefon? Flera svar kan markeras (%)	122
33. Under det senaste året, har du på internet eller via mobilen råkat ut för att: (%)	123
34. Har du någon gång anmält hot eller hat på internet, t.ex. i sociala medier? (%)	137
35. Om du tänker på vardagar. Har din familj regler för... (%)	138
36. Har din familj regler för... (%)	140

37. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om... (%)	143
38. Brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med bli osams om... (%)	146
39. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt... (%)	150
40. Hur ofta händer det att din medieanvändning (t.ex. mobilen) leder till att du inte gör vad du ska, t.ex. läxläsning, hjälpa till hemma, gå och lägga dig? (%)	159
41. Tror du att din medieanvändning påverkar din sömn? (%)	160
42. Använder du mobilen på natten? (%)	161

Bilaga 1. Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter165

A young boy with dark skin and curly hair is wearing large black headphones. He is holding a yellow pencil with a blue eraser to his chin and looking down at an open book. He is wearing a maroon sweater. The background is a blurred kitchen with a white countertop, a black oven, and some plants.

1.

Sammanfattning

1.1 Färre 9-åringar har tillgång till mobiltelefon

Mobiltelefonen är den medieenhet som flest barn och ungdomar är ägare av, medan tillgången till egna datorer och surfplattor minskar. Tillgången till egen dator var som högst redan för drygt ett decennium sedan, 2012, och tillgången till surfplatta var som högst år 2016. VR-teknik har inte slagit igenom i någon åldersgrupp.

Vad gäller tillgång till egen mobiltelefon finns inga anmärkningsvärda förändringar jämfört med föregående undersökning år 2022, förutom bland 9-åringarna där tillgången minskar. Andelen 9-åringar som *inte alls* har tillgång till mobiltelefon har nästan fördubblats sedan 2022 till 23 % år 2024. Detta är ett trendbrott som även syns bland barn i åldern 0–8 år (se *Småungar & medier 2025*), vilket tyder på att föräldrar har blivit mer restriktiva med att ge mobiltelefoner till yngre barn.

1.2 Användningen av digitala enheter minskar, särskilt i åldern 9–12

Nästan alla tonåringar använder mobilen *dagligen* och så har det varit sedan åtminstone 2016. Bland barn i åldern 9–12 ökade den dagliga användningen av mobilen successivt fram till och med år 2020, men därefter minskar i stället den dagliga mobilanvändningen något i åldersgruppen – allra mest bland 9-åringarna. Jämförs den dagliga användningen av datorer och surfplattor med år 2022 syns en minskning i alla åldersgrupper, men särskilt i åldersgruppen 9–12.

Även *tiden* som barn använder digitala enheter en vanlig dag på sin fritid minskar, åtminstone i åldersgrupperna 9–12 och 13–16:

I. Sammanlagd användningstid för digitala enheter 2022 och 2024 (ungefärliga mått)

	9–12 år		13–16 år		17–18 år	
	2022	2024	2022	2024	2022	2024
Pojkar	4 tim. 16 min.	3 tim. 39 min.	6 tim. 19 min.	5 tim. 57 min.	6 tim. 50 min.	6 tim. 47 min.
Flickor	4 tim. 26 min.	3 tim. 48 min.	6 tim. 42 min.	6 tim. 22 min.	7 tim. 18 min.	7 tim. 11 min.
Totalt	4 tim. 21 min.	3 tim. 43 min.	6 tim. 31 min.	6 tim. 10 min.	7 tim. 6 min.	7 tim. 0 min.

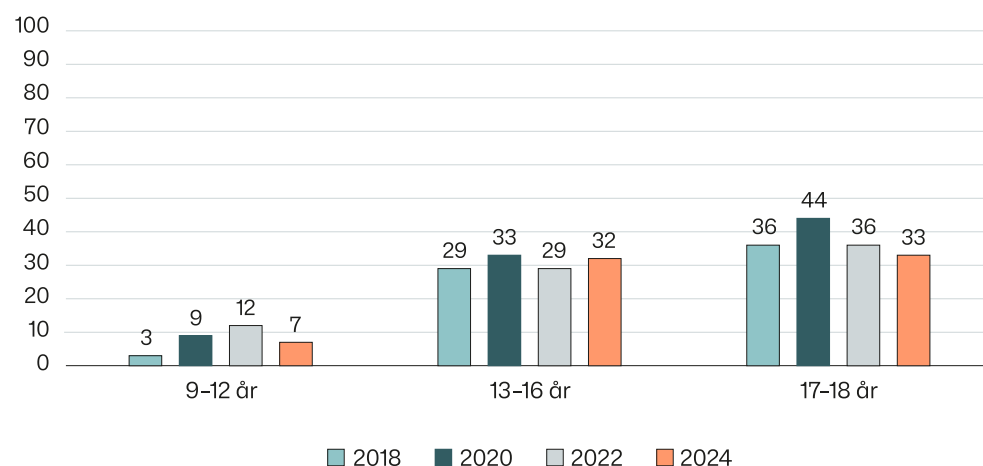
I tabellen har den (ungefärliga) tid som barnen uppger att de använder mobiltelefon, surfplatta och dator slagits ihop och därefter har medelvärden räknats fram. Resultaten visar att den genomsnittliga användningstiden har minskat mellan år 2022 och 2024 i båda åldersgrupperna 9–12 och 13–16. Minskningen gäller både pojkar och flickor men är större i den yngsta gruppen (38 minuter) än i åldersgruppen 13–16 (21 minuter). I åldersgruppen 17–18 är minskningen marginell, endast 6 minuter.

Andelen barn som använder de tre digitala enheterna dator, mobiltelefon och surfplatta mer än 3 timmar en vanlig dag – det som i Ungar & medier brukar kallas ”högkonsumenter” – har minskat med 10 procentenheter i åldersgruppen 9–12 mellan år 2022 och 2024. Såväl den genomsnittliga användningstiden som andelen högkonsumenter har således minskat bland både pojkar och flickor i åldersgruppen 9–12, vilket är ett tydligt trendbrott. Även bland yngre barn i åldern 0–8 minskar användningstiden för digitala medier (se *Småungar & medier 2025*). Bland tonåringarna är däremot förändringarna mellan åren små när det gäller andelen högkonsumenter.

Den genomsnittliga användningstiden för dator, mobiltelefon och surfplatta är högre bland pojkar och flickor med psykisk funktionsnedsättning än bland övriga ungdomar.

1.3 Användningen av sociala medier minskar bland barn under 13 år

II. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag 2018–2024 (%)



De flesta tonåringar använder sociala medier och så har det varit under flera år. I åldersgruppen 9–12 ökade andelen högkonsumenter av sociala medier fram till år 2022 (diagram II). Den totala andelen barn i 9–12 som använder sociala medier började dock minska redan år 2022 och minskningen fortsätter år 2024. Hälften av 9–12-åringarna använde sociala medier år 2024, men det är färre än i föregående mätning och andelen *dagliga* användare av sociala medier har minskat med 13 procentenheter jämfört med 2022. Det är särskilt bland barn upp till 11 år som användningen minskar och 9-åringarna utmärker sig på så sätt att andelen dagliga användare har halverats sedan 2022. Såväl mobilanvändningen som användningen av sociala medier har således minskat bland 9-åringarna.

Det har alltså blivit färre vardagliga användare totalt och färre högkonsumenter av sociala medier i åldersgruppen 9–12. Även i den äldsta gruppen har andelen högkonsumenter minskat märkbart sedan 2020.

Andra förändringar i åldersgruppen 9–12 vad gäller sociala medier är att andelen barn som har öppna profiler minskar, och om de har någon eller några öppna profiler är det allt färre barn som visar sitt ansikte i bild, sin hemadress, var de går i skolan, sin riktiga ålder, sitt mobilnummer och sina familjemedlemmar. Yngre barn har således blivit mer restriktiva med vilka uppgifter om sig själva som de visar öppet i sociala medier. Bland tonåringarna är förändringarna mindre och inkonsekventa.

1.4 Fler tonåringar tycker att de ägnar för mycket tid åt sociala medier

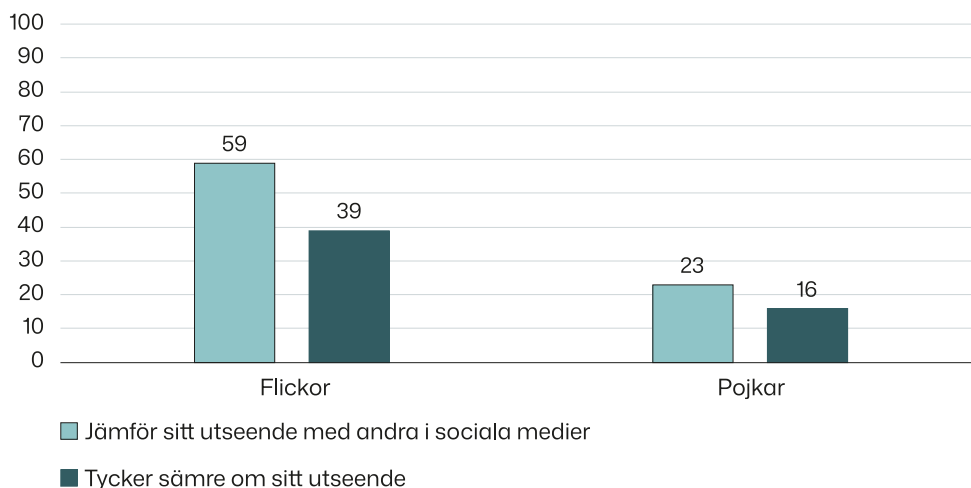
Barnen får frågor om de själva tycker att de ägnar för mycket tid, lagom eller för lite tid åt några olika medier och andra aktiviteter. Ett återkommande mönster är att de tycker sig ägna *för mycket tid* åt mobilen och sociala medier. Bland tonåringarna ökar andelarna som tycker att de ägnar sociala medier för mycket tid: 5 procentenheter i åldersgruppen 13–16 och 10 procentenheter i åldersgruppen 17–18. Även andelarna som tycker att de använder mobilen för mycket ökar något bland tonåringarna. I den yngsta gruppen finns ingen motsvarande ökning.

De barn i åldersgruppen 9–12 som tycker att de ägnar sociala medier *lagom med tid* använder sociala medier drygt en timme en vanlig dag på sin fritid. Bland tonåringarna är den genomsnittliga användningstiden drygt två timmar, vilket alltså kan tolkas som "lagom" enligt tonåringarna. De som tycker att de ägnar sociala medier *för mycket tid* har en genomsnittlig användningstid på två och en halv till tre timmar per dag. Flickor anger genomgående längre tid än pojkar.

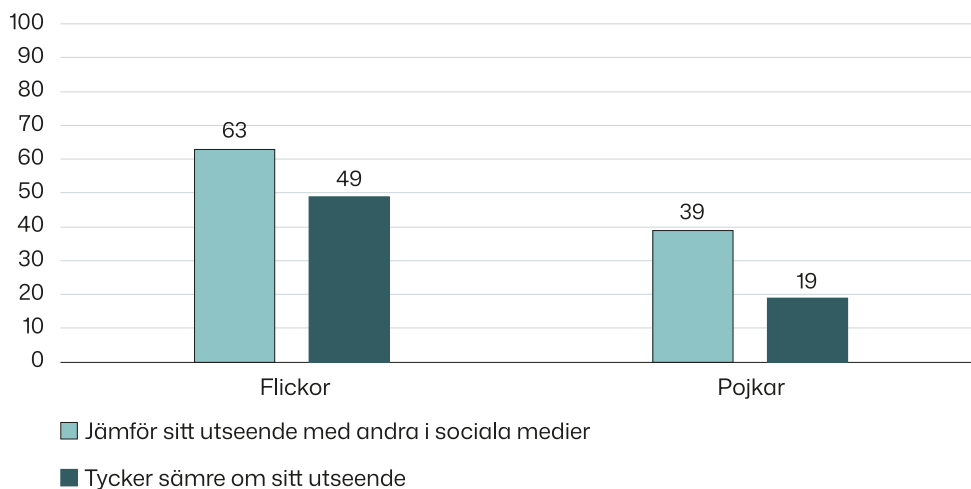
1.5 Fler flickor än pojkar jämför sitt utseende med andra på sociala medier och tycker sig påverkas negativt

III. Jämför sig med hur andra ser ut i sociala medier, tycker sämre om sitt utseende (%)

13–16 år



17–18 år



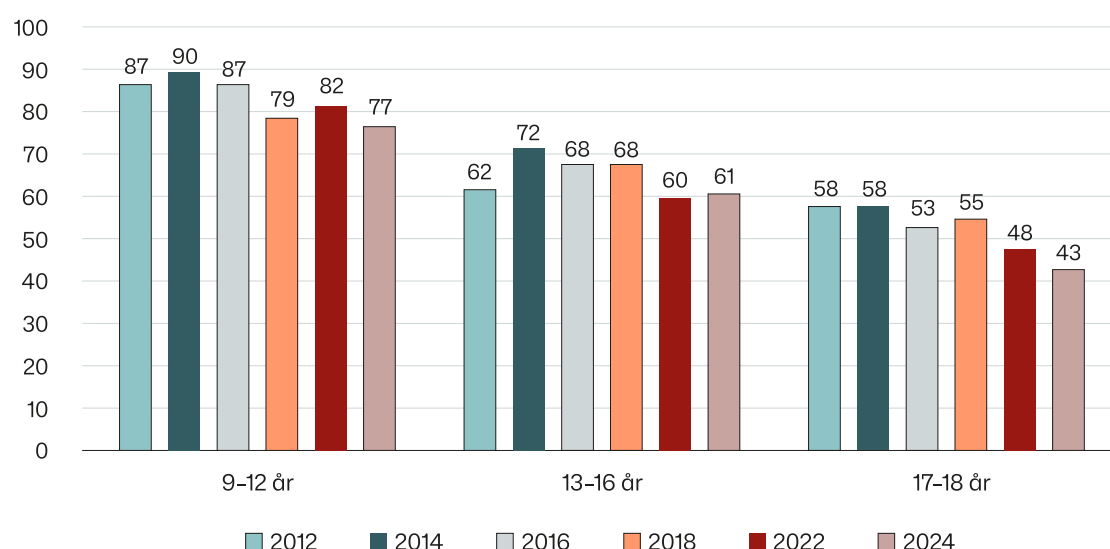
Att jämföra sig med hur andra ser ut i sociala medier är, enligt forskning på området, förknippat med ökat missnöje med den egna kroppen samt ätstörningar. Flickor verkar vara mer sårbara för traditionella skönhetsideal och smala kroppar medan pojkar är mer sårbara för fitspiration (Folkhälsomyndigheten och Mediemyndigheten, 2024).¹ Resultaten i *Ungar & medier 2025* visar att mer än hälften av 17–18-åringarna dagligen eller ibland jämför sig med hur andra ser ut i sociala medier. Motsvarande andel av 13–16-åringarna är 42 %.

¹ Fitspiration är ett begrepp sammansatt av "fitness" och "inspiration" som syftar på medieinnehåll som vill uppmuntra människor till att sträva efter att bli mer vältränade (fit). Fitspiration har ibland lyfts fram som ett hälsosammare alternativ till så kallad thinspiration, vilket är innehåll som vill inspirera människor att bli smalare (det vill säga banta).

Andelen ökar alltså med stigande ålder men är större bland flickor än pojkar i alla åldersgrupper: omkring 60 % av tonårsflickorna brukar jämföra sitt utseende med hur andra ser ut i sociala medier. Det är även en större andel av flickorna än pojkarna i tonåren som själva upplever att de tycker sämre om sitt eget utseende till följd av det de ser i sociala medier. I den äldsta gruppen upplever cirka hälften av flickorna och 19 % av pojkarna att de tycker sämre om sitt utseende på grund av innehåll de möter i sociala medier (diagram III). Samtidigt uppger endast 4 % i åldersgruppen 13–16 och 7 % i åldersgruppen 17–18 att de tycker bättre om sitt utseende till följd av det de ser i sociala medier. Ungdomarnas självupplevda påverkan av innehåll i sociala medier är således betydligt mer negativ än positiv.

1.6 Det digitala spelandet har minskat under det senaste decenniet

IV. Andel barn som spelar digitala spel 2012–2024 (%)



Att spela spel på dator, konsol, mobiltelefon eller surfplatta är populärt i alla åldersgrupper, men särskilt i åldersgruppen 9–12. I tonåren minskar andelen som spelar digitala spel, särskilt bland flickor, och så har det sett ut sedan år 2012. Men över tid har andelen barn och ungdomar som spelar digitala spel minskat i alla åldersgrupper. Spelandet "kulminerade" år 2014, i samband med surfplattans ökade popularitet i hushållen, för att därefter minska något. I åldersgruppen 13–16 är andelen som spelar spel nu tillbaka på samma nivå som år 2012, men i de andra åldersgrupperna är andelen som spelar nu lägre än något annat år. Detta gäller även bland yngre barn, under 9 år (se *Småungar & medier 2025*).

I åldersgruppen 9–12 finns ytterligare tecken på minskat spelande: jämfört med år 2022 minskar andelen *dagliga* spelare på alla enheter/plattformar (mobil, dator/konsol, surfplatta) och den sammanlagda *tiden* som barnen spelar digitala spel minskar bland både pojkar och flickor.

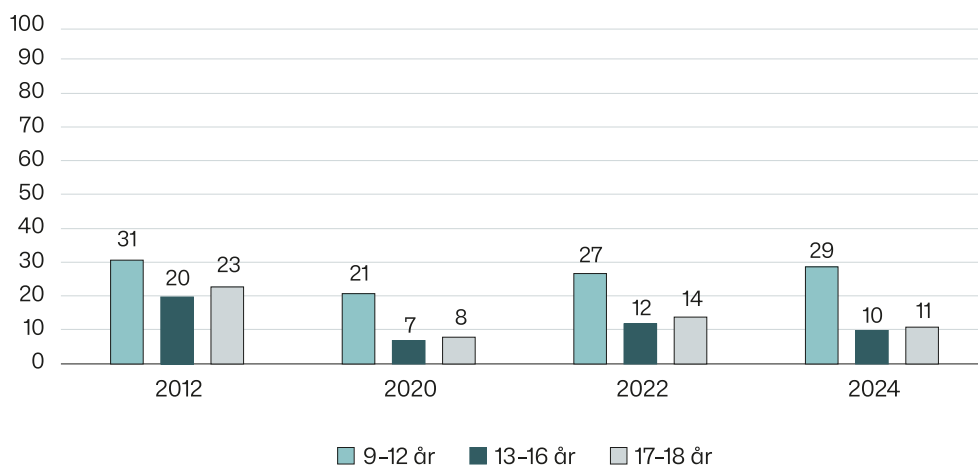
Bland tonåringarna finns inte samma entydiga tendens då spelandet i dessa åldrar har ökat något bland flickor. Samtidigt har andelen pojkar som spelar spel på dator eller konsol mer än tre timmar per dag minskat markant under det senaste decenniet, vilket sammantaget innebär att könsskillnaderna har minskat något över tid. Pojkar spelar dock fortfarande betydligt mer än flickor. Pojkar spelar och interagerar även mer med andra personer i digitala spel och på så sätt verkar spelande vara en mer social aktivitet för pojkar än för flickor.

Större andelar av pojkarna och flickorna med psykisk funktionsnedsättning spelar digitala spel mer än tre timmar per dag.

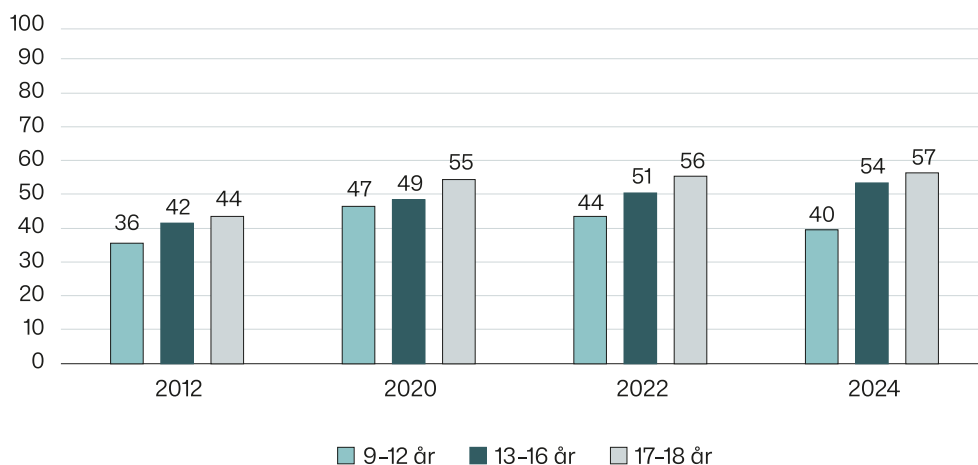
1.7 Den dagliga läsningen ökar bland 9–11-åringarna

V. Läser dagligen böcker/tidningar, tycker att de ägnar för lite tid åt läsning 2012–2024 (%)

Läser dagligen böcker/tidningar:



Tycker att de ägnar för lite tid åt böcker/tidningar:

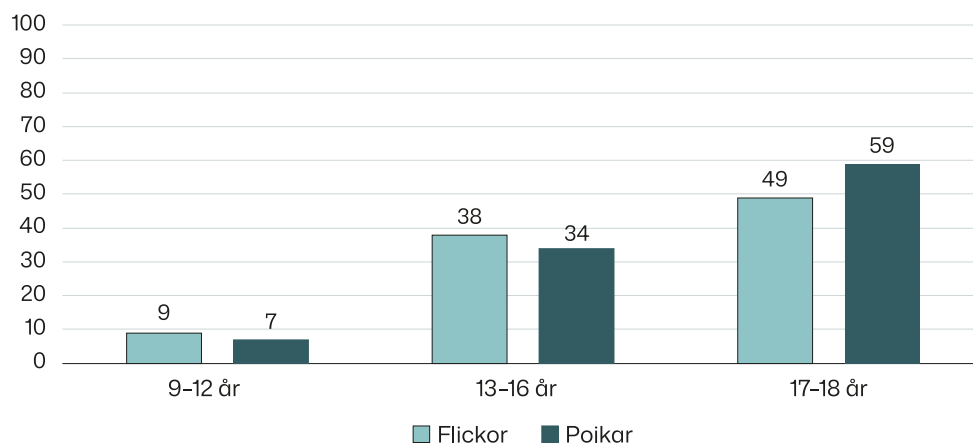


Läsningen av böcker och tidningar har minskat successivt sedan frågan ställdes första gången i datainsamlingen 2012, men år 2022 såg den trenden ut att ha vänt. Den dagligen läsningen av böcker och tidningar ökade år 2022 i alla åldrar, men i varierande grad. År 2024 ökar den dagliga läsningen ytterligare något bland barn mellan 9 och 11 år. Bland 9-åringarna är det nu 39 % som läser dagligen (diagram 11 i). Inget annat år har så stor andel 9-åringar läst böcker och tidningar dagligen. Från 12 års ålder och uppåt är resultaten antingen på samma nivå som år 2022 eller lägre. Mer precist är det mellan 15 och 17 års ålder som läsningen är lägre nu, vilket antyder att ökningen år 2022 kanske var tillfällig här. För övrigt verkar trenden med minskad daglig läsning ha avstannat.

Parallellt med den minskande läsningen mellan 2012 och 2020 ökade andelen barn och ungdomar som själva tyckte att de ägnar för lite tid åt att läsa böcker och tidningar. I åldersgruppen 9-12 vände denna trend samtidigt som den dagliga läsningen ökade år 2022, men inte bland tonåringarna. Det vill säga att i åldersgruppen 9-12 läser allt fler dagligen och är mer nöjda med hur mycket de läser, medan tonåringarna förblir tämligen självkritiska (diagram V).

1.8 Många tonåringar använder AI-chattbotar regelbundet

VI. Använder AI-chattbotar någon gång i veckan eller oftare, kön (%)



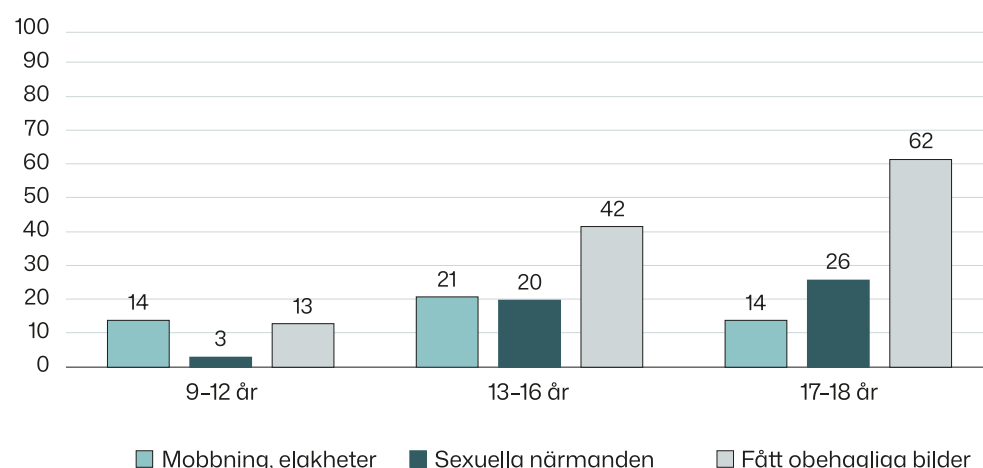
AI-chattbotar (till exempel ChatGPT, Google Bard, Character.AI, Replika, My AI) är ganska nya företeelser i medielandskapet men de har redan inkorporerats i många ungdomars medievardag. Mer än var tredje i åldern 13-16 och mer än varannan ungdom i åldern 17-18 använder dessa någon gång i veckan eller oftare. I den yngsta gruppen är det mer sällsynt. I den äldsta gruppen är det en större andel av pojkarna än flickorna som använder AI-chattbotar regelbundet men i de yngre grupperna är könsskillnaderna små (diagram VI).

När barn och ungdomar använder AI-chattbotar används de oftast för att få svar på frågor om allt möjligt. Att de används för skojs skull är också ganska vanligt, liksom att de används för att sammanfatta och skriva texter i skolan.

Användande för skojs skull minskar med stigande ålder samtidigt som de mer nytto-orienterade användningssätten ökar.

1.9 Att få obehagliga bilder i sociala medier är den vanligaste formen av utsatthet på nätet

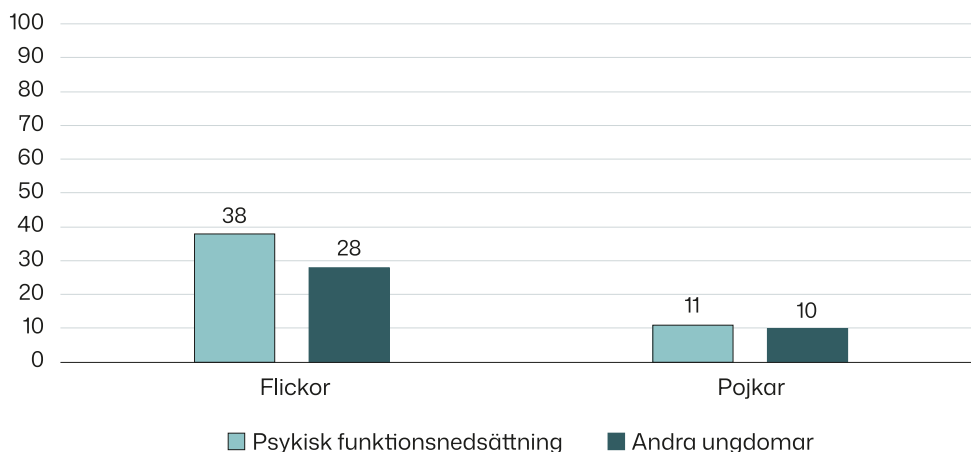
VII. Har utsatts för mobbning/elakheter, sexuella närmanden, har fått obehagliga bilder på t.ex. döda människor i sina sociala medier (%)



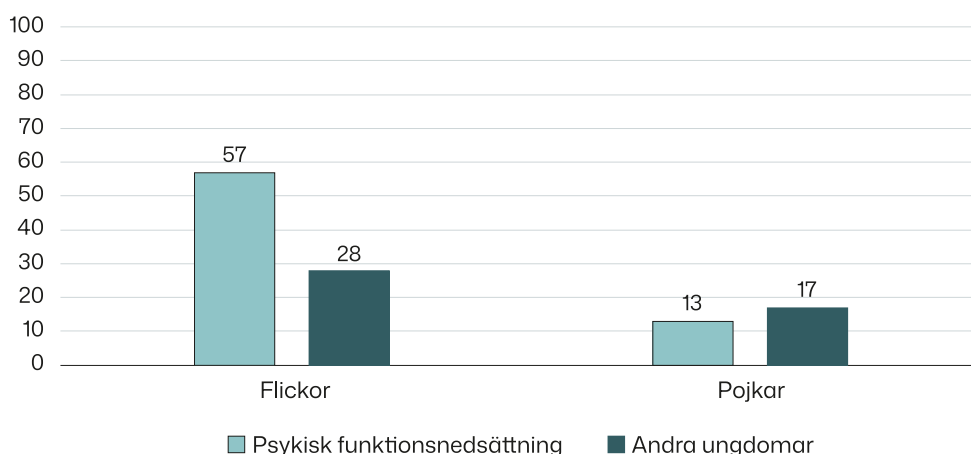
Ungar & medier frågar barnen och ungdomarna om de under det senaste året har råkat ut för totalt åtta olika negativa företeelser på nätet eller via mobilen, såsom mobbning, hot och olika former av sexuella närmanden. Resultaten visar att det vanligaste bland ungdomarna är att få obehagliga bilder på till exempel döda människor från krig, olyckor eller skjutningar i sina sociala medier. Drygt 40 % i åldersgruppen 13-16 och drygt 60 % i åldersgruppen 17-18 har fått obehagliga bilder i sina sociala medier. I åldersgruppen 9-12 är förekomsten av mobbning och elakheter på samma nivå som obehagliga bilder. Elakheter och mobbning är också relativt vanligt i åldersgruppen 13-16, följt av att någon okänd person skickat dem bilder där hen är lättklädd eller naken. I diagram VII har tre frågor om olika former av sexuella närmanden från okända personer på nätet slagits ihop: om barnen har fått nakenbilder från, eller tillfrågats om att skicka nakenbilder till, okända personer samt om någon okänd har försökt pressa dem att göra något sexuellt på nätet (ställs endast till 13-18-åringar). Sammantaget är det en lika stor andel av 13-16-åringarna som har råkat ut för dessa sexuella närmanden som har råkat ut för mobbning och elakheter, men i åldersgruppen 17-18 är det betydligt fler som råkat ut för sexuella närmanden. I yngre år är alltså elakheter och mobbning det som flest råkar ut för på nätet, men i tonåren skiftar det successivt till sexuella närmanden från okända personer.

VIII. Har råkat ut för sexuella närmanden från okända personer på nätet, psykisk funktionsnedsättning (%)

13–16 år



17–18 år



I åldersgruppen 9–12 finns inga betydande könsskillnader men bland tonåringarna råkar flickor i betydligt högre grad än pojkar ut för olika former av sexuella närmanden från okända. Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning upplever mer elakheter och mobbning samt olika former av sexuella närmanden, men även här är det främst flickorna som drabbas. Flickor med psykiska funktionsnedsättningar råkar ut för sexuella närmanden i högre grad än både pojkar och andra flickor i tonåren, vilket bekräftar resultat från tidigare undersökningsår: flickor med psykiska funktionsnedsättningar är i vissa avseenden mer utsatta på nätet än andra ungdomar (diagram VIII).

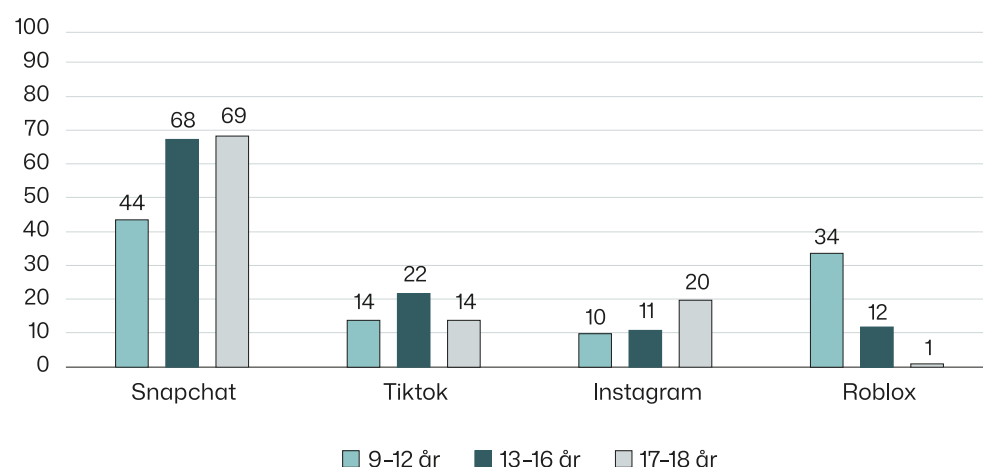
En ny fråga i årets undersökning gäller om någon har kapat något av barnets konton i spel eller sociala medier. Mellan 4 % och 9 % svarar att det har hänt under det senaste året, flest i åldersgruppen 13–16.

Jämfört med 2022 har andelen ungdomar som har fått obehagliga bilder i sociala medier ökat märkbart. I åldersgruppen 17–18 har andelen som fått obehagliga bilder ökat med 20 procentenheter och i åldersgruppen 13–16 är ökningen 11 procentenheter. I den yngsta gruppen finns däremot ingen förändring.

1.10 Flest råkar illa ut på Snapchat, men ser obehagliga bilder på Tiktok, Instagram och Youtube

För första gången frågar Ungar & medier om var på nätet – på vilka plattformar – barnen har råkat ut för olika saker. Dels elakheter och mobbning, hot, olovligt spridande av bilder, sexuella närmanden och kontokapningar som kan vara riktade mot en specifik person (barnet). Dels på vilka plattformar de har sett obehagliga bilder på till exempel döda människor från krig, olyckor eller skjutningar, som också kan dyka upp i barnens algoritmstyrda flöden utan att någon haft intentionen att skicka bilderna till barnet.

IX. Var hände det du råkade ut för? Flera svar kan markeras (%)²

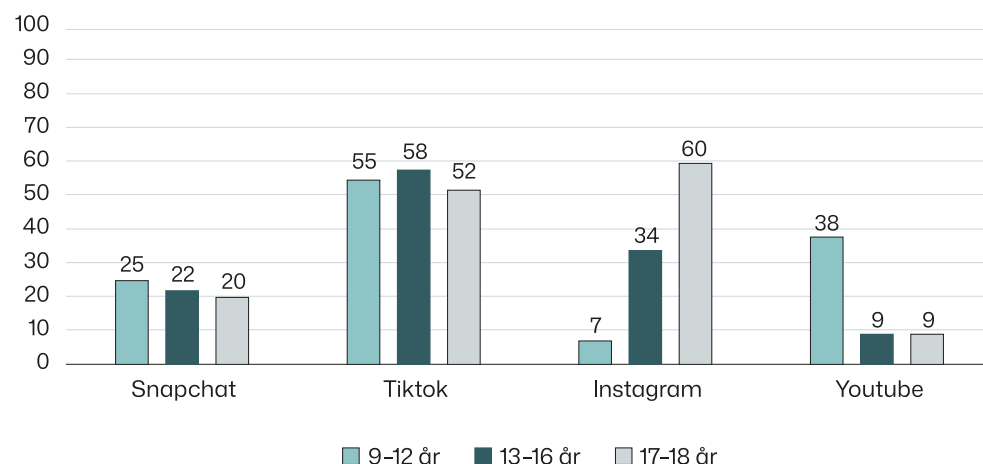


Snapchat är den plattform som oftast nämns av dem som har råkat ut för mobbning, hot, sexuella närmanden etcetera. Detta gäller både pojkar och flickor i alla åldersgrupper. I den yngsta gruppen nämns även Roblox i förhållandevis hög grad. I åldersgruppen 9-12 finns inga större könsskillnader men bland tonåringarna nämner flickor Tiktok, Instagram och – framför allt – Snapchat i högre grad än pojkar. Pojkar nämner oftare spel- och spelangränsande plattformar som Discord, Epicgames, Steam, Xbox, PS5, Fortnite, Brawl Stars.

Snapchat, Tiktok och Instagram är de sociala medieplattformar som används av flest barn och ungdomar och Roblox är en mycket populär spelplattform med möjligheter till social interaktion mellan spelare. Till viss del avspeglar alltså resultaten vilka plattformar som oftast används men även andra faktorer – såsom plattformarnas karaktär och hur de används – måste inverka eftersom skillnaderna vad gäller utsatthet på plattformarna är större än graden av användning.

² Observera att frågan endast besvaras av de barn som först angett att de har råkat ut för något på nätet eller mobilen, inte hela populationen.

X. På vilken eller vilka plattformar fick du ta emot obehagliga bilder? Flera svar kan markeras (%)³



De som har sett obehagliga bilder på till exempel döda människor i sina flöden pekar framför allt ut Tiktok och, i den äldsta gruppen, Instagram. I alla åldersgrupper svarar över hälften av dem som fått obehagliga bilder att det skett på Tiktok. I åldersgruppen 9-12 nämns Youtube i förhållandevis hög grad.

Tiktok, Instagram och Youtube (bland de yngsta) är därmed de plattformar som nämns mest i samband med obehagliga bilder medan Snapchat är den plattform där flest råkar illa ut på andra sätt.

1.11 Mobilanvändning på natten samvarierar med uppfattningen att ens medieanvändning påverkar sömnen negativt och går ut över andra saker man ska göra

Användningen av mobilen på natten ökar ju äldre barnen blir. I den yngsta gruppen, 9-12, använder totalt 23 % mobilen på natten, varav 10 % gör det varje natt eller några gånger i veckan. I åldersgruppen 13-16 använder 39 % mobilen varje natt eller några gånger i veckan och i den äldsta gruppen är motsvarande andel 54 %.

Även andelarna som tror att deras sömn påverkas negativt av deras medieanvändning generellt (inte bara på natten) ökar med barnens stigande ålder, från 16 % i den yngsta gruppen till 46 % i åldersintervallet 17-18. Bland tonåringarna tror således nästan hälften att de sover sämre till följd av sin medieanvändning. Samma mönster finns i fråga om hur ofta ens medieanvändning leder till att barnen inte gör andra saker som de ska göra, såsom läxläsning eller hjälpa till hemma. I den yngsta gruppen svarar 35 % att det sker varje dag eller några gånger i veckan, vilket ökar till 48 % respektive 58 % i de två äldre grupperna.

³ Observera att frågan endast besvaras av de barn som först angett att de har fått obehagliga bilder, inte hela populationen.

Bland tonåringarna är det alltså omkring hälften som flera gånger i veckan upplever att medieanvändningen går ut över andra saker de ska göra.

Om ungdomarna använder mobilen frekvent på natten är det dock större andelar som dels menar att deras medieanvändning *varje dag* går ut över andra saker de ska göra, dels upplever att de *sover sämre* till följd av sin medieanvändning. Bland de som *aldrig* använder mobilen på natten är det betydligt större andelar som menar att deras medieanvändning *sällan eller aldrig* går ut över andra saker de ska göra. Det finns också samband mellan att *aldrig* använda mobilen på natten och uppfattningen att ens medieanvändning generellt *inte* påverkar sömnen alls. Dessa samband fanns även 2022 och resultaten bekräftar på så sätt en slutsats i *Ungar & medier 2023*: mobilanvändning nattetid är en betydande faktor bakom de negativa konsekvenser av medieanvändningen som ungdomar själva uppger.



2.

Inledning

Barns medieanvändning har intresserat, roat och oroat vuxna sedan massmediernas begynnelse. Under vissa perioder har mediernas positiva potential lyfts fram, till exempel att de ger barnen tillgång till information och kunskap i hemmet likt en förlängning av klassrummet. Under andra perioder har oro och farhågor tagit större plats, såsom under 1980-talets videovåldsdebatt. Under 2000-talet är det särskilt internet och digitala enheter – mobiltelefonen inte minst – som stått i centrum för debatten och över tid har tonvikten skiftat från mer positiva, förhoppningsfulla perspektiv till mer problematiserande och kritiska perspektiv. Bland annat oro för att allt yngre barn tillbringar alltmer tid med olika digitala medier där de kan stöta på innehåll och personer som inte är bra för barn. På EU-nivå har detta resulterat i nya regleringar av de online-plattformar som är tillgängliga för barn, bland annat *Digital Services Act (DSA)* som ålägger plattformarna att säkerställa en hög nivå av integritet, säkerhet och trygghet för minderåriga. I Sverige har Folkhälsomyndigheten fått i uppdrag av regeringen att ta fram rekommendationer för digital medieanvändning bland barn och ungdomar i avsikt att bland annat minska användningstiden. Rekommendationen för barn i åldern 6–12 år är max 1–2 timmars användning per dag och för ungdomar i åldern 13–18 är det max 2–3 timmar. Det är första gången i historien som svenska barn och föräldrar har så tydliga myndighetsrekommendationer att förhålla sig till när det gäller medieanvändning. Det är också första gången som de största techbolagen har gemensamma regler som avkräver dem ansvar för minderåriga användare. Även om en del är sig likt genom mediehistorien finns således annat som utmärker perioden och som kan tänkas påverka barnens medieanvändning. En inte alltför djärv hypotes är att detta kommer till uttryck i resultaten av Mediemyndighetens senaste datainsamling, som beskrivs i föreliggande rapport.

Rapporten *Ungar & medier 2025* beskriver resultaten av en enkätundersökning gällande medievanor och attityder till medier bland barn 9–18 år. Den första rapporten i serien genomfördes 2005 av den dåvarande kommittén Medierådet (U 1990:03). Rapportserien togs sedan över av Statens medieråd när myndigheten bildades år 2011 och därefter av Mediemyndigheten, som bildades genom en sammanslagning av Statens medieråd och Myndigheten för press, radio och tv år 2024. Rapporten är en av tre delrapporter inom undersökningen *Ungar & medier*, vilken är Sveriges största statistiska undersökning av barns medievanor och attityder till medieanvändning. De övriga två delrapporterna är *Småungar & medier 2025*, som undersöker medievanor bland barn i åldern 0–8 år, samt *Föräldrar & medier 2025* som undersöker föräldrars uppfattningar om och attityder till medier och medieanvändning bland barn och unga. Rapporten *Föräldrar & medier 2025* omfattar svar från föräldrar till barn 0–18 år, det vill säga alla åldersintervall som ingår i rapporterna *Småungar & medier* samt *Ungar & medier*.

Eftersom undersökningen genomförts flera gånger under mer än ett decennium finns möjligheter att jämföra resultaten över tid. Några frågor har ställts sedan undersökningen började, eller några år därefter, och här finns goda möjligheter att belysa hur barnens medievanor har förändrats mellan åren. Men samtidigt förändras medielandskapet – ibland väldigt snabbt – varmed

vissa frågor förlorar sin relevans och nya behöver tillföras. Ett exempel på en nytillkommen fråga är om barnen och ungdomarna använder AI-chattbotar, vilket inte varit aktuellt att fråga om tidigare. Vi ställer också nya frågor om barnen och ungdomarna brukar jämföra sig med hur andra ser ut i sociala medier och hur de själva upplever att de påverkas av sådana jämförelser. Anledningen till att dessa frågor införts är att Folkhälsomyndighetens och Mediemyndighetens gemensamma kunskapsöversikt om samband mellan digital medieanvändning och hälsoeffekter bland barn och unga (2024) visade att exponering för skönhetsideal och jämförelser med andra på nätet kan inverka negativt på ungas psykiska hälsa. Eftersom Mediemyndigheten har i uppgift att verka för att skydda barn mot skadlig mediepåverkan är det viktigt för myndigheten att ta reda på i vilken utsträckning barn i Sverige jämför sig med andra och hur de själva upplever det. *Ungar & medier 2025* är således dels en upprepning av frågor som har ställts förr, dels en anpassning och utveckling i förhållande till förändringar i medielandskapet och i samhället i stort.



3.

**Metod och
läsanvisning**

Rapporten *Ungar & medier 2025* beskriver, som nämnts, medievanor och attityder till medier bland barn 9–18 år. Fokus är på medieanvändningen en ”vanlig dag” på fritiden, inte i skolan, och det är barnen själva som svarar på frågorna. Underlaget för denna rapport består av två snarlika enkäter som sändes ut till nära 9 000 barn. Statistiska centralbyrån (SCB) genomförde urval från registret över totalbefolkningen, utskick av inbjudningsbrev och enkäter samt datainsamlingen. Urvalet av respondenterna är ett obundet slumpmässigt urval stratifierat på ålder: 4 000 barn 9–12 år och 5 000 barn 13–18 år.

Datainsamlingen pågick mellan den 15 oktober 2024 och 6 februari 2025 och totalt fyra utskick gjordes under perioden. I det första utskicket fanns ett informationsbrev med inloggningsuppgifter till webbenkäten. Barn i åldern 9–12 fick även med enkäten på papper. I november fick de som ännu inte svarat en postal påminnelse och där bifogades enkäten på papper till barnen i åldern 13–18. Pappersenkäten bifogades i ytterligare ett utskick, varav det sista genomfördes i början av januari 2025. Respondenterna kunde således välja mellan att fylla i en pappersenkät eller ett webbformulär (på mobil, surfplatta eller dator). De allra flesta valde det sistnämnda alternativet.

Svarsfrekvensen är 25,8 % för 9–12 år och 23,3 % för 13–18 år. Detta är cirka 2–3 procentenheter lägre än datainsamlingen år 2022. Betraktat på längre sikt (sedan 2012) är trenden att svarsfrekvenserna sjunker. Detta är inget unikt för denna rapportserie, eller ens för medievaneundersökningar, utan något som iakttagits under lång tid vid olika typer av enkätundersökningar med slumpvisa urval, både i Sverige och internationellt. Det är dock ett stort problem som varje undersökning måste försöka hantera. Ett sätt att minska den så kallade urvalsosäkerheten – vilken uppstår när man inte undersöker alla objekt i populationen – är att öka urvalsstorleken. I rapportserien *Ungar & medier* har urvalsstorleken utökats med 1 000 personer i varje urvalsstrata både 2022 och 2024, vilket resulterat i att totalt 23 000 barn och föräldrar bjöds in att delta i undersökningen år 2024. De barn och föräldrar som valt att delta i undersökningen är spridda över hela landet, från olika delar av Norrland till Skåne och Blekinge i söder.

Om de personer som inte besvarat enkäten skiljer sig från de som har besvarat enkäten – till exempel har andra medievanor eller uppfattningar om barn och medier – kan så kallade bortfallsskevheter uppstå. För att kompensera för både urvalsosäkerheter och bortfallsskevheter har SCB tagit fram kalibreringsvikter som används i analyserna av de svar som respondenterna lämnat. Dessa kalibreringsvikter används i hela resultatredovisningen för att försöka få de redovisade uppgifterna så representativa för populationen som möjligt. Det bör dock påpekas att kalibreringsvikter inte kan kompensera för allt och inte heller kan justera sådana skevheter som uppstår till följd av att respondenterna tolkar frågor på andra sätt än som avsetts, glömmer uppgifter och liknande potentiella felkällor som frågeundersökningar medför. Svaren på, i synnerhet, attitydfrågorna påverkas sannolikt också av rådande samhällsliga normer rörande medieanvändning bland barn och unga. Att arbeta med obundet slumpmässigt urval och kalibrering är dock de bästa metoder vi har för att säkerställa representativa resultat.

SCB har bistått undersökningen med registerdata av flera slag, vilka främst används och redovisas i avsnittet "Respondenternas egenskaper och bakgrund". Detta avsnitt syftar till att ge en bredare bild av de barn som har svarat på enkäten, inte av populationen som helhet, och därför redovisas oviktade resultat. Här används således inte kalibreringsvikter.

Den information som hämtats ur register (och alltså inte har efterfrågats i enkäterna) gäller barns och vårdnadshavares kön, ålder, födelseland, folkbokföringskommun och andra uppgifter kring hushållets sammansättning och boende, vårdnadshavares utbildningsnivå och ekonomiska förhållanden samt om barnet har syskon.

Kommittén Medierådet, som upphörde 2011 när myndigheten Statens medieråd bildades, genomförde fyra Ungar & medier-undersökningar mellan åren 2005 och 2010. Statens medieråd tog sedan över och genomförde undersökningen vartannat år, med start i *Ungar & medier 2012/13*. Detta var också första gången som datainsamlingen genomfördes av Statistiska Centralbyrån (SCB). *Ungar & medier 2025* är därmed den sjunde Ungar & medier-undersökningen med samma tillvägagångssätt och därför god jämförbarhet. Medielandskapet förändras dock kontinuerligt vilket har inneburit att vissa frågor omformulerats och svarsalternativ har ändrats, vilket gör att direkta jämförelser över tid inte alltid kan göras.

Föreliggande rapport heter *Ungar & medier 2025* eftersom den publiceras detta år. Data samlades däremot in under främst hösten/vintern 2024, varför detta årtal används i diagram och löpande text. Det förhåller sig precis likadant med rapporten *Ungar & medier 2023*, där data samlades in 2022, rapporten *Ungar & medier 2021*, där data samlades in år 2020 och så vidare bakåt i tiden.

I rapporten redovisas resultaten genomgående fördelat på tre åldersgrupper, vilka omnämns med siffror i löpande text: 9–12 år, 13–16 år samt 17–18 år.

I rapporten används ibland engelska uttryck, till exempel "influencers" och "youtubers". Eftersom dessa även används i frågeformuleringarna i enkäterna till barn och föräldrar blir begreppsanvändningen på så sätt enhetlig. Anledningen till att dessa begrepp används, i stället för svenska varianter, är att de engelska begreppen är vanligare i det vardagliga språkbruket, i synnerhet bland barn och ungdomar, vilket kan underlätta en gemensam förståelse för vad som undersöks och efterfrågas.

Att undersöka medieanvändning i en tid när teknikutvecklingen går väldigt fort och där medier av olika slag blir alltmer sammanvävda med andra aktiviteter, arbete, utbildning och livet i övrigt kan vara utmanande. Det finns många saker som kan påverka resultaten och tolkningen av dessa och vi vill lyfta fram ett par av dem som kan vara bra att ha i åtanke vid läsningen. Mediekonvergensen och de mobila apparaterna gör det allt svårare att särskilja användningen av olika medieformer och deras innehållstyper. Det bör särskilt nämnas att till exempel Youtube och sociala medieplattformar som används av barnen kan innehålla material av alla de slag, såväl sådant man "tittar på", som sådant man "lyssnar på" eller "använder" på andra sätt (läser,

kommenterar, sjunger med, dansar till osv.). Det finns alltså många verb som skulle kunna användas för att beskriva medieanvändningen. I rapporten används formuleringarna "tittar på" Youtube samt filmer och tv-program men "använder" sociala medieplattformar som Instagram, Tiktok och Snapchat. Det ska dock betonas att man kan "titta på" innehåll på plattformar som Tiktok likaväl som på Youtube, och å andra sidan kan barnen använda material på Youtube eller tv på olika sätt. Det bör också poängteras att barnen kan titta på filmer och tv-program på Youtube eller annan liknande kanal, eller på en tv-apparat, biograf med mera. Innehåll kan flyta mellan olika plattformar och apparater, samtidigt som en apparat (till exempel mobilen, smart-tv) kan användas för många olika slags innehåll och medieaktiviteter. Överlappningar är därför oundvikliga.

Mer detaljerad information om datainsamling och -bearbetning finns i bilaga 1 samt i den tekniska rapporten från SCB som publiceras tillsammans med Ungar & medier.



4.

**Respondenternas
egenskaper och
bakgrund**

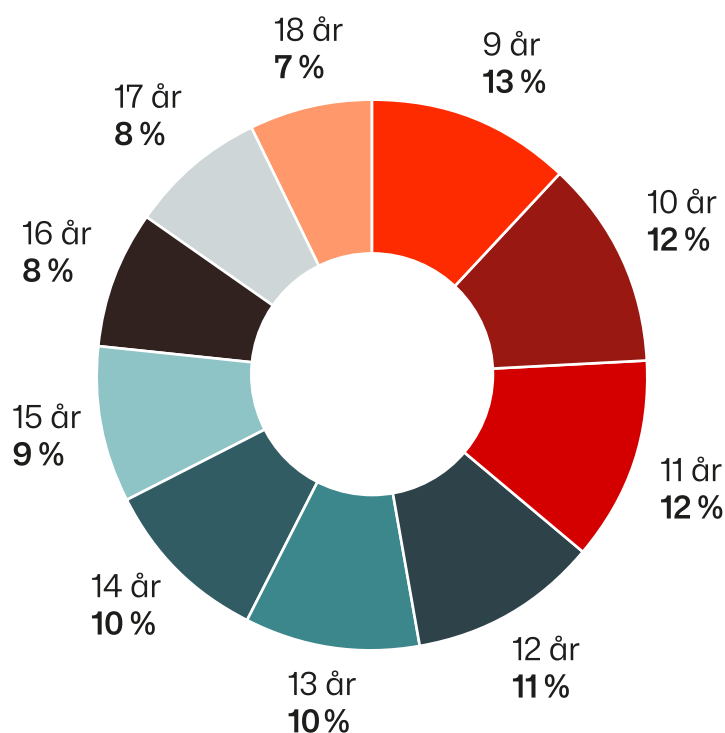
I detta avsnitt beskrivs respondenternas egenskaper och bakgrund, det vill säga vad som karaktäriserar just de barn som svarat på enkäten. Resultaten som redovisas är därför inte viktade mot populationen. Alla uppgifter kommer från registerdata, förutom frågan om funktionsnedsättningar som barnen själva besvarar.

1. Barnets kön (%)

Ålder	Pojkar	Flickor	Antal svar
9-12 år	53	47	1032
13-16 år	49	51	832
17-18 år	45	55	331

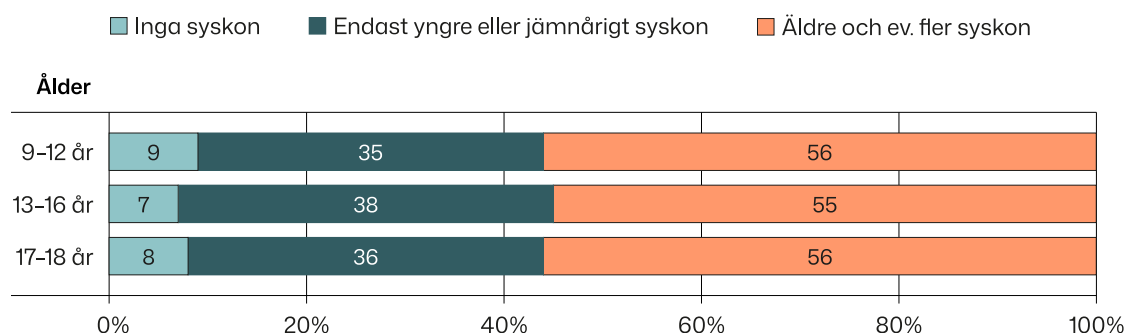
Könsfördelningen är ganska jämn i åldersgrupperna 9-12 år och 13-16 år men är något ojämn i den äldsta gruppen. Det är nästan exakt samma fördelning som i den föregående datainsamlingen år 2022. Andelen pojkar som svarat sjunker med stigande ålder, och andelen flickor ökar. Pojkar är ofta mindre svarsbenägna än flickor när det gäller den här typen av enkätundersökningar.

2. Barnets ålder under året (%)



Med "ålder under året" avses hur många år barnet fyllde under 2024. Av det totala antalet inkomna svar kommer den största andelen från 9-åringar (13 %), medan de minsta andelarna kommer från 16-18-åringar (7-8 %).

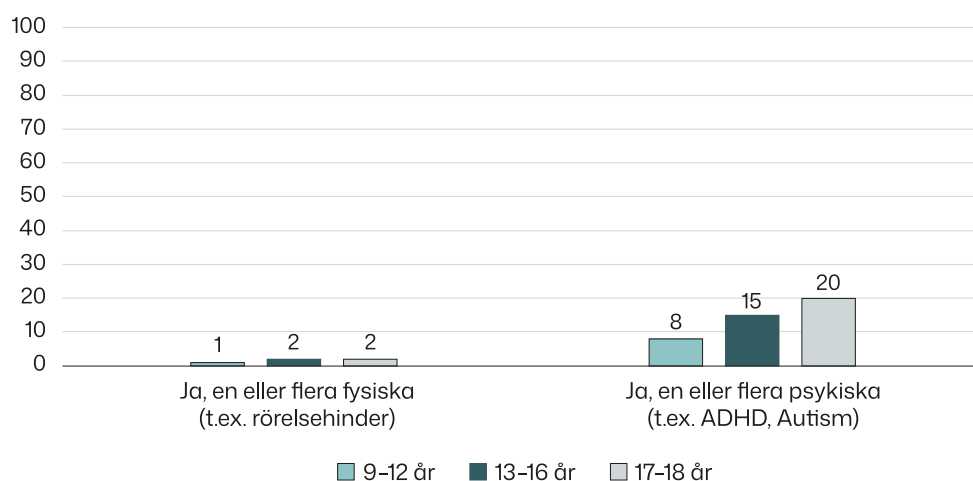
3. Barnets syskonstatus (%)



Andelarna som har syskon är i princip desamma i alla åldersgrupper, och det är endast marginella skillnader huruvida dessa syskon är endast yngre/jämnåriga eller äldre. Kategorin *äldre* syskon inbegriper även dem som har flera syskon i olika åldrar, vilket är mellan 17 % och 21 % i åldersgrupperna. Majoriteten i denna kategori har alltså endast äldre syskon, men omkring en femtedel har även yngre och/eller jämnårigt syskon.

Förekomsten av äldre syskon har betydelse för medieanvändningen, särskilt bland yngre barn. Äldre syskon introducerar de yngre till medier och gemensam medieanvändning utgör också en umgängesform mellan syskon. Det är dock relativt ovanligt att syskonstatus har något större inflytande på medieanvändningen bland barn och unga i de åldersintervall som behandlas i denna rapport. Syskonstatusen påverkar yngre barn i betydligt högre grad och redovisas därför i rapporten *Småungar & medier 2025*, men inte i *Ungar & medier 2025*.

4. Har du en eller flera funktionsnedsättningar? (%)



Barnen svarar själva på frågan om de har någon eller några funktionsnedsättningar, fysiska och/eller psykiska. I alla åldersgrupper är det ytterst få som uppger fysiska funktionsnedsättningar och så har det även varit tidigare undersökningsår. Andelarna med psykisk funktionsnedsättning är större, från 8 % i åldern 9–12 till 20 % i åldern 17–18. Detta är en ökning från 7 % i 9–12 och 13–14 % bland tonåringarna år 2022. I den äldsta gruppen har andelen med psykisk funktionsnedsättning ökat med sju procentenheter sedan 2022. Även mellan 2020 och 2022 ökade andelarna med psykisk funktionsnedsättning något (1–4 procentenheter).

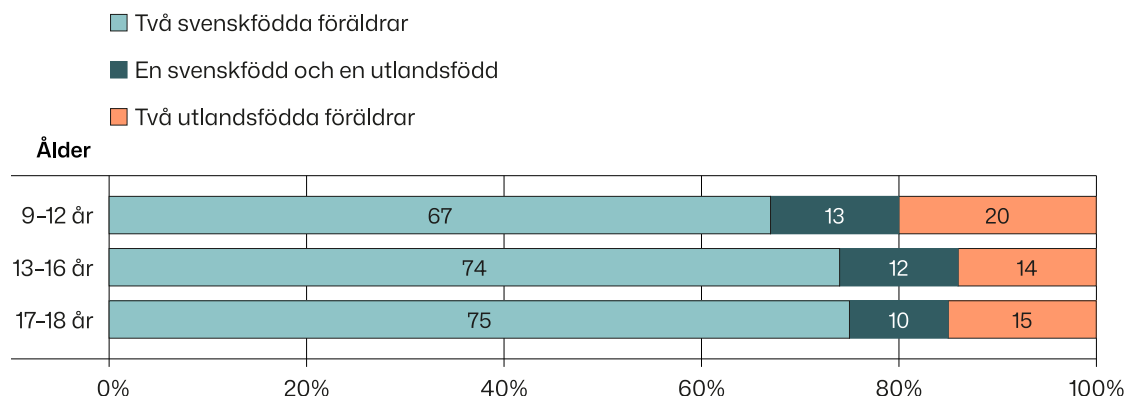
När föräldrar tillfrågas är det en större andel som uppger att deras barn i åldern 9–12 har en psykisk funktionsnedsättning: 14 %. För tonåringarna överensstämmer föräldrarnas och ungdomarnas svar bättre: 17 % av föräldrar till ungdomar i åldern 13–16 och 21 % i åldern 17–18 svarar att deras ungdomar har psykisk funktionsnedsättning. Andelen föräldrar som svarar att deras barn och ungdomar har psykisk funktionsnedsättning har ökat över tid, på samma sätt som bland barnen och ungdomarna själva (se även *Föräldrar & medier 2025*).

Bland tonåringarna finns inga signifikanta skillnader mellan pojkar och flickor gällande psykisk funktionsnedsättning. I åldersgruppen 9–12 är det däremot en större andel pojkar (12 %) än flickor (5 %) som svarar att de har psykisk funktionsnedsättning. Så har det även varit tidigare undersökningsår.

De barn som svarar att de har en eller flera funktionsnedsättningar får en följdfråga med öppna svar om vilken eller vilka funktionsnedsättningar de har. De flesta fyller inte i något men av de svar som kommit in är de vanligaste Adhd, ADD, Autism, Dyslexi eller annan språkstörning. Det förekommer även några barn som uppger intellektuell funktionsnedsättning.

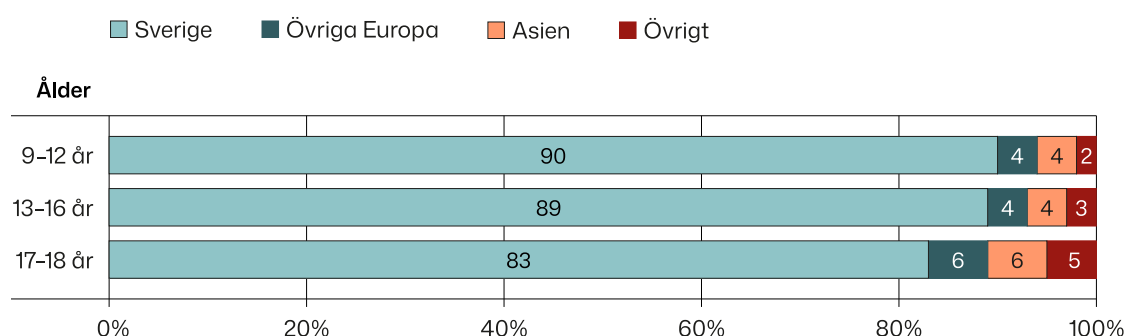
Grupperna med psykisk funktionsnedsättning i intervallen 13–16 år samt 17–18 år kommer att särredovisas i de fall där deras användningsmönster eller uppfattningar skiljer sig från andra ungdomars. I övrigt är underlaget alltför litet för att sådana särredovisningar ska vara möjliga.

5. Föräldrarnas födelseland (%)



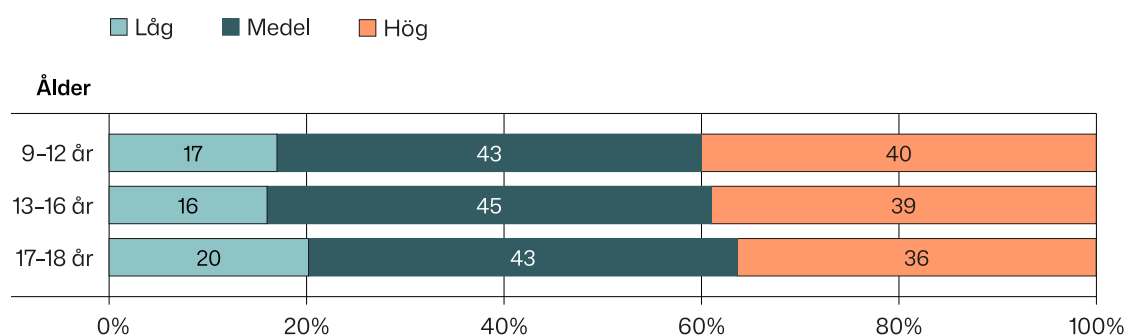
De flesta barn som deltar i undersökningen har två svenskfödda föräldrar, bland tonåringarna är det tre fjärdedelar. I den yngsta gruppen har en något större andel en eller två utlandsfödda föräldrar, 33 %. De föräldrar som är födda utomlands kommer främst från andra europeiska eller asiatiska länder. För första gången i undersökningens historia är några föräldrar födda i dåvarande Sovjetunionen.

6. Barnets födelseland (%)



De allra flesta barn och ungdomar som medverkat i undersökningen är födda i Sverige. I båda åldersgrupperna 9-12 och 13-16 är cirka 90 % av barnen födda i Sverige. I den äldsta gruppen är en något större andel född utomlands, 17 %. Det är ingen nämnvärd skillnad jämfört med 2022. De barn som är födda utomlands kommer främst från andra europeiska eller asiatiska länder.

7. Föräldrarnas utbildningsnivå (%)



Föräldrarna till de barn som deltar i undersökningen har oftast medelhög till hög utbildningsnivå. Andelen högutbildade föräldrar är störst i det yngsta åldersintervallet, medan andelen med lågutbildade föräldrar är störst i den äldsta gruppen. Andelen med högutbildade föräldrar har ökat något i alla tre åldersintervall jämfört med förra undersökningen år 2022.

I enkätsammanhang är det generellt sett vanligt att svarsbenägenheten är högre bland högutbildade än bland lågutbildade men i denna undersökning har hög utbildningsnivå bland föräldrarna störst betydelse för de yngsta barnens svarsbenägenhet (samt för föräldrar till de yngsta barnen, 0–4 år, se *Småungar & medier* 2025). Detta gäller de flesta år Ungar & medier har genomförts. Möjligen kan man säga att ju äldre barnen blir och ju mindre inverkan som föräldrarna sannolikt har på om barnen besvarar enkäten eller ej, desto mindre betydelse har hög utbildning bland föräldrarna.

Låg utbildningsnivå betyder här att föräldrarna som högst har tvåårigt yrkesgymnasium eller motsvarande medan hög utbildning innebär längre högskoleutbildningar, inklusive doktorsexamen (baserat på data i det standardiserade SUN 2020-systemet).

8. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet, barnets hushåll (uppgifter från 2022)

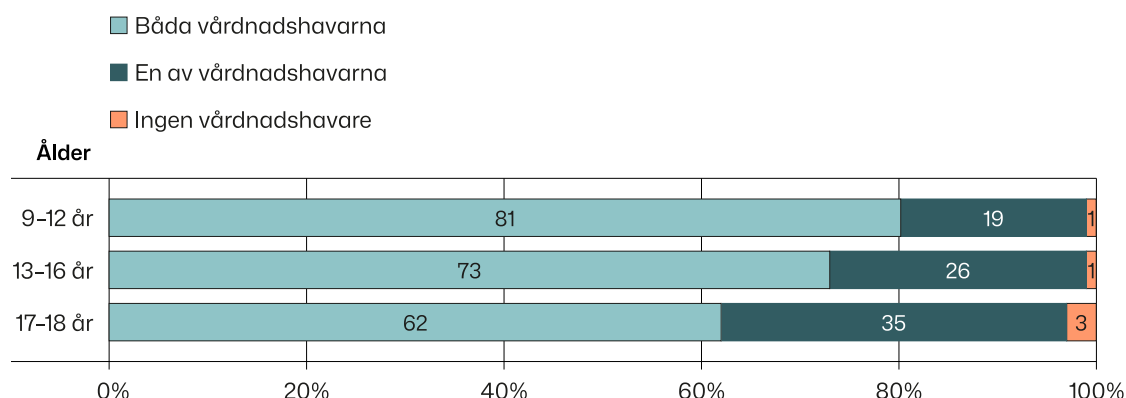
Ålder	Min.	Max.	Medelvärde	Median
9–12	0	4 549 035	232 677	214 326
13–16	0	2 458 340	241 708	217 652
17–18	33 663	10 931 066	274 903	213 615

Tabellen beskriver den disponibla inkomsten per konsumtionsenhet ("person") i barnets hushåll. Den disponibla inkomsten i barnets hushåll skiljer sig stort mellan de med lägst, respektive högst, inkomst i alla åldersintervall. Men det är endast några få hushåll i varje åldersintervall som har de allra högsta inkomsterna och som därmed drar upp medelvärdena. Medianen i alla åldersintervall ligger på drygt 210 000, vilket är under medianen i riket. I tabellen nedan redovisas ett annat mått på hushållets ekonomi, nämligen den sammanräknade förvärvsinkomsten i barnets hushåll. Medianen är högst i åldersgruppen 13–16 (det är även något högre än i *Småungar & medier*, se tabell 6 b).

8 b. Sammanräknad förvärvsinkomst, barnets hushåll (CSFVIH, gäller för 2022)

Ålder	Medelvärde	Median
9-12	822 763	779 048
13-16	919 682	845 712
17-18	896 195	785 905

9. Andel barn som är folkbokförda på samma adress som en, två eller ingen vårdnadshavare (%)



De flesta barn och ungdomar som medverkat i undersökningen bor tillsammans med – eller är åtminstone folkbokförda på samma adress som – båda sina föräldrar. Andelen som bor tillsammans med en av vårdnadshavarna ökar med åldern. Det finns även några barn eller ungdomar i undersökningen som inte bor tillsammans med någon av sina föräldrar, men de flesta av dessa blev myndiga under 2024.

Utsatta områden

I datainsamlingen ingår även uppgifter om barnen bor i något av de områden som Polismyndigheten definierar som "utsatt", "särskilt utsatt" eller som "riskområde". Av 9-12-åringarna är det 5 % som lever i något av dessa områden och av tonåringarna är det cirka 2-3 %. I den yngsta gruppen är det en ökning med två procentenheter, jämfört med den förra datainsamlingen 2022. Men det är ändå, precis som tidigare år, en mycket liten andel av de barn som deltar i *Ungar & medier* som bor i utsatta områden, eller "riskområden".

Av de bakgrundsvariabler som redovisats här kommer kön och åldersintervall att användas genomgående i resultatredovisningen. Alla enkätfrågor har även analyserats i förhållande till barnens eventuella psykiska funktionsnedsättningar i åldersintervallen 13–16 och 17–18 år. Resultaten för barn med psykiska funktionsnedsättningar kommer att beskrivas och ibland särredovisas i diagram om det finns betydelsefulla skillnader mellan dessa barn och andra barn. I tidigare Ungar & medier-rapporter har jämförelserna gjorts mellan dem med psykisk funktionsnedsättning och genomsnittet – det vill säga om ungdomar med psykisk funktionsnedsättning avviker från genomsnittet. Eftersom andelen med psykisk funktionsnedsättning har ökat över tid och nu uppgår till 20 % i den äldsta gruppen – var femte respondent – görs jämförelsen i stället mellan dem med, respektive utan, psykisk funktionsnedsättning.

Övriga bakgrundsvariabler kommer inte att beaktas eftersom det skulle bli alltför omfattande för denna rapport.

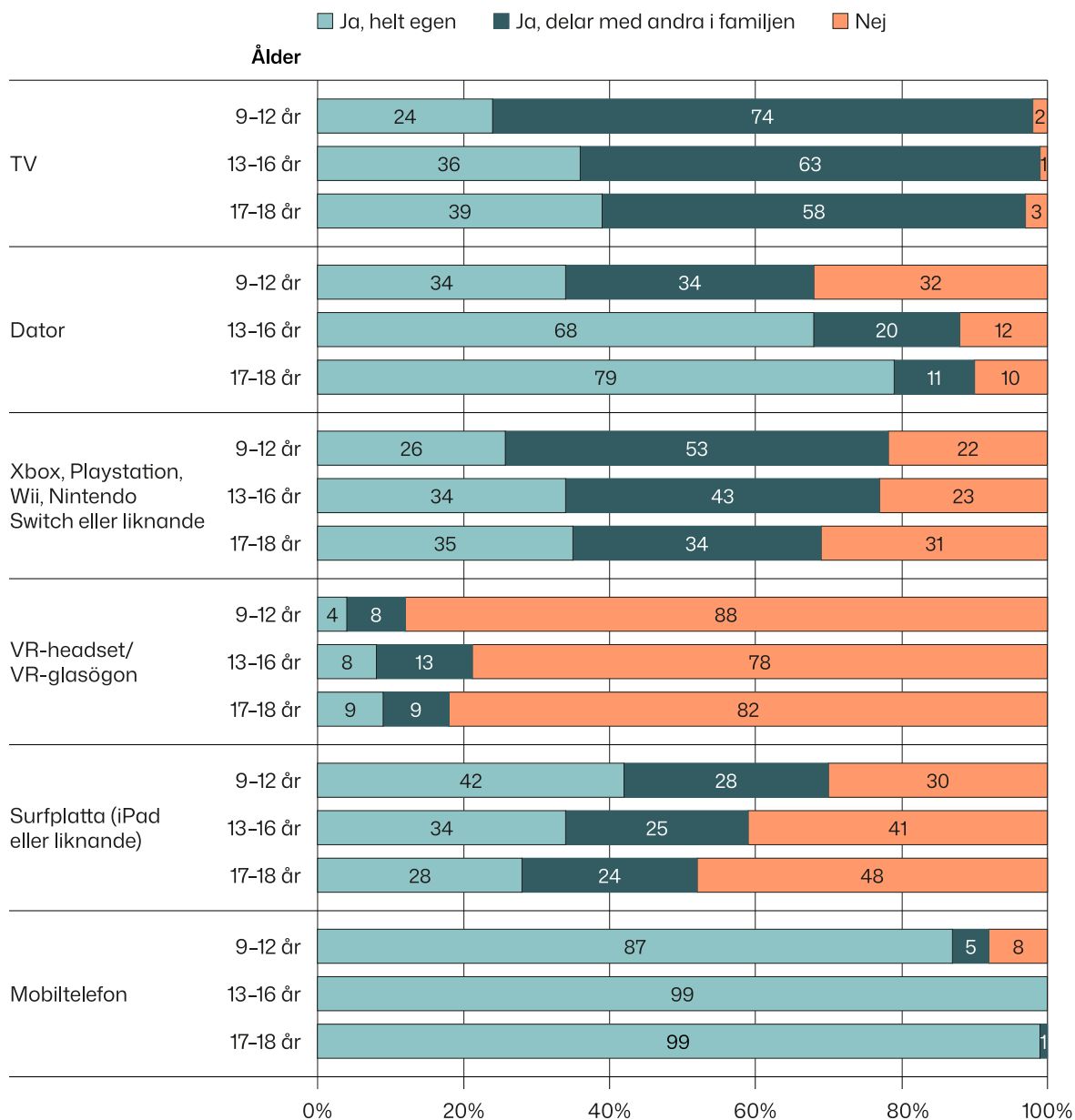


5.

Resultat

I det följande redovisas hur barnen och ungdomarna har svarat på frågorna i enkäten. Den första frågan behandlar tillgång till medieteknik, därefter följer frågor om barnens medieanvändning och attityder till medier.

10. Har du tillgång till något av följande hemma? (%)

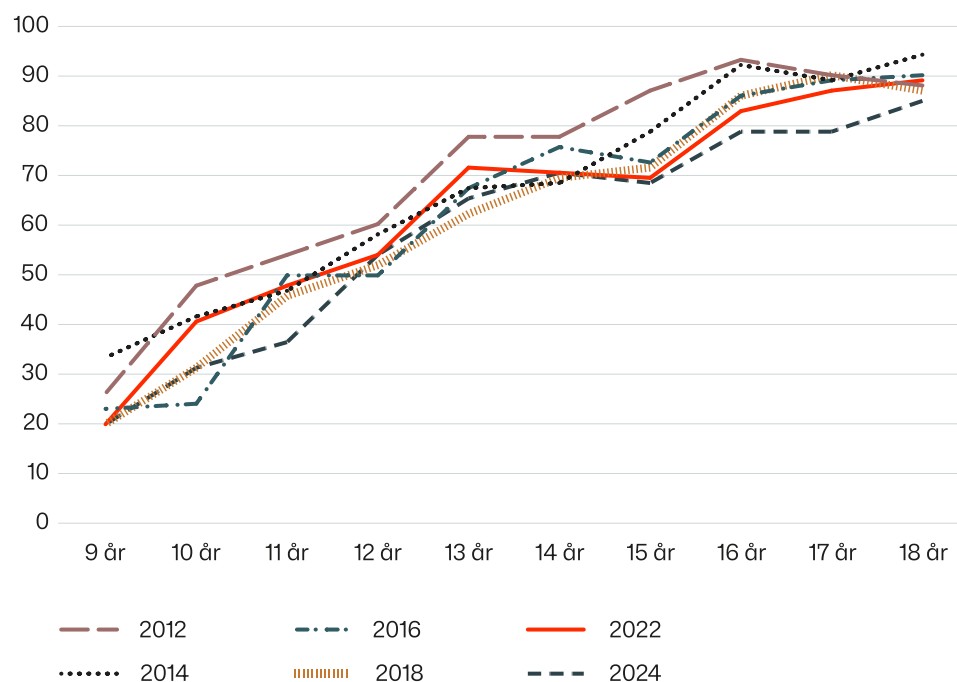


En majoritet av barnen har tillgång till tv, dator, spelkonsol, surfplatta och mobiltelefon, medan betydligt färre har tillgång till VR-headset/VR-glasögon. Jämfört med 2022 har inte tillgången till VR-headset/VR-glasögon ökat alls, snarare tvärtom (i åldersgruppen 9-12).

Särskilt tv och spelkonsoler, men även surfplattor, delas med andra i familjen medan de allra flesta har en egen mobiltelefon. Redan i den yngsta gruppen har en tredjedel en egen dator, men det blir vanligare med stigande ålder.

Tillgången till tv och spelkonsoler (Xbox, Playstation etcetera) har inte förändrats sedan 2022. När det gäller tillgång till dator, surfplatta och mobiltelefon finns det däremot några förändringar (diagram 10 b-d).

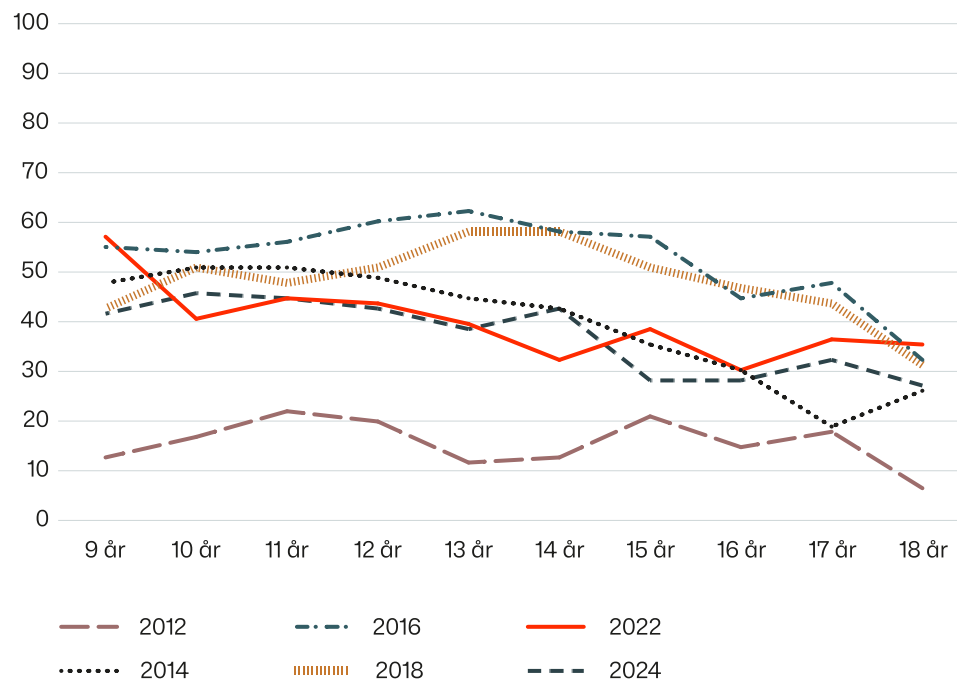
10 b. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen dator, 2012-2024 (%)



Andelen barn och ungdomar som har en egen dator har minskat i alla åldersintervall, med mellan tre och sex procentenheter sedan 2022. Samtidigt har andelen som *inte alls* har tillgång till dator i hemmet ökat sedan 2022 med sju procentenheter i åldersgruppen 9-12, tre procentenheter i 13-16 och sex procentenheter i 17-18.

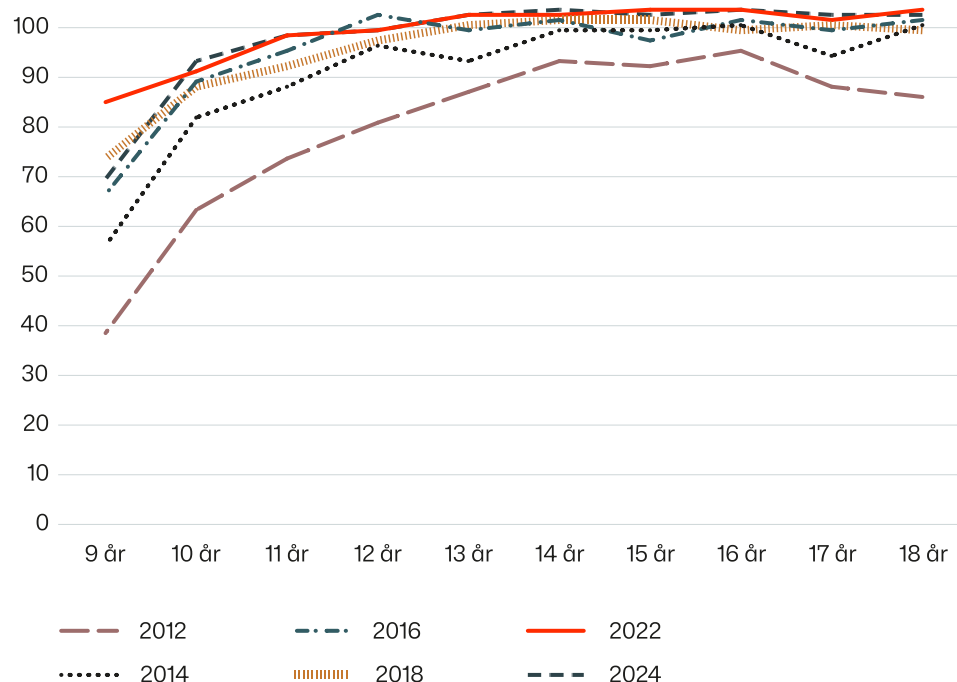
Tittar man närmare på utvecklingen det senaste dryga decenniet framgår att det egna datorinnehavet var högre 2012 än 2024 i alla åldrar (diagram 10 b). Mellan 15 och 18 års ålder är det egna datorinnehavet nu lägre än något annat år i undersökningen.

10 c. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen surfplatta, 2012–2024 (%)



Tillgången till surfplatta i hemmet (egen eller delad) har minskat i alla tre åldersintervall sedan 2022: tillgången har minskat med fem procentenheter i åldersintervallet 9–12, med fyra procentenheter i 13–16 och med tio procentenheter i det äldsta intervallet. Tillgången till en *egen* surfplatta var som högst år 2016 och har sedan minskat.

10 d. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen mobiltelefon, 2012–2024 (%)



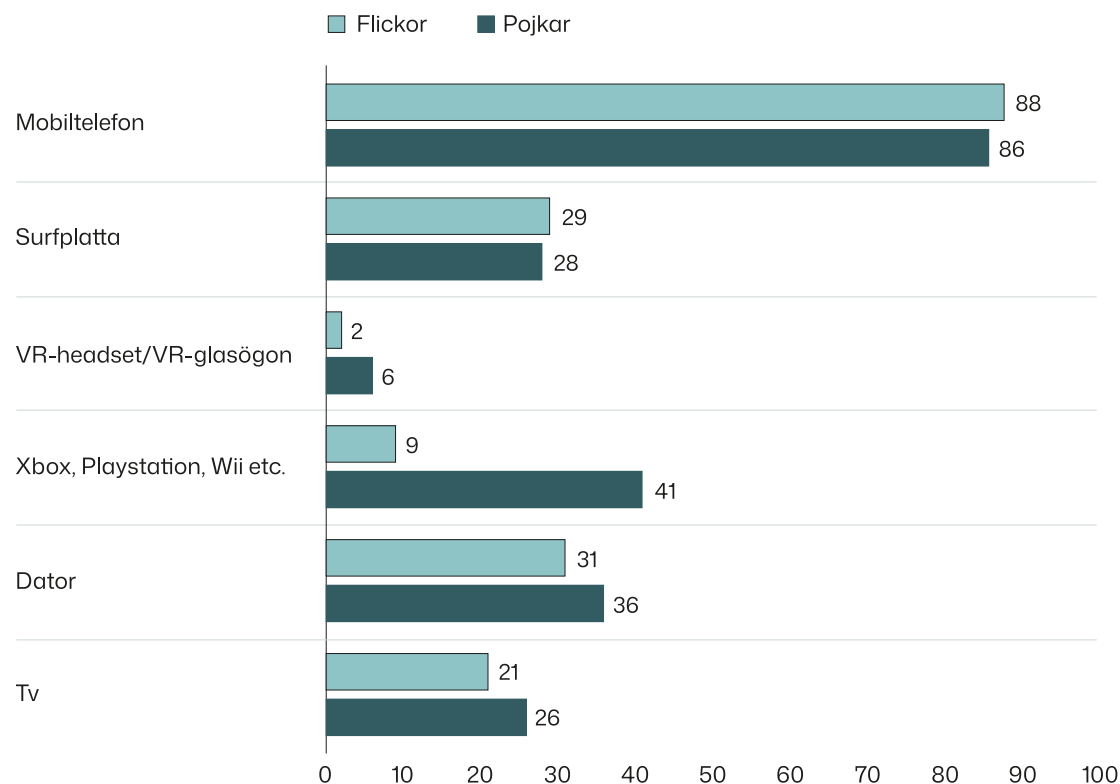
De allra flesta barn har tillgång till mobiltelefon men i den yngsta åldersgruppen, 9–12, har tillgången minskat med två procentenheter sedan 2022. Andelen med *helt egen* mobiltelefon har minskat med fyra procentenheter i åldersgruppen. Men tittar man närmare framgår att minskningen bara gäller 9-åringarna, från 82 % med egen mobiltelefon år 2022 till 67 % år 2024 (diagram 10 d). Samtidigt ökar andelen 9-åringar som *inte alls* har tillgång till mobiltelefon från 12 % 2022 till 23 % 2024. Även bland mindre barn, 0–8 år, minskar tillgången till mobiltelefon (se *Småungar & medier 2025*). Detta skulle kunna vara uttryck för att föräldrar med barn i lågstadieåldern, eller yngre, har blivit något mer restriktiva med att ge barnen tillgång till mobiltelefon.

Bland mellanstadiebarnen och de som är äldre syns däremot inte någon minskad tillgång till mobiltelefon. 90 % av 10-åringarna och 95 % av 11-åringarna har nu en *egen* mobiltelefon. Endast 7 % av 10-åringarna och cirka 3 % av 11-åringarna har *inte alls* tillgång till mobiltelefon, vilket är samma resultat som år 2022.

Tittar man tillbaka på utvecklingen framgår att den största ökningen gällande tillgång till egen mobiltelefon skedde redan mellan 2012 och 2014. Tillgången har därefter fortsatt öka i alla åldrar och sedan 2016 är den i princip hundra-procentig bland tonåringarna. Att tillgången till mobiltelefon minskar bland yngre barn (0–9-år) är därmed ett trendbrott.

Sammantaget är mobiltelefonen den medieteknik som flest barn och ungdomar är ägare av, medan egna datorer och surfplattor verkar minska.

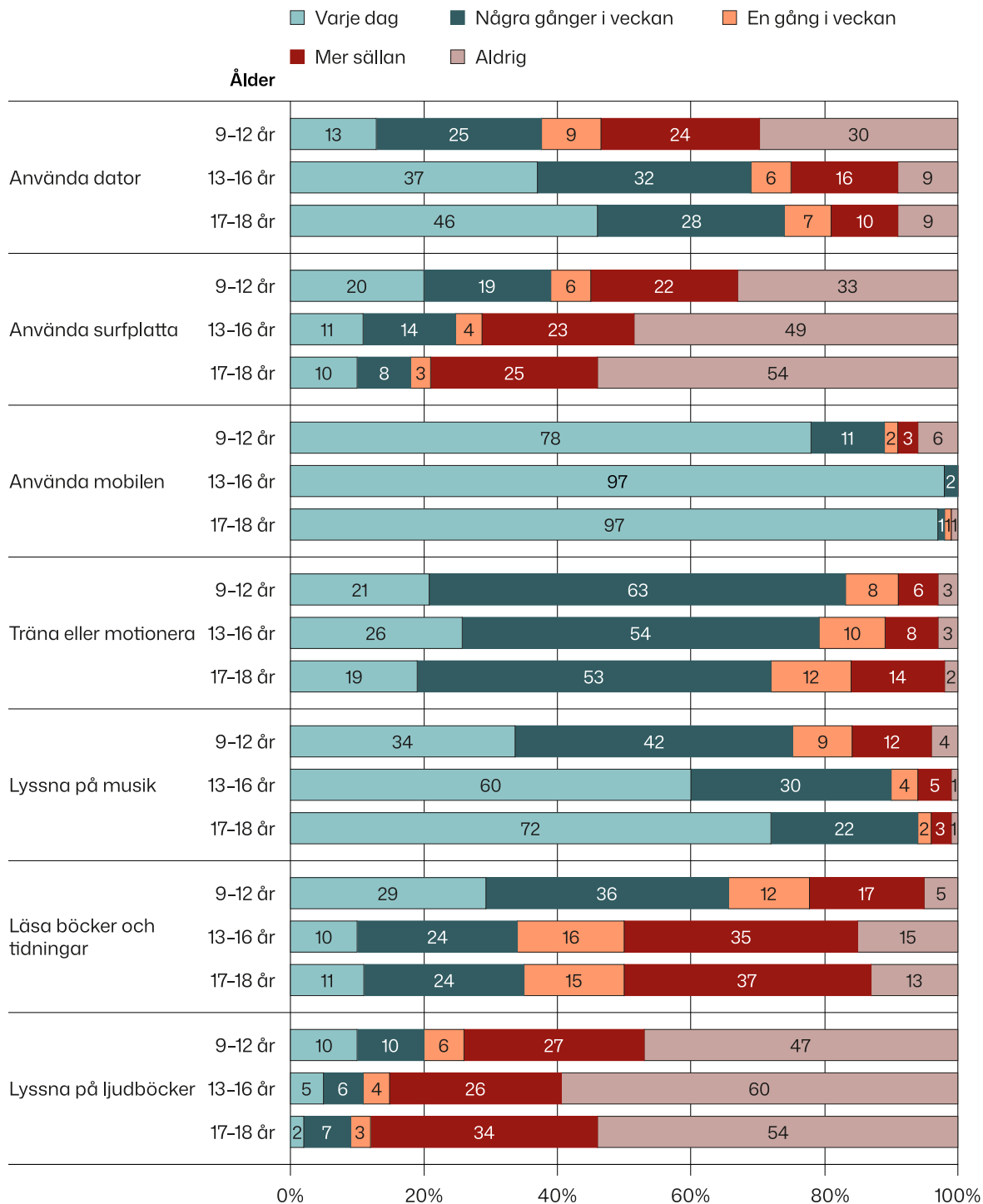
10 e. Har en egen, kön 9–12 år (%)



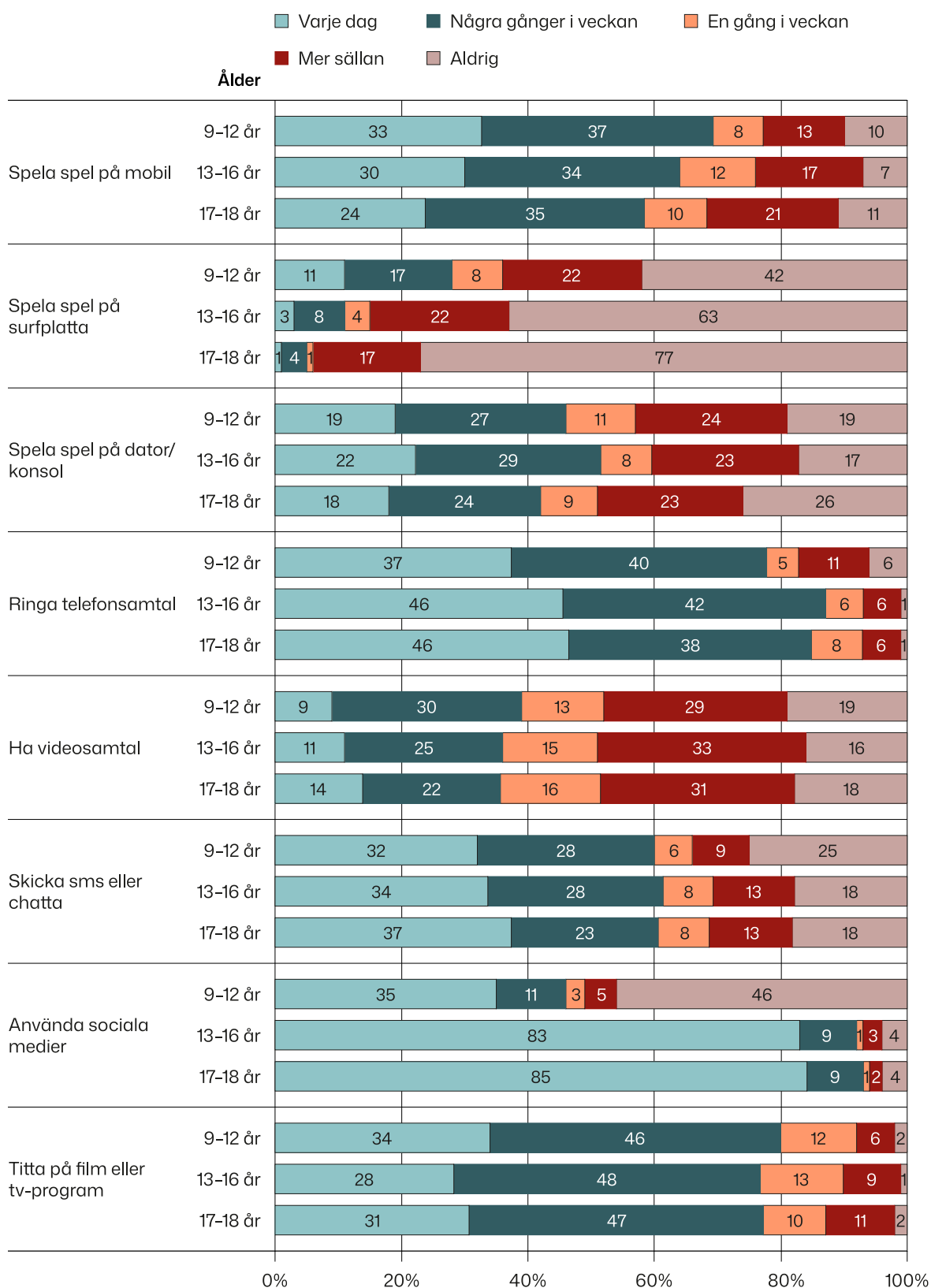
I samtliga åldersintervall är det större andelar av pojkarna, än flickorna, som har en egen dator, spelkonsol (Xbox, Playstation, Wii etcetera) och VR-headset/VR-glasögon. Detta beror sannolikt på att pojkar spelar mer digitala spel än flickor och därför behöver mer teknisk utrustning. Den enda teknik som flickor har tillgång till i högre grad än pojkar är surfplattor (Ipad eller liknande) i tonåren (10–20 procentenheters skillnad). Dessa könsskillnader har även funnits tidigare. Mobiltelefonen är den mest "jämlika" tekniken då den förekommer i samma grad bland flickor och pojkar i alla åldersintervall. Tidigare år har pojkar haft egen tv i högre grad än flickor och detta gäller fortfarande i åldersgruppen 9–12. Men bland tonåringarna har tillgången till egen tv jämnats ut.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning har i högre grad än andra ungdomar egen surfplatta, och i viss mån egen tv samt VR-headset/VR-glasögon. Detta mönster fanns även 2022.

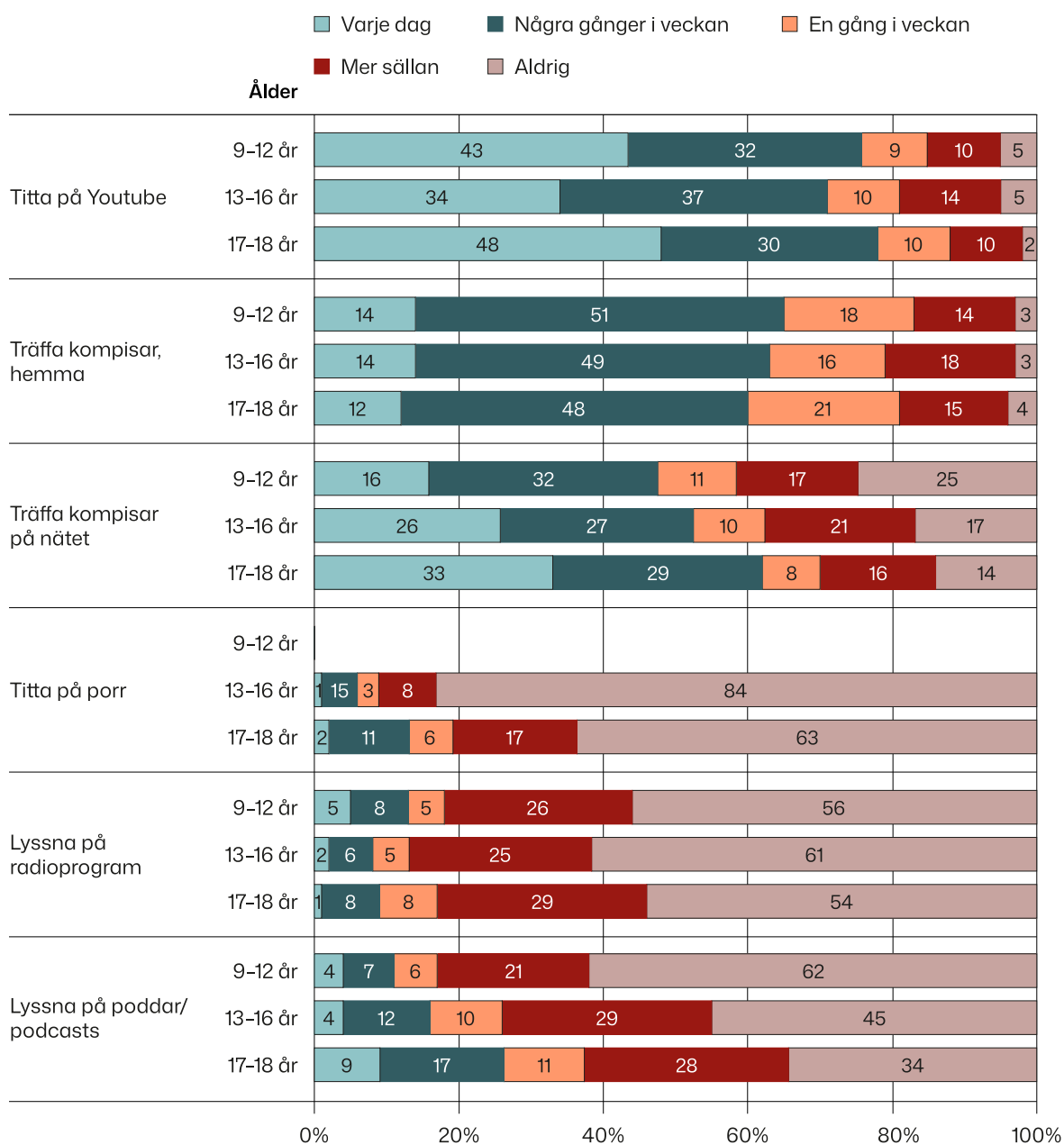
11. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du...? (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Figuren fortsätter på nästa sida.



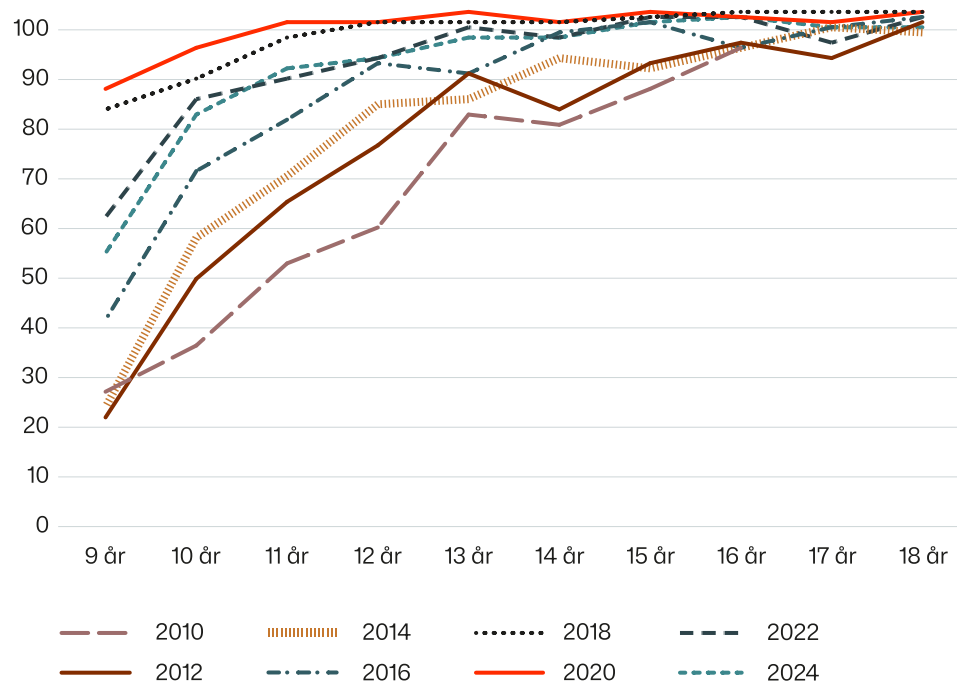
Diagrammet beskriver med vilken frekvens som barn och ungdomar i de olika åldersgrupperna brukar använda några olika medier och ägna sig åt olika medieaktiviteter på sin fritid.

Frågan omfattar tre tekniska apparater, eller digitala enheter: mobil, dator och surfplatta. Mobilen är den mest använda digitala enheten i alla åldersgrupper. I den yngsta gruppen är det fler som dagligen använder surfplatta än dator på fritiden men i åldersgrupperna 13-16 och 17-18 år är datoranvändning betydligt vanligare än användning av surfplattor. Användningen av datorer ökar med stigande ålder, medan användningen av surfplattor minskar. Jämförs den dagliga användningen av datorer och surfplattor med år 2022 syns en minskning i alla åldersgrupper. Den största förändringen är i åldersgruppen 9-12 där den

dagliga datoranvändningen minskat med tio procentenheter, samtidigt som andelen som *aldrig* använder dator ökar med sju procentenheter.

Nästan alla tonåringar använder mobilen dagligen och så har det varit sedan åtminstone 2016. Bland barn i åldern 9–12 ökade den dagliga användningen av mobilen successivt fram till och med år 2020, men därefter minskar i stället den dagliga mobilanvändningen något i åldersgruppen, från 82 % till 78 % dagliga användare.

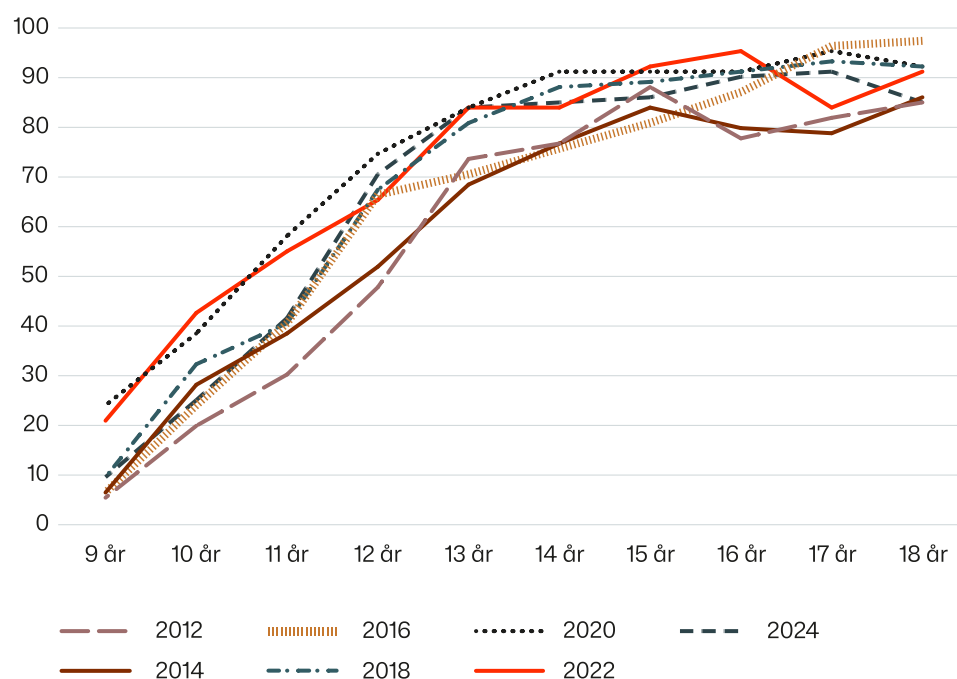
11 b. Använder mobilen dagligen 2010–2024 (%)



Den minskade dagliga mobilanvändningen i åldersgruppen 9–12 är tydligast bland 9-åringarna men tendensen finns i hela åldersgruppen (diagram 11 b). Jämfört med år 2020, då den dagliga mobilanvändningen var som högst, har andelen minskat från 85 % till 53 % bland 9-åringarna. Det är en anmärkningsvärd minskning med cirka 30 procentenheter.

Vilka medieaktiviteter ägnar sig barn och ungdomar åt på mobilen, datorn eller surfplattan? Det som flest barn i åldern 9–12 gör en vanlig dag på fritiden är att titta på Youtube (43 %). Omkring en tredjedel av barnen i åldern 9–12 använder sociala medier, lyssnar på musik, tittar på filmer och tv-program, spelar spel på mobilen, sms:ar och chattar dagligen. Något fler ringer telefonsamtal dagligen. De vanligaste dagliga medieaktiviteterna bland tonåringarna är att använda sociala medier och lyssna på musik. Närmare hälften ringer telefonsamtal och en knapp tredjedel tittar dagligen på filmer och tv-program.

11 c. Använder sociala medier dagligen 2012–2024 (%)



Användningen av sociala medier har mätts sedan 2012 och under de första åren ökade användningen i alla åldersgrupper. Under perioden 2016–2020 låg andelen dagliga användare som högst för att därefter minska något. I åldersgrupperna 13–16 och 17–18 har andelen dagliga användare minskat med tre, respektive fem, procentenheter sedan 2020 men ligger fortfarande över 80 %. I åldersgruppen 9–12 har andelen dagliga användare minskat mer, med 13 procentenheter. Samtidigt har andelen som *aldrig* använder sociala medier i åldersgruppen 9–12 ökat från 33 % år 2022 till 46 % år 2024.

Minskningen finns mer exakt i åldrarna 9–11 år och är särskilt märkbar bland 9-åringarna där andelen dagliga användare har halverats sedan 2022 (diagram 11 c). Andelarna som *aldrig* använder sociala medier har ökat med 17–18 procentenheter i åldrarna 9–11 (inte 12-åringarna).

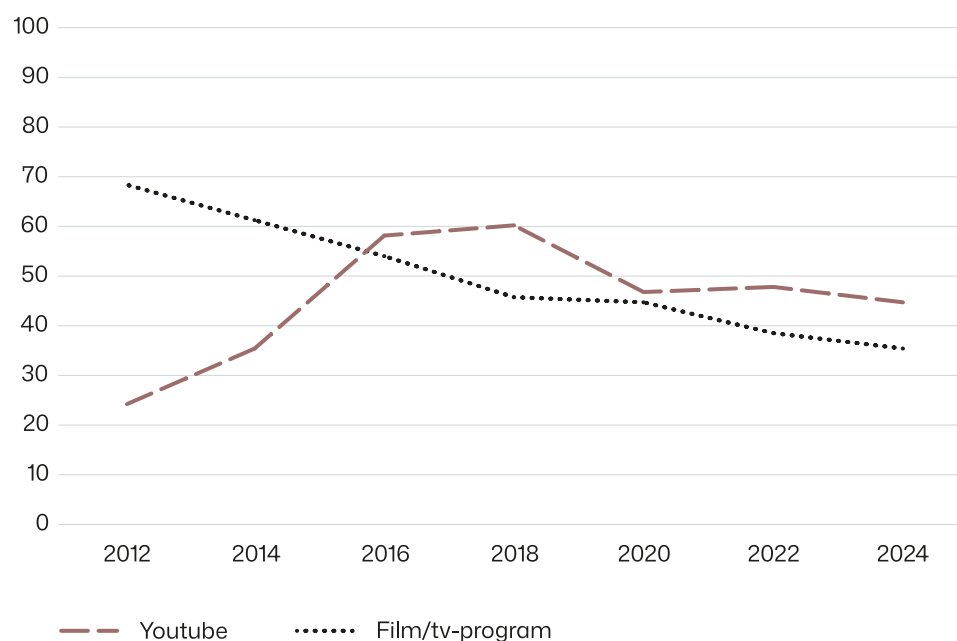
9-åringarna utmärker sig alltså på flera sätt genom att färre har tillgång till (egen eller delad) mobiltelefon och att andelen dagliga användare av mobilen och sociala medier har minskat jämfört med år 2022.

Youtube kan betraktas som ett socialt medium eftersom vem som helst kan skapa en kanal/ett konto för att lägga upp eget material, eller kommentera och dela material från andra användare. I Ungar & medier har plattformen dock utgjort en egen fråga sedan 2012 eftersom den i mångt och mycket fungerar som något man snarare "tittar på" än använder aktivt. I den förra datainsamlingen 2022 ställdes en fråga till barnen om de hade en egen kanal som de använde för att lägga upp eget material men resultatet visade att det var ytterst få som hade det. Det är alltså stora andelar barn och ungdomar som tittar på Youtube, men inte så många som lägger upp eget material,

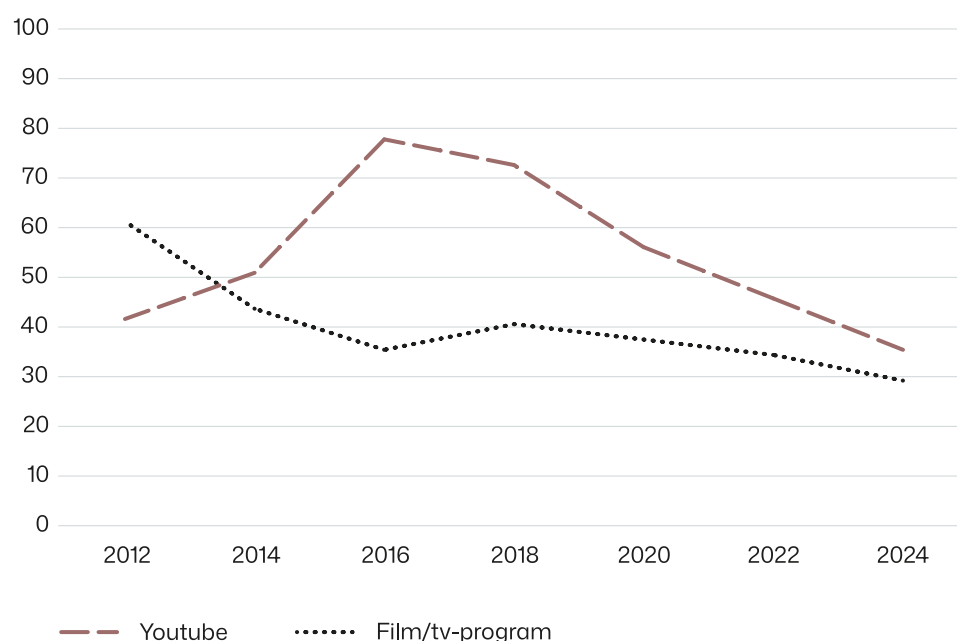
vilket innebär att Youtube konkurrerar om uppmärksamheten med såväl sociala medieplattformar som film- och tv-kanaler.

År 2012 var det vanligare att barn och ungdomar tittade dagligen på filmer och tv-program än Youtube, men därefter har relationen blivit den omvända vilket illustreras i diagram 11 d-11 f:

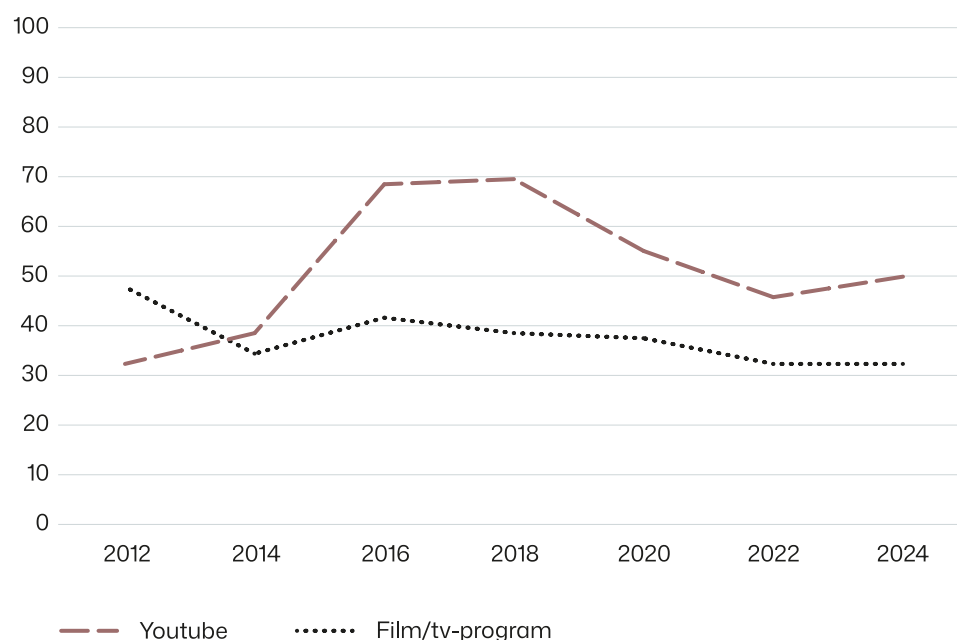
11 d. Tittar dagligen på Youtube respektive filmer/tv-program, 2012-2024, 9-12 år (%)



11 e. Tittar dagligen på Youtube respektive filmer/tv-program, 2012-2024, 13-16 år (%)

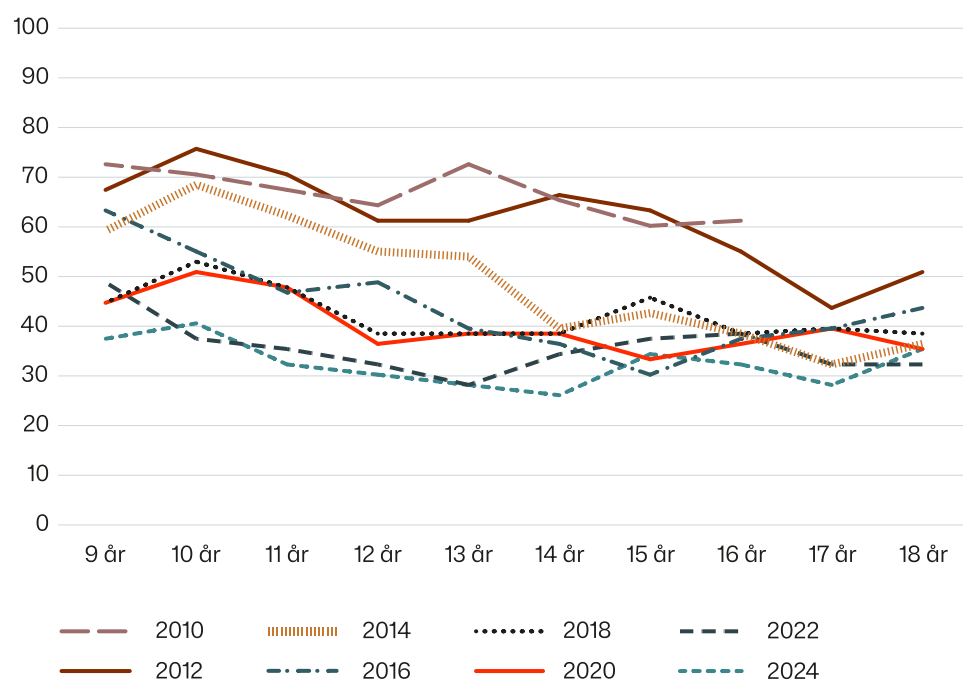


11 f. Tittar dagligen på Youtube respektive filmer/tv-program, 2012–2024, 17–18 år (%)



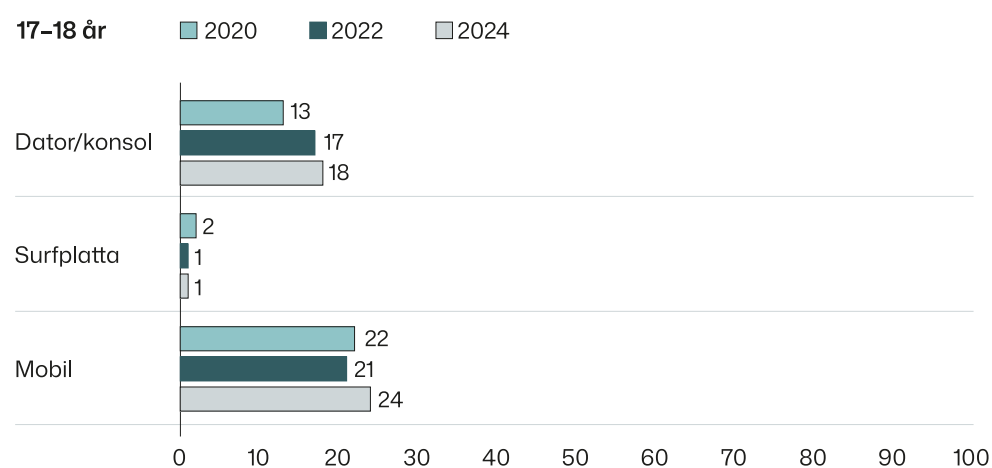
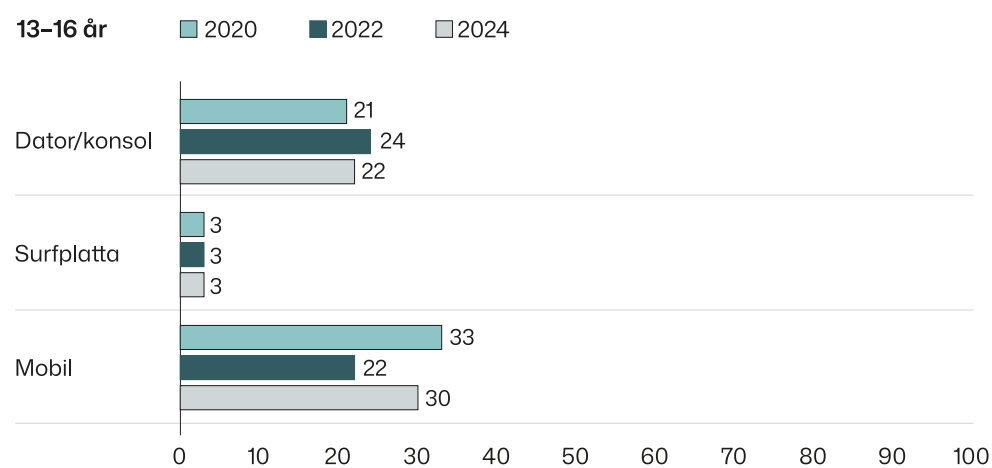
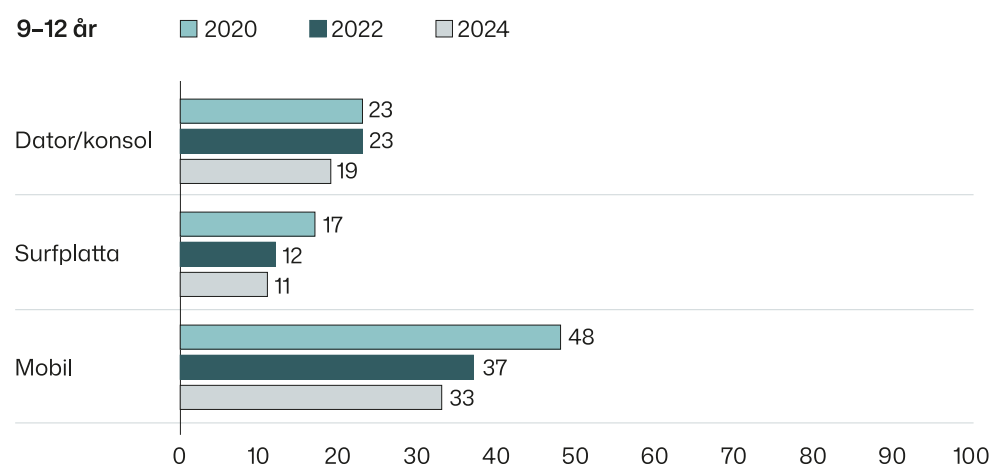
År 2014 var andelen dagliga tittare på filmer, tv-program och Youtube ungefär densamma bland tonåringarna. I den yngre gruppen dröjde det till år 2016 men efter det har det dagliga tittandet på Youtube varit högre än tittandet på filmer och tv-program. Det ska dock poängteras att man kan se vissa filmer och tv-program på Youtube så kategorierna är inte ömsesidigt uteslutande. Det är likväl tydligt att det skedde en förflyttning till Youtube under åren 2014–2016 och att plattformen fortfarande är mycket populär – men under 2020-talet har den dagliga användningen minskat igen. Det dagliga tittandet på filmer och tv-program har också minskat under det senaste dryga decenniet, med undantag för pandemiåret 2020 då minskningen tillfälligt avstannade. Jämfört med 2022 minskar tittandet på filmer och tv-program något i de flesta åldrar (diagram 11 g).

11 g. Tittar på film och/eller tv-program varje dag 2010–2024 (%)⁴



4 År 2010 ställdes inte frågan till 17-18-åringarna, därför saknas data i diagrammet.

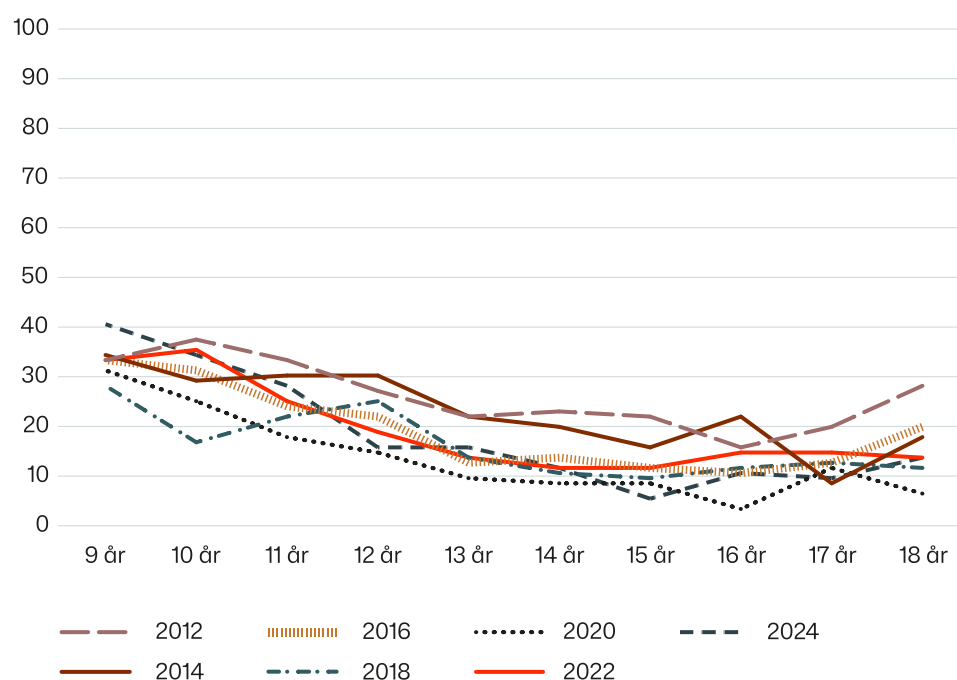
11 h. Spelar dagligen spel på..., 2020–2024 (%)



Barnen och ungdomarna tillfrågas om hur ofta de spelar på tre olika plattformar för spel: spel på mobil, surfplatta eller dator/konsol (diagram 11 och 11 h). Det är generellt fler som spelar spel på mobilen än på övriga plattformar. Mobilen är också den vanligaste *dagliga* spelplattformen. Spelandet på mobilen ökade generellt mellan 2016 och 2020 vilket innebar en viss förskjutning av det dagliga spelandet, från spel på dator/konsol och surfplatta till mobilen. Surfplattan är sedan flera år tillbaka den minst populära enheten för spel och allt färre i åldersgrupperna 9–12 och 17–18 spelar surfplattospel.

Sedan år 2022 finns en tendens till ökat dagligt spelande på dator/konsol i åldersgruppen 17–18, och andelarna som svarar att de *inte alls* spelar spel på dator/konsol bland tonåringarna minskar (gäller även 13–16 år). I åldersgruppen 9–12 finns ingen tendens till ökat spelande. Här minskar tvärtom det *dagliga* spelandet på alla plattformar (diagram 11 h). De flesta 9–12-åringar spelar fortfarande mobilspel (cirka 90 %) men de spelar mindre frekvent. Sedan år 2020 har andelen dagliga mobilspelare minskat med 15 procentenheter i åldersgruppen 9–12. Förändringen finns mer precist i åldersspannet 9–11 men särskilt bland 9-åringarna. Jämfört med år 2022 har andelen dagliga mobilspelare minskat med 15 procentenheter bland 9-åringarna, samtidigt ökar andelen som *inte alls* spelar mobilspel med 8 procentenheter.

11 i. Läser böcker och/eller tidningar varje dag 2012–2024 (%)



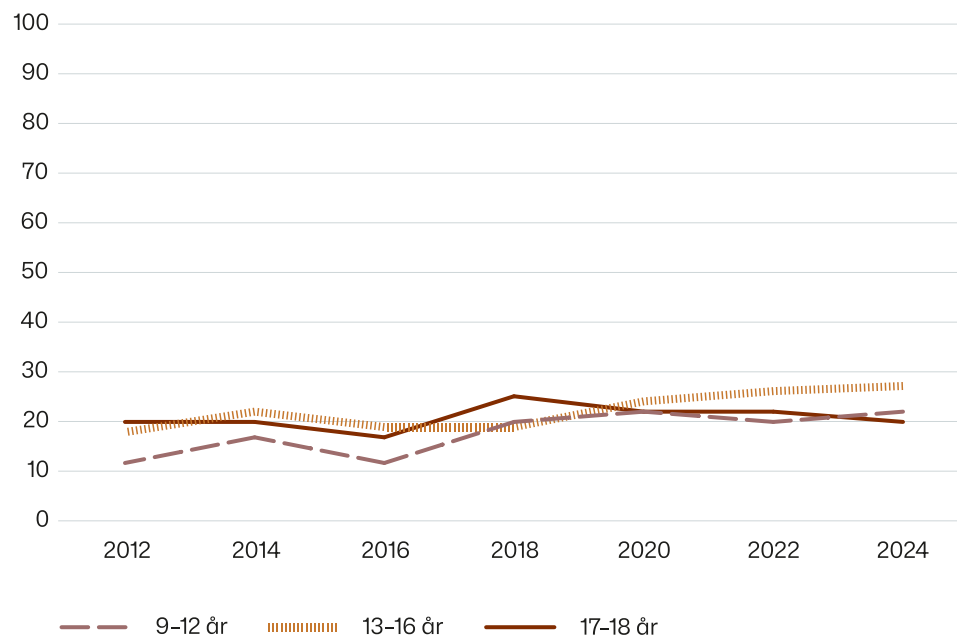
Läsningen av böcker och tidningar har minskat successivt sedan frågan ställdes första gången i datainsamlingen 2012, men år 2022 såg den trenden ut att ha vänt. Den dagligen läsningen av böcker och tidningar ökade år 2022 i alla åldrar, men i varierande grad. År 2024 ökar den dagliga läsningen ytterligare något i åldrarna 9–11 år och bland 9-åringarna är det nu 39 % dagliga läsare. Inget annat år har så stor andel 9-åringar läst böcker och tidningar dagligen. Från 12 års ålder och uppåt är resultaten antingen på samma nivå som år 2022 eller lägre, vilket gäller från 15 till 17 års ålder. I åldern 15–17 år var kanske ökningen år 2022 tillfällig, men för övrigt verkar trenden med minskad daglig läsning ha avstannat (diagram 11 i).

Betydligt färre lyssnar dagligen eller några gånger i veckan på ljudböcker, än läser böcker/tidningar (diagram 11). Att lyssna på radioprogram och poddar är också förhållandevis ovanliga medieaktiviteter och så har det varit även under tidigare undersökningsår. Varken lyssnandet på ljudböcker, radio eller poddar har förändrats sedan 2022.

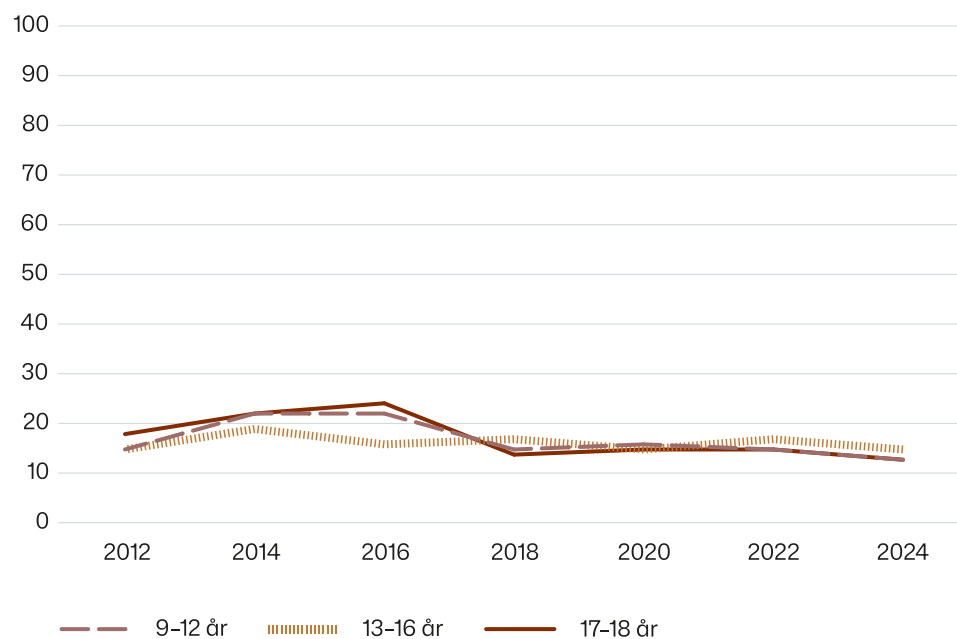
Andelarna som svarar att de *aldrig* tittar på pornografi ökar med 4 procentenheter, jämfört med 2022, i båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18.

Frågebatteriet (och diagram 11) innehåller två frågor om icke medierelaterade aktiviteter som jämförelse. Det är hur ofta barnen och ungdomarna tränar eller motionerar samt träffar kompisar ute eller hemma hos varandra (men inte på nätet):

11j. Tränar eller motionerar varje dag 2012–2024 (%)

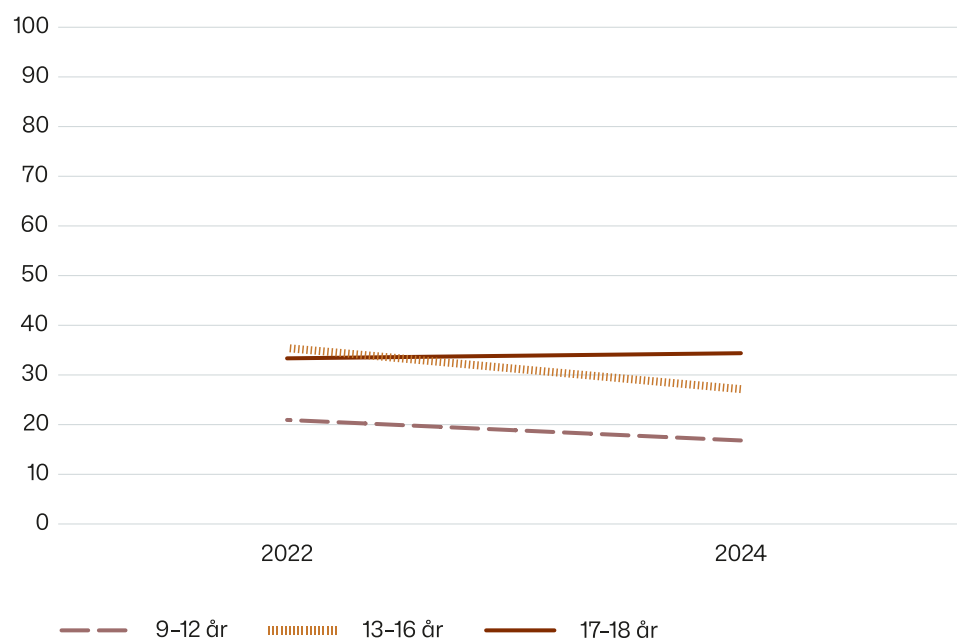


11 k. Träffar kompisar hemma hos varandra eller ute varje dag 2012–2024 (%)



För båda dessa aktiviteter är förändringarna sedan 2022 mycket små, endast en eller ett par procentenheter i alla åldersgrupper. Det är generellt fler som dagligen tränar eller motionerar än träffar kompisar på sin fritid.

11 l. Träffar kompisar på nätet varje dag 2022–2024 (%)

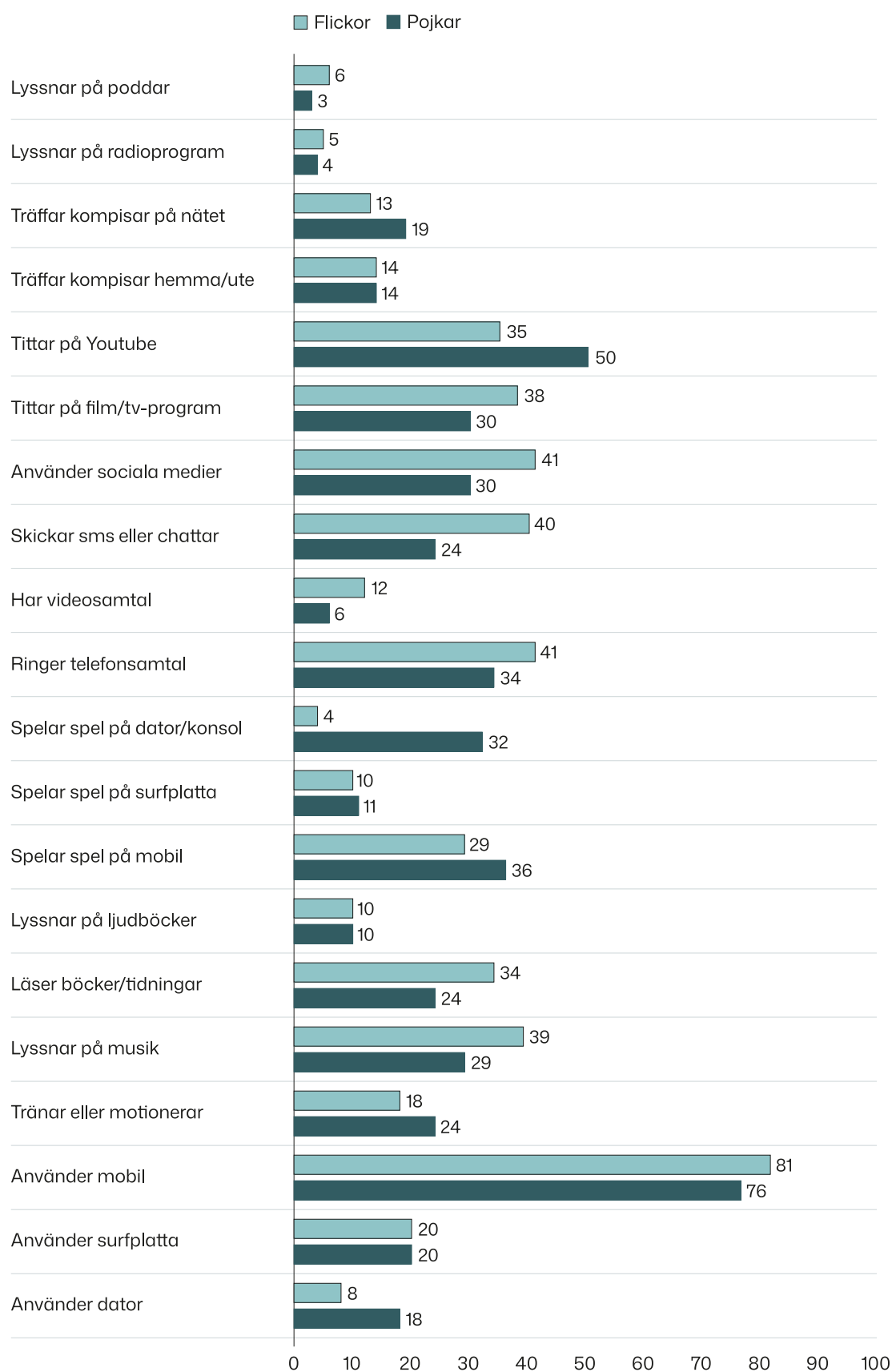


Frågan hur ofta barnen och ungdomarna brukar träffa kompisar online har bara ställts en gång tidigare, år 2022. Andelen som dagligen träffar kompisar på nätet har inte förändrats i den äldsta gruppen men minskat i åldersgrupperna 9–12 och 13–16 (diagram 11 I). Trots detta är det betydligt större andelar som dagligen träffar kompisar på nätet än ute eller hemma hos varandra. Andelen som *aldrig* träffar kompisar på nätet är dock större än de som aldrig träffar kompisar ute eller hemma hos varandra och i detta avseende har ingenting förändrats jämfört med 2022.

Några medieaktiviteter ägnar sig pojkar och flickor åt i samma grad, till exempel lyssna på radio och poddar, men för några andra medieaktiviteter finns det stora könsskillnader. Diagram 11 m–11 o beskriver andelarna flickor respektive pojkar som dagligen ägnar sig åt olika medieaktiviteter:



11 m. Gör varje dag 2024, kön, 9–12 år (%)

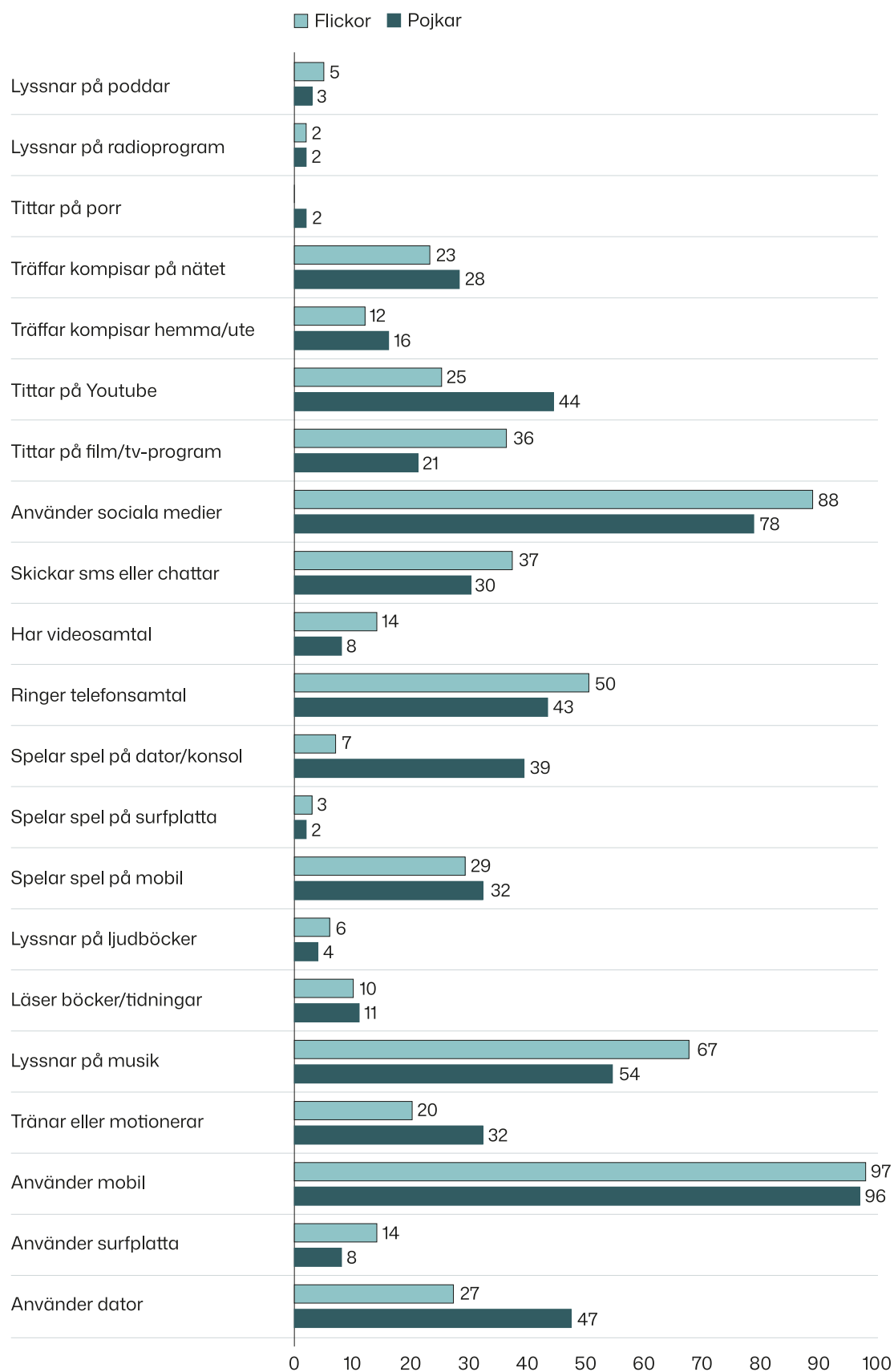


Jämfört med tidigare års undersökningar är könsmönstren desamma: pojkar använder dator i högre grad än flickor, vilka å andra sidan använder mobilen mer än pojkar. En vanlig dag på sin fritid spelar pojkar spel och tittar på Youtube medan flickor, i högre grad än pojkar, läser, lyssnar på musik, tittar på filmer och tv-program, använder sociala medier, ringer telefonsamtal samt skickar sms eller chattar. Men även bland flickor är det dagliga tittandet på Youtube och spelandet på mobilen utbrett.

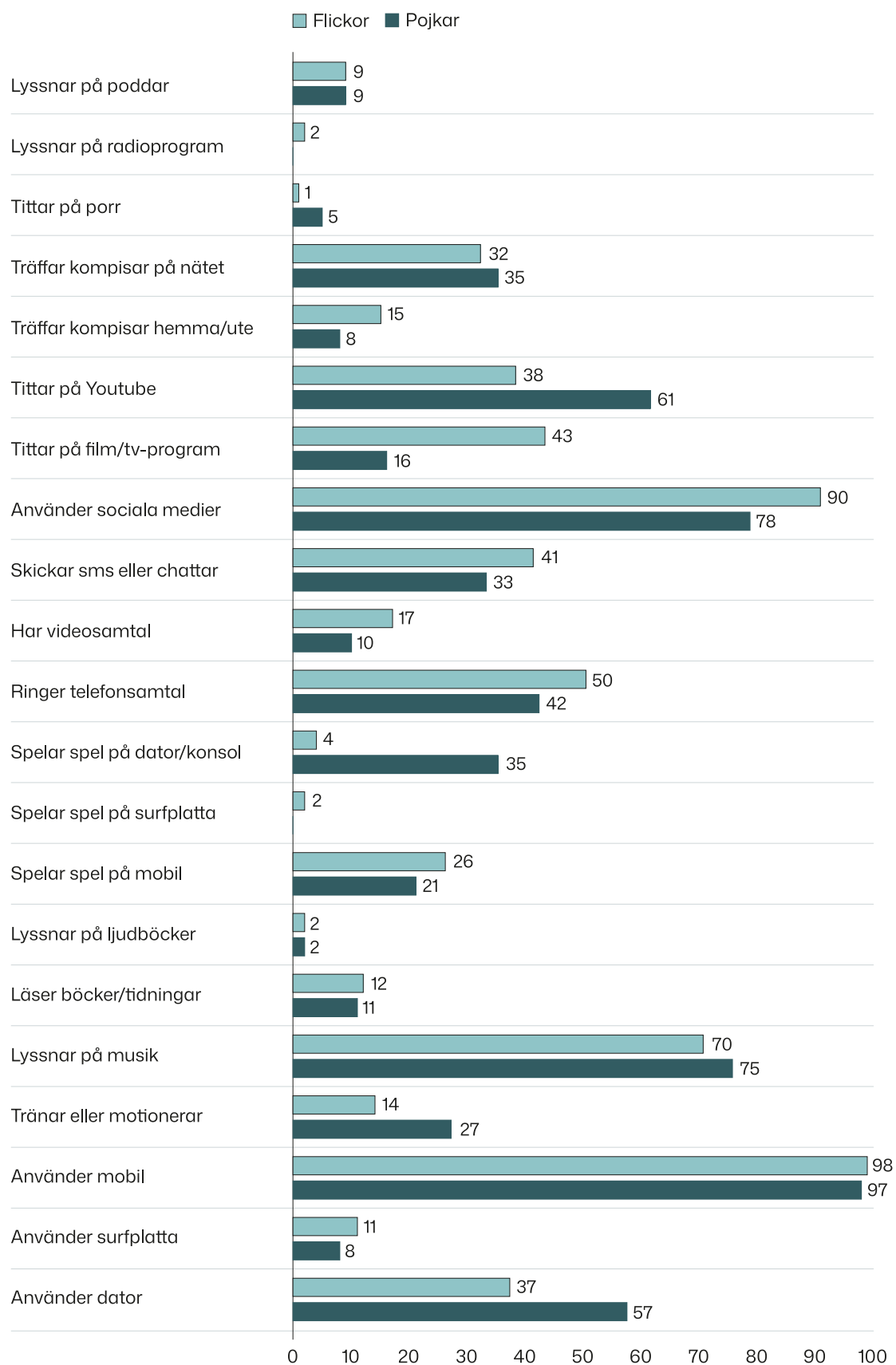
Som tidigare nämnts har den dagliga användningen av alla digitala enheter (dator, surfplatta, mobiltelefon) minskat i åldersgruppen 9–12 jämfört med år 2022. Även spel på alla tre plattformar samt användning av sociala medier har minskat i åldersgruppen. Dessa förändringar gäller både pojkar och flickor. Användningen av sociala medier dagligen minskar exempelvis med 10 procentenheter bland både pojkar och flickor.

Den dagliga läsningen av böcker och tidningar har generellt ökat i åldersgruppen men den ökar något mer bland flickor (4 procentenheter) än pojkar. Det dagliga tittandet på filmer och tv-program minskar i åldersgruppen generellt, men något mer bland pojkar (4 procentenheter) än flickor. Pojkar träffar oftare kompisar på nätet, vilket är kopplat till att de spelar datorspel tillsammans med kompisar i högre grad än flickor. Jämfört med 2022 minskar dock andelen som dagligen träffar kompisar på nätet bland pojkar (7 procentenheter), men inte bland flickor.

11 n. Gör varje dag 2024, kön, 13-16 år (%)

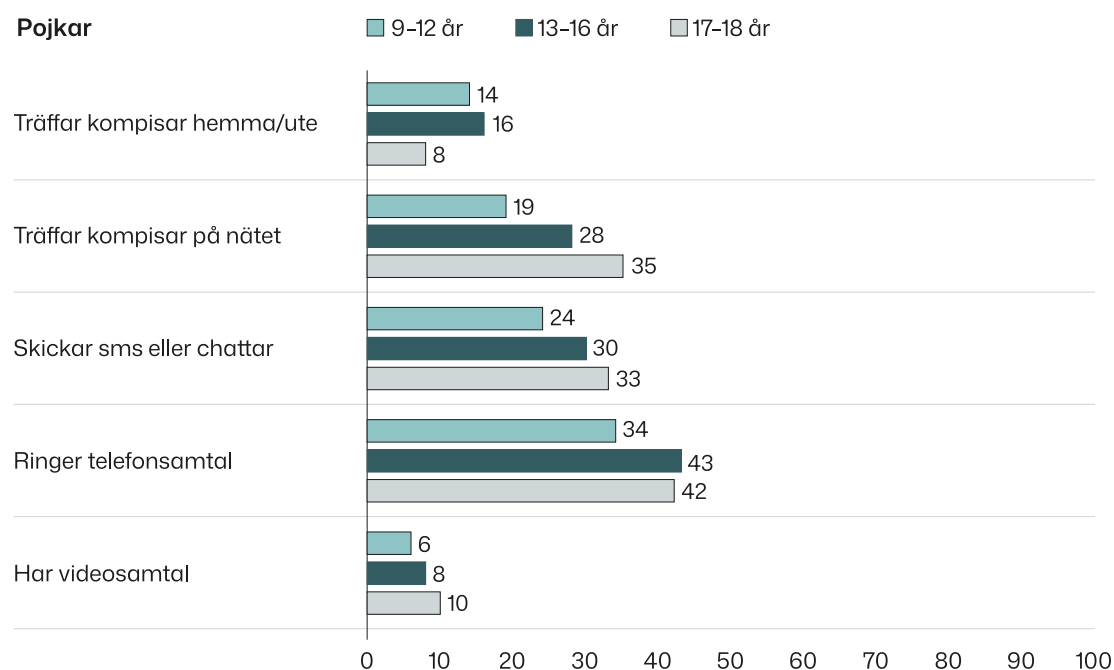
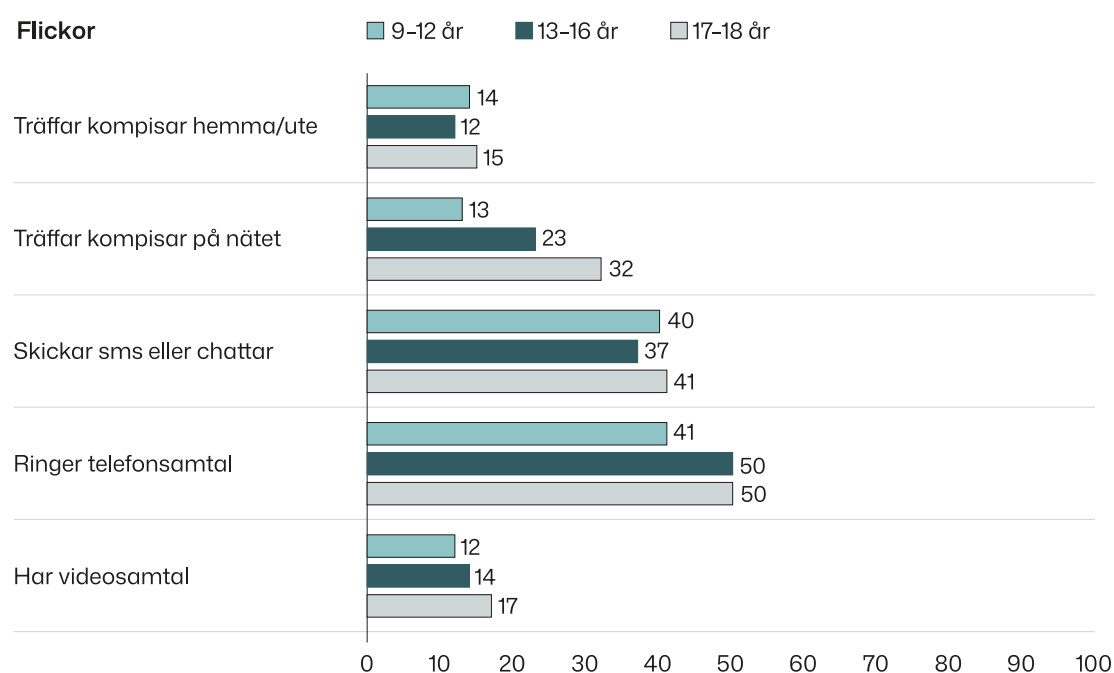


11 o. Gör varje dag 2024, kön, 17-18 år (%)



Även i tonåren finns några tydliga könsskillnader, som också har kunnat skönjas i föregående undersökningar: pojkar använder dagligen dator, spelar spel på dator/konsol och tittar på Youtube i högre grad än flickor, medan flickor i högre grad dagligen ringer telefonsamtal, skickar sms och chattar, använder sociala medier och tittar på filmer/tv-program. Könsskillnaderna gällande daglig mobilanvändning samt läsa böcker och tidningar jämnas ut i tonåren.

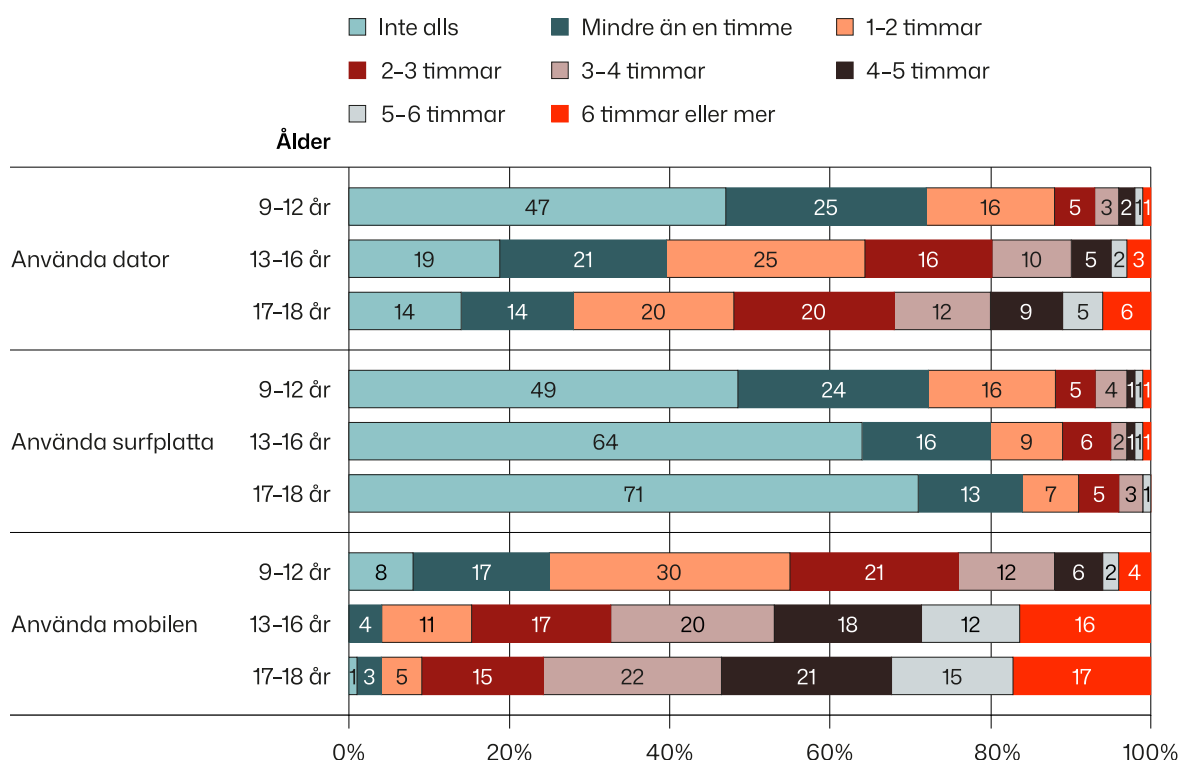
11 p. Daglig användning av digitala kommunikationsmöjligheter samt träffar kompisar ute/hemma hos varandra, kön (%)



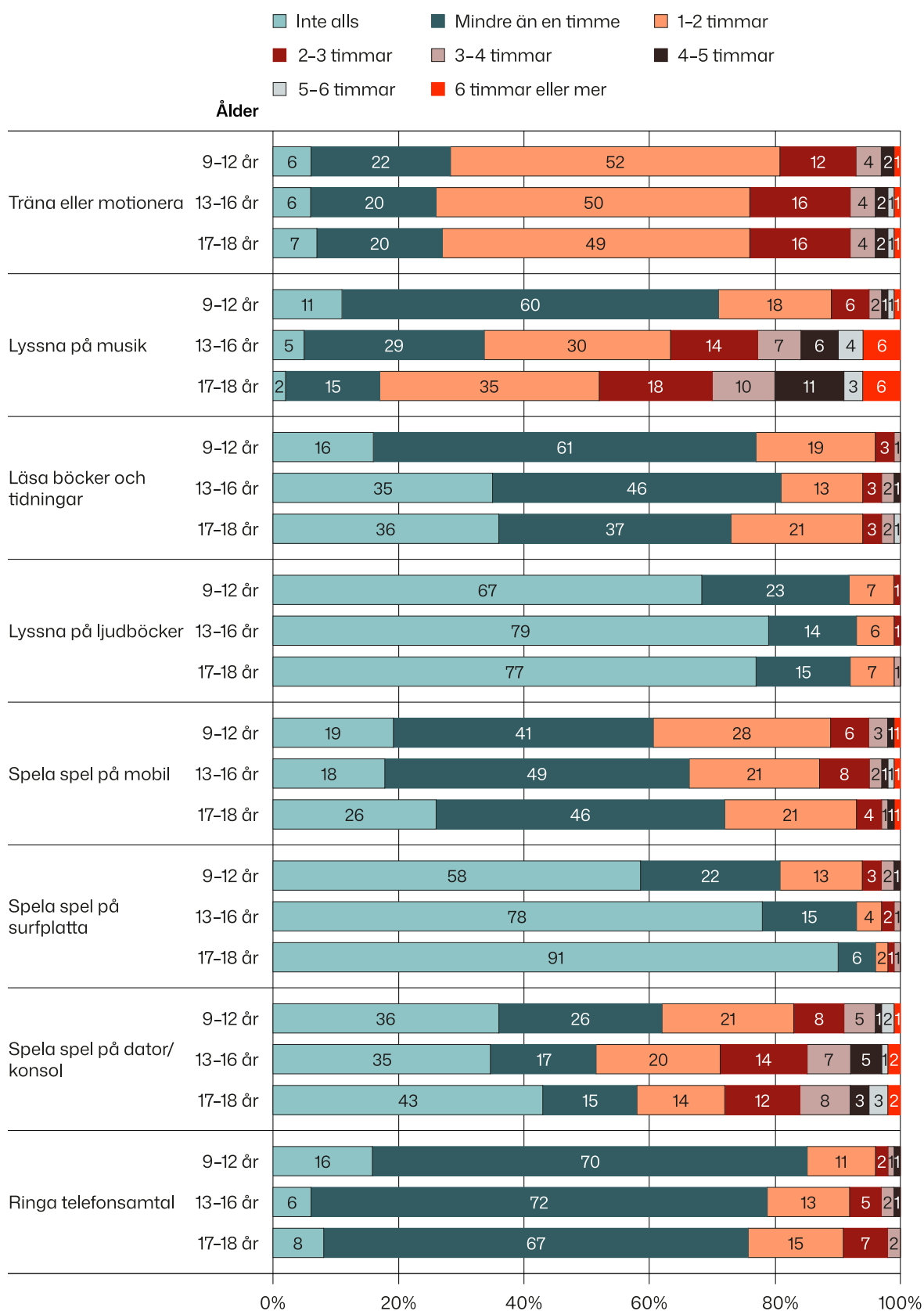
I alla åldersgrupper använder både pojkar och flickor den digitala tekniken för att träffa kompisar och kommunicera med andra på olika sätt. Bland både pojkar och flickor ökar andelen som dagligen använder dessa sociala digitala funktioner med stigande ålder. Bland pojkar år 2022 ökade bara användningen mellan åldrarna 9–12 och 13–16, men inte därefter. Nu har skillnaderna mellan flickor och pojkar i detta avseende jämnats ut. Flickor ringer, sms:ar, chattar och har videosamtal i högre grad än pojkar (diagram 11 p).

Jämförs ungdomar med, respektive utan, psykisk funktionsnedsättning finns inga större skillnader gällande den dagliga användningen av dator, mobiltelefon eller surfplatta. Andelen dagliga användare av mobiltelefon är 5 procentenheter lägre bland ungdomar med psykisk funktionsnedsättning. Vad gäller medieaktiviteter finns några återkommande skillnader. Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar spelar dagligen spel på dator/konsol och mobiltelefon samt tittar på Youtube i högre grad än andra ungdomar, men använder sociala medier i lägre grad (cirka 13 procentenheter). Andelen som sällan eller aldrig läser böcker och tidningar är högre bland ungdomar med psykisk funktionsnedsättning. Dessa mönster fanns även 2022.

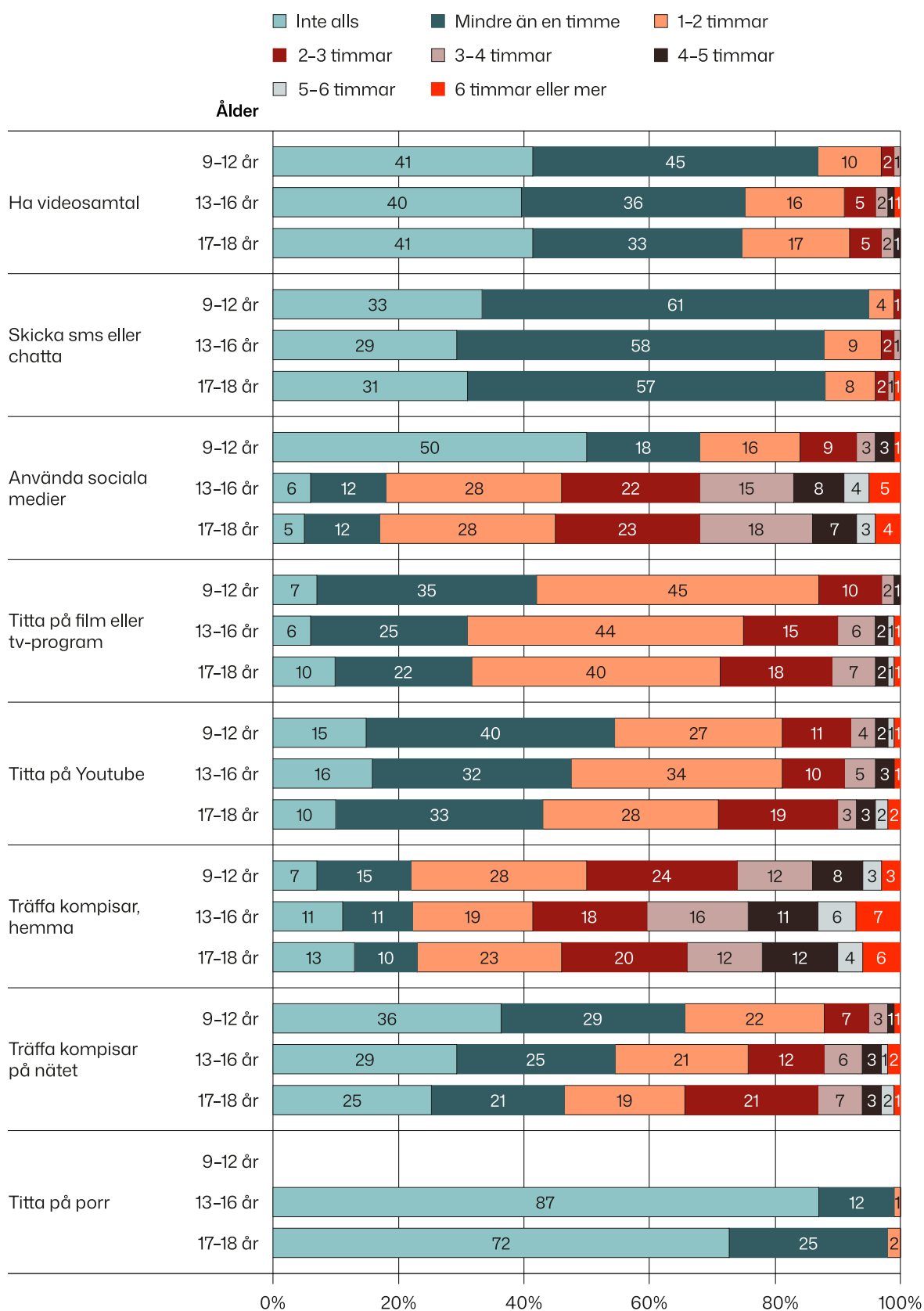
12. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid...? (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Figuren fortsätter på nästa sida.



Figuren fortsätter på nästa sida.

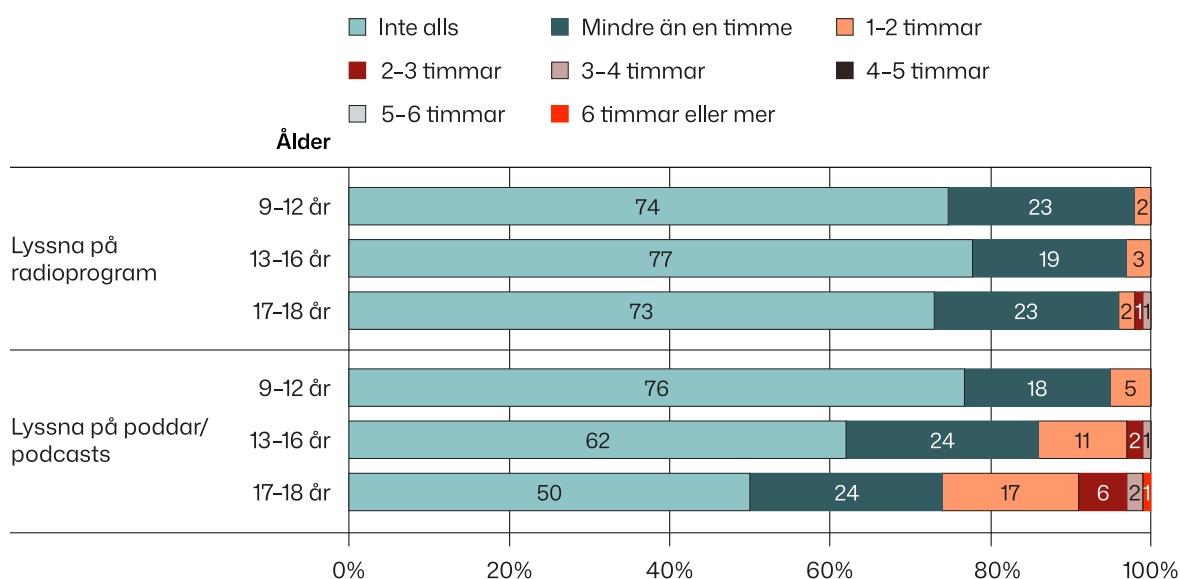


Diagram 12 beskriver hur många timmar en vanlig dag på fritiden som barnen och ungdomarna ägnar åt olika medier och medieaktiviteter, samt träning/motion och kompisar. Diagrammet ger på så sätt en samlad bild av vad barn och ungdomar i åldern 9-18 år ägnar tid åt en vanlig dag. Man kan dock inte addera de olika siffrorna till varandra då flera av dessa aktiviteter kan äga rum samtidigt, till exempel använda mobilen för att titta på Youtube tillsammans med kompisar man träffar hemma. I och med (i synnerhet) den smarta mobilens utbredning och närvaro i människors vardag har det blivit allt svårare under senare år att skilja olika medieaktiviteter åt, men även att skilja mellan medieaktiviteter och andra aktiviteter, eftersom de kan flyta ihop.

De övergripande mönstren i barnens tidsanvändning har inte förändrats mycket de senaste undersökningsåren. Barn och ungdomar ägnar förhållandevis mycket tid åt mobilen, sociala medier, musik, Youtube, filmer och tv-program, digitala spel samt kompisar – och förhållandevis lite tid åt böcker och tidningar, ljudböcker, radio samt poddar. Mycket är sig alltså likt.

Användningen av digitala medier bland barn och ungdomar har diskuterats under de senaste åren, inte minst i förhållande till psykisk ohälsa. Mediemyndigheten har tillsammans med Folkhälsomyndigheten ett regeringsuppdrag på området, vilket bland annat resulterat i rapporten *Digitala medier och barns och ungas hälsa – en kunskapssammanställning*. I rapporten presenterades en uträkning av den sammanlagda tid som barn och ungdomar i genomsnitt använder tre digitala enheter (dator, mobiltelefon och surfplatta) en vanlig dag på sin fritid. Beräkningarna baseras på barnens egna uppskattningar av sin användning av de tre enheterna och som sedan slagits ihop. Användningen av de tre enheterna kan dock överlappa om man exempelvis använder mobilen för att prata med någon samtidigt som man använder datorn. Detta innebär att beräkningarna är ungefärliga – inte exakta mått – men de kan ge en antydning om hur mycket tid som sammanlagt ägnas åt digitala medier, och de kan användas för att jämföra användningen mellan olika grupper och över tid. I tabell 12 b görs just det.

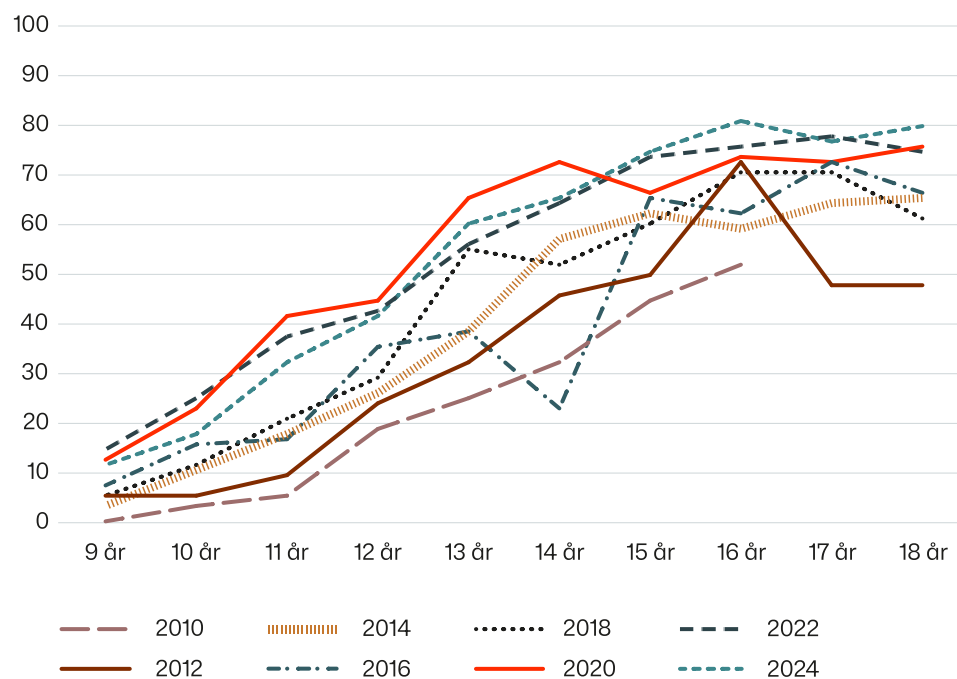
12 b. Sammanlagd genomsnittlig användningstid för digitala enheter 2022 och 2024 (ungefärliga mått)

	9–12 år		13–16 år		17–18 år	
	2022	2024	2022	2024	2022	2024
Pojkar	4 tim. 16 min.	3 tim. 39 min.	6 tim. 19 min.	5 tim. 57 min.	6 tim. 50 min.	6 tim. 47 min.
Flickor	4 tim. 26 min.	3 tim. 48 min.	6 tim. 42 min.	6 tim. 22 min.	7 tim. 18 min.	7 tim. 11 min.
Totalt	4 tim. 21 min.	3 tim. 43 min.	6 tim. 31 min.	6 tim. 10 min.	7 tim. 6 min.	7 tim. 0 min.

I båda åldersgrupperna 9–12 och 13–16 har den sammanlagda tiden som barnen använder digitala enheter i genomsnitt minskat mellan år 2022 och 2024. Minskningen gäller både pojkar och flickor men är större i den yngsta gruppen (38 minuter). I åldersgruppen 17–18 är förändringen obetydlig, minus 6 minuter år 2024.

Ett annat sätt att jämföra hur mycket tid barnen använder olika medier och ägnar sig åt olika medieaktiviteter är att beräkna andelen ”högkonsumenter”. Begreppet ”högkonsumenter” har använts sedan den första Ungar & medier-undersökningen för att beteckna de som använder en medietyp mer än tre timmar per dag. Ursprungligen syftade det på internetanvändning och gränsen vid tre timmar avgjordes av att den genomsnittliga internetanvändaren använde nätet mindre än så. ”Högkonsumenter” innebar således en användning som avvek från genomsnittet. Internetanvändningen har sedan dess blivit så utbredd i samhället att tre timmars användning inte längre avviker från den genomsnittliga användningen, så som tidigare var fallet. Internetanvändning är dessutom en förutsättning för många andra aktiviteter och integrerad i så många olika apparater och funktioner att det kan vara svårt att avgöra när man använder internet och när man inte gör det. Av dessa skäl frågar undersökningen inte längre om hur ofta eller hur länge barnen använder internet. Men begreppet ”högkonsumenter” och avgränsningen vid tre timmars användning per dag är fortfarande användbart för att illustrera hur användningen av olika medier har förändrats över tid, eller skiljer sig mellan olika grupper. I följande tabeller och diagram används tretimmarsgränsen i just detta syfte: för att beskriva förändring över tid och skillnader mellan olika kategorier av barn gällande användning av några olika medier och medietekniker.

12 c. Använder mobilen mer än 3 timmar/dag 2010–2024 (%)



Andelarna som använder mobilen mer än tre timmar en vanlig dag har ökat successivt sedan 2010. Bland de yngre barnen, 9–11 år, minskar dock andelen högkonsumenter nu. Bland tonåringarna ligger andelarna på samma nivå, eller något högre, som år 2022. Från 15 års ålder är det drygt 70 % som använder mobilen mer än tre timmar en vanlig dag.

12 d. Andel som använder digitala enheter (dator, mobiltelefon och surfplatta) mer än 3 timmar en vanlig dag på sin fritid (%)

	9–12 år		13–16 år		17–18 år	
	2022	2024	2022	2024	2022	2024
Pojkar	58	50	86	83	92	95
Flickor	60	49	91	90	91	92
Totalt	59	49	88	87	91	93

Om man slår samman användningen av de tre digitala enheterna dator, mobiltelefon och surfplatta framgår att andelen högkonsumenter av digitala enheter har minskat i åldersgruppen 9–12 med totalt 10 procentenheter mellan år 2022 och 2024. Såväl den genomsnittliga användningstiden som andelen högkonsumenter har således minskat i åldersgruppen. Bland tonåringarna är förändringarna mellan åren små när det gäller andelen högkonsumenter.

12 e. Andel som spelar digitala spel (på dator, konsol, mobiltelefon och surfplatta) mer än 3 timmar en vanlig dag på sin fritid (%)

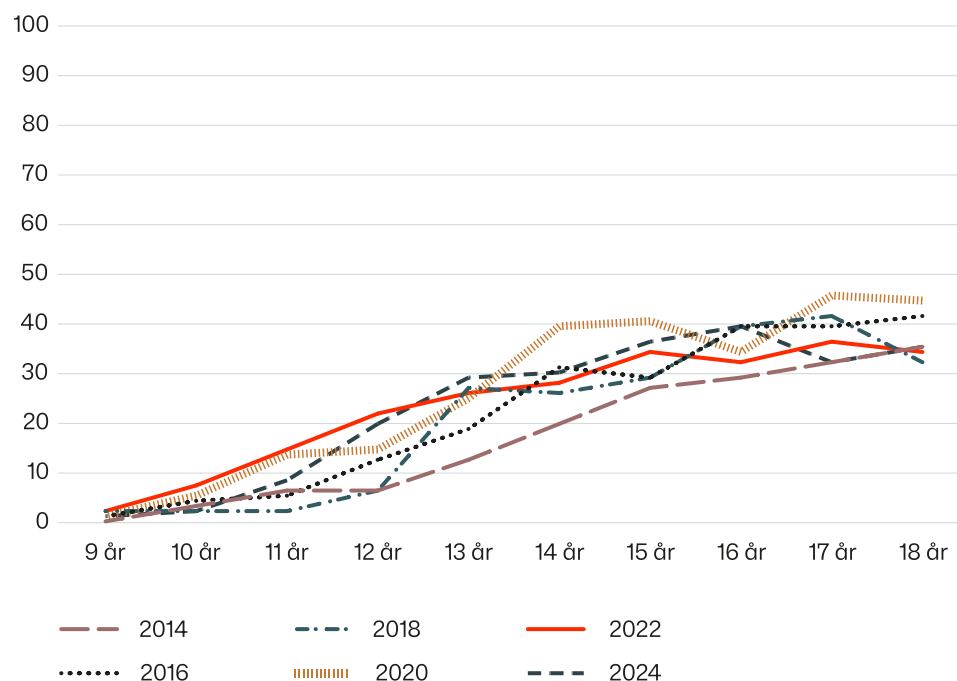
	9–12 år		13–16 år		17–18 år	
	2022	2024	2022	2024	2022	2024
Pojkar	50	38	44	38	38	38
Flickor	25	18	14	18	13	13
Totalt	38	28	28	28	24	24

Tidigare nämndes att mobilen är den vanligaste spelplattformen, både totalt och dagligen. De flesta som spelar mobilspel spelar mindre än en timme per dag, och det är ytterst få som spelar tre timmar eller mer på mobilen eller surfplattan. De som spelar länge använder i stället dator eller konsol (diagram 12).

Om man slår samman tiden som barnen och ungdomarna spelar spel på olika digitala enheter – dator, konsol, mobiltelefon och surfplatta – framgår att andelen som spelar mer än tre timmar en vanlig dag minskar i åldersgruppen 9–12 (tabell 12 e). Minskningen gäller både pojkar och flickor och är totalt 10 procentenheter, det vill säga lika stor som den minskade andelen högkonsumenter av digitala enheter totalt. Det är främst speltiden på dator och konsol som minskar. Tidigare nämndes att det *dagliga* spelandet i åldersgruppen 9–12 minskar på alla plattformar. Till detta kan alltså läggas att även *tiden* som barnen ägnar åt digitala spel en vanlig dag minskar. Färre barn i åldern 9–12 spelar varje dag och färre barn spelar mer än tre timmar en vanlig dag.

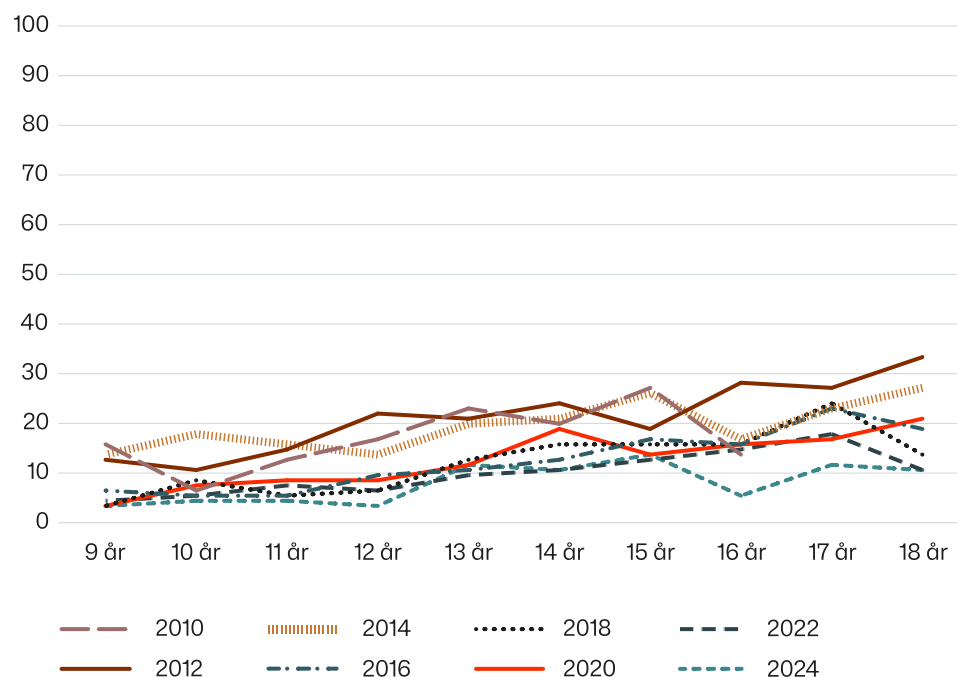
Bland tonåringarna finns inte samma entydiga tendens. I åldersgruppen 13–16 minskar andelen pojkar som spelar digitala spel mer än tre timmar en vanlig dag, men ökar bland flickor (tabell 12 e). Andelen flickor som *inte spelar alls* har halverats, från 21 % till 11 %. I åldersgruppen 17–18 finns inga förändringar gällande andelen som spelar mer än tre timmar per dag, men andelen som inte alls spelar digitala spel minskar. Sett till hela tonåren (13–18 år) blir det allt fler flickor som spelar digitala spel.

12 f. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag 2014–2024 (%)



Andelarna som använder sociala medier mer än tre timmar en vanlig dag ökar med stigande ålder och ligger omkring 30 % från 13 års ålder (diagram 12 f). Bland tonåringarna var andelen högkonsumenter generellt större under covid-19-pandemin år 2020, än därefter. Jämfört med 2022 ökar andelen marginellt i åldern 13–16 (3 procentenheter), men mer bland pojkar än flickor. I åldersgruppen 9–12 minskar däremot andelen som använder sociala medier mer än tre timmar en vanlig dag, samtidigt som andelen som inte alls använder sociala medier ökar. Det har alltså blivit färre dagliga användare totalt och färre högkonsumenter av sociala medier i åldersgruppen 9–12.

12 g. Tittar på film/tv-program mer än 3 timmar/dag 2010–2024 (%)

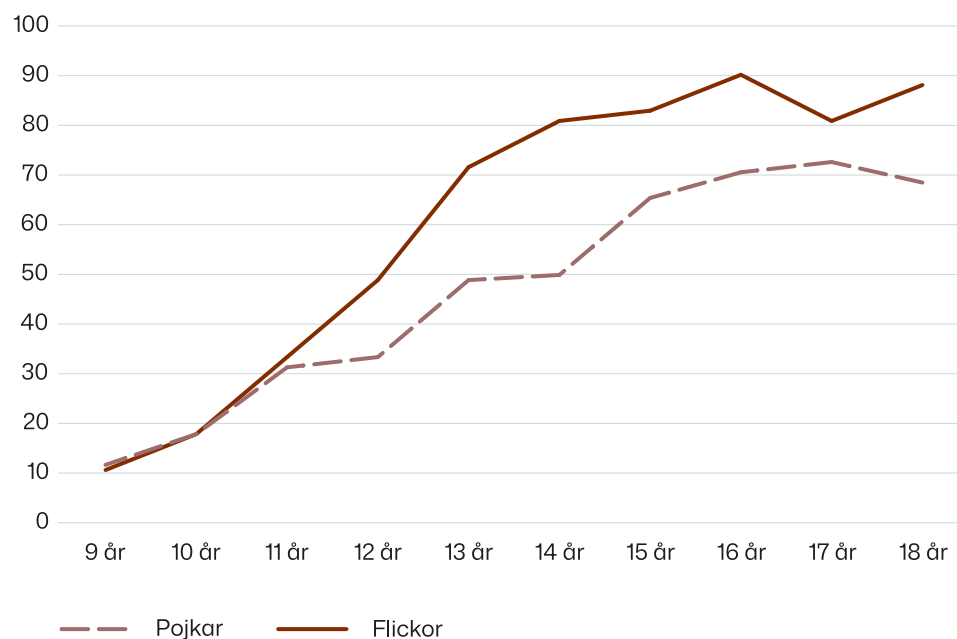


Tittandet på film och tv-program var mer omfattande under de första undersökningsåren, fram till 2014. Därefter minskade andelarna som tittade mer än tre timmar en vanlig dag i alla åldrar, men under pandemiåret 2020 avbröts den nedåtgående trenden tillfälligt. Jämfört med år 2022 finns inga nämnvärda förändringar i någon av åldersgrupperna.

Som tidigare nämnts finns det några skillnader mellan pojkars och flickors medievanor som återkommit i flera års undersökningar: pojkar spelar oftare spel och tittar på Youtube medan flickor, något oftare än pojkar, läser, lyssnar på musik, tittar på filmer och tv-program samt använder sociala medier. Även när man beaktar *hur många timmar en vanlig dag* som pojkar och flickor använder olika medier finns skillnader, varav några beskrivs i de följande diagrammen.

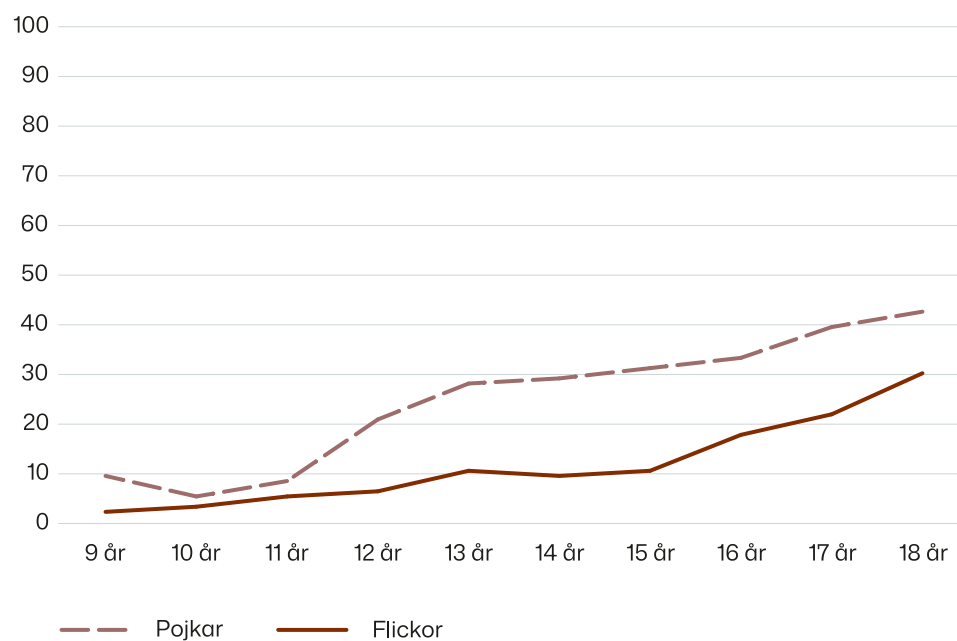
Generellt använder flickor mobiltelefon fler timmar än pojkar, medan pojkar använder dator fler timmar än flickor en vanlig dag (diagram 12 h och 12 i).

12 h. Använder mobil mer än 3 timmar/dag 2024, kön (%)



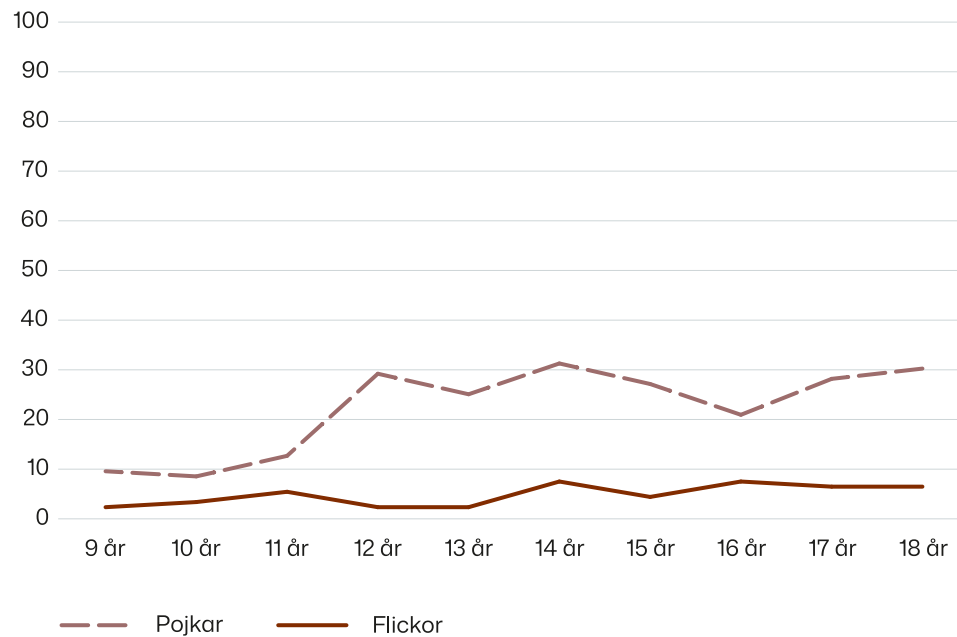
I åldern 9–11 år har andelen flickor som använder mobiltelefon mer än tre timmar per dag minskat så pass att de skillnader som fanns mellan flickor och pojkar år 2022 nu har försvunnit. Från 12 års ålder och uppåt är det dock fortfarande större andelar av flickorna som använder mobiltelefon mer än tre timmar en vanlig dag.

12 i. Använder dator mer än 3 timmar/dag 2024, kön (%)



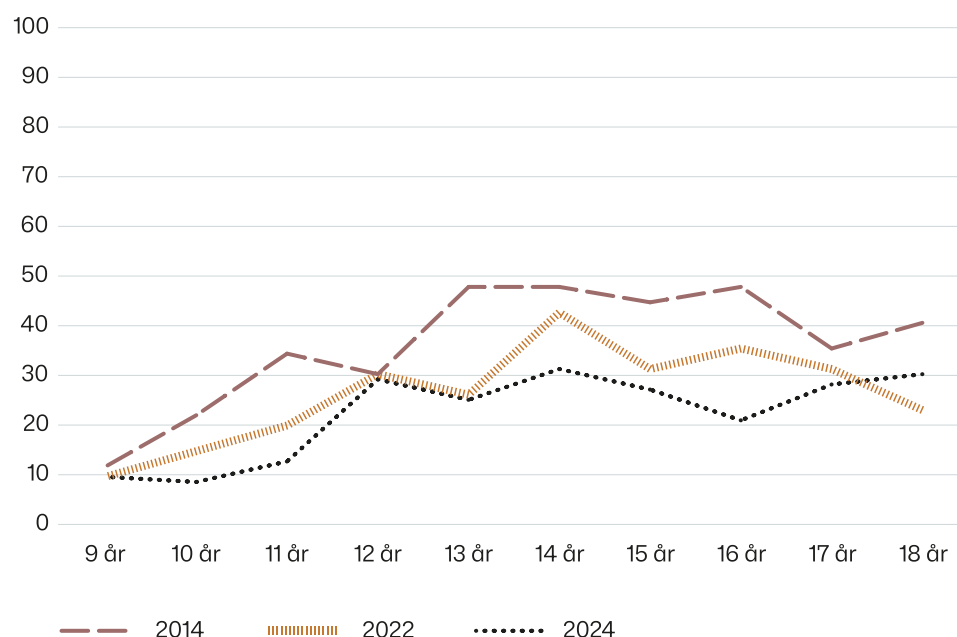
Andelen som använder dator mer än tre timmar per dag är större bland pojkar än flickor i alla åldrar, men skillnaden ökar i tonåren. Detta hänger ihop med att pojkar spelar spel på dator i betydligt större utsträckning än flickor (diagram 12 j).

12 j. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag 2024, kön (%)



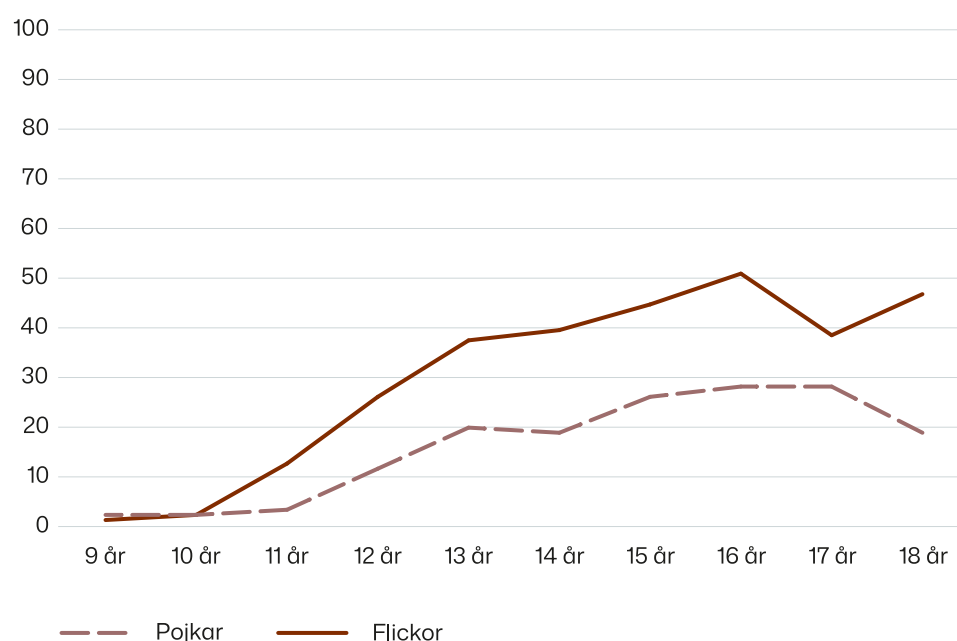
Skillnaden mellan flickor och pojkar gällande datorspel är stor och så har det varit även tidigare undersökningsår. Skillnaden mellan flickor och pojkar minskar dock något, främst för att andelen pojkar som spelar spel på dator eller konsol mer än tre timmar per dag minskar (diagram 12 k nedan).

12 k. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag, pojkar, 2014, 2022 och 2024 (%)



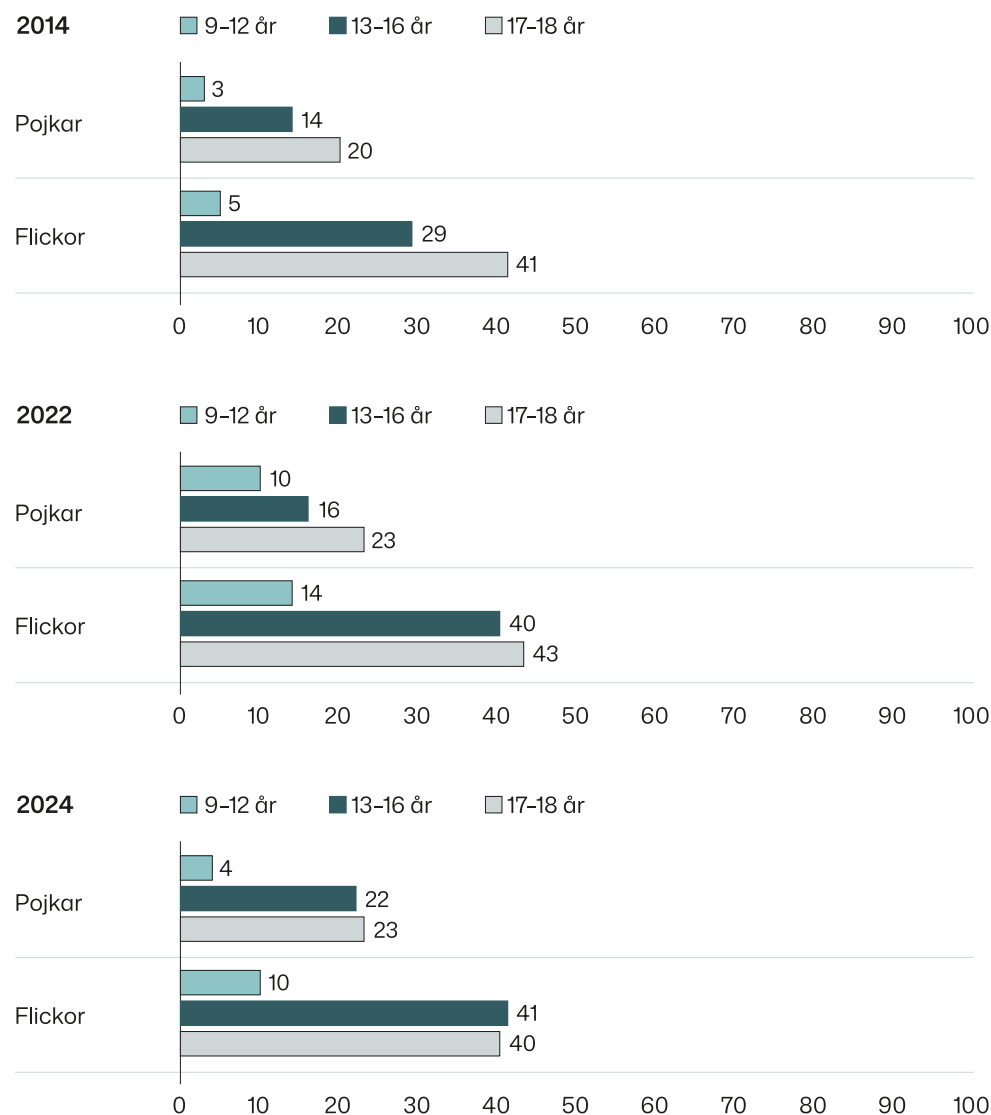
Under det senaste decenniet har andelen pojkar som spelar mer än tre timmar per dag minskat märkbart. Andelen pojkar som spelar datorspel mer än tre timmar per dag var högre år 2014 än både år 2022 och 2024. I nästan alla åldrar än andelen lägst år 2024. I hela åldersgruppen 13-16 har andelen minskat från 44 % år 2014, till 32 % år 2022 och 25 % år 2024.

12 l. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag 2024, kön (%)



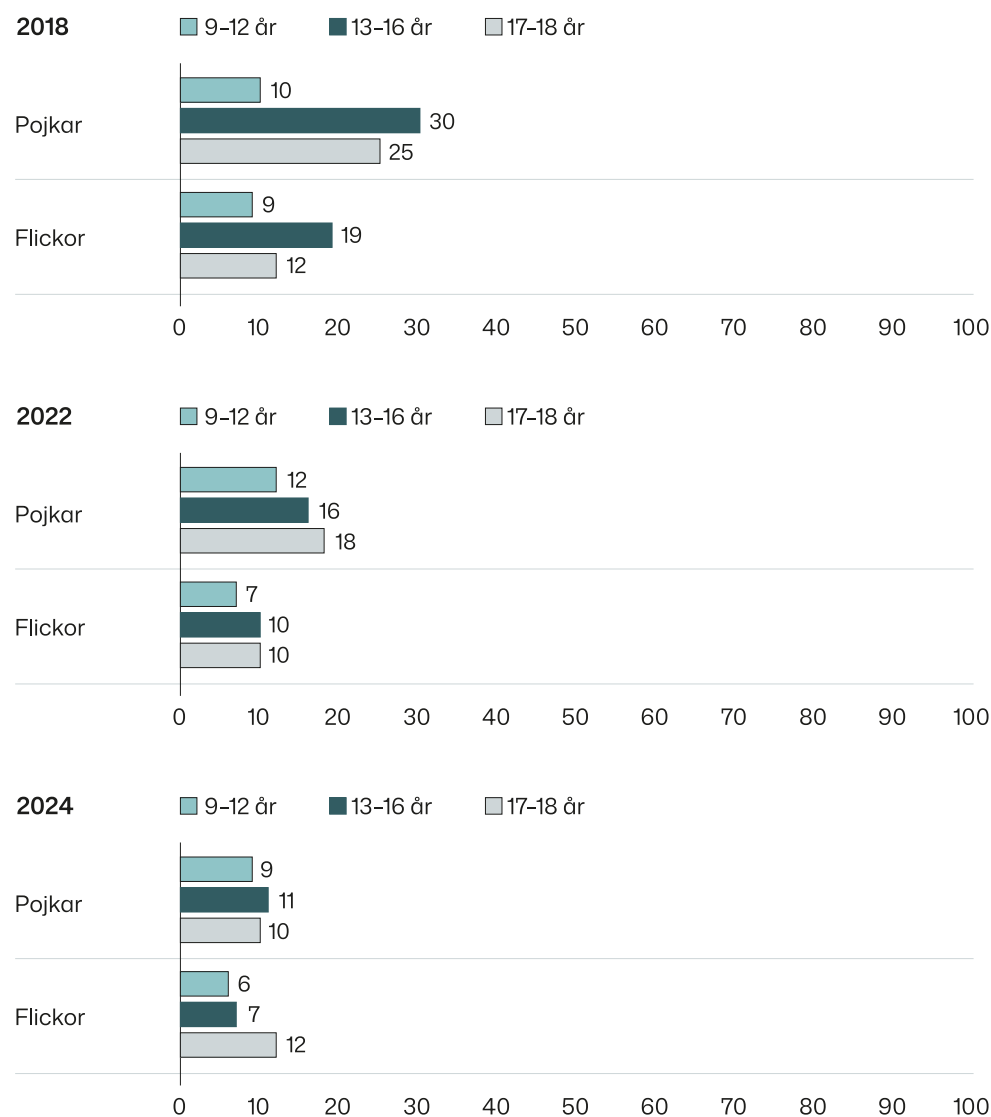
Andelen som använder sociala medier mer än tre timmar en vanlig dag är högre bland flickor än pojkar. Skillnaden har varit stor alla år, om än inte fullt lika stor som i fråga om datorspel.

12 m. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag, 2014, 2022 och 2024 (%)



År 2024 minskar skillnaderna mellan pojkar och flickor något gällande användningen av sociala medier i åldersgruppen 13-16, eftersom andelen högkonsumenter ökar bland pojkar. Andelen högkonsumenter är ändå ungefär dubbelt så stor bland flickor som bland pojkar. I åldersgruppen 9-12 minskar andelen högkonsumenter bland både flickor och pojkar. Bland tonårsflickor finns inga större förändringar mellan 2022 och 2024, och i åldersgruppen 17-18 kan man notera att andelen högkonsumenter var på samma nivå redan år 2014 (diagram 12 m).

12 n. Tittar på Youtube mer än 3 timmar/dag, 2018, 2022 och 2024 (%)



Under tidigare år har större andelar av pojkarna än flickorna i alla åldersgrupper tittat på Youtube mer än tre timmar en vanlig dag. Frågan om hur länge barnen och ungdomarna tittar på Youtube ställdes första gången år 2018, då andelen högkonsumenter av Youtube bland tonårspojkar var betydligt högre. Sedan dess har andelen högkonsumenter bland pojkar i tonåren minskat med 15-19 procentenheter. Även bland flickor i åldersgrupperna 9-12 och 13-16 har andelen högkonsumenter minskat, men inte i den äldsta gruppen. För första gången är det något fler flickor än pojkar i en åldersgrupp som är högkonsumenter av Youtube (diagram 12 n).

12 o. Sammanlagd genomsnittlig användningstid för digitala enheter, psykisk funktionsnedsättning och övriga (ungefärliga mått)

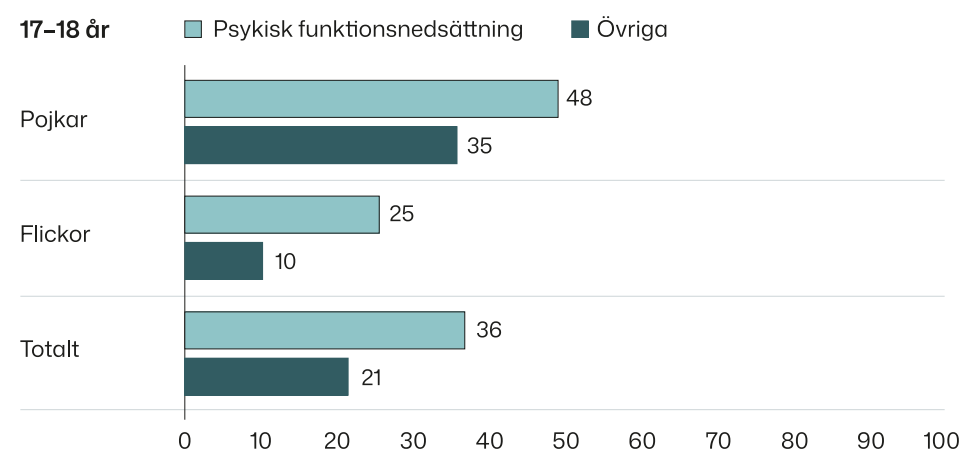
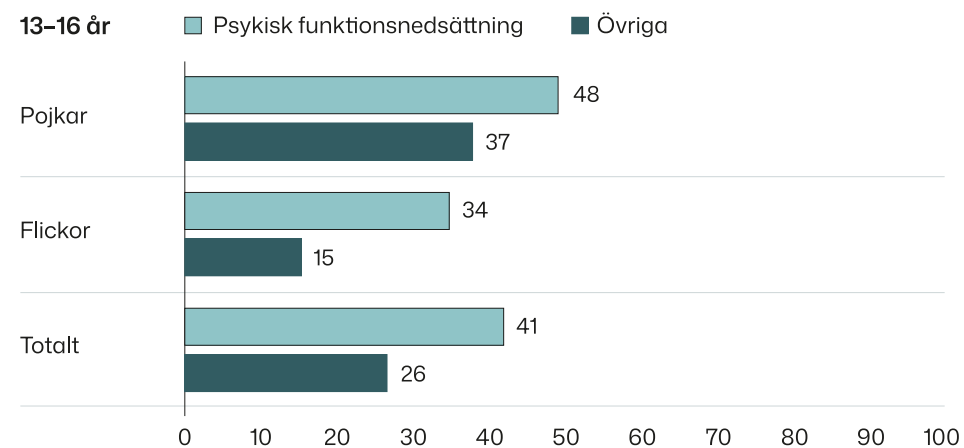
	13–16 år		17–18 år	
	Psykisk funktionsnedsättning	Övriga	Psykisk funktionsnedsättning	Övriga
Pojkar	6 tim. 35 min.	5 tim. 51 min.	6 tim. 55 min.	6 tim. 45 min.
Flickor	7 tim. 22 min.	6 tim. 12 min.	7 tim. 53 min.	7 tim. 0 min.
Totalt	6 tim. 59 min.	6 tim. 2 min.	7 tim. 26 min.	6 tim. 54 min.

Den genomsnittliga användningstiden för dator, mobiltelefon och surfplatta är högre bland pojkar och flickor med psykisk funktionsnedsättning än bland övriga ungdomar. Skillnaden är minst (10 minuter) bland pojkar i åldersgruppen 17–18 och störst (över en timme) bland flickor i åldersgruppen 13–16 (tabell 12 o).

Eftersom den genomsnittliga användningstiden är så pass hög är majoriteten ungdomar ”högkonsumenter” (definierat som använder mer än tre timmar per dag). Det gäller såväl dem med psykisk funktionsnedsättning som övriga.

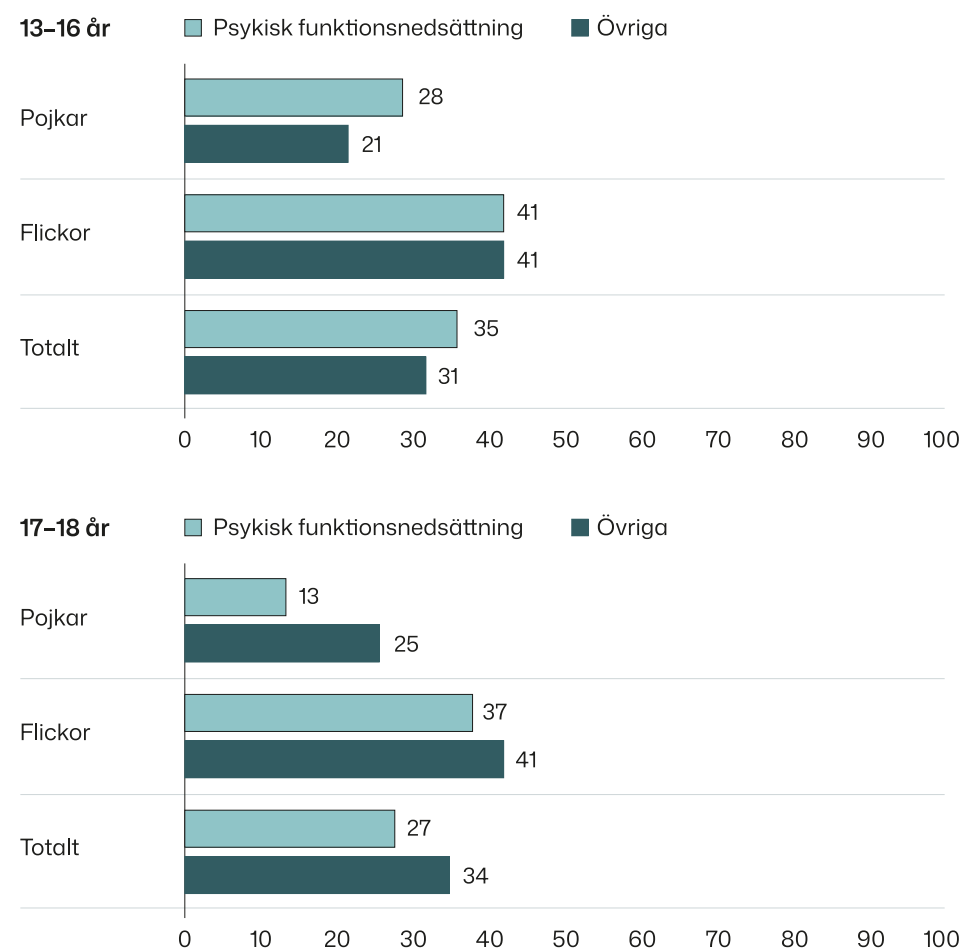


12 p. Andel som spelar digitala spel (på dator, konsol, mobiltelefon och surfplatta) mer än 3 timmar en vanlig dag på sin fritid, psykisk funktionsnedsättning och övriga (%)



Nästan hälften av pojkarna med psykisk funktionsnedsättning spelar digitala spel mer än tre timmar en vanlig dag. Det är drygt 10 procentenheter mer än andra pojkar i tonåren. Även bland flickor är det en betydligt större andel som spelar mer än tre timmar per dag bland dem med psykisk funktionsnedsättning.

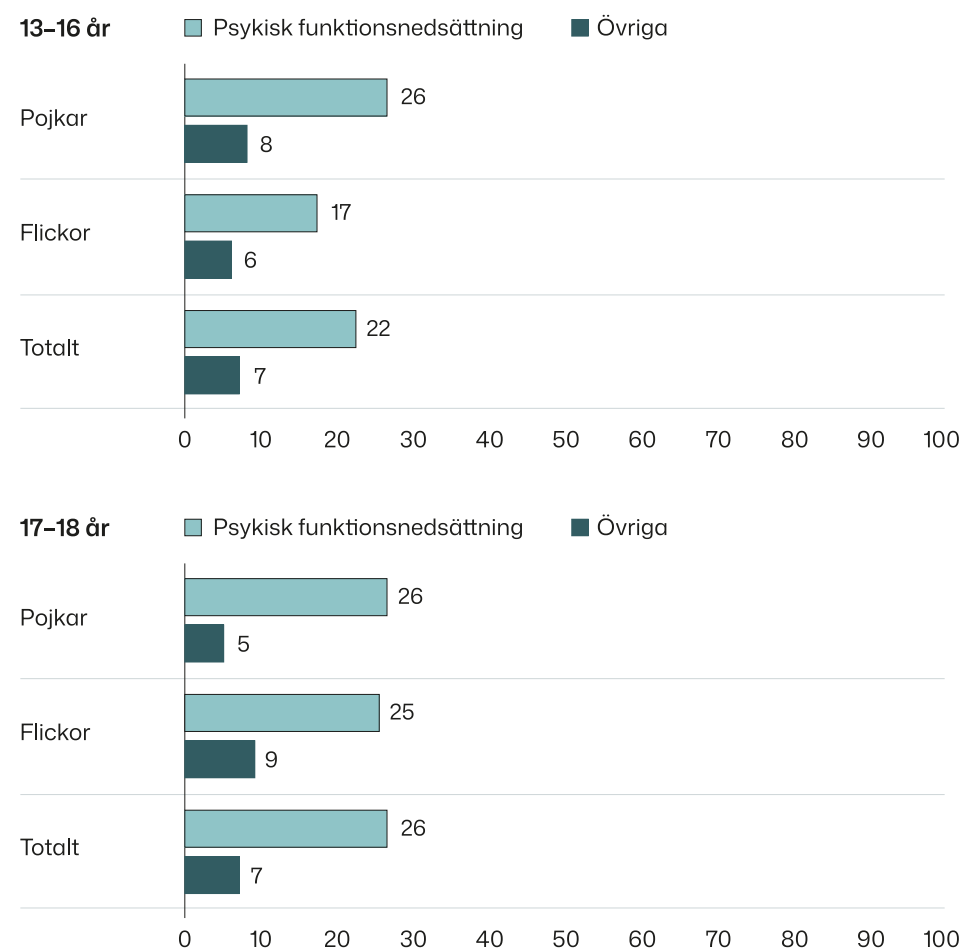
12 q. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag, psykisk funktionsnedsättning och övriga (%)



I åldersgruppen 13-16 är det en något större andel högkonsumenter av sociala medier bland ungdomar med psykisk funktionsnedsättning, i åldersgruppen 17-18 är det tvärtom. Detta mönster fanns även 2022.

Den största förändringen jämfört med 2022 finns bland flickor i åldersgruppen 13-16. År 2022 var det en markant större andel högkonsumenter av sociala medier bland flickor med psykisk funktionsnedsättning, men nu har andelen minskat så pass att det inte finns någon skillnad alls mellan flickorna. Bland pojkar i åldersgruppen 13-16 har andelen högkonsumenter av sociala medier ökat bland både dem med och utan psykisk funktionsnedsättning.

12 r. Tittar på Youtube mer än 3 timmar/dag, psykisk funktionsnedsättning och övriga (%)



Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning är i större utsträckning högkonsumenter av Youtube (diagram 12 r). Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning är dessutom högkonsumenter av filmer och tv-program i större utsträckning än andra ungdomar. Dessa mönster har även iakttagits tidigare år.

Sammanfattningsvis finns därmed en tendens till minskad digital medieanvändning i åldersgruppen 9-12. Andelen högkonsumenter av digitala enheter (dator, mobiltelefon och surfplatta) minskar bland både pojkar och flickor. Även andelarna som spelar digitala spel (särskilt på dator eller konsol) eller använder sociala medier mer än tre timmar en vanlig dag minskar, samtidigt som andelen som inte använder sociala medier alls en vanlig dag ökar. Däremot finns det inga nämnvärda förändringar gällande att titta på filmer och tv-program eller Youtube i åldersgruppen 9-12.

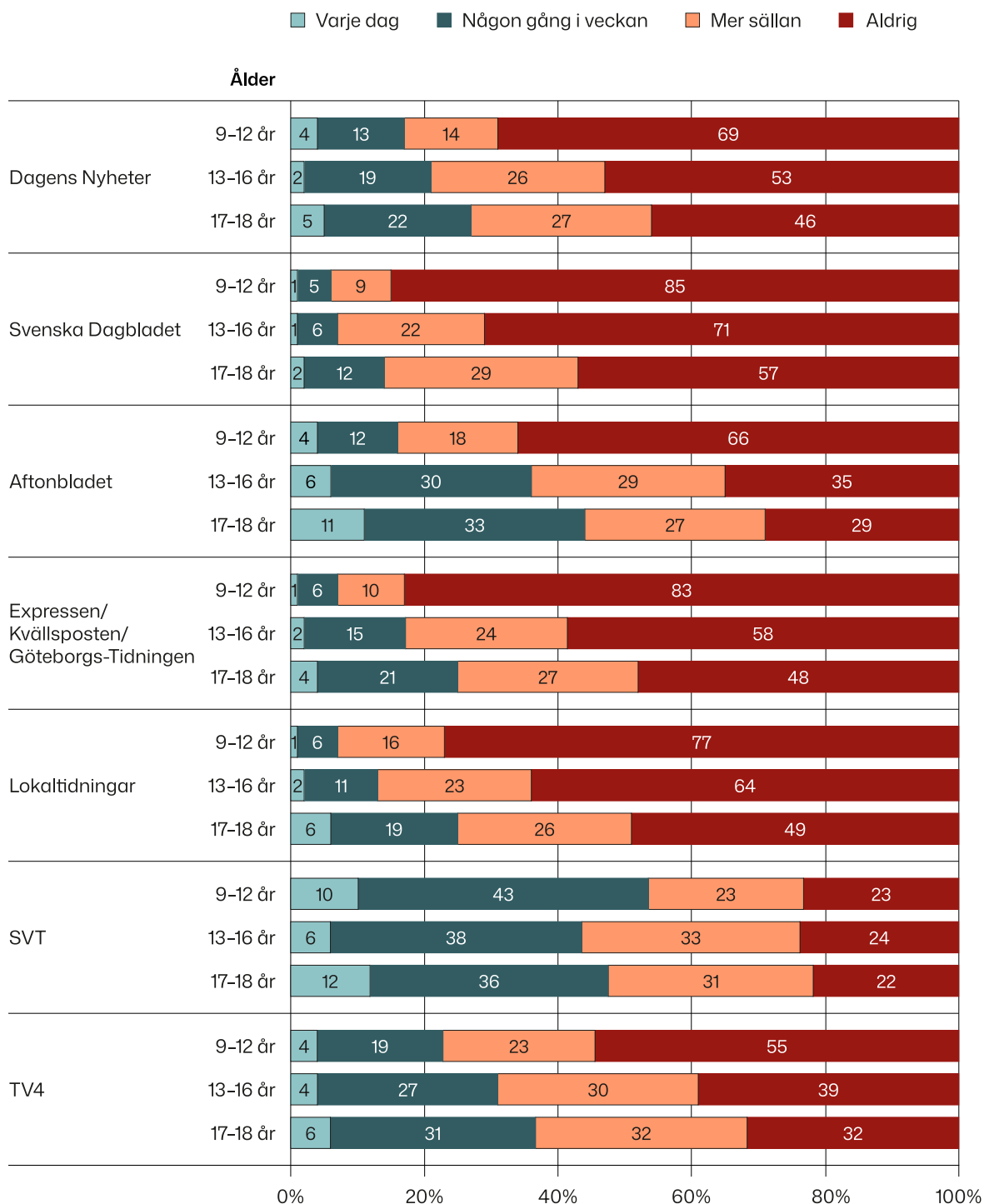
I åldersgruppen 13-16 har den sammanlagda tiden som pojkar och flickor använder digitala enheter också minskat mellan år 2022 och 2024, men förändringen är mindre. Samtidigt har det skett en viss förändring av vad ungdomarna ägnar tid åt. Fler flickor spelar digitala spel, och spelar mer än tre timmar per dag, medan färre pojkar spelar mer än tre timmar per dag.

Å andra sidan ökar andelen pojkar som använder sociala medier mer än tre timmar en vanlig dag (6 procentenheter). Det finns ingen nämnvärd förändring gällande tiden som ägnas åt filmer och tv-program men andelen som tittar mer än tre timmar per dag på Youtube minskar.

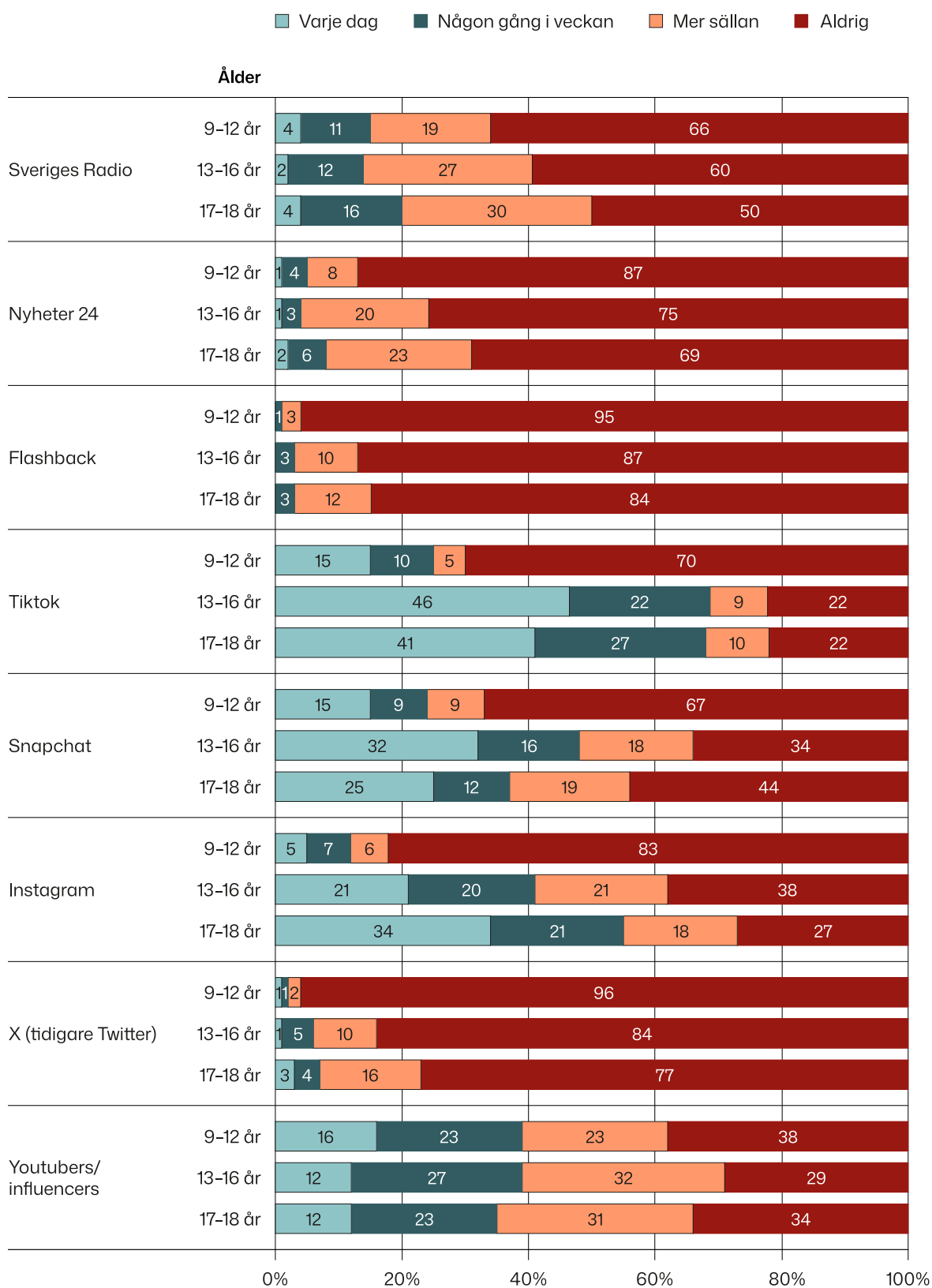
I åldersgruppen 17-18 är det generellt ganska små förändringar. Den genomsnittliga användningstiden för digitala enheter (dator, mobiltelefon och surfplatta) har knappt ändrats alls (totalt minus 6 minuter). Andelen som spelar digitala spel mer än tre timmar per dag är densamma som år 2022, men andelen pojkar och flickor som inte alls spelar digitala spel minskar. Andelen högkonsumenter av sociala medier minskar med tre procentenheter bland flickorna, men bland pojkarna finns ingen förändring alls. Vad gäller tittande på filmer och tv-program eller Youtube finns inga nämnvärda förändringar bland flickorna. Bland pojkarna är tendensen att andelen som tittar mer än tre timmar per dag minskar (mest för Youtube: 8 procentenheter).



13. Ungefär hur ofta brukar du använda följande källor för att få nyheter och information om vad som händer i det svenska samhället och i världen? (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Figuren fortsätter på nästa sida.

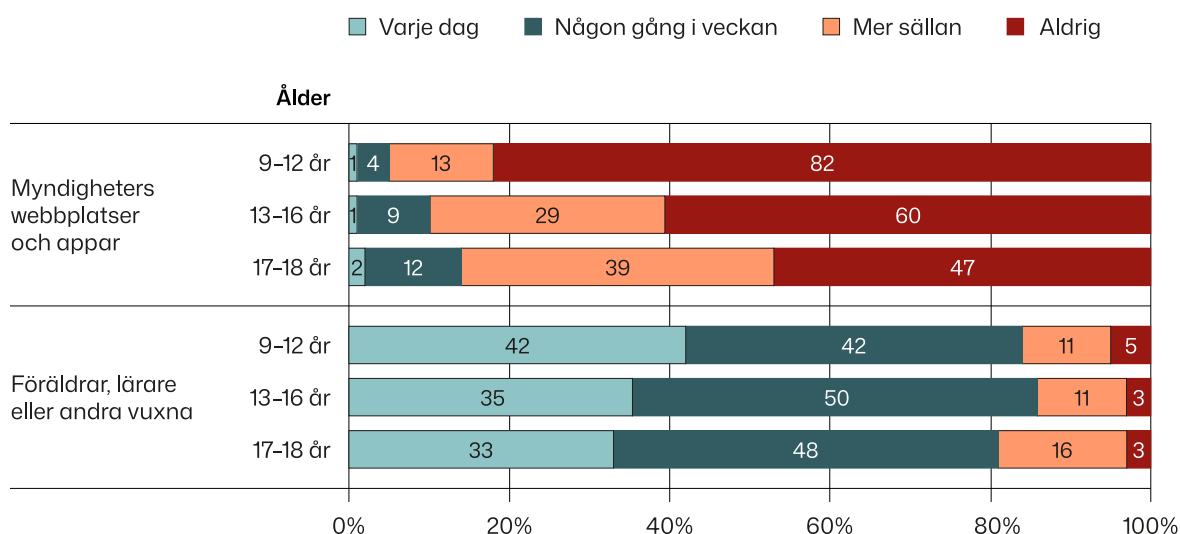


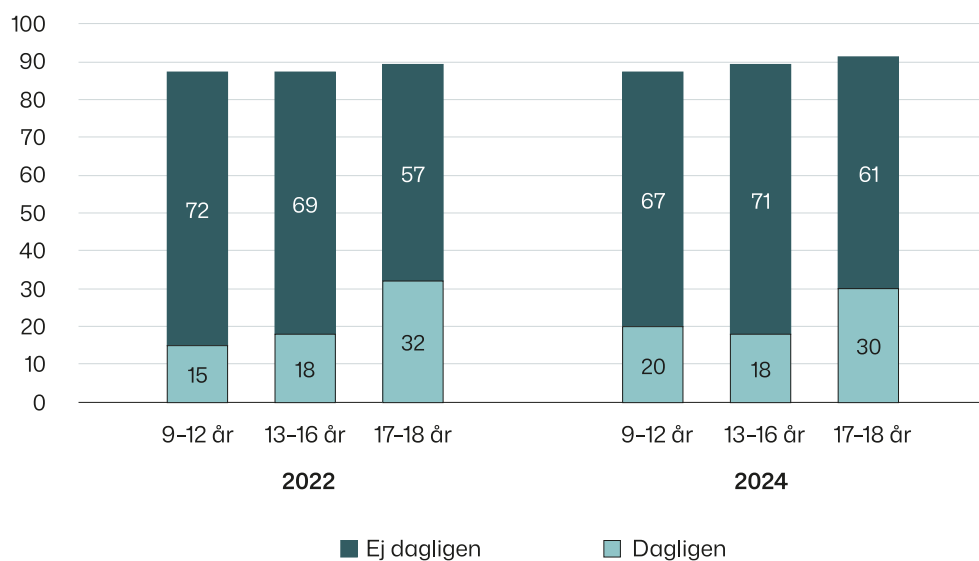
Diagram 13 beskriver hur ofta barn och ungdomar tar del av nyheter och information om vad som händer i det svenska samhället och i världen från ett urval etablerade, redaktionella nyhetsmedier, från några sociala medieplattformar och diskussionsforum, från influencers eller Youtubers samt från föräldrar, lärare eller andra vuxna. Den sistnämnda kategorin – vuxna – är den vanligaste vägen till samhällsnyheter och information i alla åldersgrupper. Drygt 80 % tar dagligen eller någon gång i veckan del av samhällsnyheter genom vuxna, och det är ytterst få som aldrig gör det.

Av de redaktionella nyhetsmedier som frågan omfattar är det SVT som används mest i alla åldersgrupper. I åldersgruppen 9-12 är TV4 det näst mest använda nyhetsmediet, följt av Aftonbladet och Sveriges Radio. I åldersgrupperna 13-16 och 17-18 är i stället Aftonbladet det näst mest använda nyhetsmediet, följt av TV4. Generellt ökar användningen av de redaktionella nyhetsmedierna med stigande ålder, undantaget SVT som används förhållandevis mycket redan i åldersgruppen 9-12. Jämfört med 2022 är förändringarna mycket små.

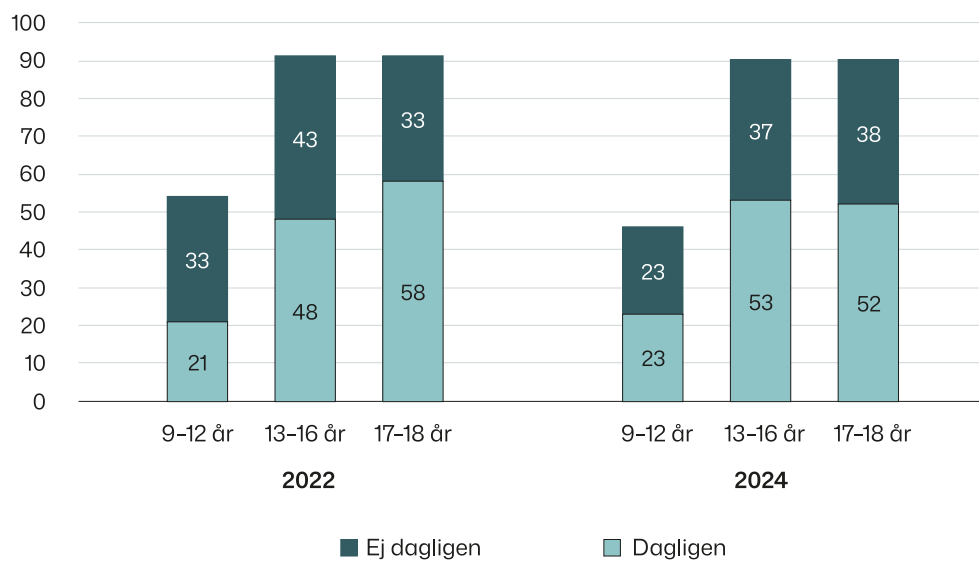
Av de sociala medieplattformar som frågan omfattar används Tiktok mest i alla åldersgrupper. I åldersgrupperna 9-12 och 13-16 är Snapchat den näst mest använda plattformen medan Instagram används något mer för nyheter i åldersgruppen 17-18. X (tidigare Twitter) används i betydligt lägre grad. Diskussionsforumet Flashback används minst i alla åldersgrupper. Frågan ställdes första gången år 2020 och användningen av Flashback och Twitter/X för nyheter har i princip inte förändrats alls sedan dess.

Användningen av myndigheters webbplatser och appar har inte förändrats nämnvärt sedan 2022.

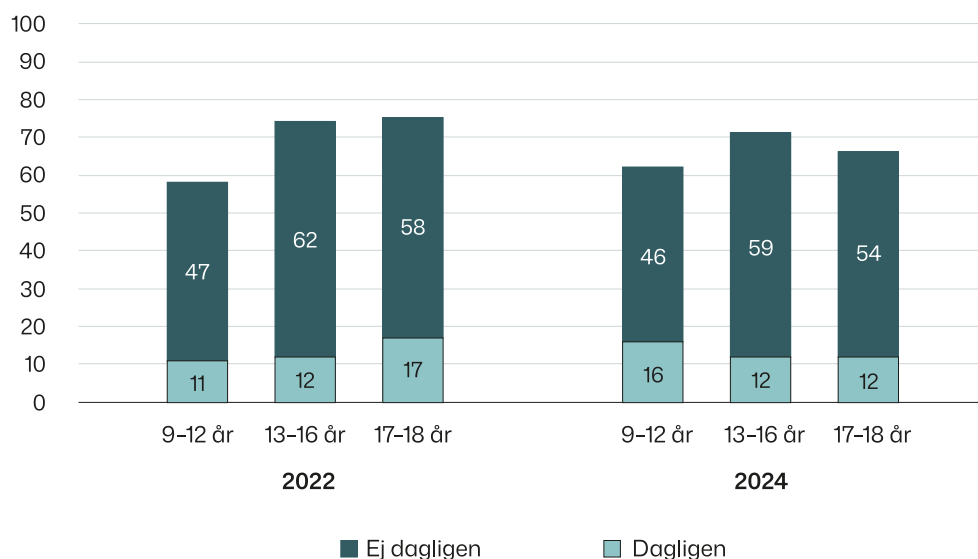
13 b. Tar del av samhällsnyheter genom redaktionella nyhetsmedier 2022 och 2024 (%)



13 c. Tar del av samhällsnyheter genom sociala medier 2022 och 2024 (%)



13 d. Tar del av samhällsnyheter genom Youtubers/influencers 2022 och 2024 (%)



För att få en överblick av hur barn och ungdomar tar del av nyheter och kunna jämföra med 2022 har alla redaktionella nyhetsmedier⁵ respektive sociala medieplattformar⁶ slagits ihop i diagram 13 b-13 d. Här framgår dels hur stora andelar som *totalt* tar del av nyheter genom redaktionella medier, sociala medier och Youtubers/influencers, dels hur stora andelar som gör det *dagligen*.

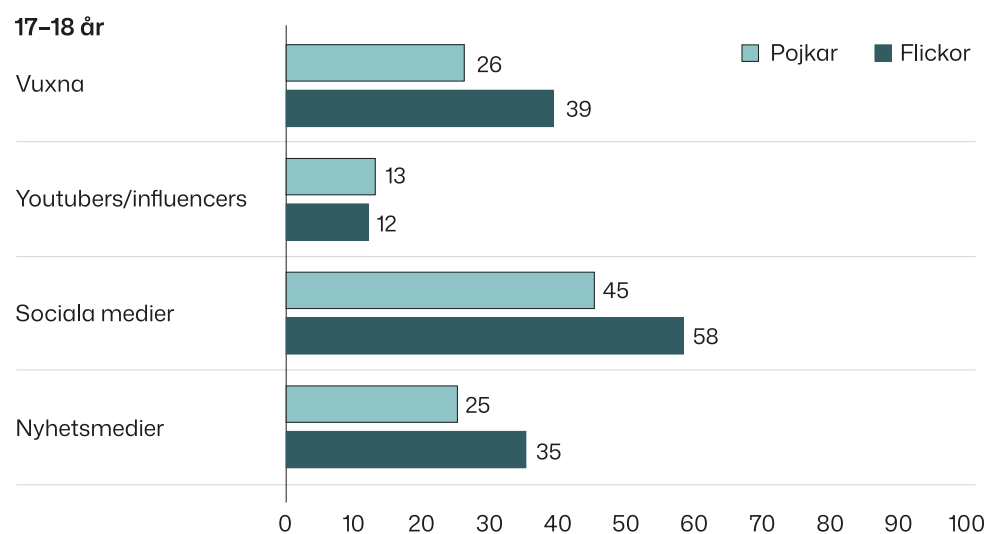
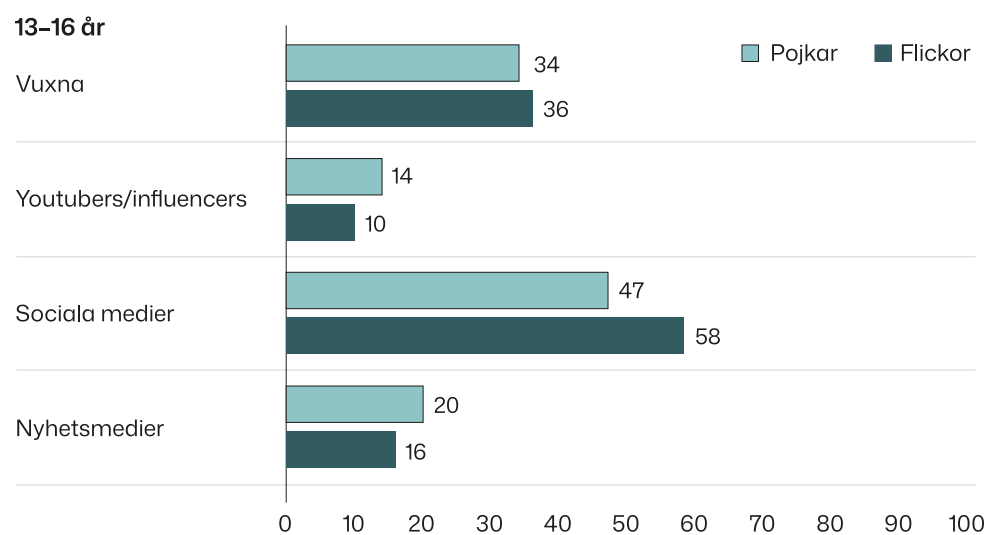
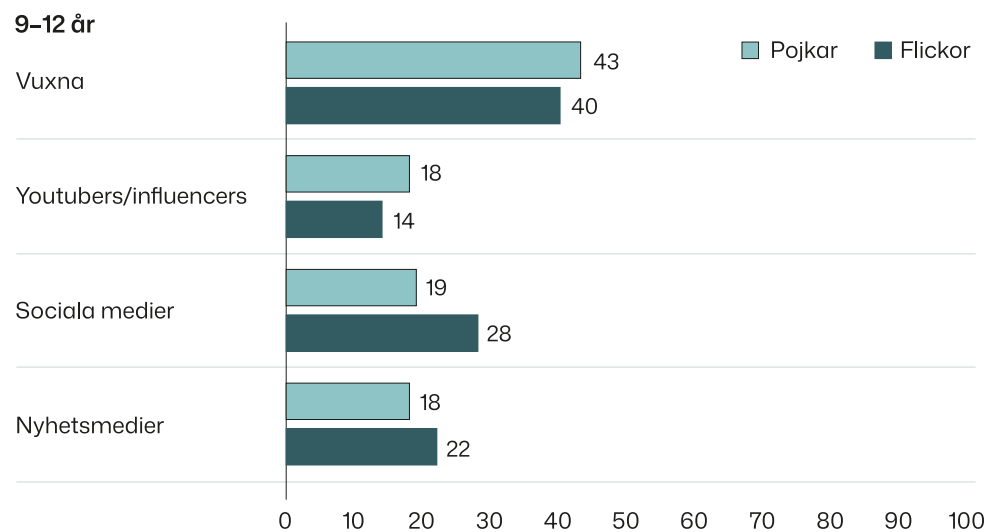
Omkring 90 % i alla åldersgrupper, både 2022 och 2024, tar del av redaktionella nyhetsmedier någon gång. Bland tonåringarna är den totala nyhetskonsumtionen genom sociala medier på samma nivå, men lägre i åldersgruppen 9-12. Jämfört med 2022 minskar nyhetskonsumtionen genom sociala medier med 10 procentenheter i åldersgruppen 9-12, samtidigt som den dagliga nyhetskonsumtionen genom redaktionella nyhetsmedier ökar med 5 procentenheter. För övrigt finns inga förändringar gällande redaktionella nyhetsmedier mellan 2022 och 2024. Den dagliga nyhetskonsumtionen i sociala medier minskar något i åldersgruppen 17-18, men ökar lite i åldersgruppen 13-16 (5-6 procentenheter). Sociala medier är likväl, precis som 2022, den vanligaste *dagliga* vägen till nyheter för tonåringar. I åldersgruppen 9-12 är vuxna den vanligaste *dagliga* vägen till nyheter.

Vad gäller nyheter genom Youtubers och influencers är tendensen en något ökad användning i den yngsta gruppen, 9-12, men minskad i den äldsta gruppen, 17-18. Dessa förändringar finns bland både flickor och pojkar.

⁵ Dagens Nyheter till och med Nyheter 24 i diagram 13.

⁶ Tiktok, Snapchat, Instagram, X (tidigare Twitter).

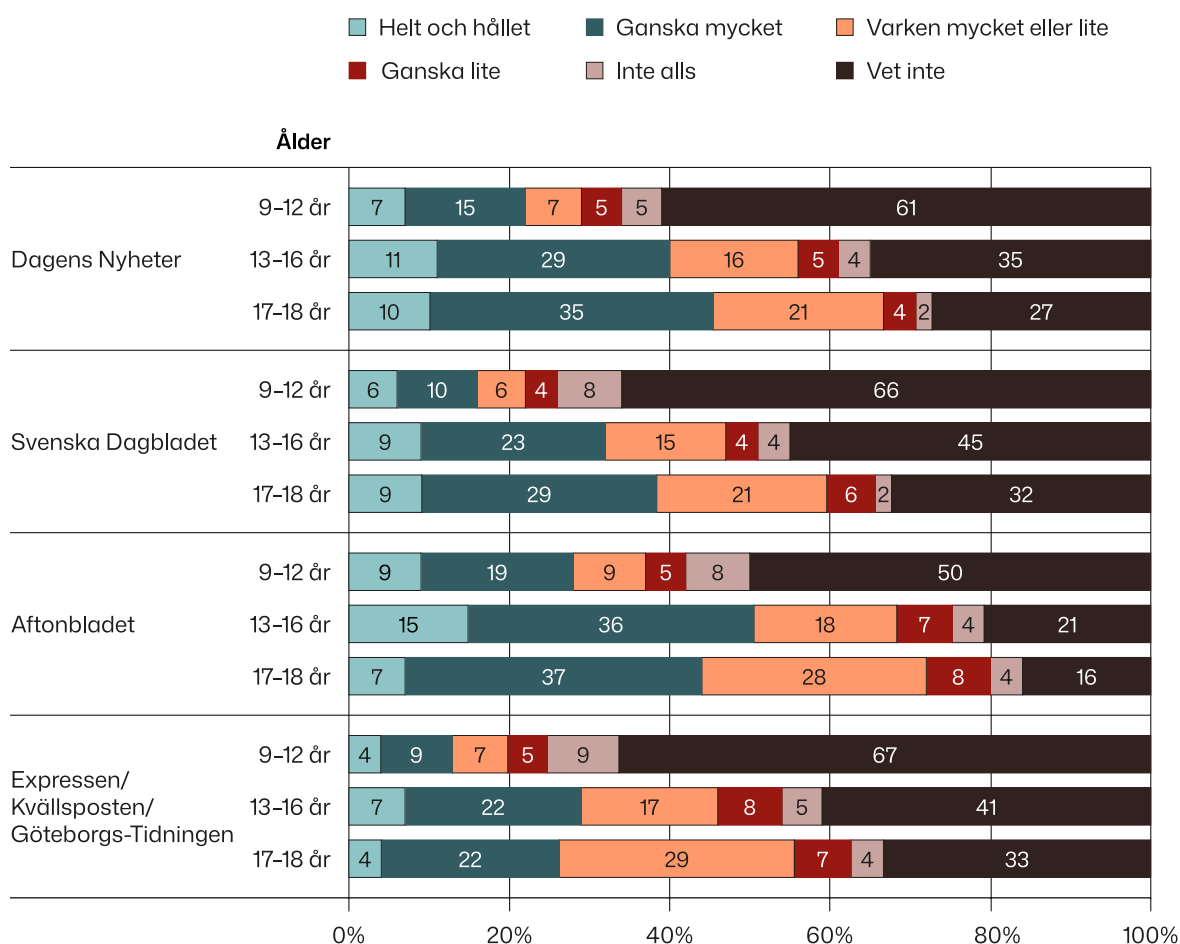
13 e. Tar dagligen del av samhällsnyheter genom..., kön (%)



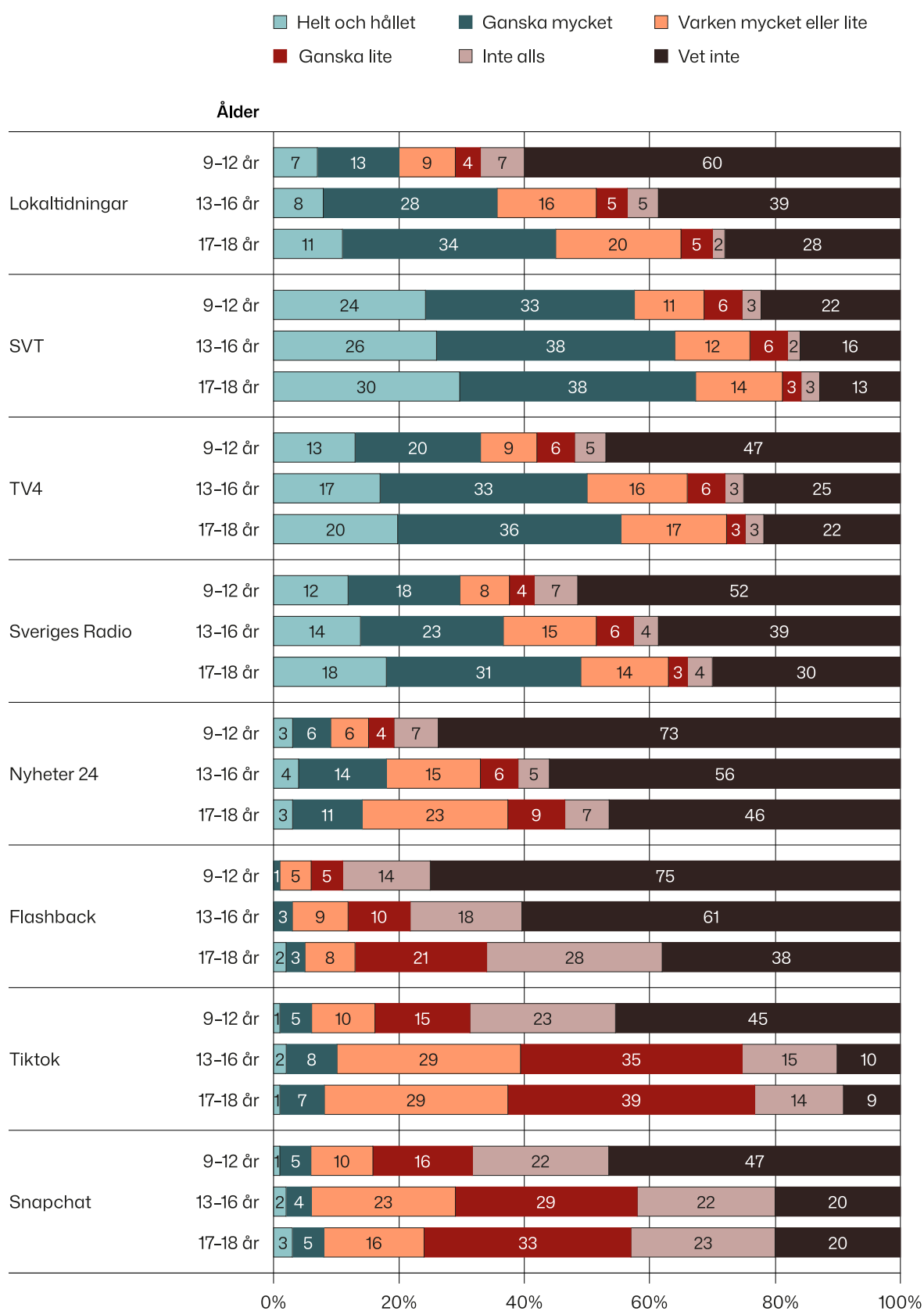
Generellt tenderar flickor att ta del av nyheter genom sociala medier i högre grad än pojkar, som å andra sidan tar del av nyheter genom Youtubers och influencers i något högre grad än flickor. Flickor i övre tonåren tar i högre grad än pojkar del av nyheter genom vuxna. Detta gäller även den dagliga konsumtionen av redaktionella nyhetsmedier (diagram 13 e). År 2022 fanns ingen skillnad mellan pojkar och flickor här men nu har flickornas dagliga nyhetskonsumtion genom redaktionella nyhetsmedier ökat något medan pojkarnas minskat.

I den äldsta gruppen, 17-18 år, tar ungdomar med psykisk funktionsnedsättning del av samhällsnyheter genom redaktionella nyhetsmedier och sociala medier i lägre grad än andra ungdomar. De använder även myndigheters webbplatser och appar i lägre grad.

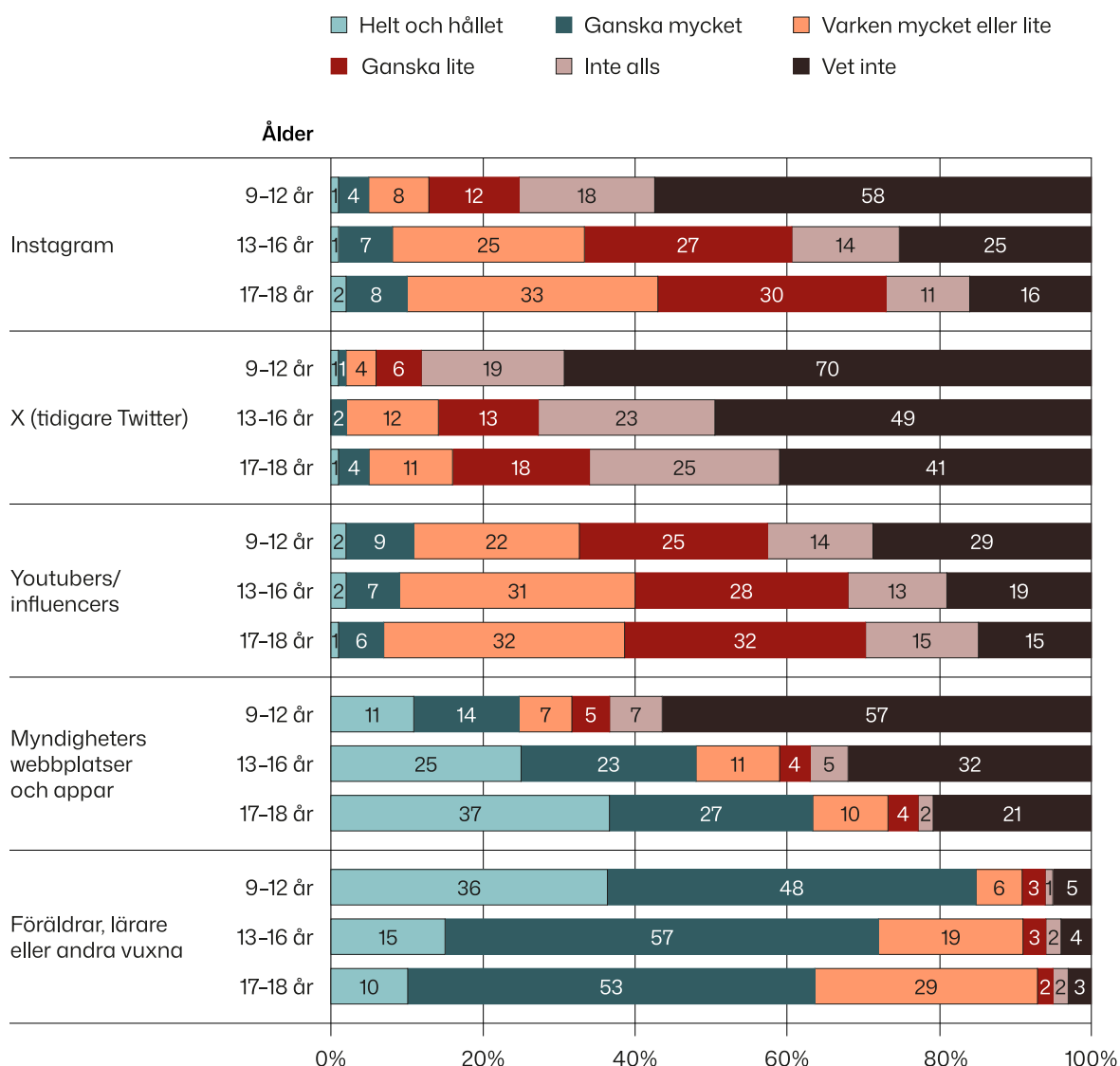
14. Hur mycket litar du på nyheter och information från följande källor och nyhetsförmedlare? (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Figuren fortsätter på nästa sida.

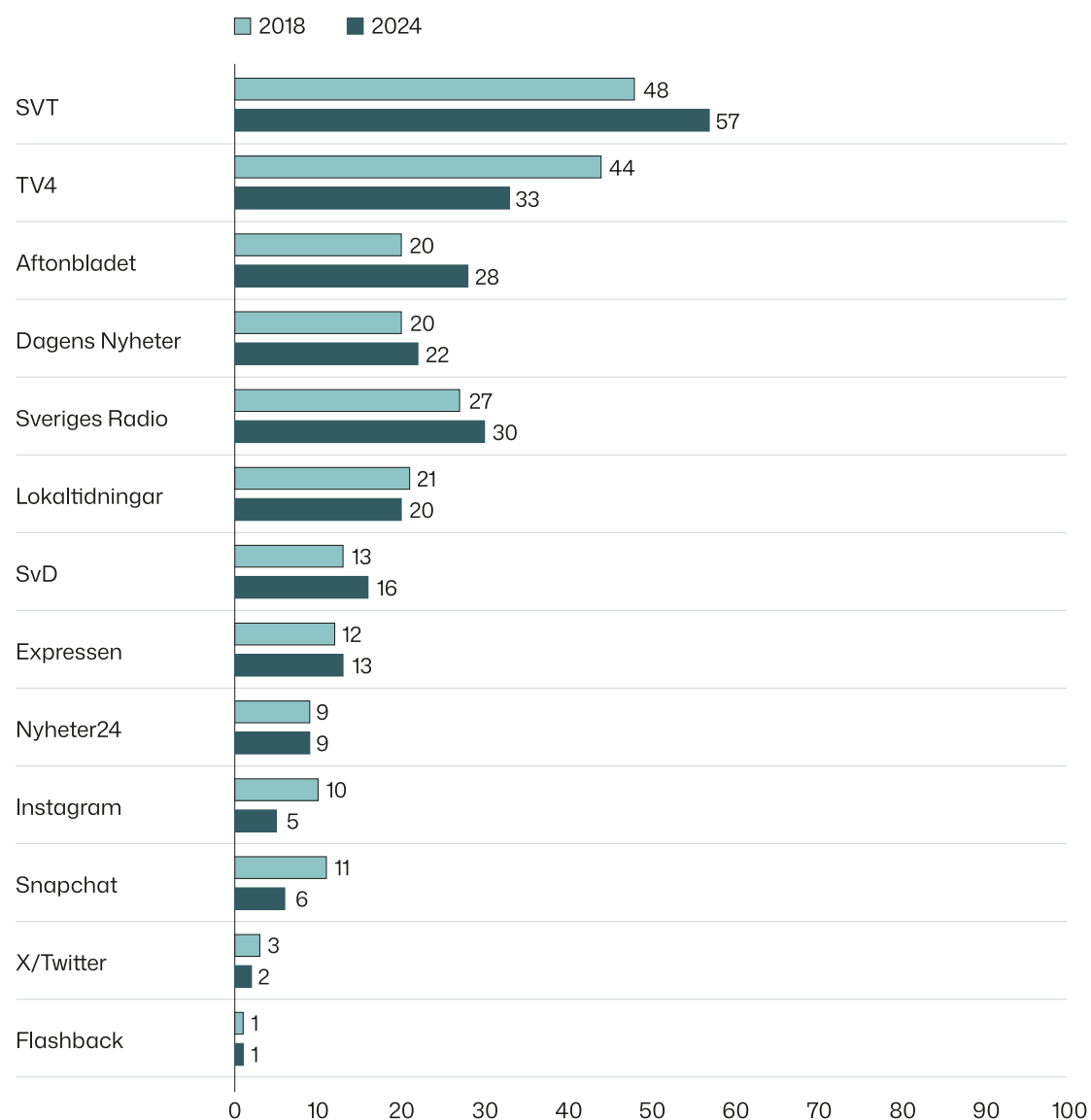


Äldre barn använder fler nyhetskällor och litar generellt något mer på nyhetskällorna än barn i åldern 9-12. Störst förtroende åtnjuter SVT, TV4, Sveriges Radio, Aftonbladet och myndigheters webbplatser och appar. Mellan 57 % och 68 % litar helt och hållet eller ganska mycket på SVT i de olika åldersgrupperna. Motsvarande siffror för TV4 är mellan 33 % och 56 %. Bland de redaktionella nyhetsmedierna är förtroendet lägst för nätbaserade Nyheter 24.

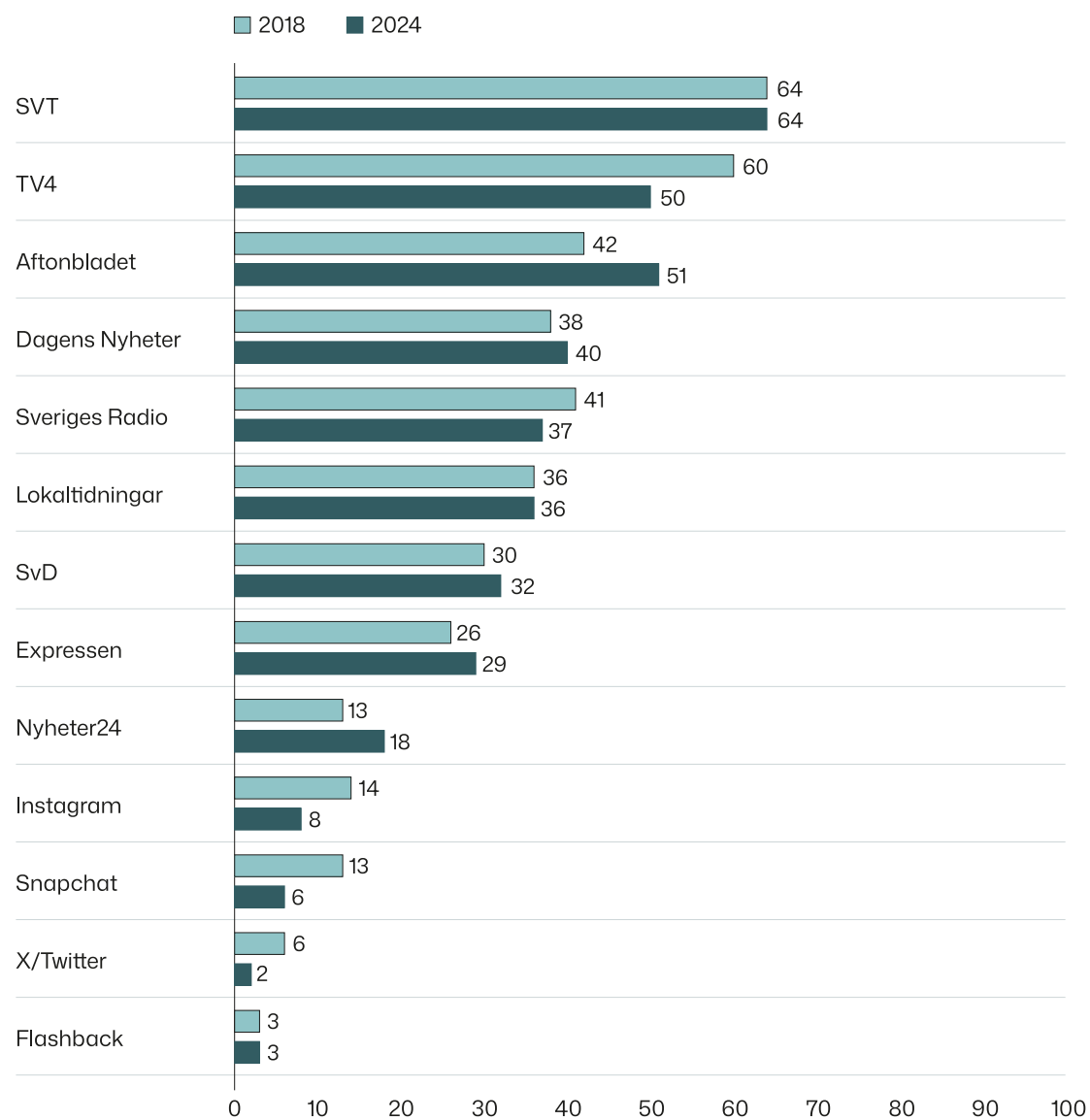
Allra lägst är förtroendet för nyheter och information på X (tidigare Twitter) och diskussionsforumet Flashback, men även information på Tiktok, Instagram och Snapchat samt från Youtubers/influencers har mycket låga förtroendesiffror. Dessa resultat överensstämmer med tidigare undersökningar. Sociala medieplattformar används förvisso i hög grad för att ta del av nyheter och information men barn och ungdomar litar inte i någon större utsträckning på den information som de tar del av där. Det är som mest 10 % som litar helt eller ganska mycket på nyheter och information på någon av de sociala medieplattformarna.

Frågan om hur mycket som barnen och ungdomarna litar på nyheter och information på eller från olika nyhetsmedier och plattformar ställdes första gången 2018. Det är inte exakt samma titlar och kategorier som varit med alla år men för tretton av dem finns jämförelsedata:

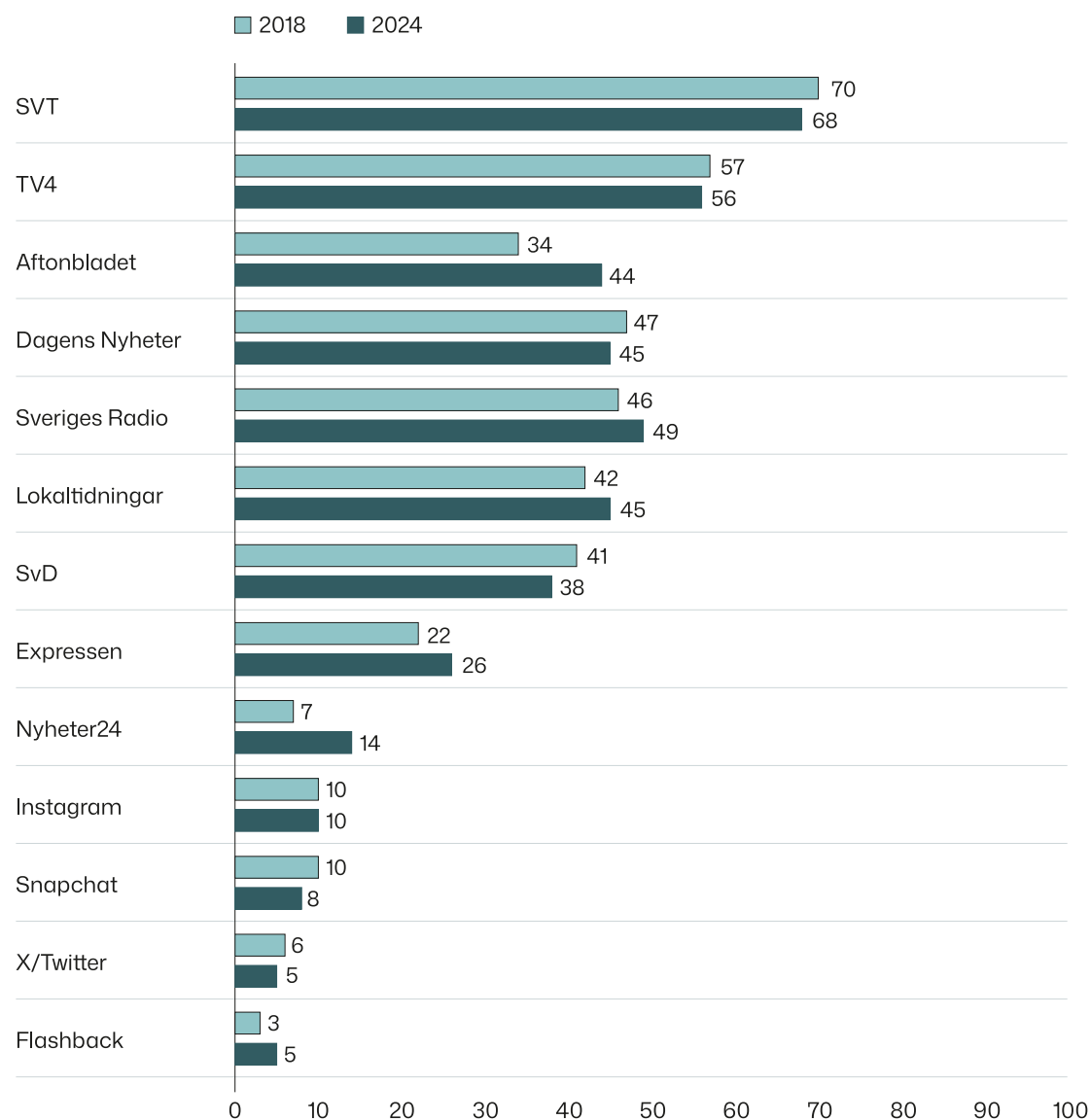
14 b. Andelar som litar helt eller ganska mycket på..., 2018 och 2024, 9–12 år (%)



**14 c. Andelar som litar helt eller ganska mycket på..., 2018 och 2024,
13-16 år (%)**



14 d. Andelar som litar helt eller ganska mycket på..., 2018 och 2024, 17-18 år (%)



Jämförs andelarna barn och ungdomar som litar helt eller ganska mycket på de olika källorna och nyhetsförmedlarna 2018 och 2024 ser det tämligen stabilt ut. Under år 2020, när covid-19-pandemin präglade samhället och stora delar av nyhetsrapporteringen, minskade andelarna i åldersgrupperna 13-16 och 17-18 som litade helt eller ganska mycket på nyhetsmedierna. Efter det har förtroendet ökat igen och för de flesta titlar finns inga betydelsefulla skillnader mellan 2018 och 2024.

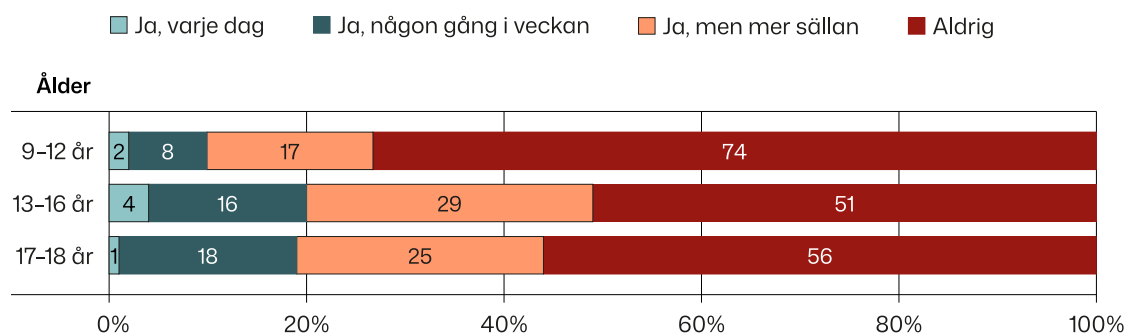
De förändringar som framträder över tid gäller först och främst Aftonbladet, vars förtroende ökat nära 10 procentenheter i alla åldersgrupper. I åldersgruppen 9-12 har förtroendet för SVT ökat ungefär lika mycket. Förtroendet för TV4 har samtidigt minskat cirka 10 procentenheter i de två yngsta åldersgrupperna 9-12 och 13-16. Andelarna som litar helt eller ganska mycket på

nyheter och information på Instagram, Snapchat, X/Twitter och Flashback var låga redan 2018 och i den mån det finns någon tendens pekar den mot ännu lägre siffror.

I åldersgrupperna 9–12 och 13–16 finns inga könsskillnader. I åldersgruppen 17–18 är det en något större andel av flickorna som litar helt eller ganska mycket på Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet, SVT, TV4 och Sveriges Radio. Den största skillnaden gäller Aftonbladet (18 procentenheter).

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning svarar ”vet inte” i högre grad än andra. Det gäller i stort sett genomgående. De svarar även i något lägre grad att de litar helt eller ganska mycket på de redaktionella nyhetsmedierna samt myndigheters webbplatser och appar. Skillnaden är störst i den äldsta gruppen, 17–18 år. Exempelvis litar 58 % av ungdomarna med psykisk funktionsnedsättning helt eller ganska mycket på SVT, jämfört med 70 % bland övriga. I fråga om Sveriges Radio är skillnaden 20 procentenheter och i fråga om myndigheter är skillnaden 12 procentenheter. Denna tendens – att ungdomar med psykisk funktionsnedsättning i högre grad anger att de inte vet hur mycket de kan lita på de etablerade nyhetsmedier som frågan omfattar samt har något lägre förtroende för dessa – har även förekommit tidigare år.

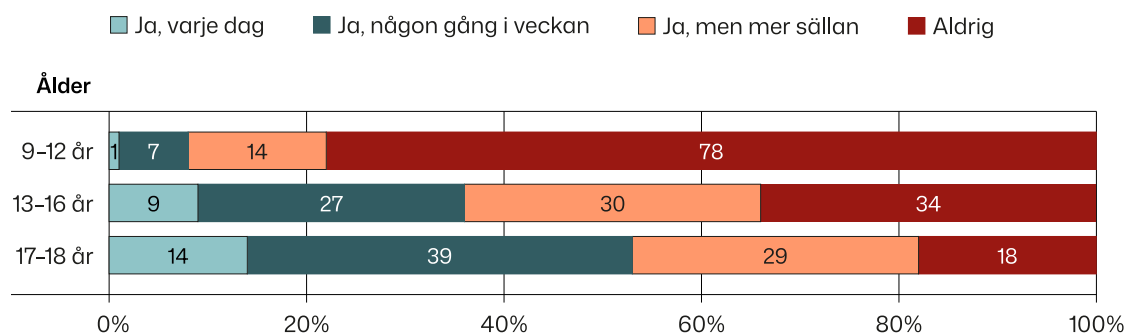
15. Brukar du dela eller kommentera nyheter om vad som händer i det svenska samhället eller i världen på t.ex. Snapchat, Instagram, Tiktok eller Youtube? (%)



Det är få barn och ungdomar som brukar dela eller kommentera samhällsnyheter på daglig basis. Det är något fler som gör det någon gång i veckan, men större andelar bland tonåringarna än bland yngre barn. Totalt 19–20 % av ungdomarna delar nyheter dagligen eller någon gång i veckan på sociala medieplattformar. Det är en liten ökning med cirka 5 procentenheter sedan 2022.

I tonåren är det en något större andel av pojkarna som svarar att de *aldrig* delar eller kommenterar nyheter. Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning anger också i högre grad att de aldrig delar eller kommenterar nyheter (skillnaden är cirka 10 procentenheter).

16. Brukar du använda AI-chattbotar? T.ex. ChatGPT, Google Bard, Character.AI, Replika, My AI, Woebot Health (%)

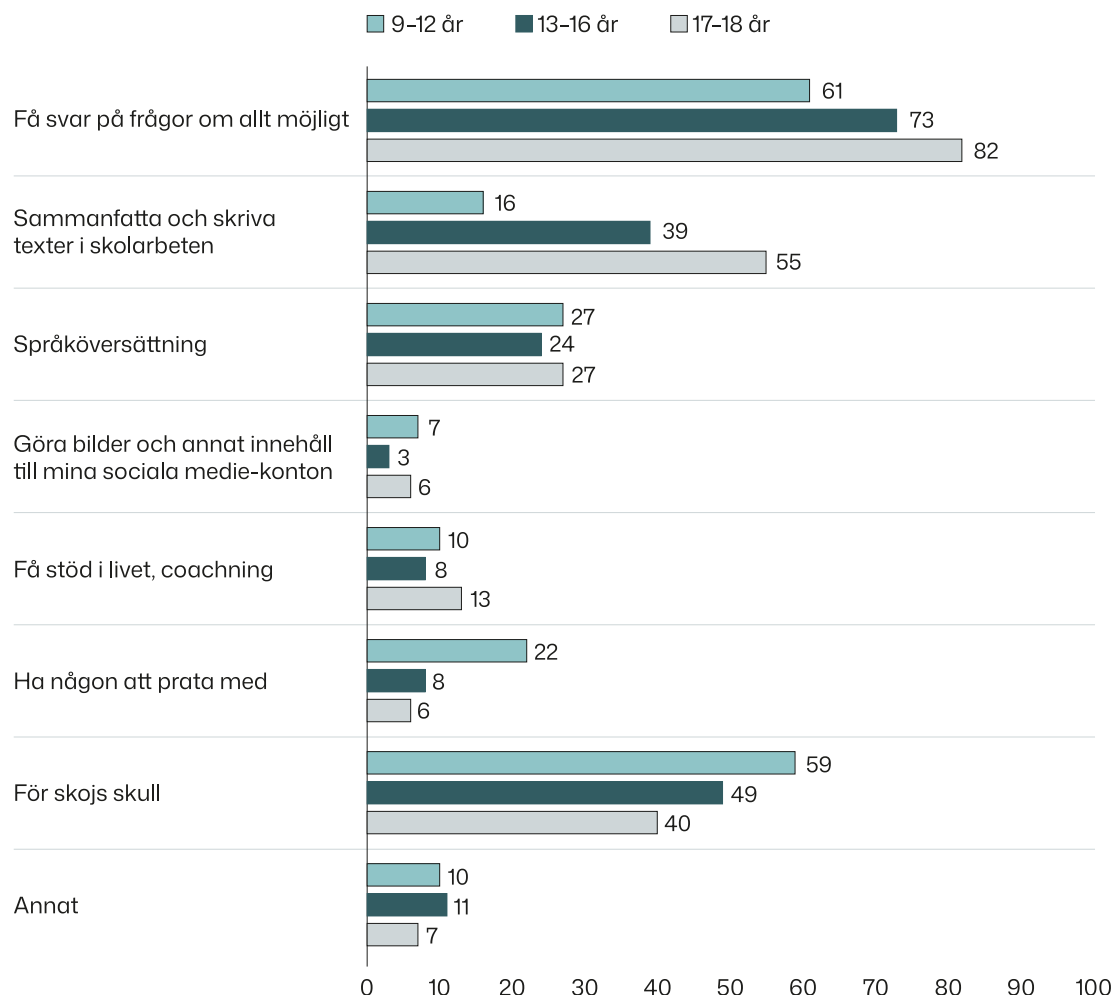


AI-chattbotar är en ganska ny företeelse och det är första gången som undersökningen frågar om användningen av dessa. I åldersgruppen 9-12 är det få som använder AI-chattbotar dagligen eller någon gång i veckan, men bland tonåringar är det inte alls ovanligt. I åldersgruppen 13-16 är det 36 % och i den äldsta gruppen är det mer än hälften som använder AI-chattbotar någon gång i veckan eller oftare. Ungefär var femte 17-18-åring använder aldrig AI-chattbotar. De verkar därmed på kort tid ha blivit ganska vanliga inslag i ungdomars medievänor.

Könsskillnaderna är små i de två yngsta grupperna men i åldersgruppen 17-18 använder pojkar AI-chattbotar något mer än vad flickor gör. Bland pojkarna använder 59 % AI-chattbotar dagligen eller någon gång i veckan, vilket bland flickor motsvaras av 49 %.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning använder AI-chattbotar i lägre grad än andra. Skillnaden är störst i åldersgruppen 17-18 där 34 % av ungdomarna med psykisk funktionsnedsättning svarar att de aldrig använder dessa, jämfört med 15 % av övriga ungdomar.

17. Vad använder du AI-chattbotar till? Flera svar kan markeras (%)



Om barnen och ungdomarna använder AI-chattbotar – vad använder de dem till? Framför allt till att få svar på frågor om allt möjligt. Det vill säga av samma skäl som Google och liknande sökmotorer har använts tidigare. Eftersom AI-chattbotar nu finns inbyggda i bland annat Google var resultatet väntat. I den yngsta gruppen kan man även notera att en lika stor andel använder dem för skojs skull. Samtidigt svarar drygt var femte AI-chattbotanvändare i den yngsta gruppen att de använder dem för att ha någon att prata med. Detta antyder att chattbotarna inte bara används på skoj utan också kan fylla viktiga funktioner. I alla åldersgrupper är det dock få som använder chattbotarna för att få stöd i livet och coachning.

Med stigande ålder minskar andelarna som använder AI-chattbotar för skojs skull, och samtidigt ökar andelarna som använder dem för att få svar på frågor och för att sammanfatta och skriva texter i skolarbeten. Mer nytta och mindre nöje, med andra ord.

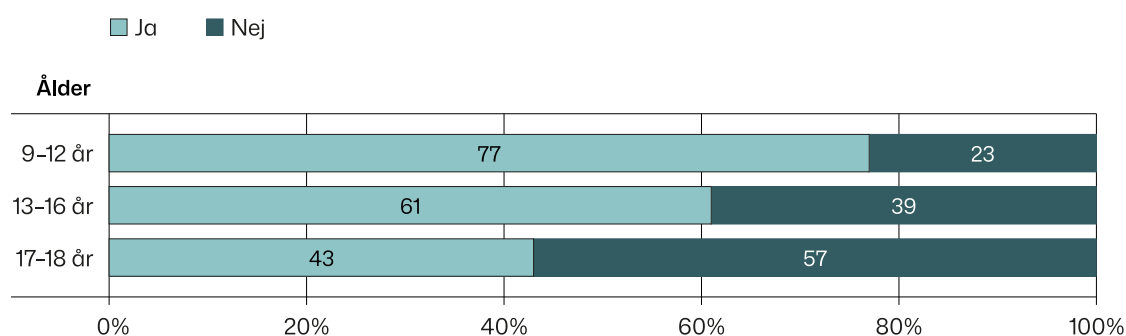
Könsskillnaderna är för det mesta små eller obefintliga, med några undantag.

I åldersgruppen 9-12 använder flickor oftare AI-chattbotar för att ha någon att prata med och i den äldsta gruppen använder flickor dem oftare som stöd i livet, eller coachning. I tonåren använder pojkar chattbotar för skojs skull i något högre grad än vad flickor gör.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning använder AI-chattbotar för att få svar på frågor och språköversättning i lägre grad än andra ungdomar, men i högre grad för skojs skull och för att ha någon att prata med.

De som svarat att de brukar använda AI-chattbotar till "annat" har haft möjlighet att skriva vad de då använder AI till. Svaren är högst varierande men många kretsar kring lärande. Exempelvis för att hitta svar på frågor i skolan, skapa instuderingsmaterial, plugga till prov – särskilt matematik nämns – få idéer och inspiration till skolarbeten samt få saker förklarade för sig: "Framst använder jag snapchat ai om det är något i skolan som jag inte riktigt förstår. Då kan ai förklara för mig så att jag fattar bättre". Hjälp med programmering och skriva kod, bland annat till spel, nämn också av flera. Ett lite mer udda svar är "kärlekstips".

18. Spelar du datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta? (%)



Att spela spel på dator, konsol, mobiltelefon eller surfplatta är populärast i åldersgruppen 9-12. Därefter minskar andelen som spelar digitala spel med stigande ålder. I den yngsta gruppen är könsskillnaderna små men bland tonåringarna är det fler pojkar än flickor som spelar olika digitala spel.

Jämfört med 2022 har andelen spelare minskat med 5 procentenheter i åldersgrupperna 9-12 och 17-18. I den yngsta gruppen minskar andelen spelare bland både pojkar och flickor men i den äldsta är det nästan bara bland pojkarna. Andelen pojkar som spelar minskar även något i åldersgruppen 13-16 (5 procentenheter) medan andelen flickor som spelar ökar (7 procentenheter). Könsskillnaderna minskar därmed bland ungdomarna.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning spelar i något högre grad än andra. Skillnaden är störst i åldersgruppen 17-18 där 53 % av ungdomarna med psykisk funktionsnedsättning spelar digitala spel, jämfört med 41 % bland övriga ungdomar.

19. Vilka spel spelar du oftast? Skriv max tre stycken (%)

De som svarat ja på frågan om de spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta (diagram 18) har fått en följdfråga om vilka spel de oftast spelar. Svarsalternativen på frågan är alltså öppna och varje respondent kan skriva max tre spel. Vissa spel finns i flera olika versioner och om det inte framgår tydligt att det är en specifik version som avses har samtliga versioner slagits samman (till exempel *FIFA*).

I de följande tabellerna visar den första procentangivelsen hur stor andel av hela populationen som spelar spelet i fråga, talet inom parentes visar hur stor andel av barnen som spelar digitala spel som spelar just detta spel.

19 b. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta topp-fem, 9–12 (%)

9–12 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Roblox 42 % (54 %)	Roblox 34 % (42 %)	Roblox 52 % (67 %)
Fortnite 18 % (22 %)	Fortnite 30 % (38 %)	Block Blast 19 % (23 %)
Minecraft 17 % (21 %)	Brawl Stars 20 % (24 %)	Minecraft 14 % (18 %)
Brawl Stars 14 % (17 %)	Minecraft 19 % (23 %)	Toca Boca 10 % (13 %)
Block Blast 12 % (13 %)	EA Sports FC 11 % (14 %)	Brawl Stars 7 % (9 %)

Roblox är det i särklass populäraste spelet i åldersgruppen 9–12. Av de barn som spelar brukar över hälften spela *Roblox*, och bland flickorna är det ännu fler. *Roblox* är dock inte ett spel utan en plattform eller portal till många, sinsemellan olika, spel som kan passa barn i olika åldrar och det finns med bland de populäraste spelen från åldersgruppen 5–8 (se *Småungar & medier 2025*) till 17–18-årsåldern (diagram 19 d). Så har det varit även tidigare år och i åldersgruppen 9–12 är siffrorna för *Roblox* i princip desamma som i den förra undersökningen år 2022. *Minecraft*, som också är och har varit ett mycket populärt spel under flera år, har minskat något medan *Fortnites* popularitet ökat något sedan 2022. Dessa tre spel – *Roblox*, *Minecraft* och *Fortnite* – var de populäraste spelen redan 2018.

Multiplayerspelet *Brawl Stars* och pusselspelet *Block Blast* är helt nya på listan. Även fotbollsspelet *EA Sports FC* är nytt på pojkarnas lista och har ersatt *FIFA* som varit bland topp-fem under tidigare år.

Trots att några få spel är populära bland stora delar av populationen så är det en lång totallista på spel som barnen nämnt, varav några nämns enstaka gånger. Totalt nämns cirka 310 olika spel i åldersintervallet 9–12.

19 c. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta topp-fem, 13–16 (%)

13–16 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Block Blast 21 % (32 %)	Fortnite 23 % (34 %)	Block Blast 34 % (57 %)
Roblox 19 % (30 %)	Minecraft 14 % (21 %)	Roblox 26 % (43 %)
Fortnite 13 % (21 %)	Roblox 12 % (19 %)	Hay Day 9 % (16 %)
Minecraft 8 % (14 %)	Brawl Stars 9 % (14 %)	Sims 4 % (7 %)
Hay Day, Brawl Stars 5 % (8 %)	Block Blast, EA Sports FC, GTA 7 % (10 %)	Genshin Impact 4 % (7 %)

Pusselspelet *Block Blast* är det populäraste spelet i åldersgruppen 13–16 totalt och bland flickor. Bland pojkarna är *Fortnite* populärast. *Block Blast* lanserades i slutet av 2022 och har därmed på ganska kort tid blivit populärare än de tre spel – *Roblox*, *Minecraft* och *Fortnite* – som toppade listan år 2022. Det betyder dock inte att andelarna som spelar dessa spel har minskat. Tvärtom har andelen som spelar *Roblox* ökat bland både pojkar och flickor medan andelarna som spelar *Minecraft* och *Fortnite* har ökat bland pojkarna. Flickor spelar *Block Blast* i betydligt högre grad än vad pojkar gör och det är de som driver upp andelen spelare av *Block Blast* i åldersgruppen totalt.

Flickor spelar även simuleringsspelet *Sims*, bondgårdsspelet *Hay Day* och actionrollspelet *Genshin Impact* i högre grad än pojkar. Flickor med psykisk funktionsnedsättning spelar *Sims* och *Star Stable* i högre grad, men *Hay Day* i lägre grad, än andra flickor. Pojkar med psykisk funktionsnedsättning spelar *Roblox* och pusselspelet *Block Blast* i högre grad, men *Brawl Stars* i lägre grad än andra pojkar.

Totalt nämner ungdomarna i åldersgruppen 13–16 cirka 271 speltitlar.

19 d. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta topp-fem, 17–18 (%)

9–12 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Block Blast 9 % (20 %)	Minecraft 10 % (21 %)	Block Blast 14 % (34 %)
Minecraft 8 % (19 %)	Fortnite 8 % (18 %)	Hay Day 11 % (25 %)
Hay Day 6 % (14 %)	GTA 8 % (17 %)	Minecraft 7 % (17 %)
Fortnite 5 % (12 %)	Counter-strike 6 % (13 %)	Roblox 6 % (15 %)
Roblox 5 % (11 %)	EA Sports FC 5 % (7 %)	Sims 6 % (14 %)

Även i den äldsta gruppen har pusselspelet *Block Blast* blivit populärast bland flickor och (därmed) i åldersgruppen totalt. *Minecraft* är populärast bland

pojkarna, följt av *Fortnite* och *Grand Theft Auto (GTA)*. *FIFA* toppade pojkarnas lista år 2022 men finns inte längre med alls, däremot *FIFA*-afterföljaren *EA Sports FC*. *Sims*, *Minecraft*, *Hay Day* och *Roblox* var med på flickornas lista även år 2022.

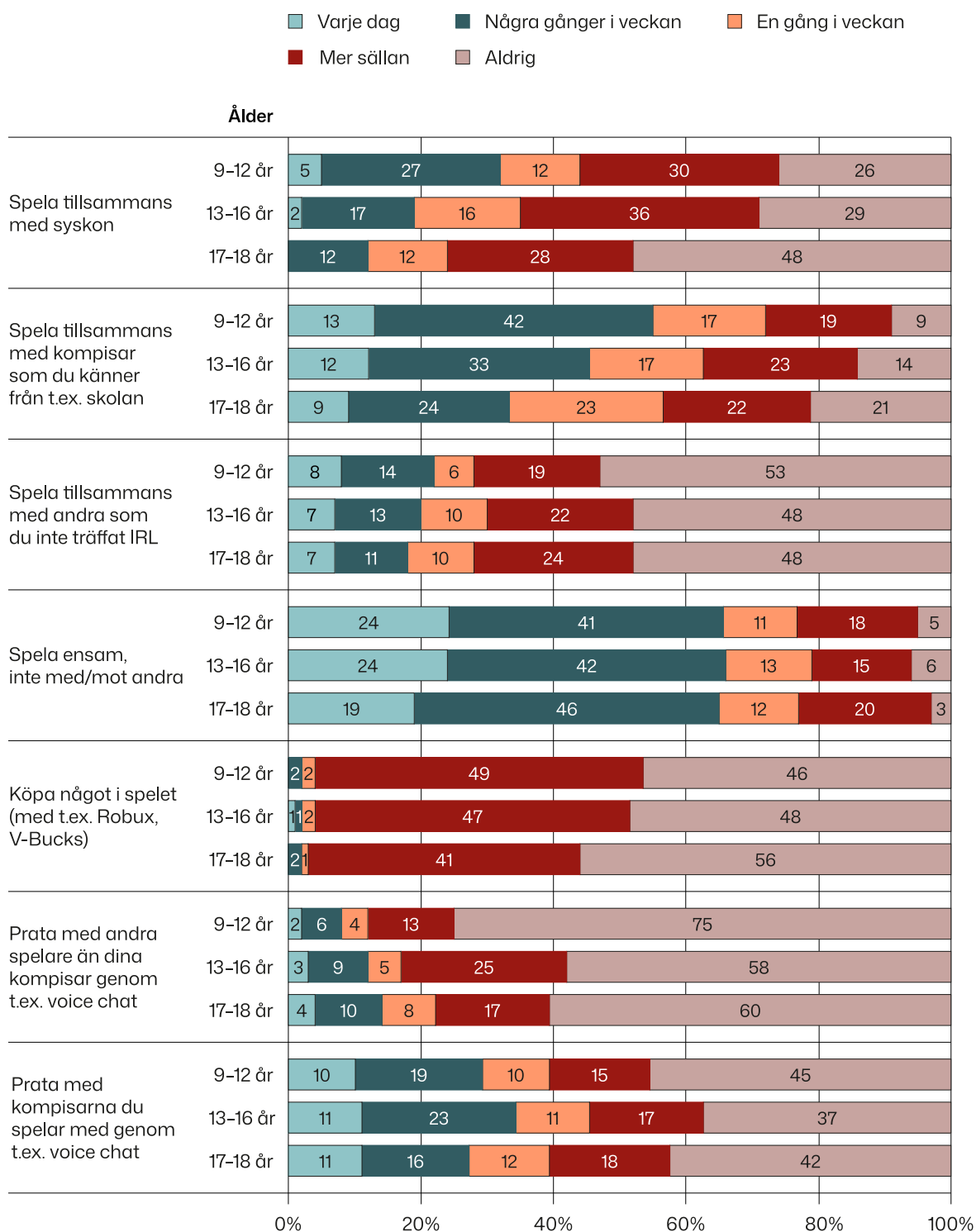
Som tidigare nämnts spelar pojkar i högre grad än flickor men könsskillnaderna bland tonåringarna har minskat jämfört med tidigare år. Vi vet inte varför men en möjlig förklaring kan vara pusselspelet *Block Blast* som verkar ha blivit mycket populärt bland framför allt flickor sedan det lanserades i slutet av 2022. Spelet kräver ingen internetuppkoppling och kan därför spelas var som helst, vilket kan vara en bidragande förklaring till dess popularitet. Att det tilltalar flickor mer än pojkar skulle i sin tur kunna vara en förklaring till att andelen spelare inte minskat bland flickor (men bland pojkar) sedan 2022.

Flickor med psykisk funktionsnedsättning spelar *Sims*, *Minecraft* och *Genshin Impact* i högre grad, men *Block Blast* i lägre grad, än andra flickor. Pojkar med psykisk funktionsnedsättning spelar *League of Legends* i högre grad, men *GTA* och *Counter-strike*, i lägre grad än andra pojkar.⁷

Totalt nämner ungdomarna i åldersgruppen 17–18 cirka 123 speltitlar. Här finns ett mönster som iakttagits tidigare år på så sätt att antalet spel som nämns minskar med stigande ålder, från totalt 310 olika spel i åldersgruppen 9–12. Samtidigt som andelen ungdomar som spelar spel minskar med stigande ålder så minskar även antalet speltitlar.

⁷ För mer information om affärsmodeller och andra eventuellt problematiska inslag i *GTA online*, *Genshin Impact*, *Counter-strike*, *Fortnite*, *Roblox*, *Sims* och *Brawl Stars*, se [Kollaspelet - en guide till pengafällor i spel](https://kollaspelet.se/en-guide-till-pengafallor-i-spel) - [Kollaspelet.se](https://kollaspelet.se)

20. När du spelar, ungefär hur ofta brukar du... (%)



Frågan har bara besvarats av de som svarat ja på frågan om de spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta (diagram 18).

Avsikten med frågan är att få en uppfattning om hur mycket barn och unga interagerar med andra personer när de spelar och hur vanligt det är med köp i spel. Både köp och social interaktion i spel kan ha såväl positiva som negativa sidor. Att spela med kompisar eller syskon och kanske även kunna prata med dem genom till exempel röstchatt (voice chat) medan man spelar kan ge en ytterligare dimension till spelupplevelsen. Att prata med personer som man inte har träffat utanför spelen kan också vara positivt men det kan även medföra vissa risker om man inte vet vem personen egentligen är. Det finns till exempel möjligheter för vuxna att ta otillbörlig kontakt med barn den vägen. Köp i spel kan vara roligt för barnet (och ge fördelar i spelet), men det medför extra kostnader som alla hushåll inte kan eller vill bära. I vissa spel finns dessutom gambling-inslag, det vill säga spel om pengar eller värdefulla föremål, vilket i sig kan vara problematiskt (André, 2024).

I alla åldersgrupper spelar drygt 60 % själva, inte med eller mot andra, varje dag eller några gånger i vecka. Detta är den vanligaste spelformen, följt av att spela tillsammans med kompisar som man känner från till exempel skolan. I åldersgruppen 9–12 är det över hälften av spelarna som spelar med kompisar varje dag eller några gånger i veckan, vilket sedan minskar med stigande ålder.

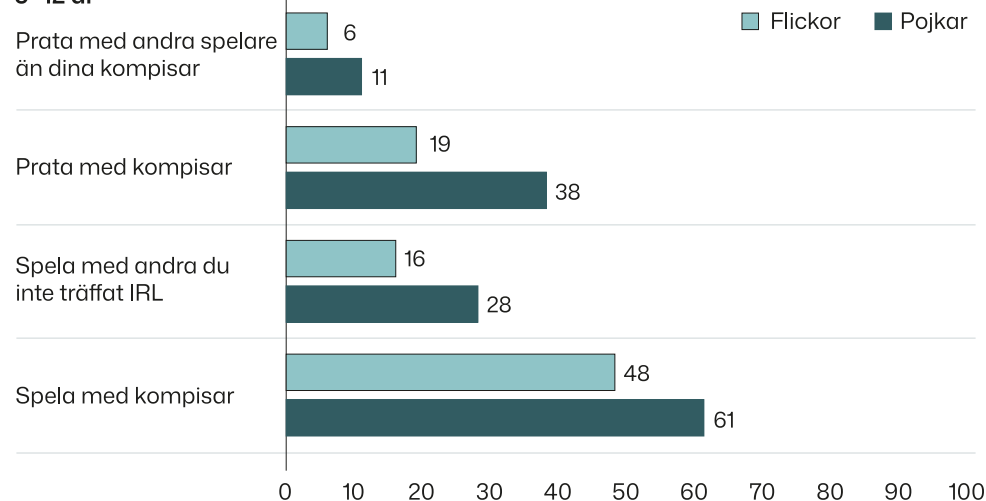
Som tidigare nämnts minskar andelen som över huvud taget spelar digitala spel med 5 procentenheter i åldersgrupperna 9–12 och 17–18, jämfört med 2022. I den yngsta gruppen är det spelande tillsammans med syskon som minskar och i den äldsta gruppen är det både spelande tillsammans med kompisar och tillsammans med personer man inte träffat IRL som minskar.

Omkring 30 % pratar med kompisarna de spelar med varje dag eller några gånger i veckan. Det är ovanligare att prata med personer som barnen och ungdomarna inte känner IRL, men det ökar något med stigande ålder. Jämfört med 2022 minskar andelarna som pratar med kompisar eller andra spelare något i alla åldersgrupper.

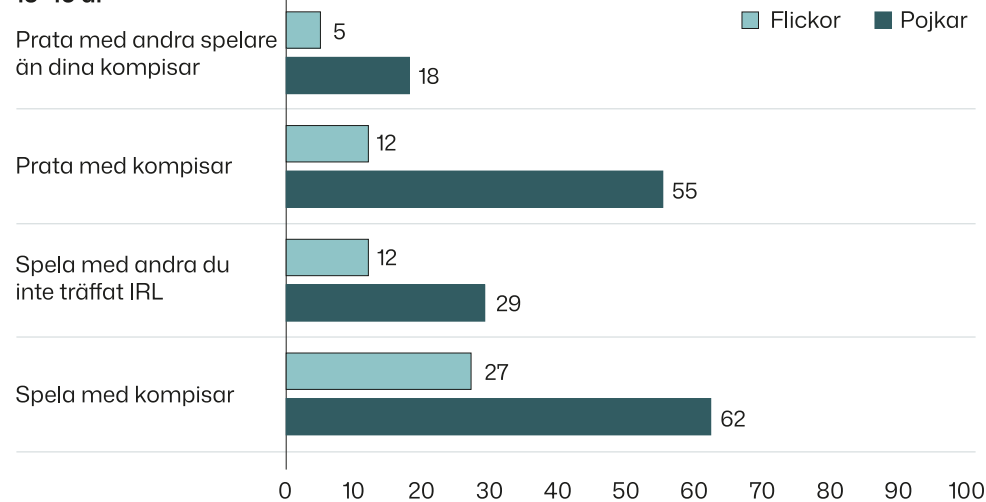
Mellan 53 % och 44 % köper någon gång saker i spelen, men köpen sker sällan. Barn i åldersgruppen 9–12 gör köp i högre grad än äldre, men jämfört med 2022 har andelen som köper saker minskat med 7 procentenheter i åldersgruppen.

20 b. Brukar dagligen eller några gånger i veckan när de spelar, kön (%)

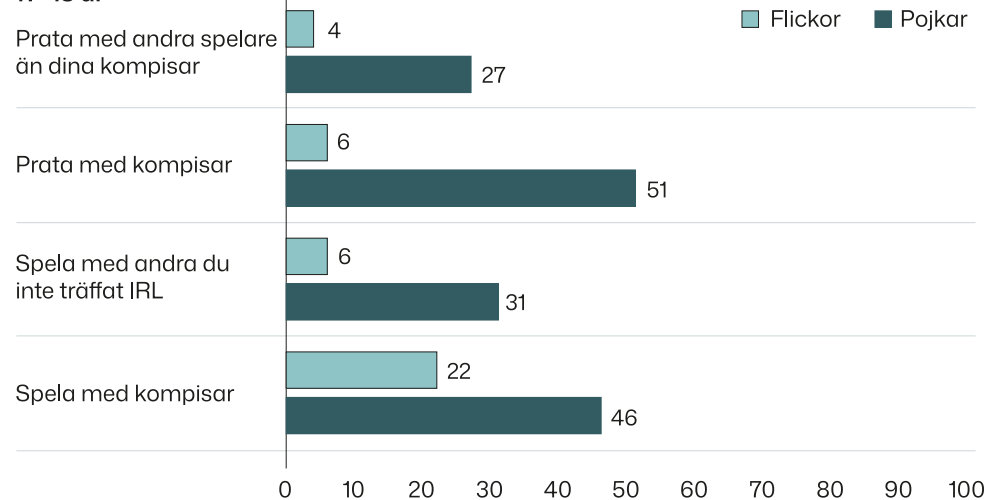
9–12 år



13–16 år



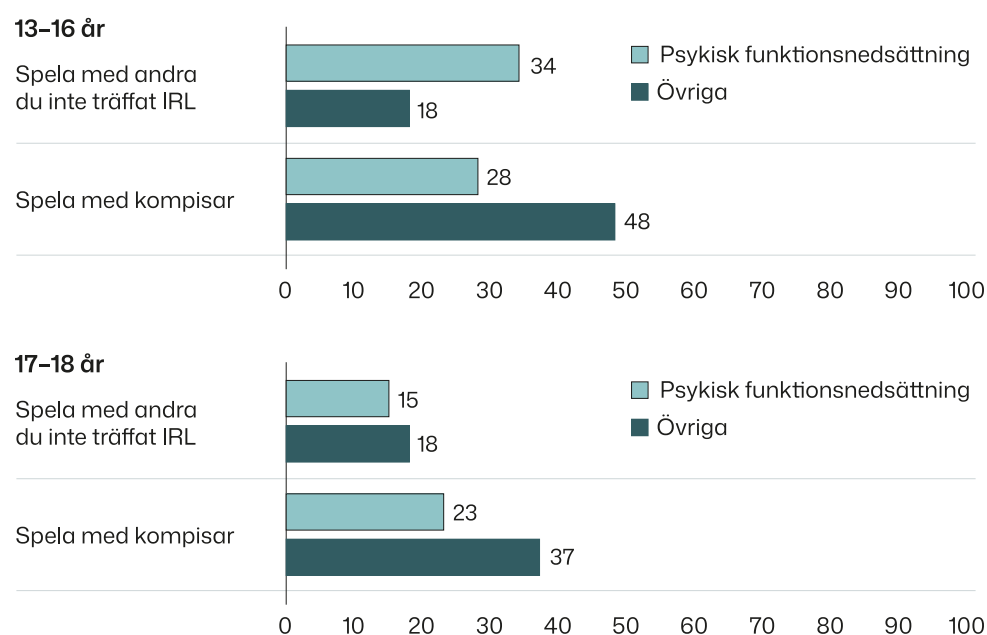
17–18 år



Det finns tydliga könsskillnader i samtliga åldersintervall. Pojkar spelar i högre grad tillsammans med både kompisar de känner från till exempel skolan och med personer de inte känner IRL. Pojkar uppger i högre grad än flickor att de dagligen eller några gånger i veckan pratar med andra, medan betydligt större andelar av flickorna aldrig pratar med andra när de spelar. Flickor svarar även i högre grad än pojkar att de aldrig köper något i spel. Pojkar interagerar alltså mer med andra personer i digitala spel och spelandet verkar på så sätt vara en mer social aktivitet för pojkar än för flickor.

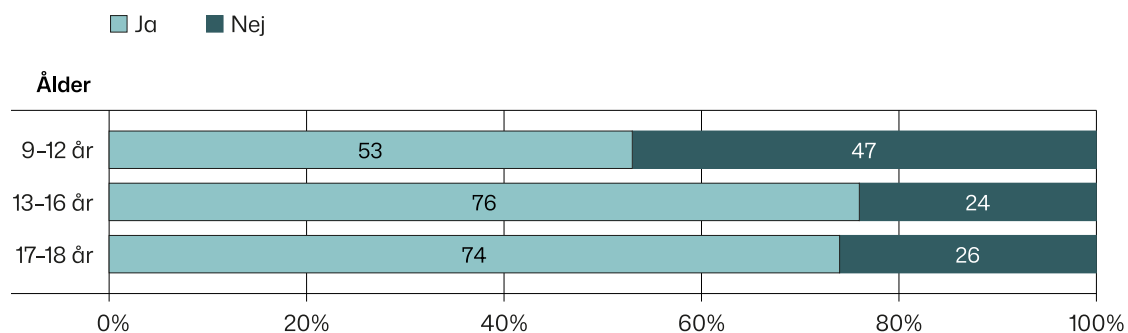
Dessa mönster fanns även 2022, vilket var första gången som frågan ställdes. De mest markanta förändringarna sedan dess finns bland flickor i åldersgruppen 17-18, då de nästan helt upphört med att spela och prata med personer de inte känner IRL. Andelarna som pratar med kompisar de känner har också minskat, med cirka 20 procentenheter. Flickor i åldersgruppen 17-18 spelar fortfarande med kompisar som de känner, men i alla andra avseenden har interaktionen med andra spelare minskat märkbart.

20 c. Brukar dagligen eller några gånger i veckan när de spelar, psykisk funktionsnedsättning och övriga (%)



Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning spelar med kompisar de känner från till exempel skolan i lägre grad än andra ungdomar. I 13-16-årsåldern spelar ungdomar med psykisk funktionsnedsättning i högre grad med andra som de inte känner IRL. Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning svarar även i högre grad än andra att de aldrig pratar med kompisar eller andra spelare när de spelar digitala spel.

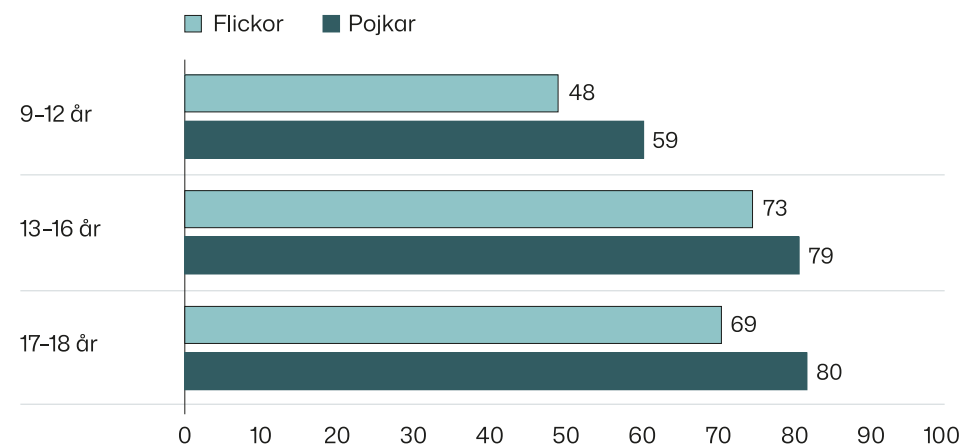
21. Följer du några kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande? (%)



Över hälften av barnen i åldersintervallet 9-12 och tre fjärdedelar av tonåringarna följer någon eller några kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande. Jämfört med år 2022 är det ingen nämnvärd förändring.

I alla åldersgrupper följer pojkar i något högre grad än flickor någon på Youtube, Twitch eller liknande (diagram 21 b). Det finns inga betydande skillnader mellan ungdomar med psykisk funktionsnedsättning och övriga.

21 b. Följer någon eller några kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande, kön (%)



22. Vilka kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande följer du? Skriv max tre stycken (%)

De som svarat att de följer kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande (diagram 21) har fått en följdfråga om vilka dessa kanaler/användare/influencers är. Frågan har öppna svarsalternativ och varje respondent kan skriva max tre. Alla har inte fyllt i något namn, ändå är det totalt hundratals namn som lämnats in. I åldersintervallet 9–12 anges cirka 582 unika namn, i åldern 13–16 nämns 709 och i åldern 17–18 nämns 319. Det är alltså stor variation i alla åldersgrupper och vissa kanaler/användare/influencers nämns bara av en eller ett par personer.

Tabellerna nedan redovisar topp-fem-listor över vilka som främst följs i varje åldersgrupp totalt och fördelat på kön. Dessa kanaler har varierande karaktär och innehåll, alltifrån "Let's play"-videor, vilket är filmer där en person spelar spel och samtidigt kommenterar det som sker (till exempel *Duno*, *Keebabb*), till mode och livsstil (till exempel *Bianca Ingrosso*), humorklipp (till exempel *Ijustwanttobecool*) m.m. Flera namn återkommer från tidigare år.

I de följande tabellerna visar den första procentangivelsen hur stor andel av hela populationen som följer kanalen/användaren/influencern, talet inom parentes visar hur stor andel av de som svarat ja på fråga 21 ovan som följer just denna influencer (dvs. andelen av de som följer några kanaler/användare/influencers).

22 b. Influencers/kanaler topp-fem, 9–12 (%)

9–12 år, samtliga	Pojkar	Flickor
MrBeast 5 % (10 %)	MrBeast 9 % (15 %)	The Swedish Family 6 % (12 %)
I Just want to be cool 5 % (9 %)	I Just want to be cool 7 % (11 %)	Familjen Lundell 4 % (9 %)
The Swedish Family 3 % (5 %)	Keebabb 4 % (7 %)	I Just want to be cool 3 % (6 %)
Familjen Lundell 3 % (5 %)	Duno 3 % (6 %)	Jordan Matter 2 % (5 %)
Duno 2 % (5 %)	Yumi & Tomu 3 % (4 %)	Tilda Törnqvist 2 % (5 %)

Den amerikanska Youtubern *MrBeast* och den svenska humorgruppen *Ijust-wanttobecool* (*IJWTBC*) var populärast år 2022 och de ligger fortfarande högst totalt och bland pojkar i åldern 9–12. Både *MrBeast* och *IJWTBC* har varit aktiva i mer än ett decennium och har vuxit till koncept och varumärken som omfattar mycket mer än enstaka kanaler på Youtube. *MrBeast* har exempelvis flera kanaler med olika profil samt onlinebutik med merchandise och beskrivs som den privatperson på Youtube som har flest prenumeranter. *MrBeast* ägnar sig framför allt åt att testa olika saker och genomföra utmaningar ("internet challenges", "stunts") på sin huvudkanal och organiserar tävlingar tillsammans med sponsorer. *IJWTBC* har publicerat böcker som blivit fram-

gångsrika i både tryck- och ljudboksformat och som filmatiseras under 2025 (*Skurkarnas skurk*, Strive Stories och SF Studios). De har även medverkat i flera tv-program och driver sedan 2020 en podcast som i skrivande stund (våren 2025) är bland de mest lyssnade på Spotify.

Bland flickorna är två andra svenska kanaler/influerares något populärare än *IJWTBC: The Swedish family* och *Familjen Lundell*. *Familjen Lundell* är ny på topp fem, men Joakim och Jonna Lundell som ligger bakom *Familjen Lundell* har varit populära under många år och under olika namn. Både tillsammans och var för sig.

Av de övriga kanalerna/influerna som nämns kretsar tre (*Duno*, *Keebabb* samt *Yumi & Tomu*) kring datorspel med många videos av karaktären "Let's play" där tittaren följer med på spelrundor med inslag av humor, tips och råd. *Duno* och *Keebabb* följs framför allt av pojkar men *Yumi & Tomu* har även många flickor bland följarna.

22 c. Influencers/kanaler topp-fem, 13–16 (%)

13–16 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Emil Hansius 6 % (8 %)	MrBeast 7 % (9 %)	Familjen Lundell 9 % (13 %)
Familjen Lundell 6 % (7 %)	I Just want to be cool 4 % (5 %)	Emil Hansius 9 % (13 %)
I Just want to be cool 5 % (6 %)	Emil Hansius 3 % (3 %)	Bianca Ingrosso 6 % (7 %)
MrBeast 4 % (5 %)	JLC 3 % (4 %)	JLC 6 % (8 %)
JLC 4 % (6 %)	Kai Cenat 3 % (4 %)	I Just want to be cool 5 % (8 %)

MrBeast, *Familjen Lundell* och *IJWTBC* är även bland de populäraste i åldersgruppen 13–16. Allra populärast totalt är den svenska Youtubern *Emil Hansius*, som också var med på listan 2022. *JLC* är, liksom *IJWTBC*, en svensk humorgrupp med kanal på Youtube, podcast, musikproduktion och medverkan i tv-program. *Kai Cenat* är en amerikansk Youtuber och onlinestreamer på Twitch, även han med fokus på humor.

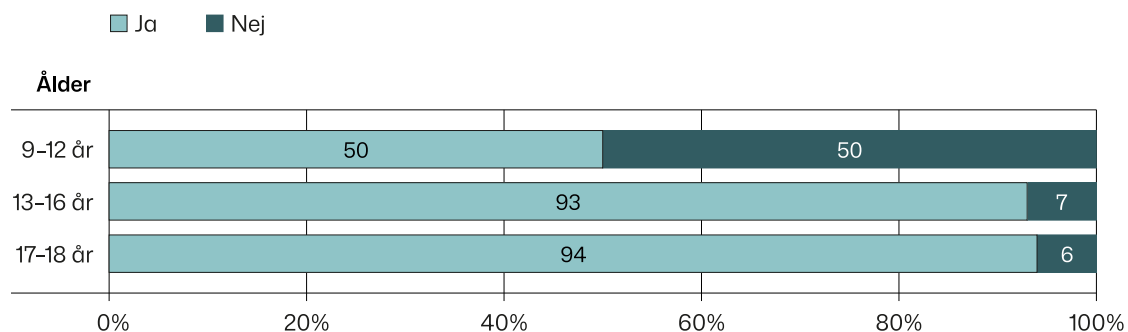
22 d. Influencers/kanaler topp-fem, 17-18 (%)

17-18 år, samtliga	Pojkar	Flickor
JLC 8 % (11 %)	Sidemen 7 % (9 %)	Familjen Lundell 13 % (19 %)
Familjen Lundell 7 % (10 %)	MrBeast 5 % (6 %)	JLC 11 % (16 %)
Emil Hansius 5 % (7 %)	JLC 4 % (5 %)	Emil Hansius 8 % (11 %)
Sidemen 4 % (5 %)	Sampev2 4 % (5 %)	Bianca Ingrosso 7 % (10 %)
Bianca Ingrosso 4 % (5 %)	Pewdiepie 3 % (4 %)	Anis Don Demina 5 % (7 %)

Flera namn på 17-18-åringarnas topplistor återkommer från de yngre åldersgrupperna och från tidigare år. Den brittiska Youtube-gruppen *Sidemen*, som ligger överst på pojkarnas lista hade samma placering i den förra undersökningen år 2022. Varken *JLC*, *Familjen Lundell* eller *Bianca Ingrosso* fanns dock med på 17-18-åringarnas listor år 2022. Men den största förändringen jämfört med tidigare år är att *Therese Lindgren* inte längre finns med på någon av topplistorna, inte i någon av åldersgrupperna. I alla undersökningar sedan 2016 har *Therese Lindgren* legat överst totalt och bland flickorna i båda åldersgrupperna 13-16 och 17-18 men hamnar nu betydligt längre ner.

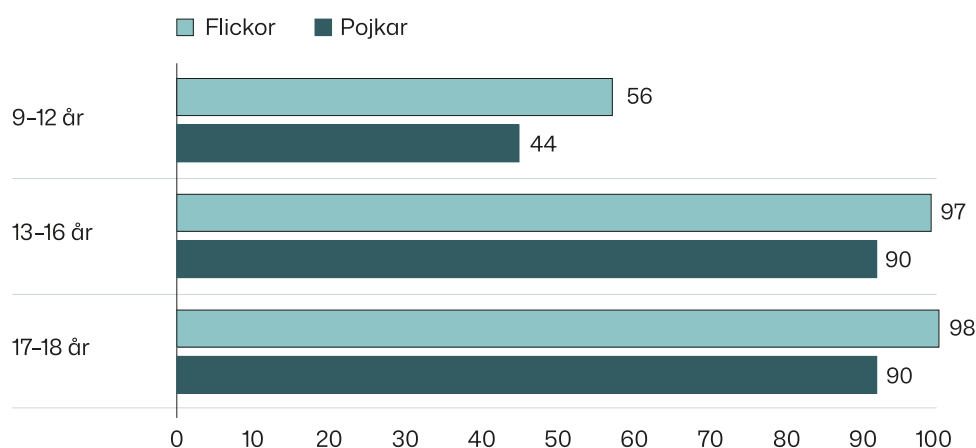
Skulle man avslutningsvis försöka ge en övergripande karaktärisering av de populäraste kanalerna/användarna/influerna nu består innehållet ofta av en mix av utmaningar där profilerna testar olika saker ("internet challenges"), reagerar på och kommenterar aktuella företeelser på till exempel sociala medier ("reacts"), gaming, tävlingar, sponsorsamarbeten och mycket humor, varav några utgör de allra största kanalerna på Youtube internationellt. Det är professionell underhållning.

23. Använder du sociala medier? T.ex. Instagram, Facebook, Snapchat, Tiktok (%)



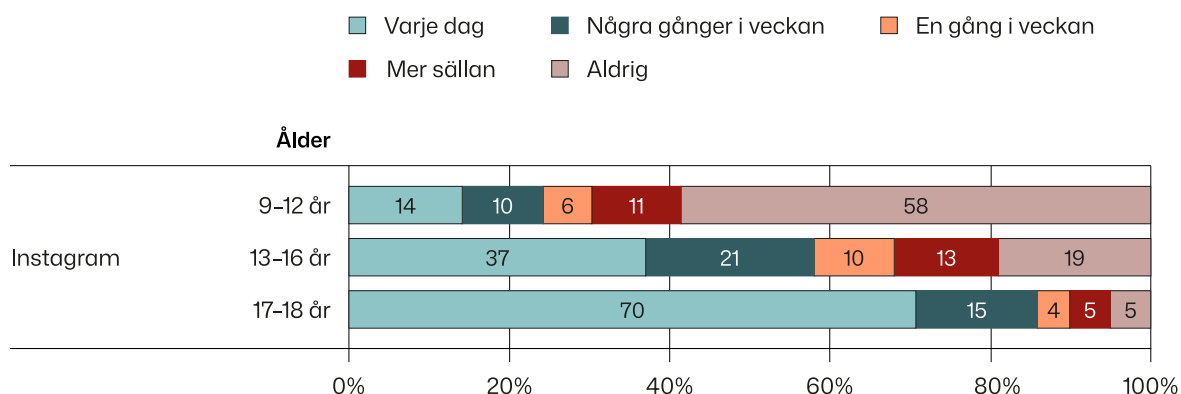
De flesta tonåringar använder sociala medier och så har det varit under flera år nu. Andelarna som använder sociala medier i åldersintervallen 13–16 och 17–18 har inte förändrats nämnvärt sedan 2016. I åldersintervallet 9–12 har användningen däremot minskat markant de senaste åren. Det är nu hälften av barnen i åldersgruppen 9–12 som använder sociala medier, vilket är en minskning med 10 procentenheter sedan 2022 och med 20 procentenheter sedan år 2020. År 2014 använde 56 % i åldersgruppen 9–12 sociala medier, så andelen användare är alltså lägre nu än för ett decennium sedan. Längre tillbaka i tiden är det vanligare att jämföra eftersom både medielandskapet och frågeformuleringen förändrats.

23 b. Använder sociala medier, kön (%)

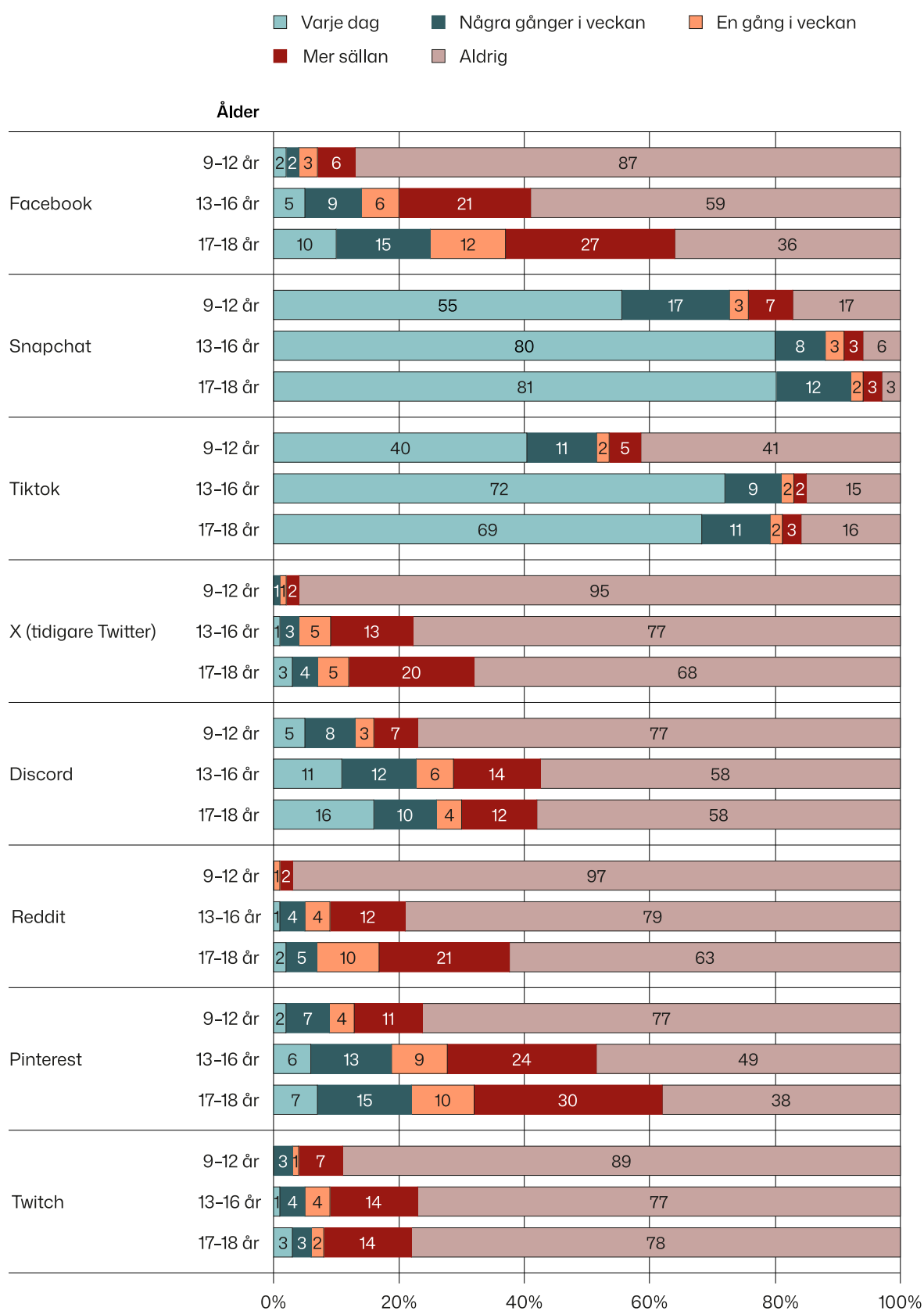


I alla åldersgrupper använder fler flickor än pojkar sociala medier, vilket är ett välbekant mönster (diagram 23 b). Pojkar med psykisk funktionsnedsättning använder sociala medier i något lägre grad än andra pojkar i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 år (skillnaden är över 20 procentenheter i den äldsta gruppen).

24. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du använda följande sociala medier? (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Frågan har bara besvarats av dem som uppgett att de använder sociala medier, det vill säga "ja" i diagram 23, vilket innebär de flesta tonåringar men bara hälften av barnen i åldersgruppen 9-12.

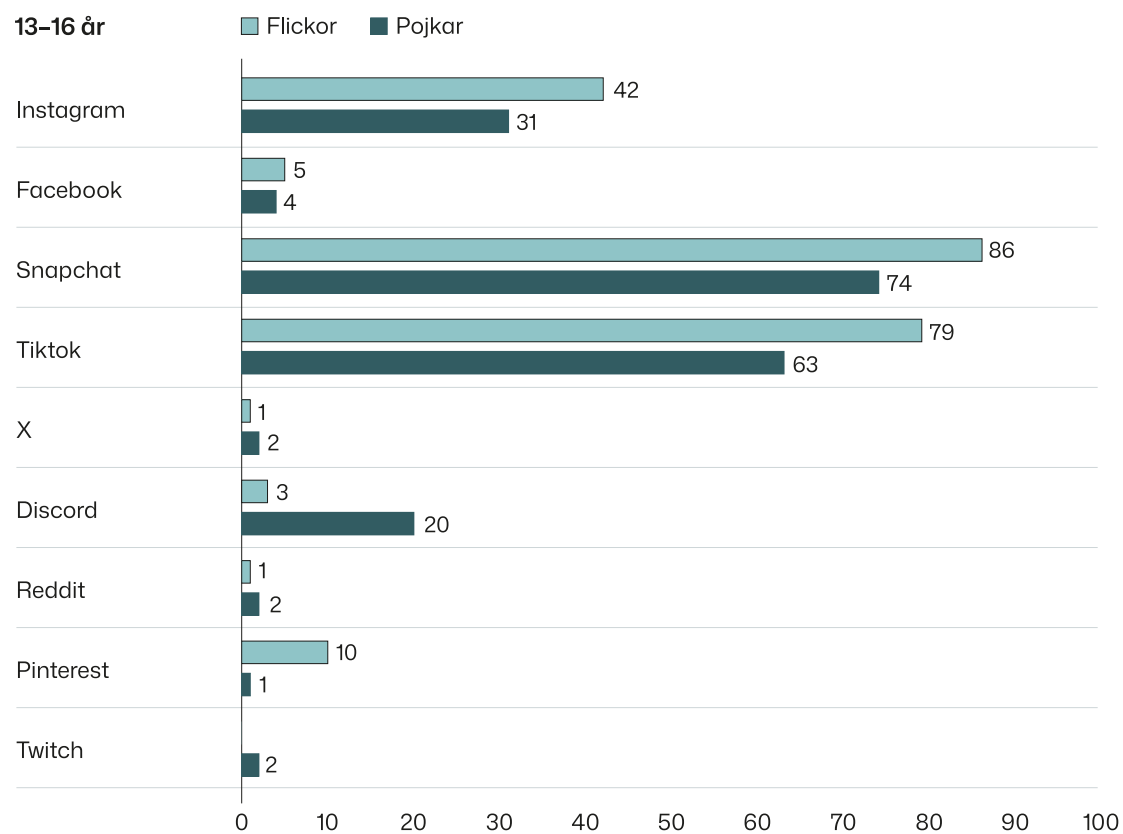
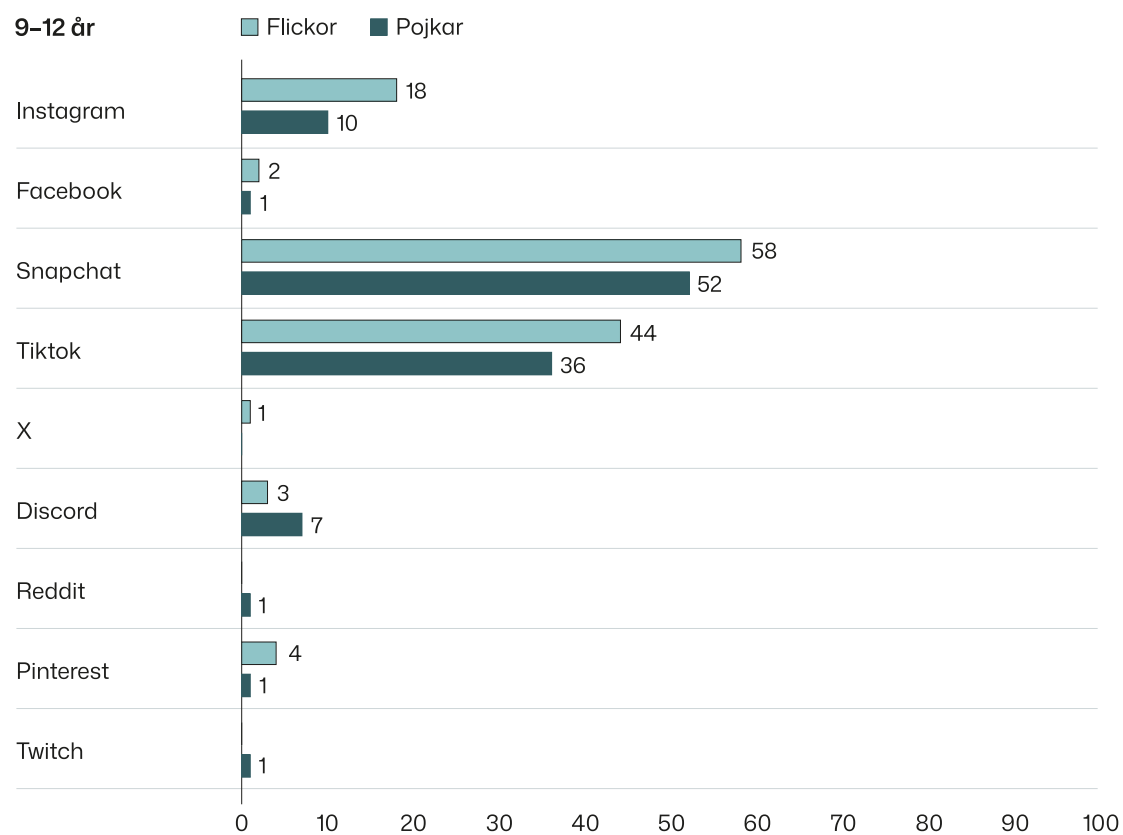
Snapchat, Tiktok och Instagram är de mest använda sociala medieplattformarna i alla åldersintervall. Omkring 70-80 % av tonåringarna använder dessa plattformar dagligen. I den yngre gruppen använder drygt hälften av sociala medie-användarna Snapchat dagligen, medan den dagliga användningen av Instagram och Tiktok är lägre. Andra sociala medieplattformar används i betydligt lägre grad av barn och ungdomar, men ökar med stigande ålder.

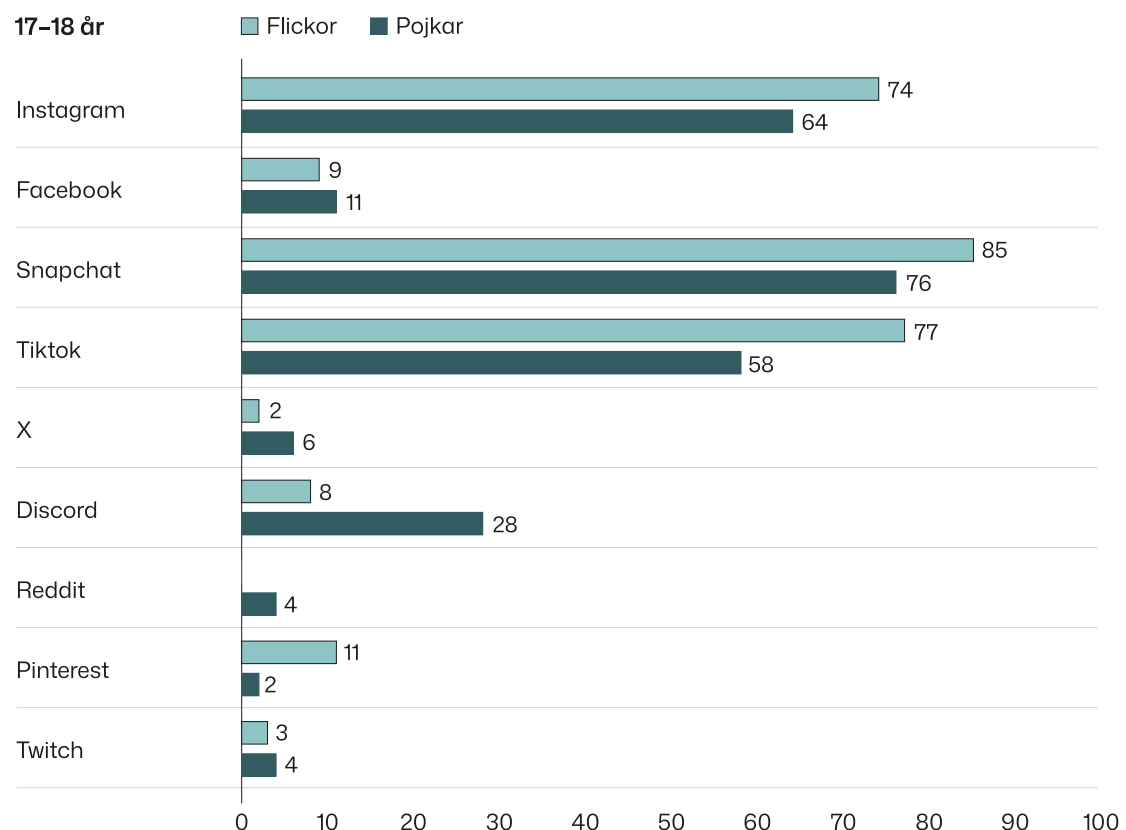
Dessa mönster är återkommande från tidigare års undersökningar och resultaten är generellt mycket näraliggande år 2022, med några undantag. Den mest iögonfallande förändringen gäller användningen av Tiktok i åldersgruppen 9-12. Här minskar den *dagliga* användningen av Tiktok med 15 procentenheter, och även den totala andelen användare minskar från 73 % till 58 %. Det kan alltså konstateras att användningen av sociala medier i åldersgruppen 9-12 har minskat generellt, och den plattform som har tappat flest användare är Tiktok. Den minskade användningen av Tiktok gäller både flickor och pojkar.

Bland tonåringarna ökar andelen användare av Pinterest. I åldersgruppen 17-18 ökar även andelen som använder Reddit, samtidigt som den *dagliga* användningen av Tiktok och Instagram ökar något.

Frågan om Twitch har inte ställts tidigare så här saknas jämförelsedata.

24 b. Använder dagligen, kön (%)



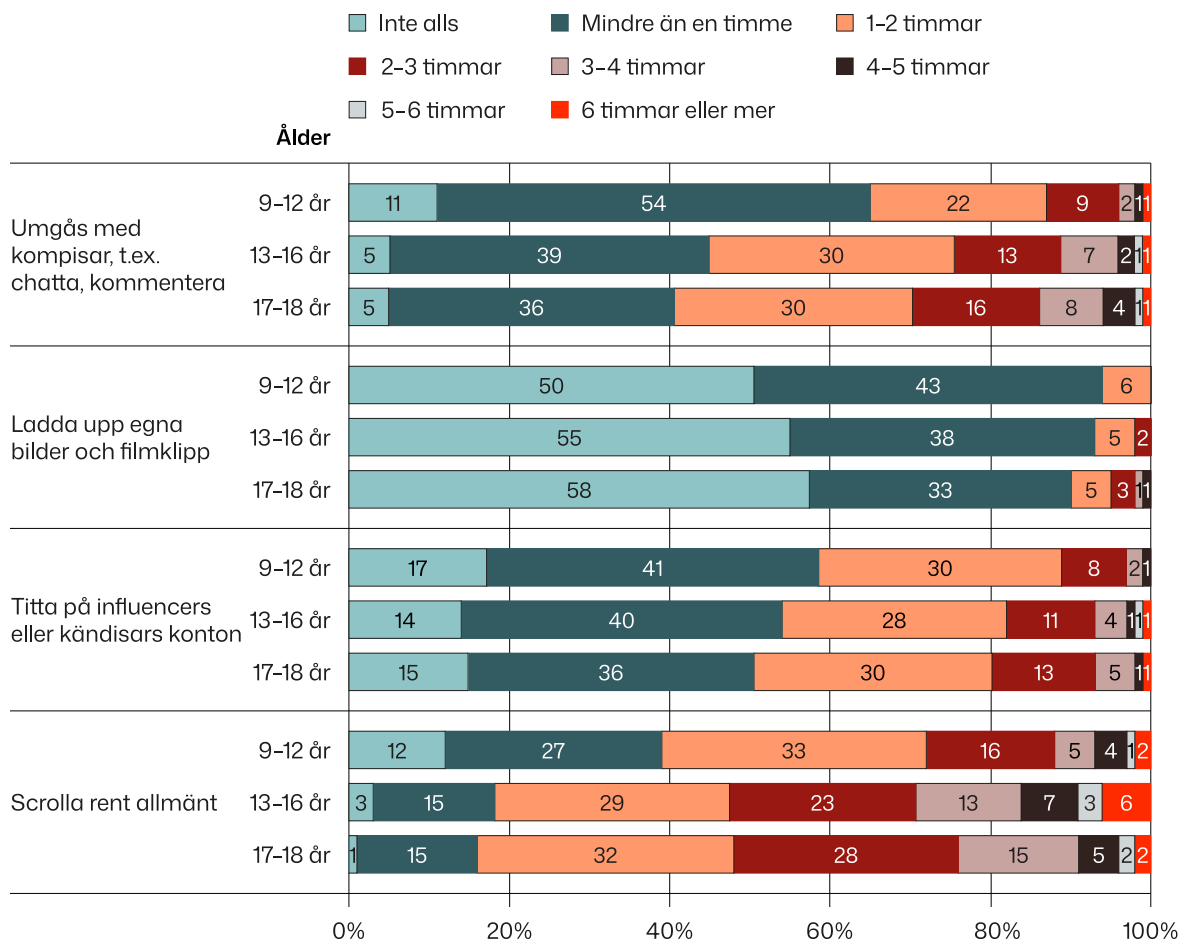


Snapchat är den populäraste plattformen bland både pojkar och flickor i alla åldersgrupper, följt av Tiktok samt Instagram (främst i den äldsta åldersgruppen). Men för några av de sociala medier som frågan omfattar finns likväl tydliga könsskillnader i användningen. I alla åldersgrupper är det större andelar av flickorna som är dagliga användare av Instagram, Snapchat, Tiktok och Pinterest, medan större andelar av pojkarna är dagliga användare av Discord. Pojkar i tonåren använder även Reddit, X och Twitch något mer än flickor men den dagliga användningen av dessa plattformar är generellt mycket låg (diagram 24 b). Dessa mönster har även iakttagits i tidigare undersökningar.

Discord är en funktion för gruppchatt, med temabaserade röstkanaler där man kan skapa grupper med sina kompisar och andra. Den används ofta för att prata med vänner som man samtidigt spelar datorspel med. Som tidigare konstaterats spelar pojkar i högre grad än flickor datorspel tillsammans med kompisar eller andra personer som de inte träffat IRL samt pratar med dessa genom röstchatt (diagram 20 b). Att pojkar använder Discord i högre grad än flickor förklaras alltså av att de spelar datorspel tillsammans med andra i högre grad än flickor. Twitch är också en spel-relaterad plattform, med kanaler för bland annat live-streaming av datorspel och e-sport. Cirka 40 % av pojkarna i tonåren använder Twitch ibland.

Den dagliga användningen av Tiktok och Snapchat är något lägre bland ungdomar med psykisk funktionsnedsättning, medan användningen av Discord är något högre.

25. När du använder sociala medier en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du... (%)

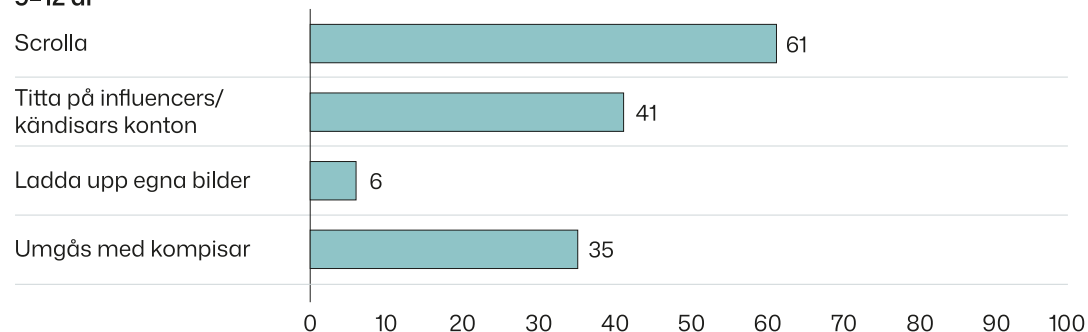


Frågan har bara besvarats av dem som uppgett att de använder sociala medier, det vill säga "ja" i diagram 23, vilket innebär de flesta tonåringar men bara hälften av barnen i åldersgruppen 9-12.

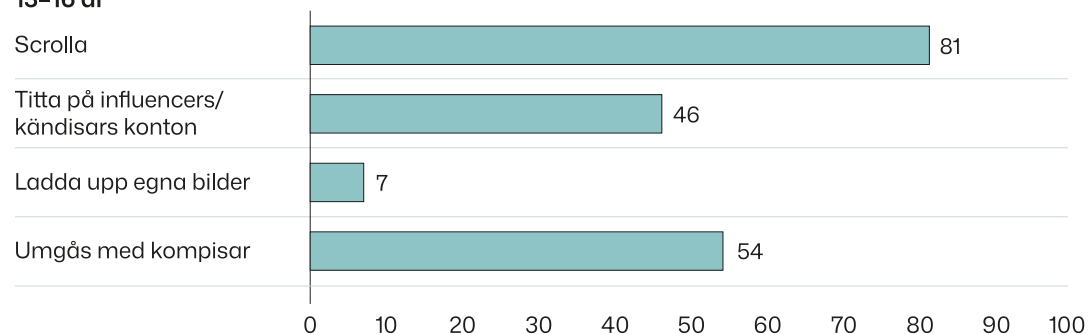
Diagram 25 beskriver ungefär hur lång tid barnen som använder sociala medier brukar umgås med kompisar genom chatt och kommentarer, ladda upp egna bilder och filmklipp, titta på influencers eller kändisars konton och scrolla rent allmänt. De flesta som använder sociala medier ägnar inte mer än tre timmar en vanlig dag åt någon av de aktiviteter eller funktioner som frågan omfattar. Om de ägnar mer än tre timmar åt någon av aktiviteterna så är det främst allmänt scrollande. I åldersgruppen 9-12 är det 12 %, i åldersgruppen 13-16 är det 30 % och i åldersgruppen 17-18 är det 24 % som scollar allmänt mer än tre timmar per dag. 12-13 % av tonåringarna, men bara 3 % i åldersgruppen 9-12, umgås mer än tre timmar per dag med kompisar på sociala medier. Det som barnen ägnar minst tid åt (mindre än en timme), eller inte gör alls, är att ladda upp egna bilder och filmklipp på sociala medier.

25 b. Brukar använda minst 1-2 timmar en vanlig dag på sociala medier åt att... (%)

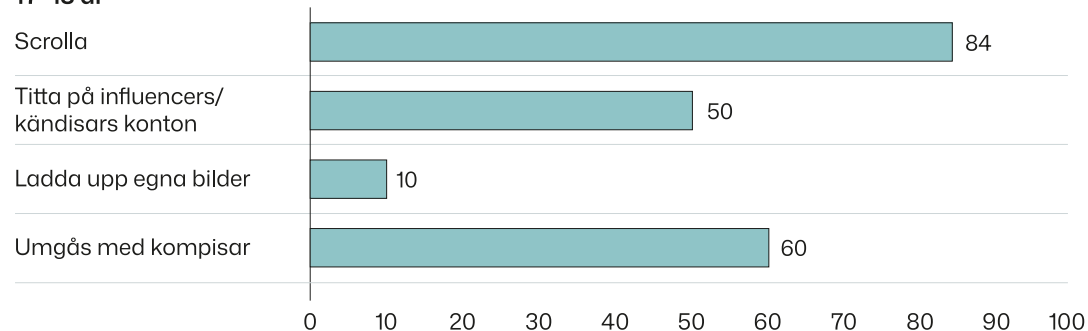
9-12 år



13-16 år



17-18 år



I diagram 25 b har svarsalternativen 1-2 timmar till och med 6 timmar eller mer slagits samman. Diagrammet visar på så sätt hur stora andelar av barnen i de olika åldersintervallen som ägnar minst 1-2 timmar åt de olika aktiviteterna.

Scrolla rent allmänt är, som nämnts, det som flest barn i alla åldersintervall ägnar mest tid åt. Andelarna som ägnar minst 1-2 timmar åt scrollande har ökat något i alla åldersgrupper sedan 2022. I åldersgruppen 17-18 har även andelen som ägnar minst 1-2 timmar åt att titta på influencers och kändisars konton ökat. Både att titta på influencers och kändisars konton samt att umgås med kompisar i sociala medier är aktiviteter som barnen ägnar förhållandevis mycket tid åt. Alla aktiviteter på sociala medier ökar med stigande ålder.

25 c. Brukar göra följande på sociala medier, kön (%)

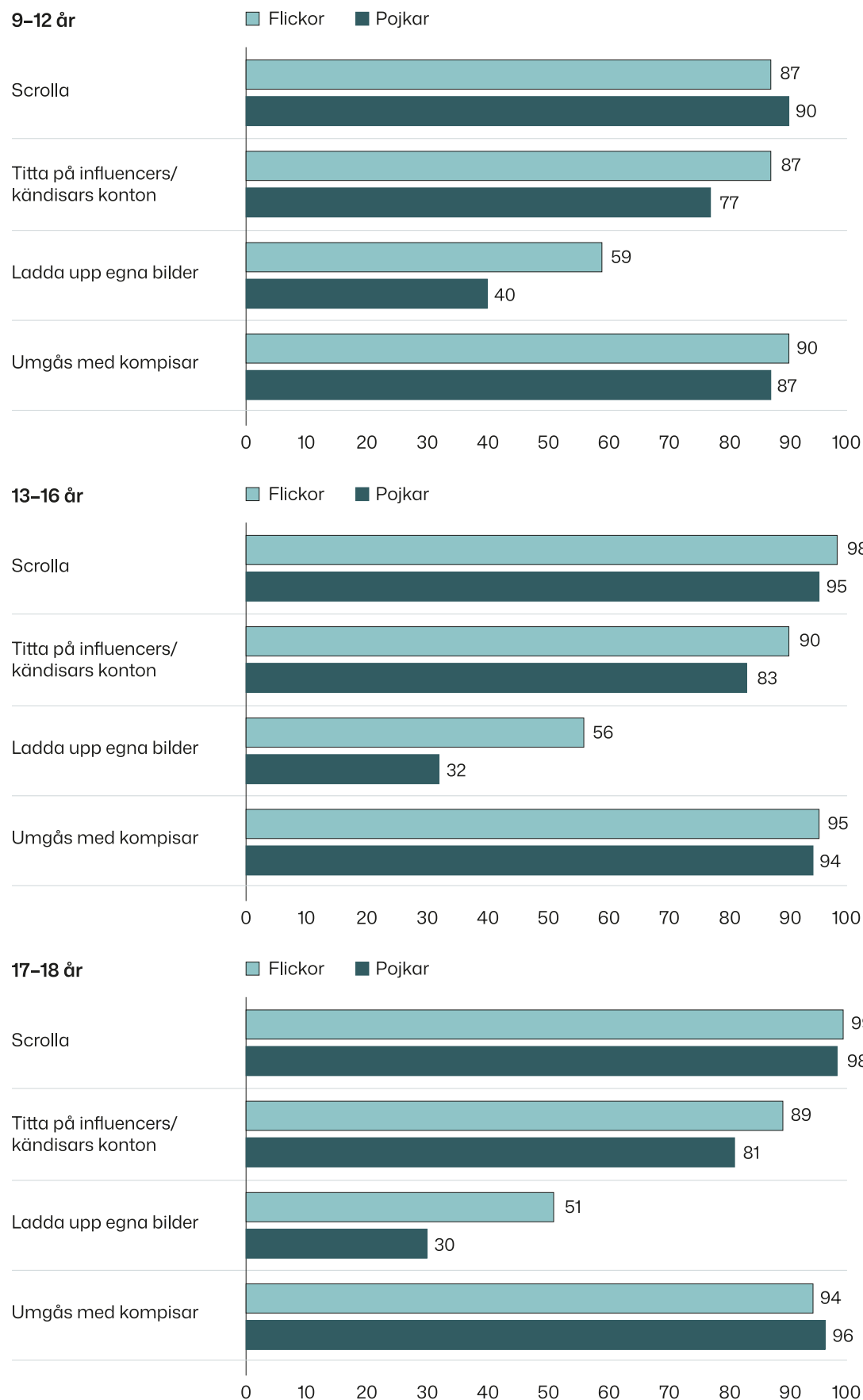
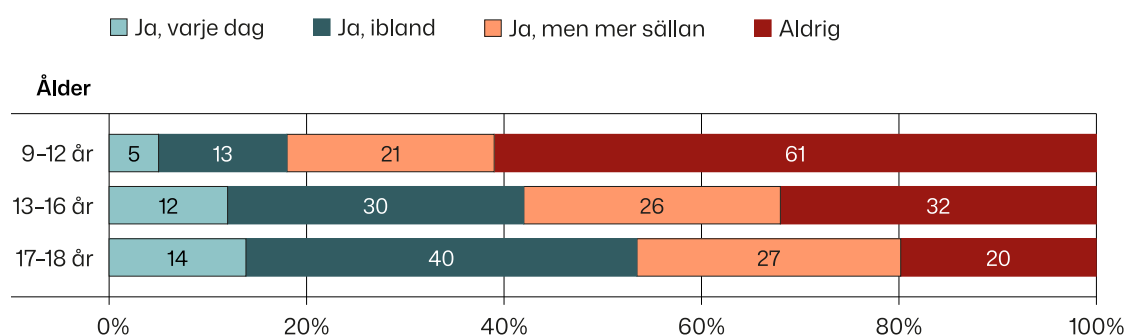


Diagram 25 c beskriver andelarna flickor respektive pojkar i de olika åldersintervallen som *över huvud taget* ägnar tid åt att umgås med kompisar via sociala medier, ladda upp bilder eller filmklipp, titta på influencers och kändisars konton samt scrolla rent allmänt. Att scrolla och umgås med kompisar sker i ungefär samma utsträckning bland pojkar och flickor. Men flickor i alla åldersgrupper tittar i något högre grad på influencers och kändisars konton samt lägger upp egna bilder eller filmklipp. Jämfört med 2022 minskar dock andelarna som lägger upp egna bilder och filmklipp på sociala medier, och det gäller bland både flickor och pojkar i alla åldersgrupper.

I åldersgruppen 13–16 ägnar ungdomar med psykisk funktionsnedsättning något mer tid åt att ladda upp egna bilder och filmklipp på sociala medier. För övrigt finns inga betydelsefulla skillnader.

26. Brukar du jämföra ditt utseende med hur andra ser ut på sociala medier? (%)

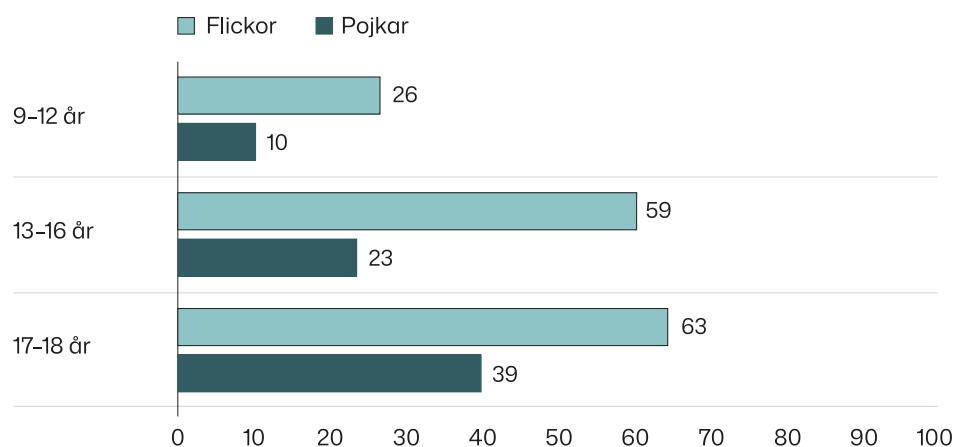


Frågan har bara besvarats av dem som uppgett att de använder sociala medier, det vill säga "ja" i diagram 23, vilket innebär de flesta tonåringar men bara hälften av barnen i åldersgruppen 9–12.

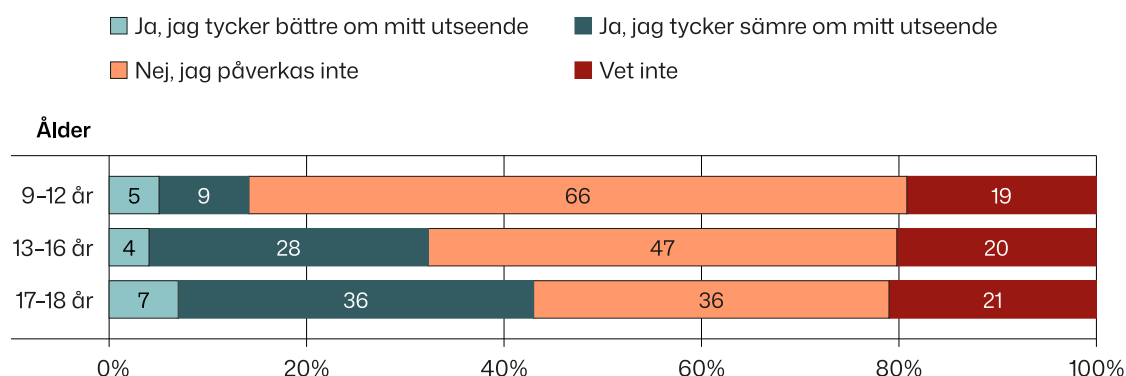
Mycket innehåll på sociala medier handlar om kropp och utseende, och hur det kan förbättras på olika sätt. Det är därför inte förvånande om barn och ungdomar jämför sig med hur andra ser ut på sociala medier. Resultaten visar att mellan 18 % och 54 % jämför sig med andra varje dag eller ibland. Andelen ökar med stigande ålder men är större bland flickor än pojkar i alla åldersgrupper (diagram 26 b).

I åldersgruppen 17–18 är det en något större andel (8 procentenheter) av dem med psykisk funktionsnedsättning som svarar att de *aldrig* jämför sig med andras utseenden på sociala medier.

26 b. Jämför sig med hur andra ser ut på sociala medier varje dag eller ibland, kön (%)



27. Påverkas din uppfattning om din kropp och ditt utseende av det du ser i sociala medier? (%)

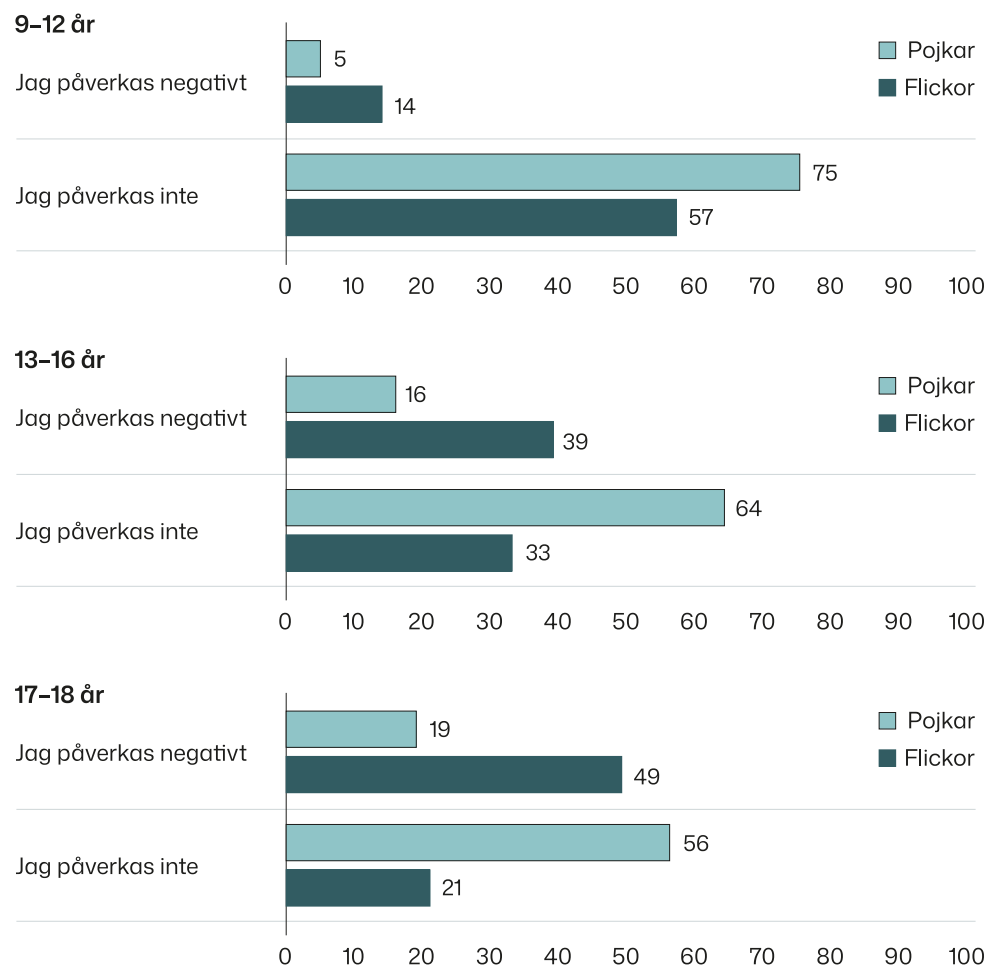


Frågan har bara besvarats av dem som uppgett att de använder sociala medier, det vill säga "ja" i diagram 23, vilket innebär de flesta tonåringar men bara hälften av barnen i åldersgruppen 9-12.

Det vanligaste svaret i åldersgrupperna 9-12 och 13-16 är att ens uppfattning om sin kropp och sitt utseende inte påverkas av det man ser i sociala medier. I den äldsta gruppen är det dock lika vanligt att tycka sämre om sitt utseende, som att inte påverkas alls. I alla åldersgrupper är det ytterst få som tycker bättre om sitt utseende till följd av det de ser i sociala medier.

Frågor om "påverkan" i enkätundersökningar som denna kan inte fastställa orsakssamband, utan visar hur barnen själva upplever sig påverkas av det de ser på sociala medier. Uppfattningen att innehåll i sociala medier har en negativ inverkan på den egna uppfattningen om sin kropp och sitt utseende ökar således med stigande ålder. Omvänt minskar andelen som tror att de inte påverkas alls.

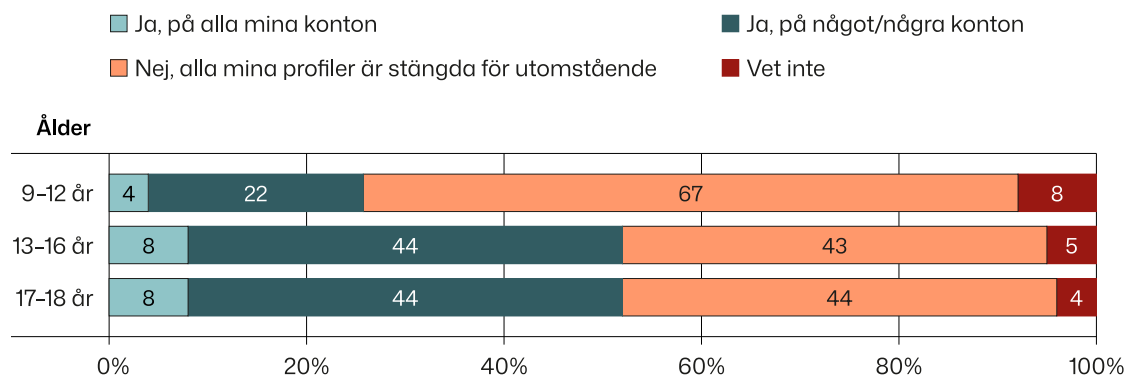
27 b. Anser att de påverkas negativt eller inte påverkas alls, kön (%)



I alla åldersgrupper är andelen som uppfattar att de inte påverkas alls större bland pojkar än flickor, medan uppfattningen att man påverkas negativt (tycker sämre om sin kropp och sitt utseende) är vanligare bland flickor än pojkar. I åldersgruppen 17–18 tycker hälften av flickorna att deras syn på sig själva påverkas negativt av det de ser i sociala medier (diagram 27 b).

I den äldsta gruppen är det även en något större andel (6 procentenheter) av dem med psykisk funktionsnedsättning som tycker att de påverkas negativt.

28. På sociala medier, har du en öppen profil där alla kan se personlig information om dig? (%)



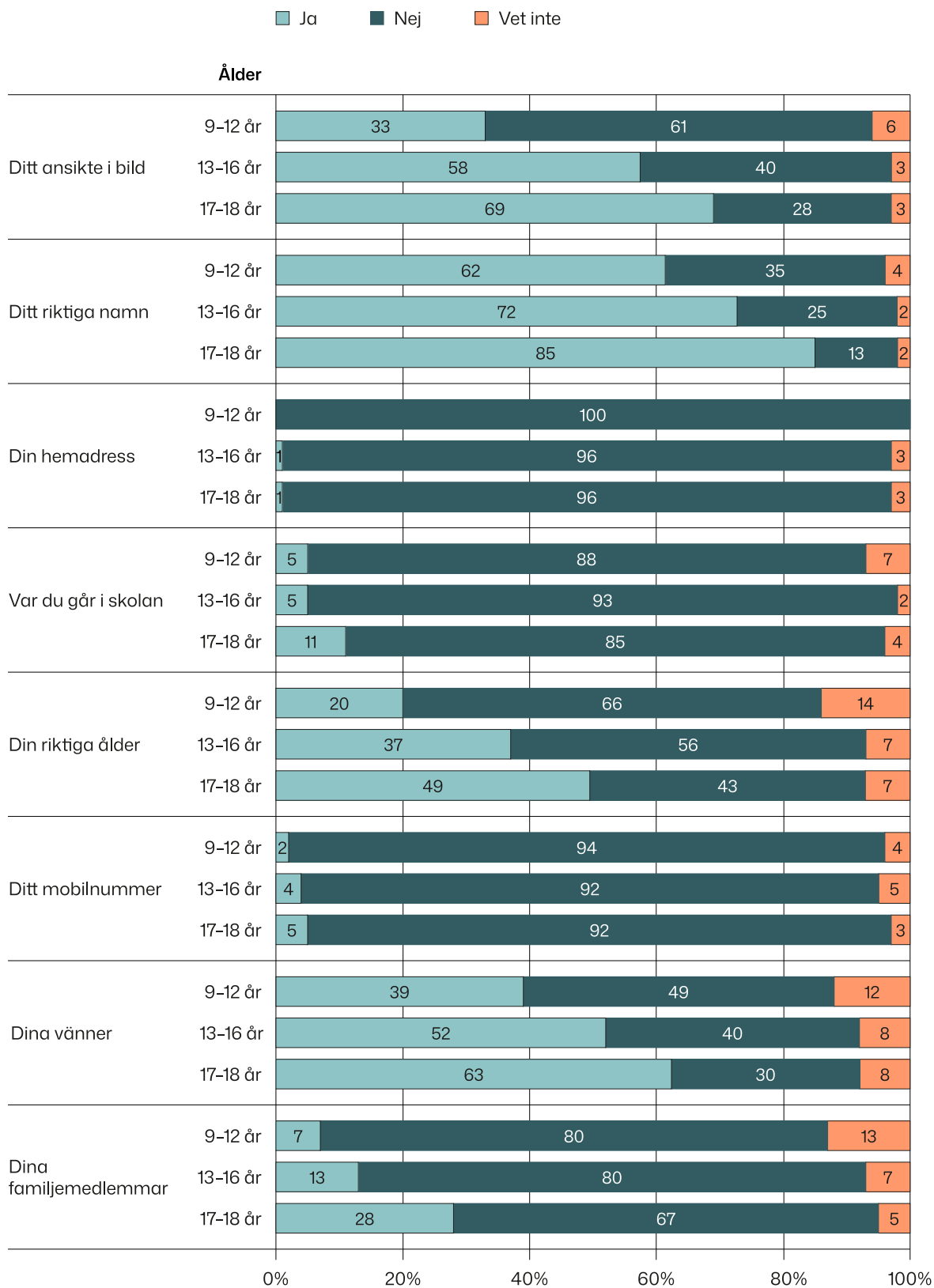
Frågan har bara besvarats av dem som uppgett att de använder sociala medier, det vill säga "ja" i diagram 23, vilket innebär de flesta tonåringar men bara hälften av barnen i åldersgruppen 9-12.

Drygt hälften av tonåringarna (52 %) och 26 % i åldersgruppen 9-12 har någon eller några öppna profiler på sociala medier. Frågan ställdes första gången år 2020 och tonåringarna svarar på samma sätt nu som då. I den yngsta gruppen har däremot andelen med öppna profiler minskat med 10 procentenheter.

Flickor har endast stängda profiler i högre grad än pojkar. Det gäller i alla åldersgrupper och så har det varit även tidigare undersökningsår.

I åldersgruppen 13-16 har de med psykisk funktionsnedsättning öppna profiler i något högre grad än andra ungdomar, men skillnaden försvinner i den äldsta gruppen.

29. Om du har någon öppen profil, visar du följande information där? (%)



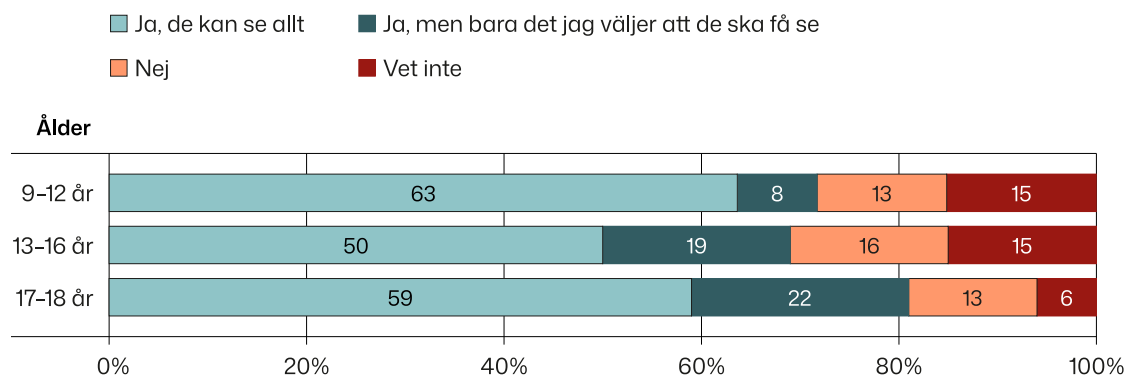
De som har svarat att alla, något eller några av deras konton på sociala medier är öppna (diagram 28) har svarat på en följdfråga om vilken information de visar där. Generellt ökar den öppna informationen med åldern och den information som flest visar öppet är ens riktiga namn, ansikte och vänner följt av ålder. Dessa mönster var desamma år 2020 och 2022.

De största förändringarna jämfört med tidigare år finns i åldersgruppen 9–12. Här minskar andelarna som visar sitt ansikte i bild, sin hemadress, var de går i skolan, sin riktiga ålder, sitt mobilnummer och sina familjemedlemmar. Det var även tidigare få barn som uppgav hemadress, vilken skola de går i eller sitt mobilnummer men nu är det noll, eller nära noll. Yngre barn har således blivit mer restriktiva med vilka uppgifter om sig själva som de visar öppet i sociala medier. Bland tonåringarna är förändringarna mindre och inkonsekventa.

Flickor visar generellt sitt ansikte i bild, sitt riktiga namn och sina vänner i högre grad än pojkar. I åldersgrupperna 13–16 och 17–18 visar de även sina familjemedlemmar i högre grad än pojkar. Dessa tendenser har även funnits tidigare undersökningsår. Pojkar i den yngsta och äldsta gruppen visar, å andra sidan, sin riktiga ålder i högre grad än flickor.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning visar i något lägre grad sitt riktiga namn, sina vänner och familjemedlemmar.

30. Kan någon av dina föräldrar/vårdnadshavare se dina inlägg på sociala medier? (%)



Frågan har bara besvarats av dem som uppgett att de använder sociala medier, det vill säga "ja" i diagram 23, vilket innebär de flesta tonåringar men bara hälften av barnen i åldersgruppen 9-12.

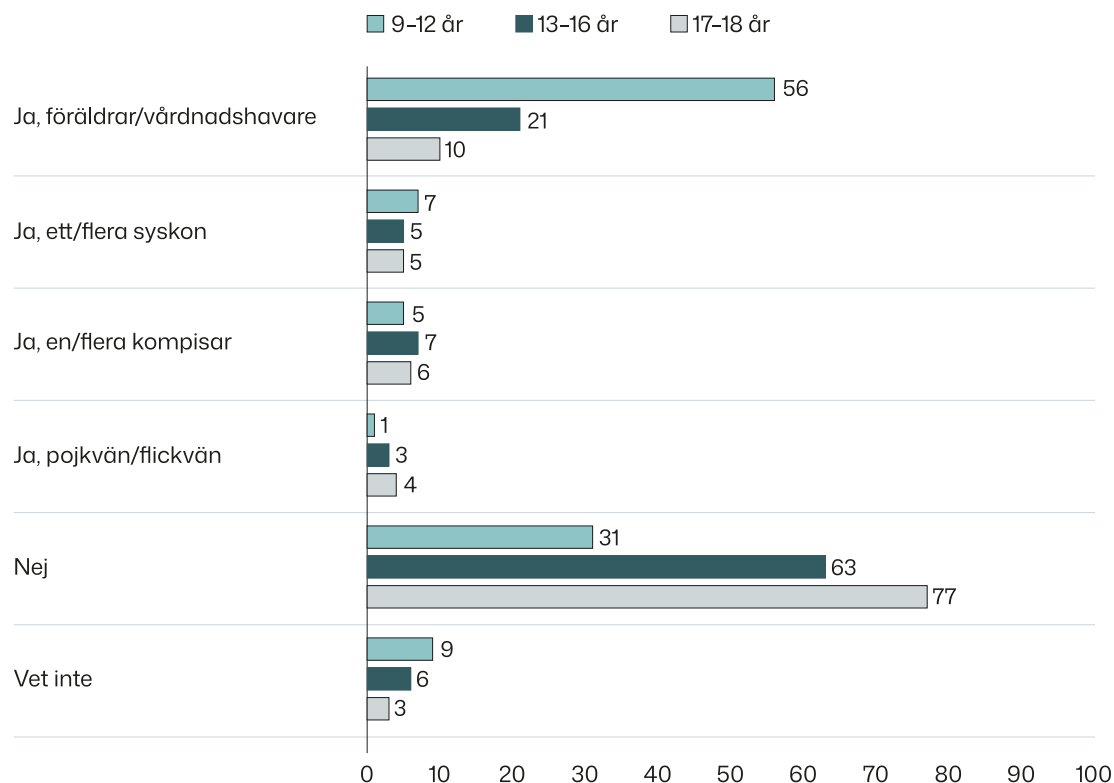
Föräldrar har störst insyn i den yngsta gruppens inlägg på sociala medier. Bland tonåringarna uppger hälften, eller mer än hälften, att föräldrarna kan se allt och i alla åldersgrupper är det mindre än 20 % som svarar att ingen förälder/vårdnadshavare kan se vad de lägger ut på sociala medier.

Den enda förändringen jämfört med år 2022 är att andelen som svarar att föräldrarna kan se allt ökar med 8 procentenheter i åldersgruppen 17-18. Därmed är resultaten i den äldsta gruppen tillbaka på samma nivå som när frågan ställdes första gången år 2016. I de två yngre grupperna var det större andelar av barnen (8 till 10 procentenheter) år 2016 som svarade att föräldrarna kunde se allt. Föräldrar har således något mindre insyn i barnens (9-16 år) inlägg på sociala medier nu än 2016.

Den enda tydliga könsskillnaden finns i åldersgruppen 17-18 där föräldrarna har större insyn i flickornas än pojkarnas inlägg på sociala medier. År 2022 gällde detta även i övriga åldersgrupper.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning uppger i lägre grad än andra att deras föräldrar kan se allt de lägger upp på sociala medier. I den äldsta gruppen uppger de även i högre grad att deras föräldrar inte kan se något de lägger upp.

31. Har någon annan än du lösenordet till något av dina sociala mediekonton? Flera svar kan markeras (%)



Frågan har bara besvarats av dem som uppgett att de använder sociala medier, det vill säga "ja" i diagram 23, vilket innebär de flesta tonåringar men bara hälften av barnen i åldersgruppen 9-12.

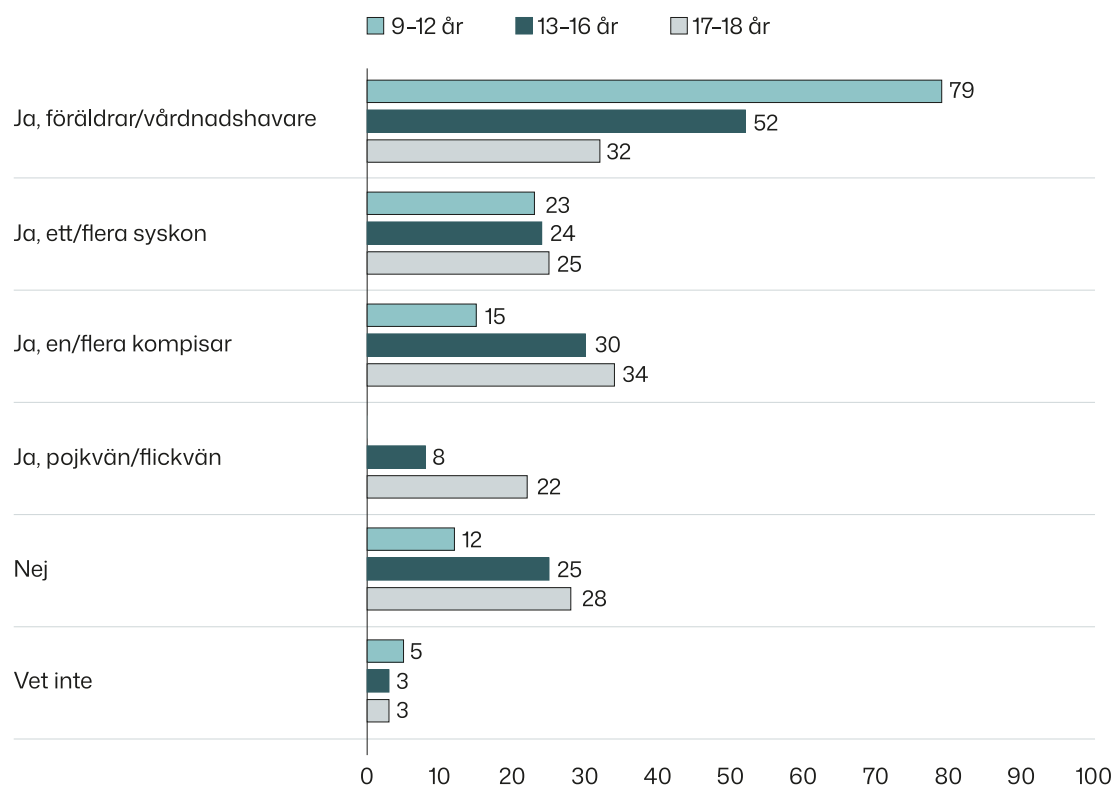
Diagrammet visar att det är vanligast att föräldrar/vårdnadshavare har lösenord till sociala mediekonton tillhörande barnen i den yngsta gruppen, vilket sedan minskar kraftigt med stigande ålder. Att något syskon, någon kompis, pojk- eller flickvän har lösenord är ovanligt i samtliga åldersintervall.

I åldersgruppen 9-12 har andelen föräldrar som har lösenord till barnets sociala medie-konto ökat med 6 procentenheter, jämfört med 2022. För övrigt finns inga förändringar sedan dess. Frågan ställdes första gången år 2016 och då hade 14-18 % av ungdomarna delat ut sitt lösenord till någon eller några kompisar. Ungdomar har alltså blivit mer försiktiga med det.

I alla åldersgrupper är det en något större andel av flickorna som har delat ut lösenord till kompisar.

Det finns inga betydande skillnader mellan ungdomar med psykisk funktionsnedsättning och övriga ungdomar.

32. Har någon annan än du lösenordet till din mobiltelefon? Flera svar kan markeras (%)



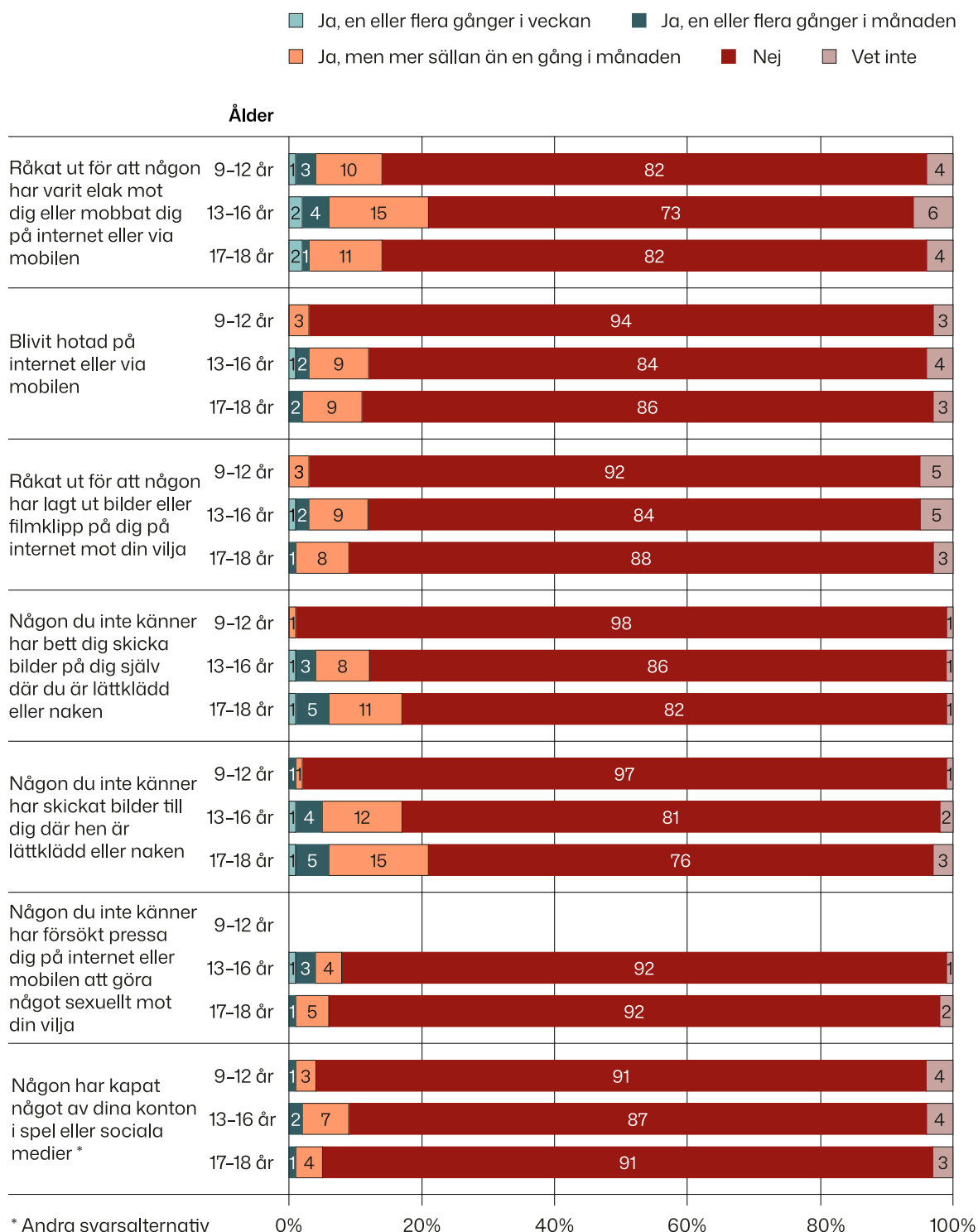
Det är vanligast att föräldrar/vårdnadshavare har lösenord till mobiltelefoner tillhörande barnen i den yngsta gruppen, vilket sedan minskar kraftigt med stigande ålder. Det vill säga på samma sätt som rörande lösenord till sociala mediekonton. Att en eller flera kompisar har lösenord till mobilen blir vanligare med stigande ålder och i den äldsta gruppen är det lika vanligt att kompisar har lösenord till mobilen, som att föräldrar har det. Det är generellt vanligare att andra personer har lösenord till barnens mobiltelefon än till deras sociala medie-konton. Andelarna som svarar nej (ingen annan har lösenord) är betydligt större i fråga om sociala medie-konton än mobiltelefoner.

Jämfört med 2022 ökar föräldrarnas tillgång till lösenord något i alla åldersgrupper. Samtidigt minskar andelen som svarar att ingen annan har lösenordet, främst i åldersgruppen 17-18. Frågan ställdes första gången år 2018 och jämfört med då är det inga större förändringar i åldersgruppen 9-12. Bland tonåringarna har det däremot skett en märkbar förändring på så sätt att föräldrar/vårdnadshavares tillgång till lösenord har ökat över tid (16-17 procentenheter) medan kompisars tillgång till lösenord har minskat (8 procentenheter).

I alla åldersgrupper har flickor i högre grad än pojkar delat ut sitt mobillösenord till kompisar. I åldersgruppen 13-16 gäller det även syskon och i den äldsta gruppen gäller det alla kategorier: föräldrar/vårdnadshavare, syskon, kompisar samt pojk-/flickvänner har i högre grad tillgång till flickornas mobillösenord. Pojkar i tonåren svarar i högre grad att ingen annan har deras lösenord.

I åldersgruppen 13–16 har föräldrar/vårdnadshavare till barn med psykisk funktionsnedsättning tillgång till mobillösenord i något högre grad. För övrigt finns inga skillnader mellan ungdomar med psykisk funktionsnedsättning och övriga.

33. Under det senaste året, har du på internet eller via mobilen råkat ut för att: (%)



Ungar & medier frågar barnen och ungdomarna om de under det senaste året har råkat ut för totalt åtta olika negativa företeelser på nätet eller via mobilen, såsom mobbning, hot och olika former av sexuella närmanden. Sju av dessa negativa företeelser kan betraktas som "personliga" i bemärkelsen att det är handlingar som riktas mot en viss person, i detta fall barnet. Dessa företeelser redovisas i diagram 33 ovan. Den åttonde frågan gäller om barnet har fått obehagliga bilder i sina flöden på sociala medier, vilket inte nödvändigtvis är riktat mot någon personligen. Denna fråga redovisas i diagram 33 c.

Av de åtta frågorna har sju ställts till barn i alla åldersintervall, medan en fråga – om någon har försökt pressa barnet att göra något sexuellt mot dess vilja – endast har ställts till tonåringarna (diagram 33).

Alla frågor utom en har ställts minst en gång tidigare. Den fråga som är ny i år är om "någon har kapat något av dina konton i spel eller sociala medier". De tre första svarsalternativen för denna fråga är inte formulerade på exakt samma sätt som för övriga frågor, utan lyder "Ja, flera gånger", "Ja, några gånger", "Ja en gång".

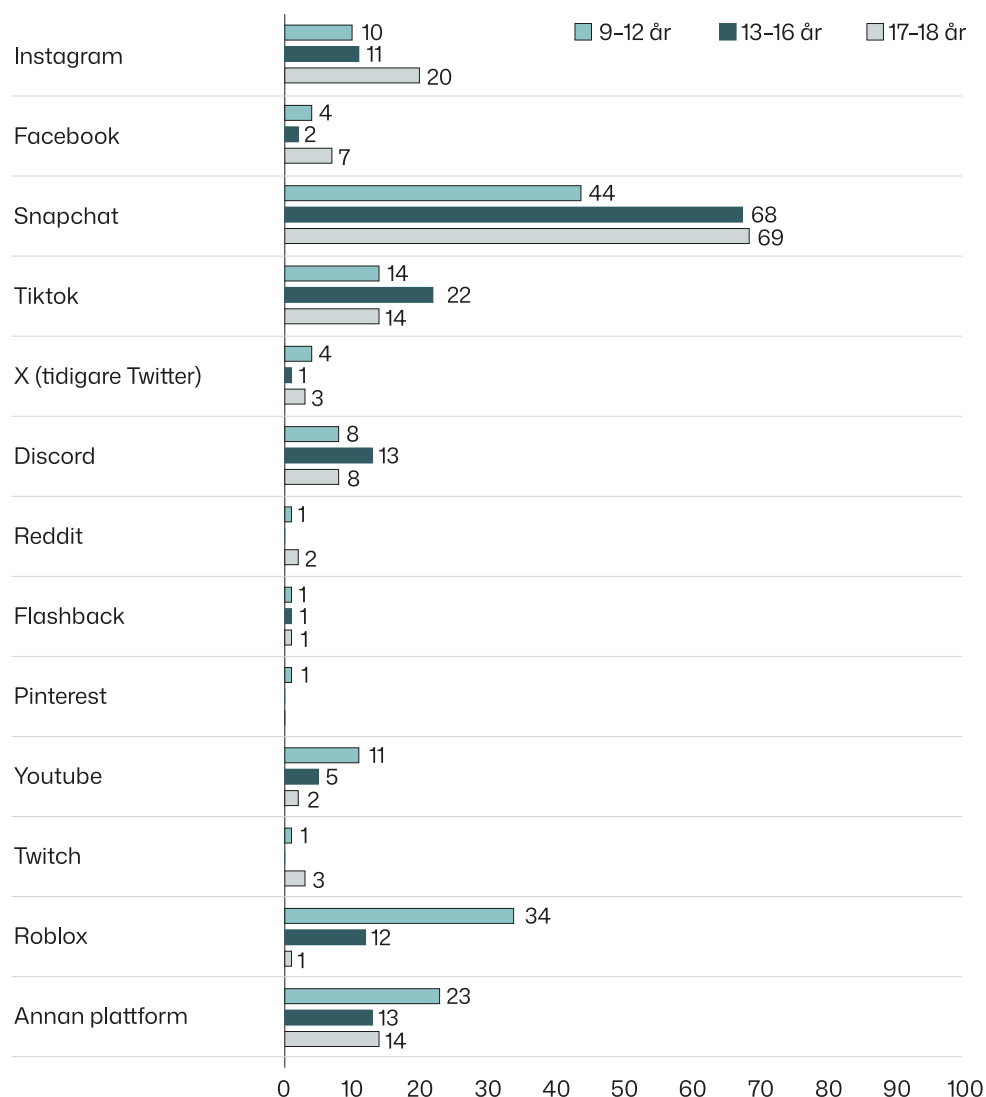
En annan nyhet för i år är följdfrågor om var – på vilken eller vilka plattformar – barnen råkat ut för det som har hänt. Dels var de mer "personliga" negativa företeelserna har hänt, vilket redovisas i diagram 33 b. Dels var de har sett obehagliga bilder, vilket redovisas i diagram 33 d.

Resultaten visar att det vanligaste svaret är att barnen *inte* har råkat ut för någon av de negativa handlingar som riktar sig mot någon personligen (diagram 33). Så har det varit alla undersökningsår. Tonåringarna har råkat ut för de flesta företeelserna i högre grad än yngre barn, men det ökar inte alltid linjärt med åldern. I några fall är utsattheten högst i åldersgruppen 13–16. Detta gäller exempelvis elakheter och mobbning samt att få något av sina konton i spel eller sociala medier kapade.

I åldersgruppen 9–12 är elakheter och mobbning den enda formen av utsatthet på nätet som förekommer i någon större utsträckning. Elakheter och mobbning är också det som flest råkat ut för i åldersgruppen 13–16, följt av att någon okänd person skickat dem bilder där hen är lättklädd eller naken. I åldersgruppen 17–18 är det flest som har råkat ut för just detta, följt av att kontaktas av okända personer som vill att ungdomen ska skicka bilder på sig själv där hen är lättklädd eller naken. I yngre år är alltså elakheter och mobbning det som flest råkar ut för på nätet, men i tonåren skiftar det till sexuella närmanden från okända personer.

Förändring över tid, könsskillnader samt skillnader mellan ungdomar med psykisk funktionsnedsättning och övriga ungdomar gällande frågorna om utsatthet på nätet redovisas längre fram (diagram 33 e–33 j).

33 b. Var hände det du råkade ut för? Flera svar kan markeras (%)

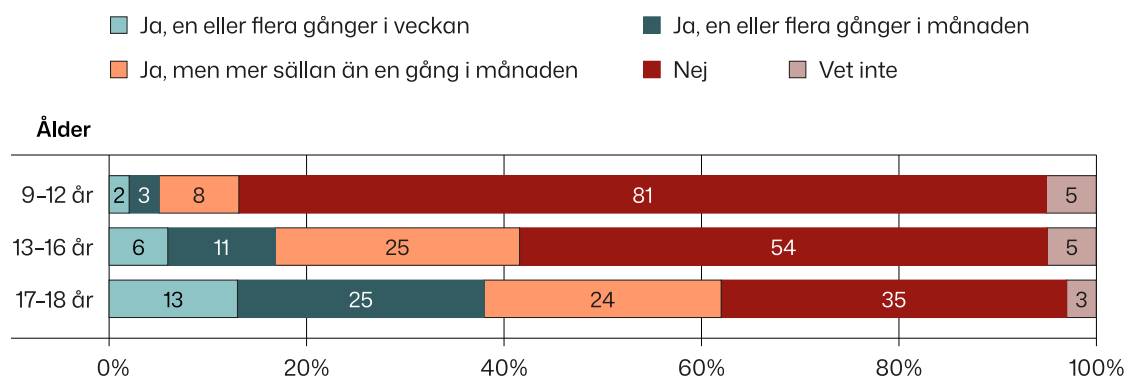


De som svarat att de har råkat ut för något av det som nämns i diagram 33 har fått en följdfråga om var på nätet det inträffat. Snapchat är den plattform som nämns oftast av barn i alla åldersgrupper. I den yngsta gruppen nämns även Roblox i förhållandevis hög grad. Snapchat är den populäraste sociala medie-plattformen och på så sätt är det inte märkligt om mycket inträffat just här. Men även Tiktok och Instagram används i hög grad, särskilt bland tonåringarna, och det är betydligt färre som nämner att något inträffat på dessa plattformar. En möjlig förklaring är att både Tiktok och Instagram främst används för att titta på och eventuellt lägga upp eget material som blir publikt, antingen för en begränsad eller obegränsad grupp, och som kan modereras av plattformarna. Snapchat kan även användas för privata meddelanden och gruppchattar som inte modereras. Snapchat används alltså mer för privat kommunikation mellan enskilda individer där mobbning, elakheter, hot etcetera kan ske utan insyn.

De som har svarat att det skett på någon annan plattform än de som listas i frågan har haft möjlighet att skriva vilken plattform det var. I alla åldersgrupper svarar en större andel av pojkarna än flickorna att det inträffat på en annan plattform och de som beskrivs är i hög grad spel eller spelrelaterade: Epic Games, Steam, Xbox, PS5, *Fortnite*, *Brawl Stars*, *War Thunder*, *Call of Duty*, *Overwatch*, *Black Ops 6*, med flera. Men även WhatsApp nämns.

Några av dem som skrivit vilken plattform det gällt antyder att det är konton som kapats (på spelplattformar). För övrigt går det tyvärr inte att avgöra mer exakt vad (i diagram 33) som har inträffat var (i diagram 33 b).

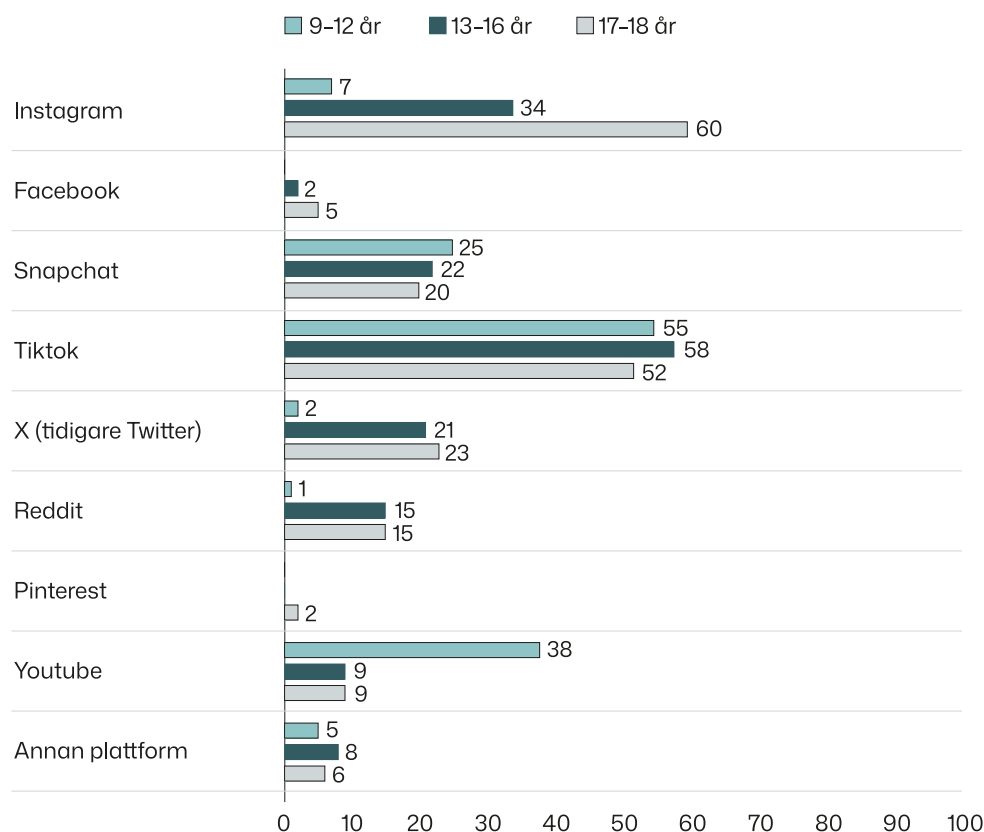
33 c. Under det senaste året, har du fått obehagliga bilder (på t.ex. döda människor från krig, olyckor, skjutningar) i dina sociala medier? (%)



Den sista frågan om utsatthet på nätet gäller om barnen har fått obehagliga bilder i sina sociala medier. Vad som är "obehagligt" är upp till barnet själv att avgöra, men exemplet i frågan är bilder på döda människor från krig, olyckor eller skjutningar.

Resultaten visar att fler tonåringar har fått obehagliga bilder i sina sociala medier än har råkat ut för någon av de andra negativa företeelser som efterfrågats. Drygt 40 % i åldersgruppen 13-16 och drygt 60 % i åldersgruppen 17-18 har fått obehagliga bilder i sina sociala medier. I åldersgruppen 9-12 har en lika stor andel råkat ut för elakheter eller mobbning som har fått obehagliga bilder i sina sociala medier (13-14 %).

**33 d. På vilken eller vilka plattformar fick du ta emot obehagliga bilder?
Flera svar kan markeras (%)**

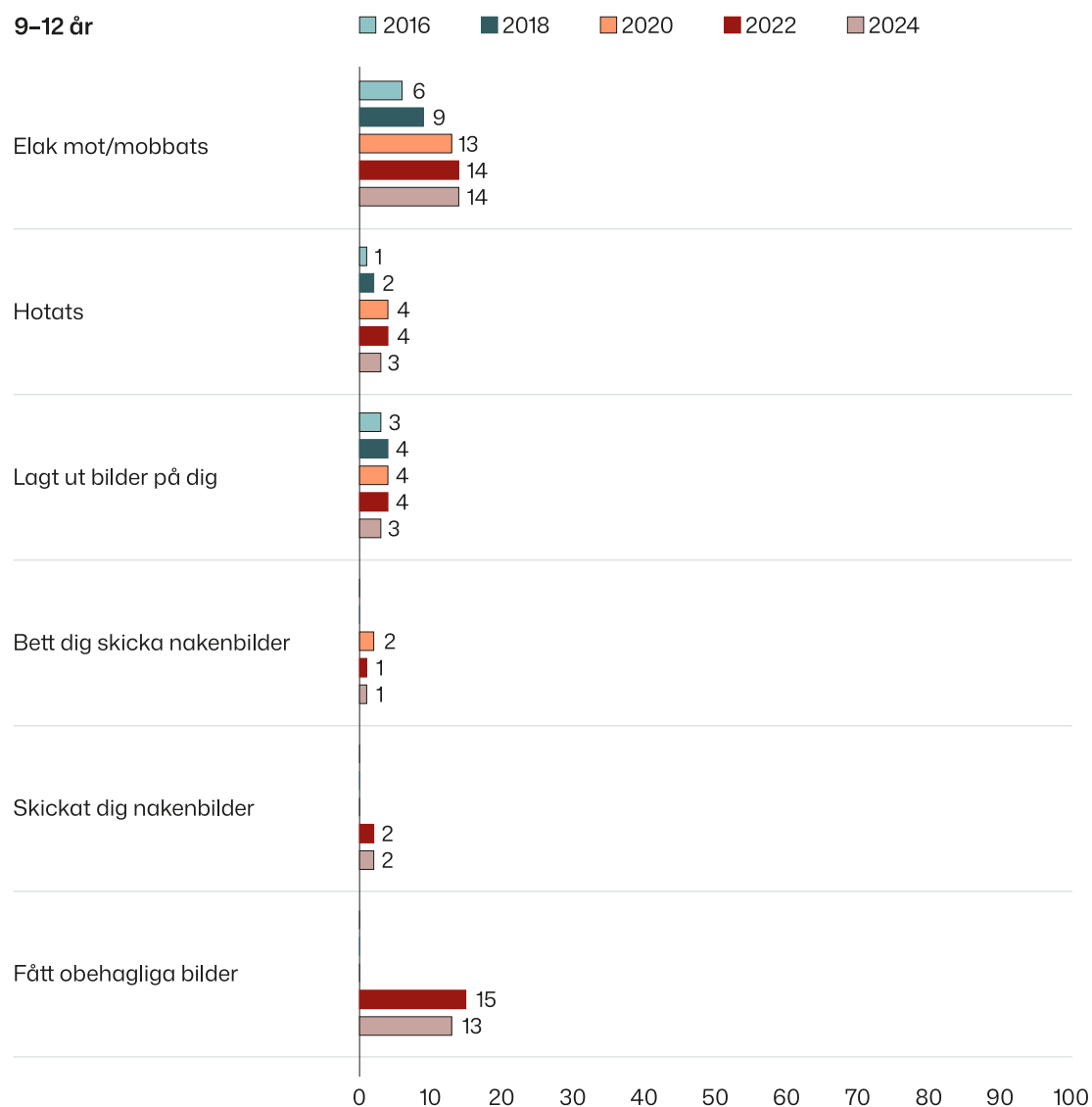


De barn som svarat att de har fått ta emot obehagliga bilder (diagram 33 c) har fått en följdfråga om på vilken eller vilka plattformar det inträffat (de kan uppge flera svarsalternativ). Över hälften av dem som fått obehagliga bilder svarar att det skett på Tiktok. I åldersgruppen 17-18 är det ännu fler som nämner Instagram. I åldersgruppen 9-12 nämner nästan 40 % Youtube. Tiktok, Instagram och Youtube (bland de yngsta) är därmed de plattformar som nämns mest i samband med obehagliga bilder.

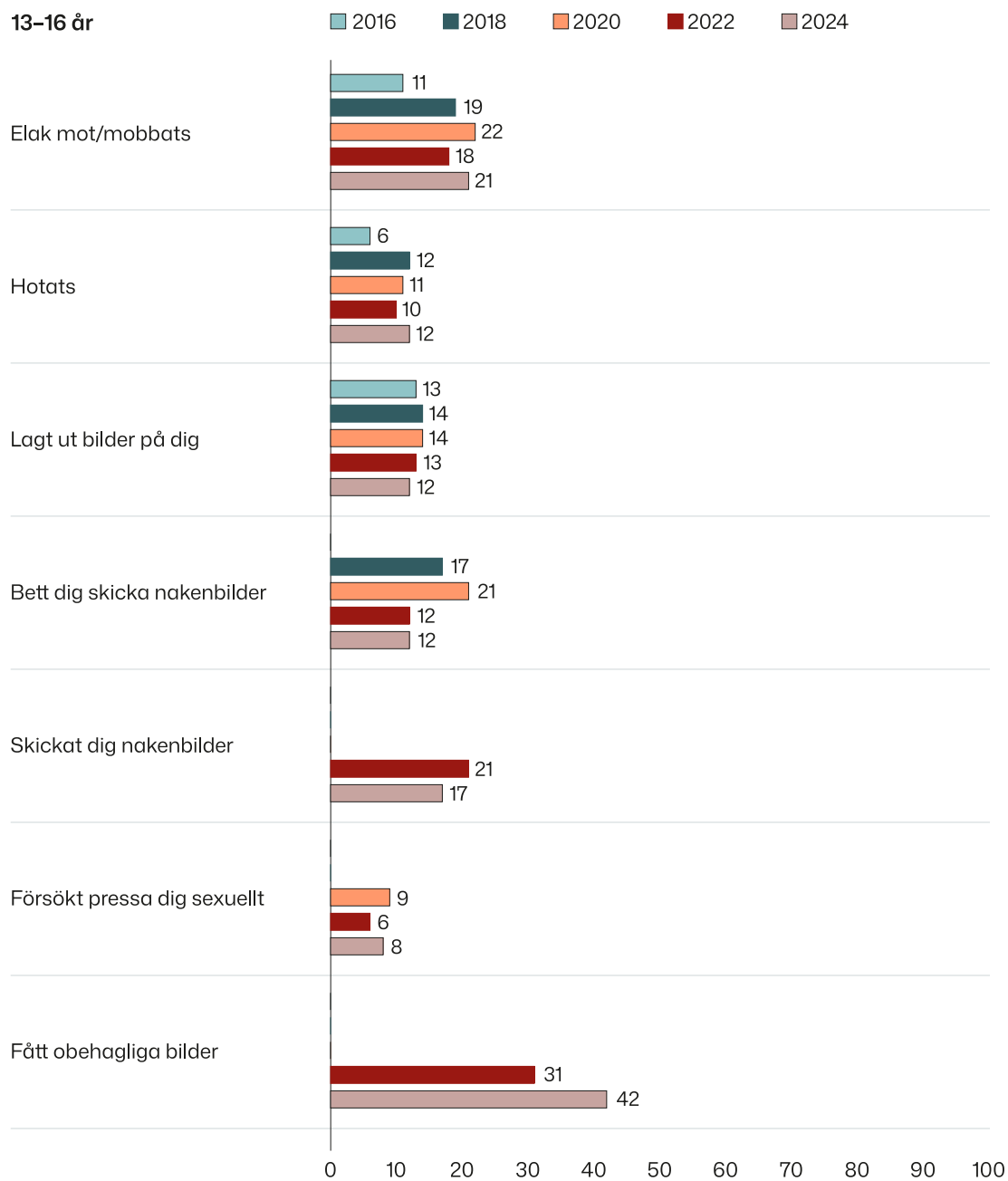
Snapchat, som nämndes mest av alla plattformar gällande de andra frågorna om utsatthet på nätet, nämns i lägre grad när det handlar om obehagliga bilder. Snapchat används, som tidigare nämnts, mer för interpersonell kommunikation och de andra negativa företeelserna är mer riktade till någon personligen. Obehagliga bilder kan också skickas till en specifik individ avsiktligt, men det kan lika gärna vara innehåll som man råkar se i ett scroll-flöde på exempelvis Tiktok. Eftersom plattformarna har olika karaktär och används på olika sätt varierar sannolikheten att råka ut för olika saker mellan plattformarna.

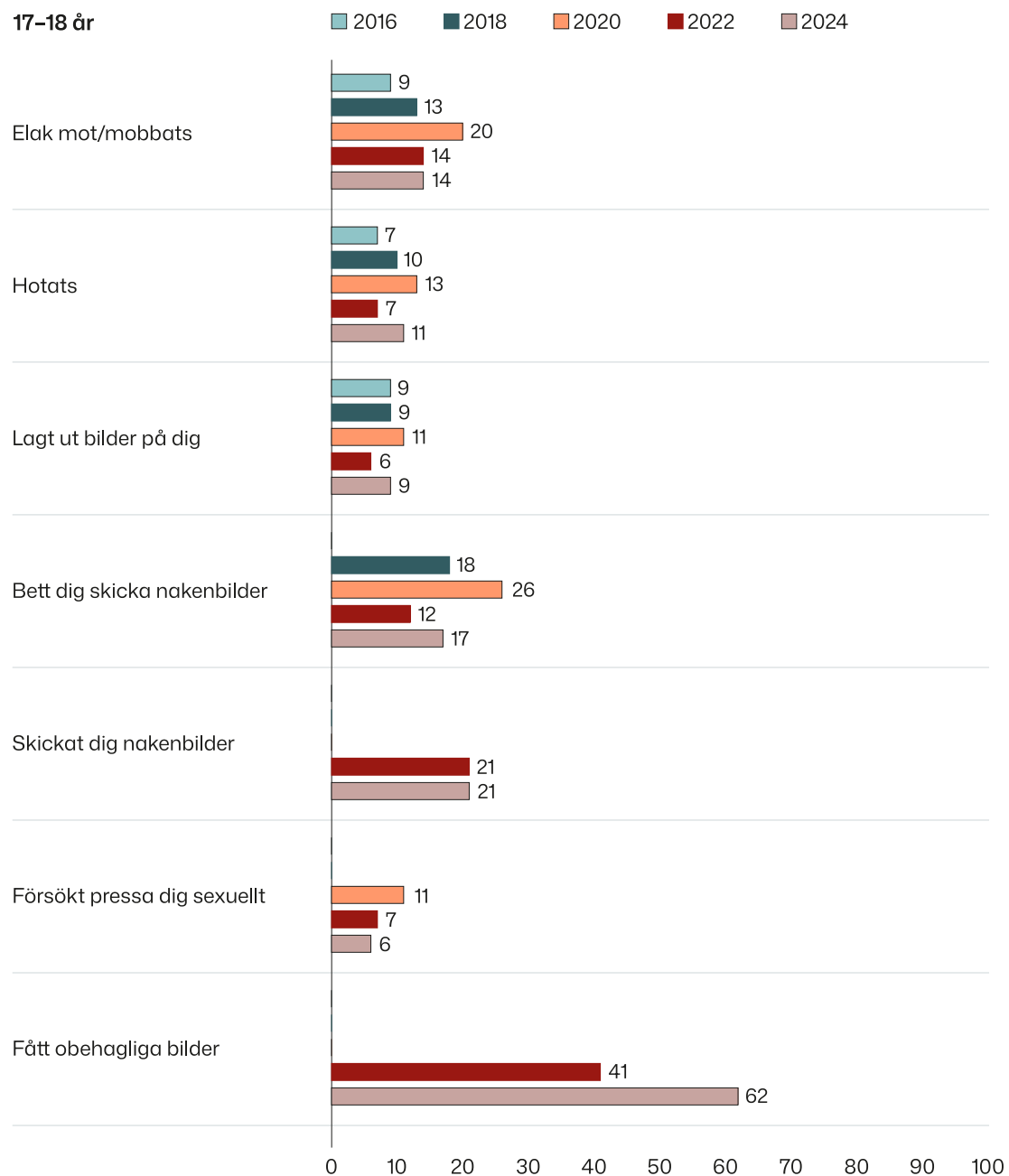
De som har svarat att de fått obehagliga bilder på någon annan plattform än dem som listas i frågan har haft möjlighet att skriva vilken plattform det var. Det är bara ett fåtal som gjort det och de nämner huvudsakligen nyhetskällor, till exempel Aftonbladet på Instagram, men även WhatsApp och Discord.

33 e. Under det senaste året, har du råkat ut för att: andel ja-svar 2016–2024 (%)



13–16 år





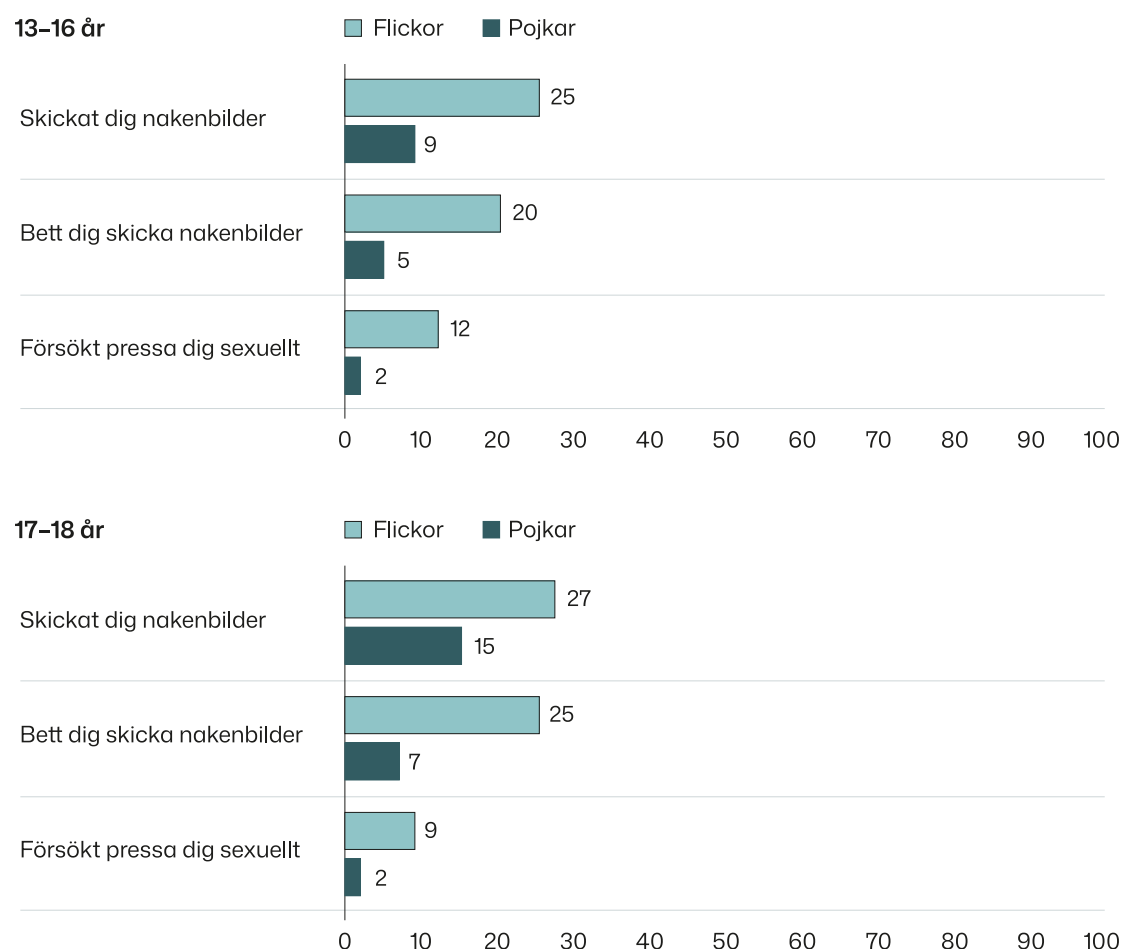
Av de totalt åtta frågorna om utsatthet på nätet har sju ställts minst en gång tidigare. Frågorna om utsatthet på nätet eller via mobilen uppvisade endast marginella förändringar under tidigare års undersökningar, fram till år 2018. Mellan åren 2016 och 2018 ökade den upplevda utsattheten i alla åldersintervall och dessa förändringar bekräftades eller förstärktes i 2020 års undersökning. Till exempel fick fler ungdomar förfrågningar från okända personer om att skicka bilder på sig själva där de är lättklädda eller nakna. Detta var under covid-19-pandemin då de flesta gymnasieungdomar hade fjärr- eller distansundervisning och många vuxna arbetade hemifrån och därmed kunde tillbringa mer tid på nätet.⁸

⁸ Interpol noterade bland annat en ökning av material med sexuella övergrepp på barn på nätet under denna period. [COVID-19 sparks upward trend in cybercrime - Europol's 2020 cybercrime report updates on the latest trends and the current impact of cybercrime within the EU and beyond. | Europol](#)

Efter 2020 har färre ungdomar fått den typen av förfrågningar. Några andra negativa företeelser ligger kvar på ungefär samma nivå, exempelvis förekomsten av mobbning och elakheter i åldersgrupperna 9–12 och 13–16.

Jämfört med 2022 är det i princip endast en märkbar förändring och den gäller obehagliga bilder i sociala medier. I åldersgruppen 17–18 har andelen som fått obehagliga bilder ökat med 20 procentenheter och i åldersgruppen 13–16 är ökningen 11 procentenheter. I den yngsta gruppen finns däremot ingen förändring. Allt fler ungdomar har således fått obehagliga bilder i sina sociala medier, men det går inte att avgöra vad det beror på. Det kan vara mängden obehagliga bilder i sociala medier som ökat, men det kan också handla om att denna typ av innehåll nu uppmärksammas mer av ungdomarna.

33 f. Under det senaste året, har du råkat ut för att: andel ja-svar, kön (%)

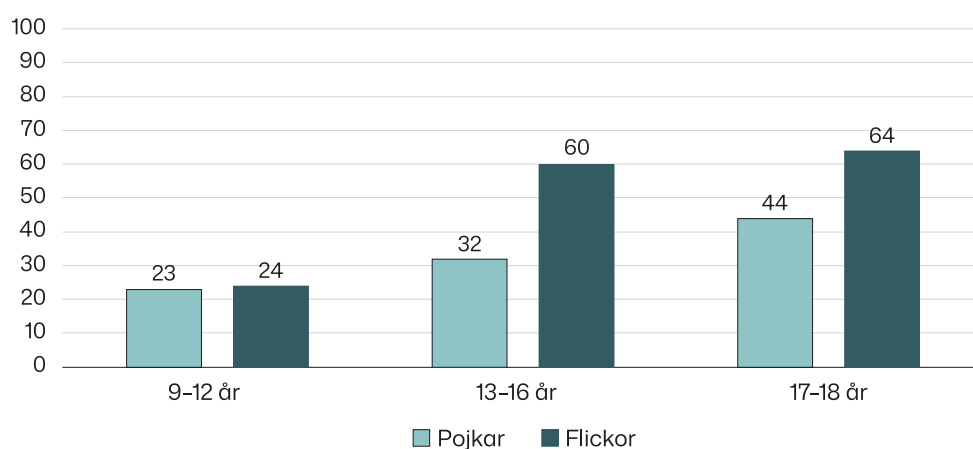


I den yngsta åldersgruppen 9–12 finns inga betydande könsskillnader, men bland tonåringarna sticker framför allt tre frågor ut. Dessa gäller olika former av sexuella närmanden, vilket flickor i tonåren råkar ut för i betydligt högre grad än pojkar (diagram 33 f). I båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 uppger flickor i högre grad än pojkar att okända personer har bett dem att skicka bilder på sig själva där de är lättklädda eller nakna samt har skickat flickorna

bilder på sig själva där de är lättklädda eller nakna ("nudes", "dick pics"). Det är nästan bara flickor i tonåren som har råkat ut för att någon okänd person har försökt pressa dem att göra något sexuellt på nätet eller via mobilen mot deras vilja. I den äldsta gruppen råkar pojkar ut för hot i något högre grad än flickor. Dessa mönster har även funnits tidigare år.

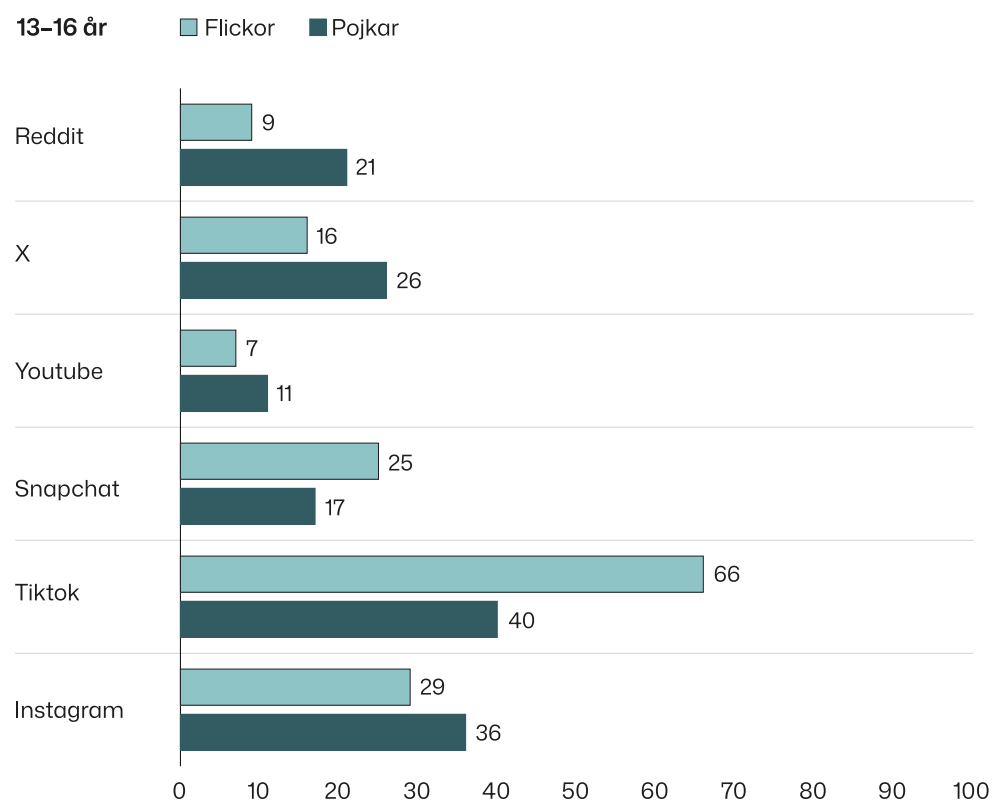
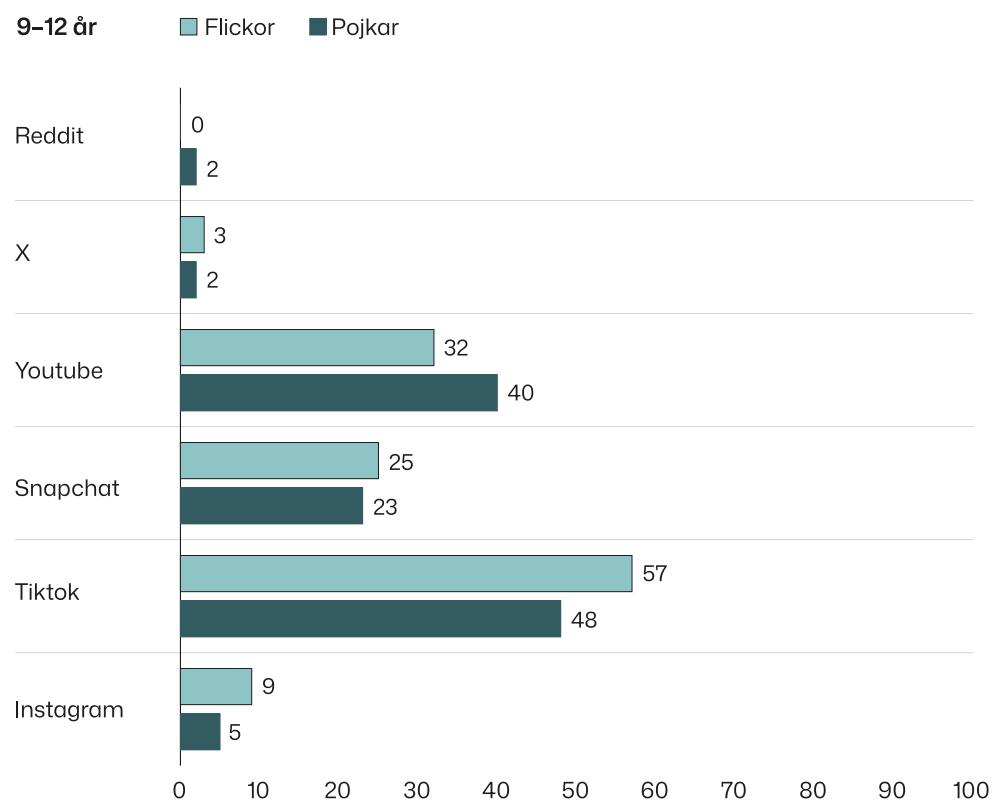
Vad gäller obehagliga bilder i sociala medier finns det inga betydande könsskillnader i den yngsta eller äldsta gruppen, men i åldersgruppen 13–16 har flickor fått obehagliga bilder i något högre grad än pojkar (46 % respektive 37 %).

33 g. Någon/några av de företeelser barnen har utsatts för (diagram 33) har hänt på Snapchat, kön (%)



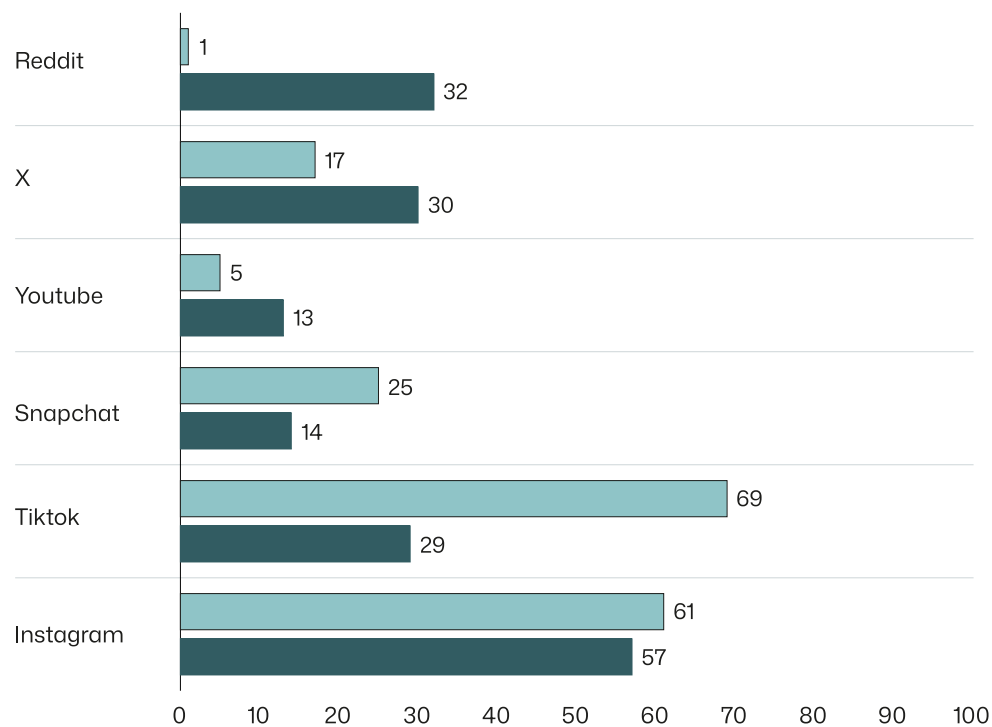
Frågan om var – på vilka plattformar – det som barnen har råkat ut för har hänt (mobbing/elakheter, hot, fått nakenbilder etcetera) uppvisar inga större könsskillnader i åldersgruppen 9–12. Det finns en tendens till att svaren avspeglar vilka plattformar som flickor respektive pojkar använder: flickor rapporterar att mer hänt på Instagram och Tiktok, pojkar rapporterar mer än flickor att det hänt på Discord och Youtube samt "annan", vilket oftast betyder ett spel eller en spelplattform. I tonåren finns samma tendens bland pojkarna men bland flickorna varierar det något mer. I åldersgruppen 13–16 uppger flickor i något högre grad än pojkar att det hänt på Tiktok, i åldersgruppen 17–18 uppger flickor i något högre grad att det hänt på Instagram. Den största könsskillnaden bland tonåringarna gäller dock Snapchat, som flickor nämner i betydligt högre grad än pojkar (diagram 33 g, observera att procentsatserna inte beräknats på hela populationen utan bara på dem som har råkat ut för något på nätet eller via mobilen).

33 h. Har fått obehagliga bilder på..., kön (%)



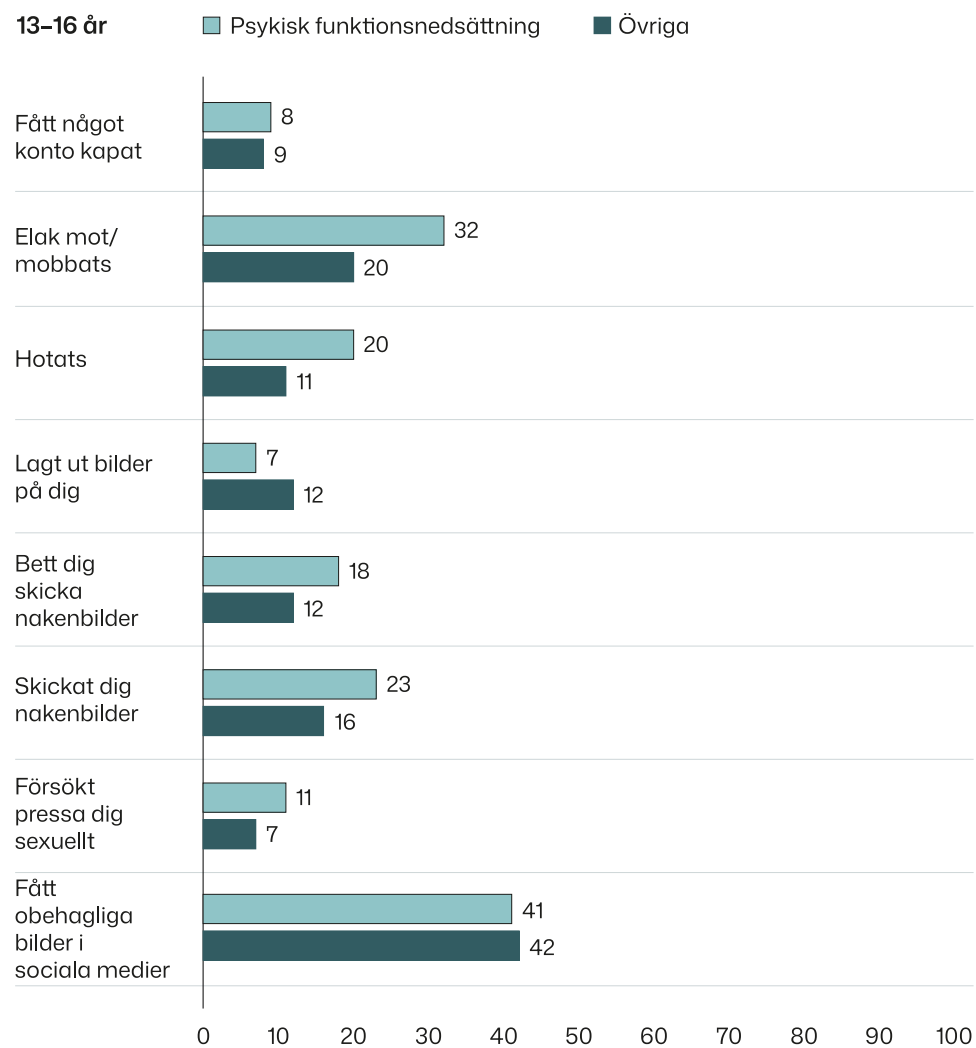
17-18 år

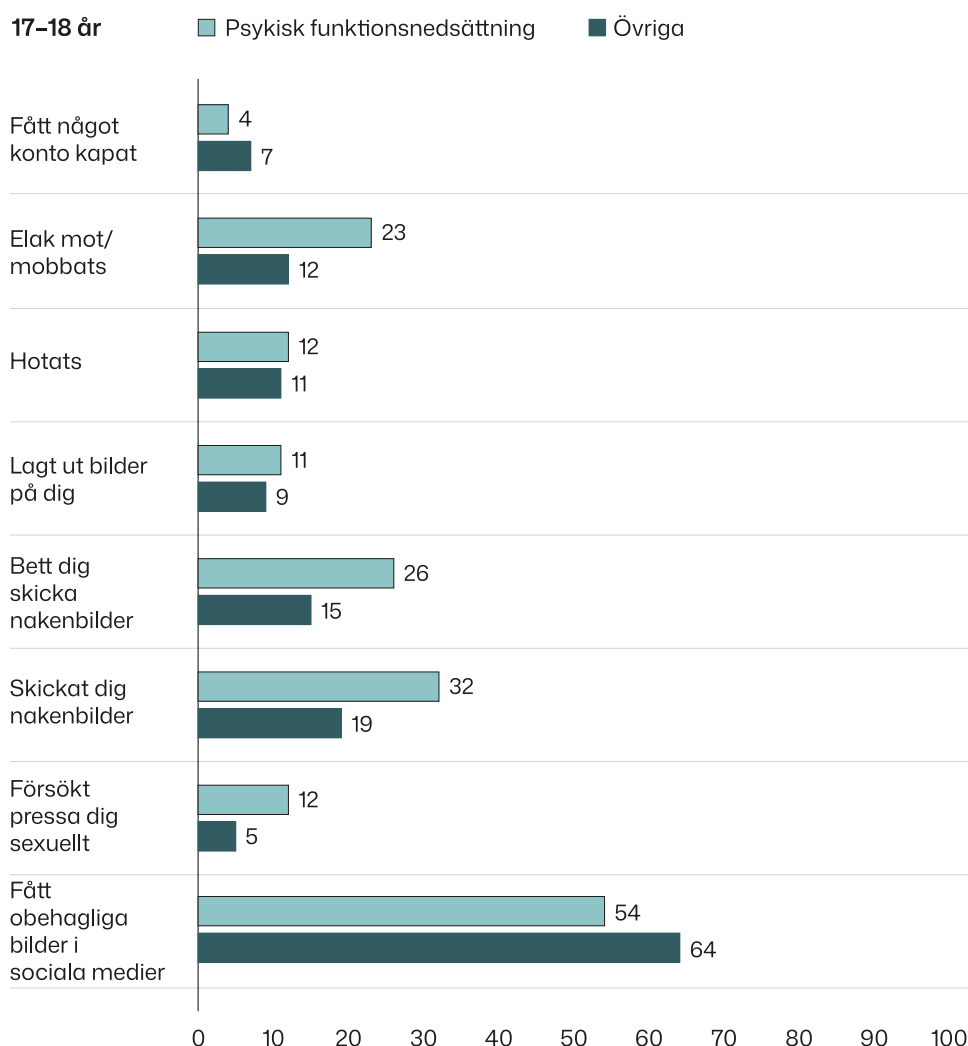
Flickor Pojkar



Tiktok nämns förhållandevis ofta i alla åldersgrupper när frågan är var de har fått obehagliga bilder i sina sociala medie-flöden, men sedan varierar det något. I åldersgruppen 9-12 har flest sett obehagliga bilder på Tiktok följt av Youtube och Snapchat. Bland flickor i tonåren har flest sett obehagliga bilder på Tiktok, Instagram och Snapchat. Bland pojkar i tonåren har också flest sett obehagliga bilder på Tiktok och Instagram, men här nämns även X och Reddit i förhållandevis hög grad. Varken X eller Reddit används i någon större utsträckning, ändå anger omkring 30 % av pojkarna i åldern 17-18 som fått obehagliga bilder att det har hänt på dessa plattformar.

33 i. Under det senaste året, har du råkat ut för att: andel ja-svar, psykisk funktionsnedsättning och övriga ungdomar (%)



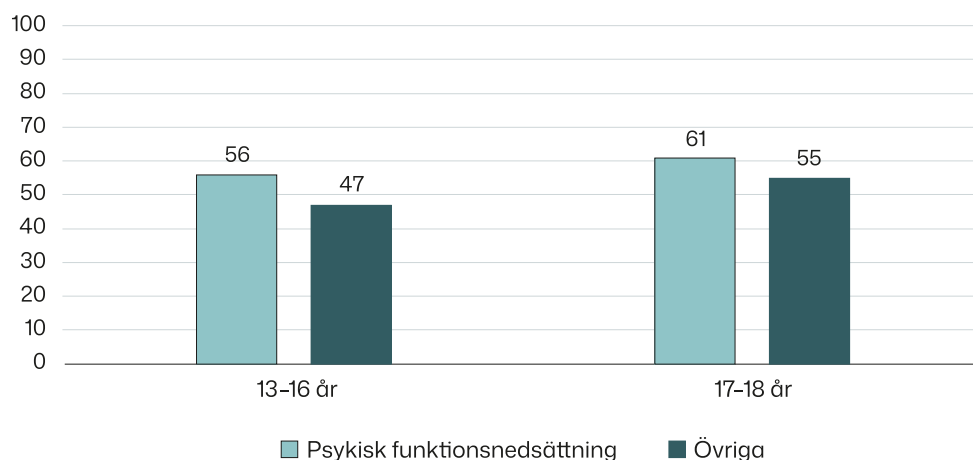


Tidigare års undersökningar har visat att den upplevda utsattheten på nätet och via mobilen är generellt högre bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar. Skillnaderna mellan grupperna har dock minskat något 2024.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning upplever mer elakheter och mobbning samt olika former av sexuella närmanden. I åldersintervallet 13-16 har ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar blivit hotade i högre grad. Det finns däremot inga tecken på att ungdomar med psykisk funktionsnedsättning skulle få konton kapade på plattformar i högre utsträckning än andra (diagram 33 i).

De könsskillnader som påvisades bland ungdomar i genomsnitt återfinns även bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar. Det vill säga att flickor i tonåren med psykiska funktionsnedsättningar, i högre grad än pojkar, upplever att okända personer ber dem om bilder där flickorna är lättklädda eller nakna, att okända personer skickar nakenbilder på sig själva till dem samt försöker att pressa dem till att göra något sexuellt på nätet. Precis som i tidigare undersökningar kan konstateras att flickor med psykiska funktionsnedsättningar i vissa avseenden är mer utsatta på nätet än andra ungdomar (Andersson, Karlsson & Agdalen, 2024).

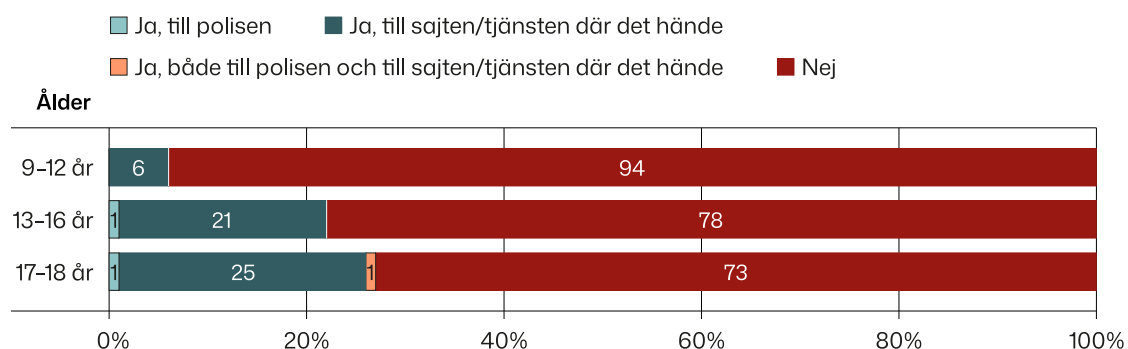
33 j. Någon/några av de företeelser barnen har utsatts för (diagram 33) har hänt på Snapchat, psykisk funktionsnedsättning och övriga ungdomar (%)



Snapchat är den plattform som flest ungdomar både med och utan psykisk funktionsnedsättning har råkat illa ut på, men ungdomar med psykisk funktionsnedsättning nämner Snapchat i något högre grad. I åldersgruppen 13-16 uppger en något större andel av ungdomarna med psykisk funktionsnedsättning att det har hänt på Roblox, 17 % jämfört med 6 % bland övriga ungdomar.

Vad gäller obehagliga bilder i sociala medier uppger en större andel av ungdomarna med psykisk funktionsnedsättning att det har skett på Snapchat, men en något mindre andel än övriga ungdomar nämner Instagram och Tiktok.

34. Har du någon gång anmält hot eller hat på internet, t.ex. i sociala medier? (%)



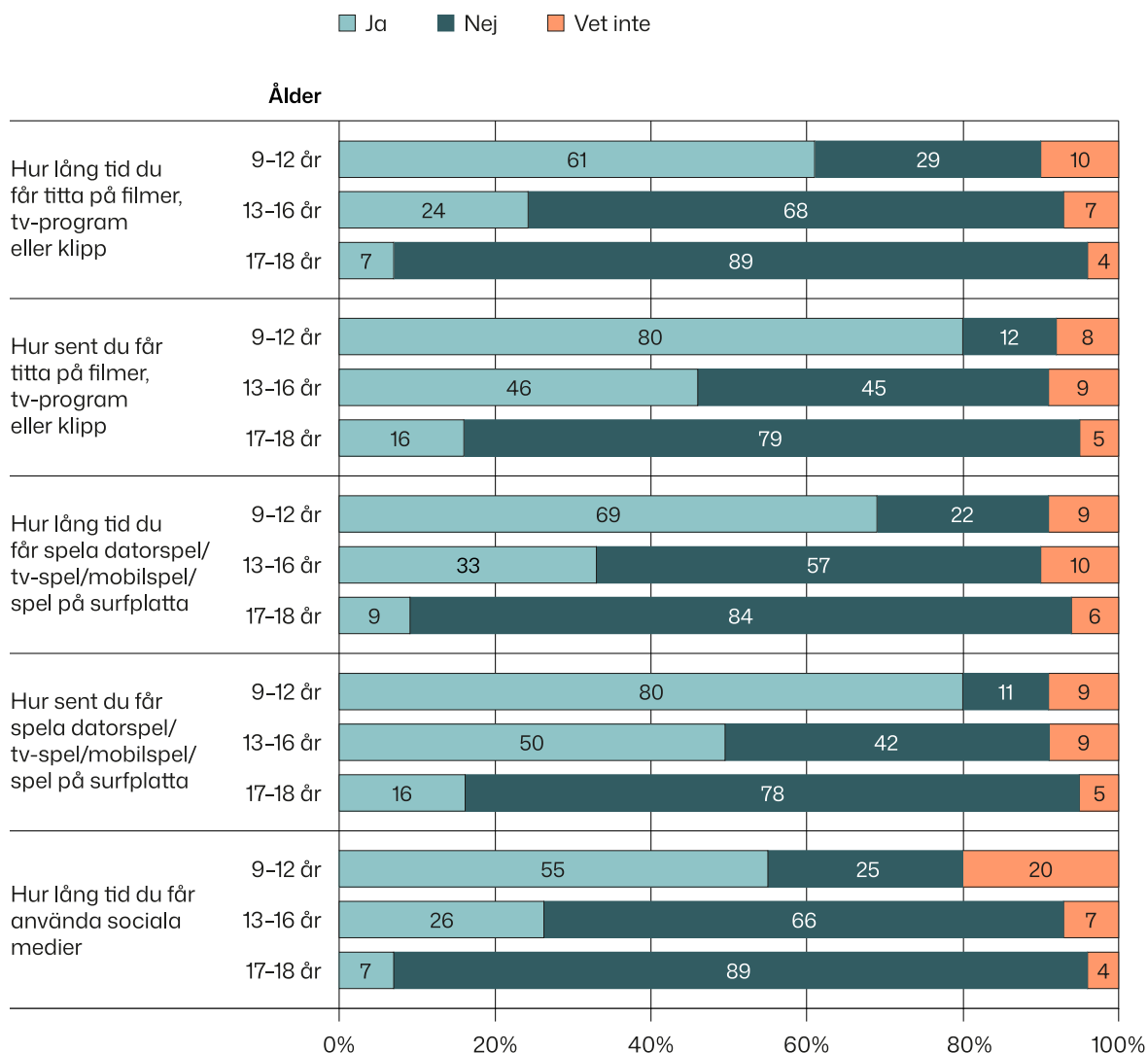
Andelarna som har anmält hot och hat ökar med barnens stigande ålder, men i alla åldersintervall är det nästan uteslutande till sajten/tjänsten där det hände som anmälan har gjorts. Ytterst få har gjort polisanmälan.

Jämfört med 2022 finns inga betydelsefulla skillnader. I tidigare undersökningar formulerades inte frågan på riktigt samma sätt så resultaten kan inte jämföras exakt över tid. På en övergripande nivå kan dock konstateras att mönstret är detsamma sedan år 2018: om barnen anmäler något så sker det till sajten, väldigt sällan till polisen.

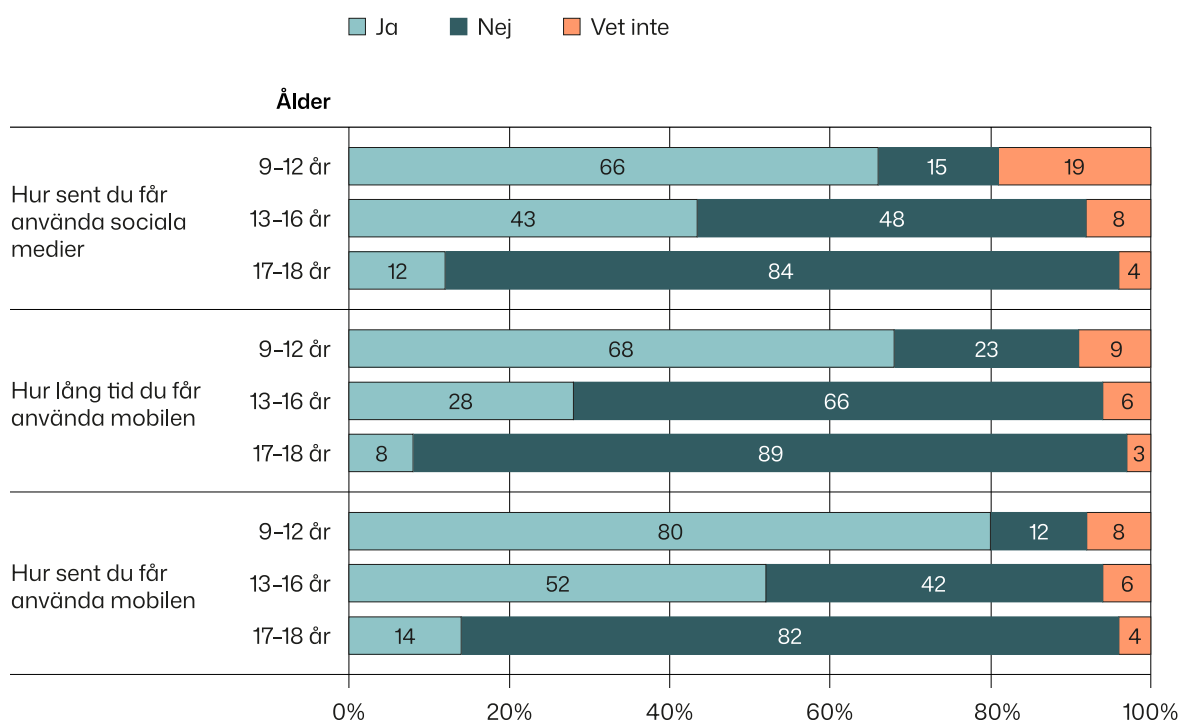
I den yngsta gruppen finns inga könsskillnader, men bland tonåringarna anmäler flickor generellt mer än pojkar. I åldersintervallet 13–16 har totalt 28 % av flickorna och 16 % av pojkarna anmält hot och hat. Motsvarande siffror i åldern 17–18 är 29 % respektive 21 %. Liknande könsskillnader fanns även år 2018 och 2022.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning har anmält hat och hot något mer än andra ungdomar: totalt 25 % i åldersintervallet 13–16 och 36 % i åldersintervallet 17–18 (jämfört med 22 % respektive 24 %). Flickor med psykisk funktionsnedsättning i åldersgruppen 17–18 är den grupp som totalt har anmält mest: 38 %.

35. Om du tänker på vardagar. Har din familj regler för... (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Mer än hälften av barnen i åldersintervallet 9-12 har regler för hur lång tid och hur sent de får använda olika medier. Andelarna som har regler för hur lång tid och hur sent de får använda olika medier minskar därefter med barnets stigande ålder. Detta mönster har förekommit alla år som Ungar & medier har ställt dessa frågor.

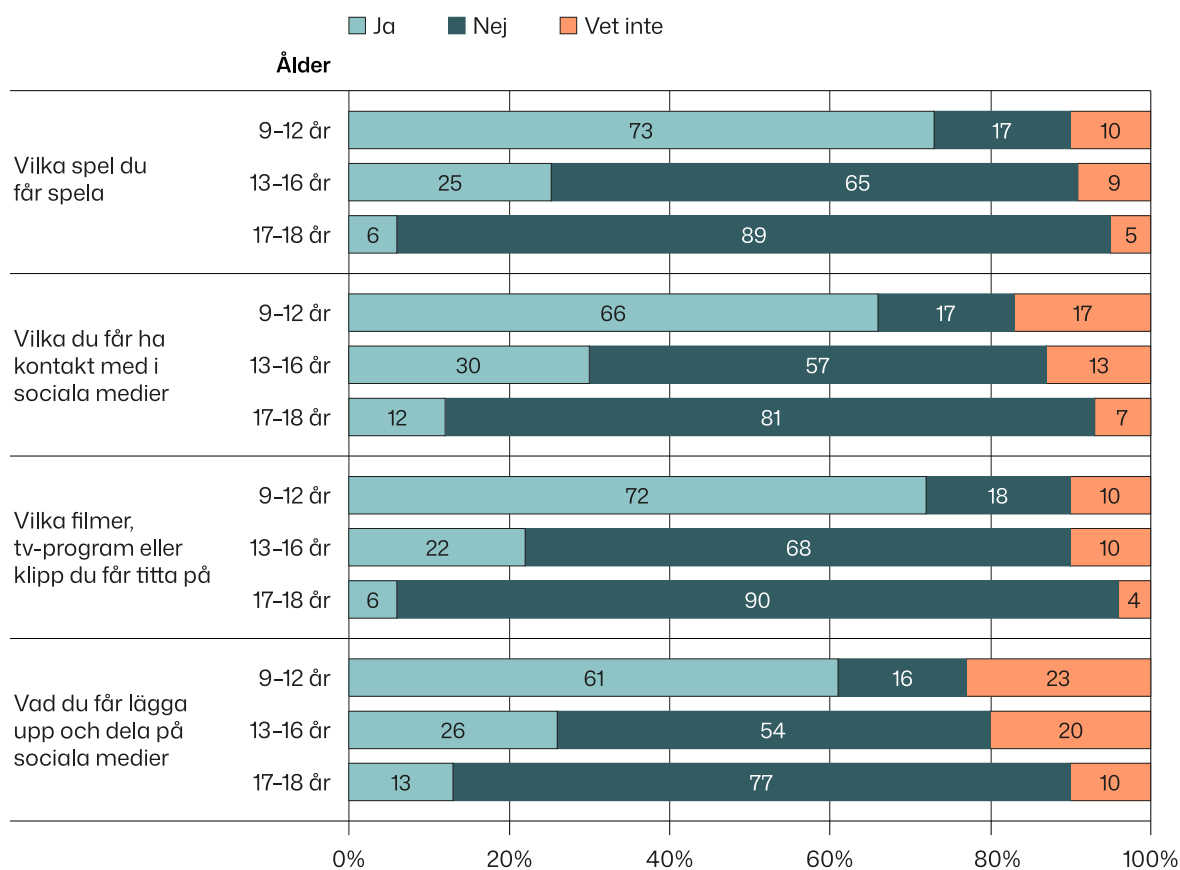
Ett annat återkommande mönster är att större andelar av barnen i alla åldrar har regler för *hur sent*, än för *hur lång tid*, de får använda de olika medierna. Att man i familjen bestämmer ett klockslag efter vilket medier inte får användas är alltså vanligare än att man bestämmer hur länge barnen får använda medier. Allra vanligast är regler för hur sent barn i åldern 9-12 får titta på filmer, tv-program eller klipp, spela spel samt använda mobilen, vilket 8 av 10 barn har regler för.

Jämfört med 2022 ökar förekomsten av regler i åldersgruppen 9-12. För några medieslag är förändringarna marginella, men för sociala medier är förändringen markant. Andelen barn i åldersgruppen 9-12 som har regler för *hur lång tid* de får använda sociala medier har ökat med 16 procentenheter och andelen som har regler för *hur sent* de får använda sociala medier har ökat med 14 procentenheter. Även andelarna som har regler för hur länge och hur sent de får använda mobilen har ökat med 8 respektive 5 procentenheter i åldersgruppen 9-12. I åldersgruppen 13-16 har andelen som har regler för *hur lång tid* de får använda sociala medier och mobilen ökat med 4 procentenheter. För övrigt finns inga betydande förändringar. Fler barn i åldersgrupperna 9-12 och 13-16 har således fått regler för sin användningstid gällande sociala medier och mobilen. Detta kan vara en följd av den "skärmtidsdebatt" som förts under senare år och av Folkhälsomyndighetens rekommendationer på området som lanserades under hösten 2024 (då data till Ungar & medier samlades in).

I åldersgrupperna 9–12 och 13–16 har pojkar regler för sin medieanvändning i något högre grad än flickor. Den största könsskillnaden – cirka 20 procentenheter – rör datorspel i åldersgruppen 13–16 som pojkar har regler för i högre grad än flickor. Pojkar har regler för datorspel i högre grad än flickor även i åldersgruppen 17–18, men här är könsskillnaderna över lag mindre. Dessa mönster har iakttagits även tidigare undersökningsår.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning tenderar ha regler i något högre grad än andra ungdomar. De största skillnaderna – mellan 7 och 11 procentenheter – finns i åldersgruppen 17–18 och gäller regler för *hur sent* ungdomarna får titta på filmer, tv-program eller klipp, spela datorspel, använda sociala medier och mobilen.

36. Har din familj regler för... (%)



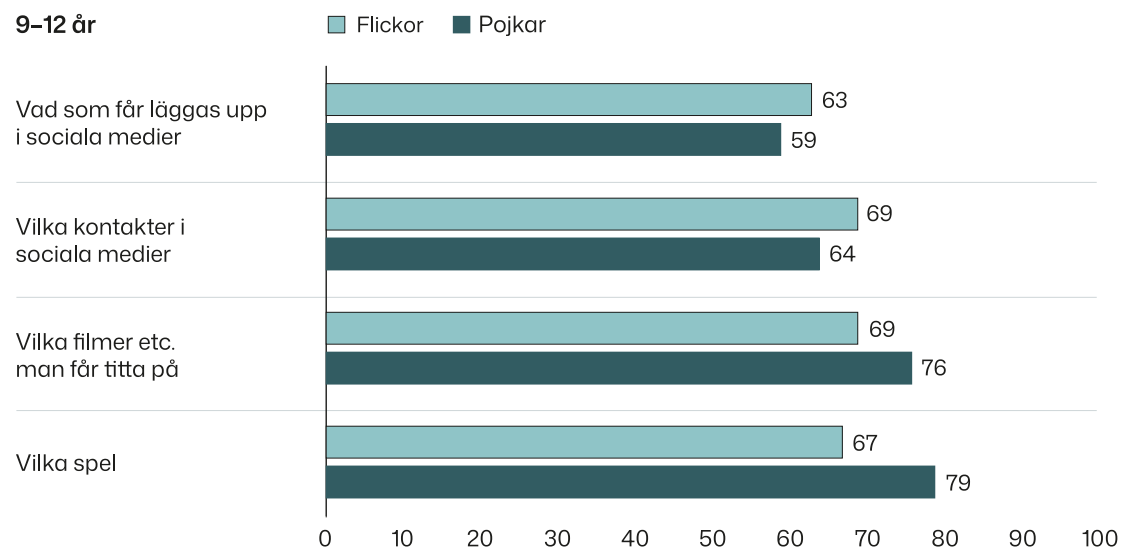
I frågeformuläret år 2022 infogades ytterligare tre delfrågor om regler i familjen, men som inte handlar om tiden för medieanvändning utan om medieinnehåll och sociala kontakter. I frågeformuläret år 2024 infördes ytterligare en fråga, gällande vad barnen får lägga upp och dela på sociala medier. Resultaten uppvisar liknande mönster som i diagram 35 ovan, på så sätt att det är betydligt vanligare med regler i den yngsta åldersgruppen än i den äldsta. Minst 6 av 10 barn i åldern 9–12 har regler för vilka spel de får spela, vilka de får ha kontakt med i sociala medier, vilka filmer, tv-program eller klipp de får titta på samt vad de får lägga upp och dela på sociala medier. I den äldsta gruppen är det drygt 1 av 10 som har dessa regler.

Jämförs diagram 35 och 36 framgår att det är större andelar som har regler för *hur sent* de får spela, än för *vilka* spel de får spela i samtliga åldersgrupper. Det är även större andelar som har regler för *hur sent* de får titta på filmer, tv-program eller klipp, än regler för *vilka* filmer etcetera de tittar på. Vad gäller sociala medier är regler för *hur sent* dessa får användas lika vanliga som regler för *vilka personer* barnet får ha kontakt med i den yngsta och äldsta gruppen, men i åldersgruppen 13–16 är regler för hur sent sociala medier används vanligare än regler för vilka personer ungdomarna får ha kontakt med där.

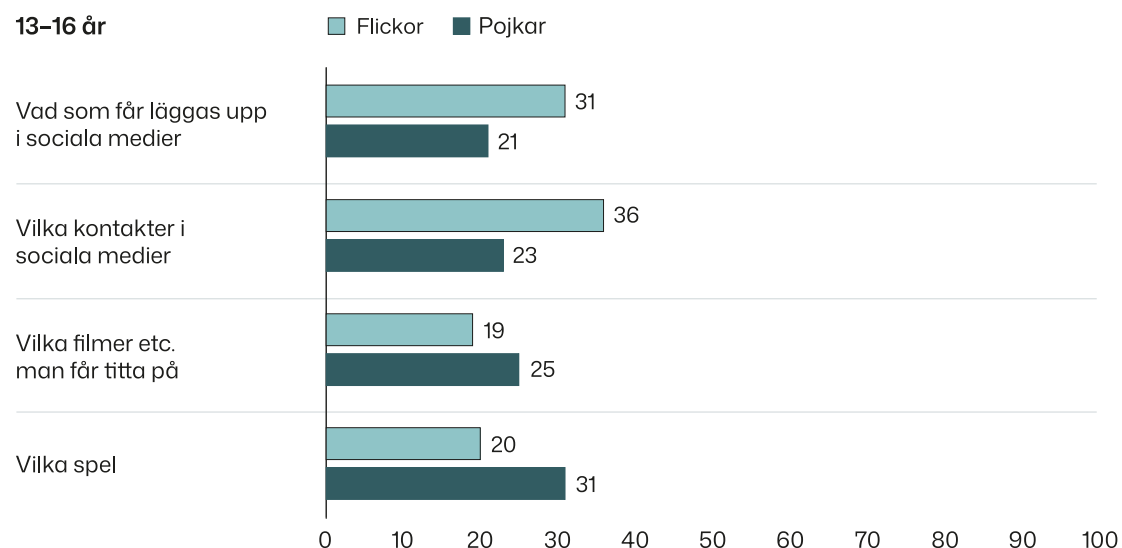
De övergripande mönstren gällande regler för medieanvändningen är desamma som år 2022, men i åldersgruppen 13–16 har något färre regler för vilka spel de får spela och vilka filmer, tv-program och klipp de får titta på. Sammantaget verkar frågan om vilken tid på kvällen som medieanvändningen ska avslutas vara det som vårdnadshavare främst reglerar, nu liksom tidigare år.

36 b. Har regler för vilka spel de får spela, vilka filmer/tv-program/klipp de får titta på, vilka de får ha kontakt med i sociala medier och vad de får lägga upp och dela i sociala medier, kön (%)

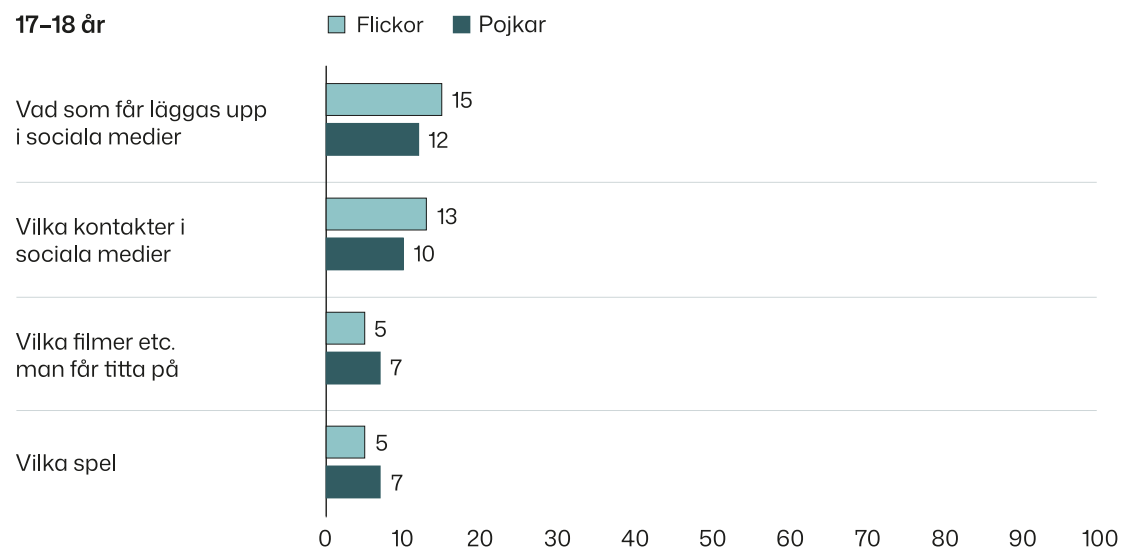
9–12 år



13–16 år



17–18 år



I båda åldersintervallen 9–12 och 13–16 år har pojkar regler för vilka spel de får spela och vilka filmer, tv-program och klipp de får titta på i något högre grad än flickor. Flickor har regler för vilka de får ha kontakt med samt vad de får lägga upp och dela i sociala medier i högre grad än pojkar. Könsskillnaderna i den äldsta gruppen är marginella.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning tenderar ha dessa regler i något högre grad än andra ungdomar.

37. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om... (%)

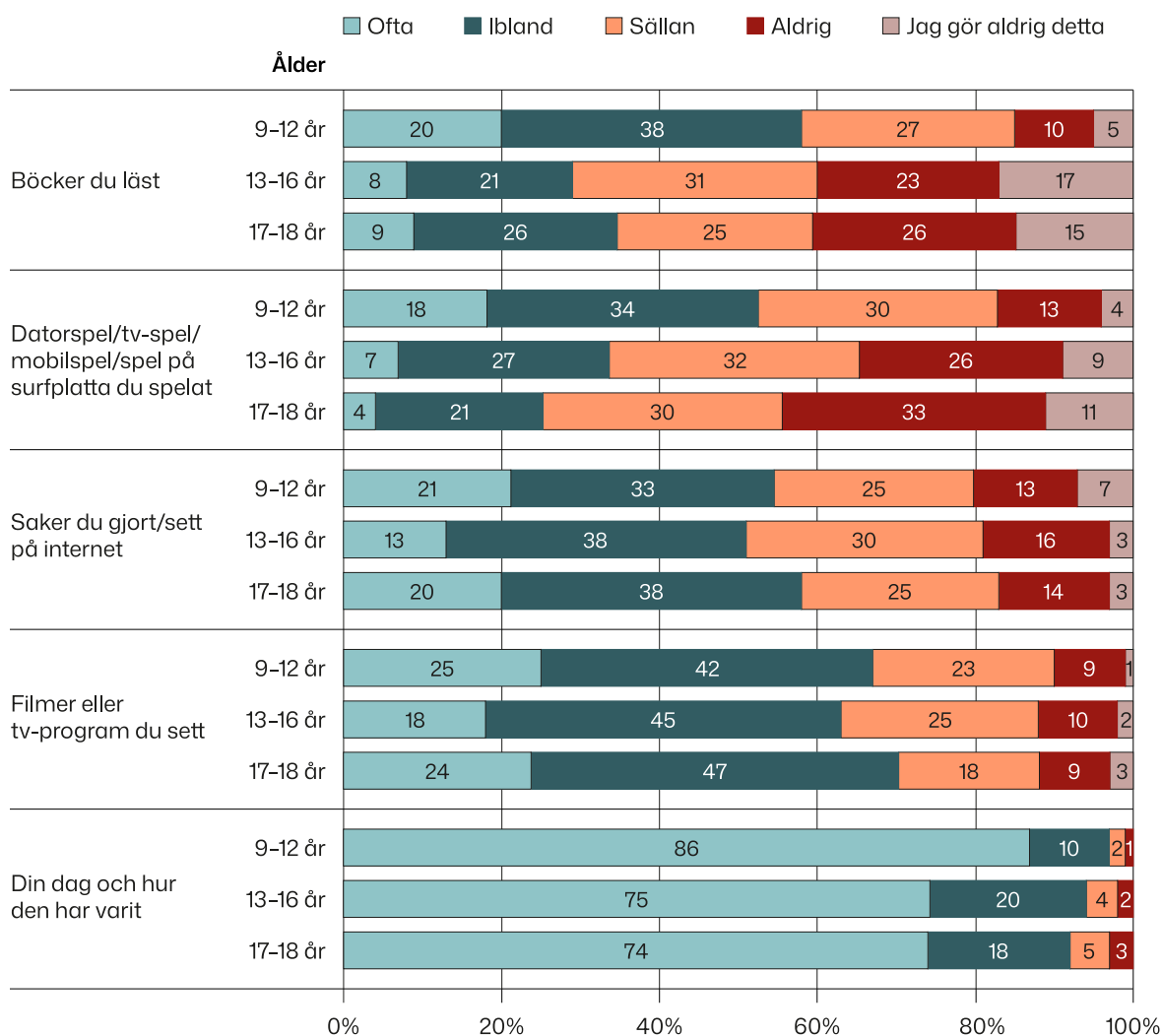


Diagram 37 beskriver i vilken utsträckning barn och föräldrar, eller andra vuxna som barnet bor med, brukar prata om medier som barnet har använt. Här finns också en fråga om hur ofta de brukar prata om barnets dag och hur den har varit och resultaten visar att det är det vanligaste samtalsämnet i samtliga åldersgrupper. Tre fjärdedelar eller mer pratar ofta om sin dag och hur den har varit med sina föräldrar eller andra vuxna de bor med. Eftersom

medier är en väsentlig del av de flestas vardag kan dessa samtal delvis vara medierelaterade, men inget av de specifikt medierelaterade samtalsämnena förekommer lika frekvent.

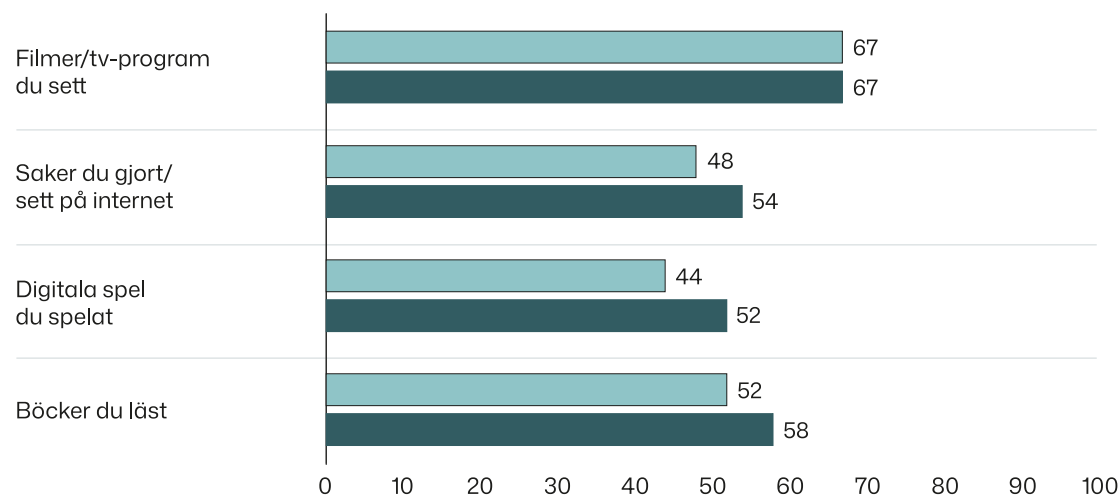
Av de medierelaterade ämnena är filmer eller tv-program det som flest pratar om i samtliga åldersgrupper, följt av saker som barnet har gjort eller sett på internet. Hälften, eller mer än hälften, av barnen pratar ofta eller ibland om saker de har sett eller gjort på nätet. Det är större andelar i den yngsta gruppen, än bland tonåringarna, som ofta eller ibland pratar med sina föräldrar om böcker de har läst samt spel de har spelat. I dessa avseenden finns inga förändringar jämfört med 2022.



37 b. Pratar ofta eller ibland om medier med sina föräldrar, 2012 och 2024 (%)

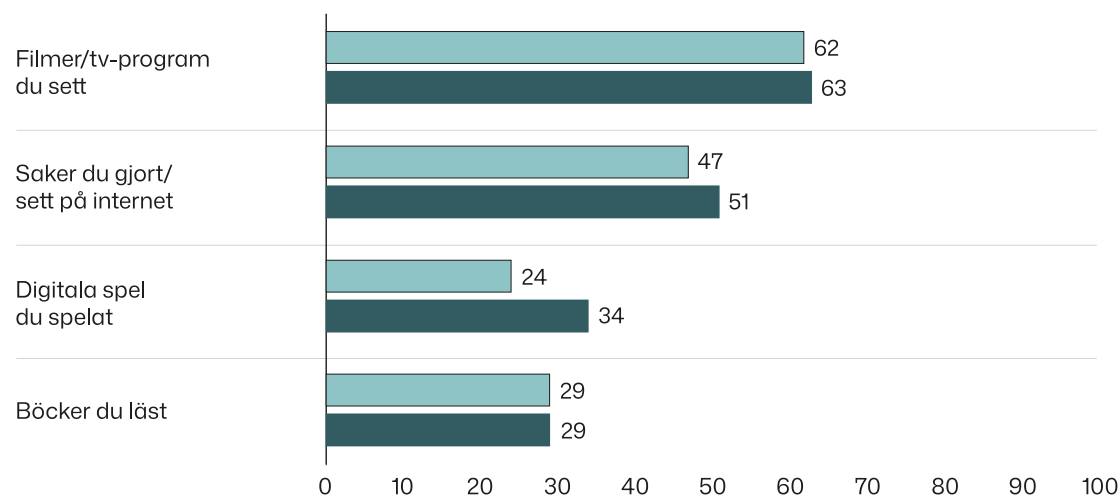
9–12 år

2012 2024



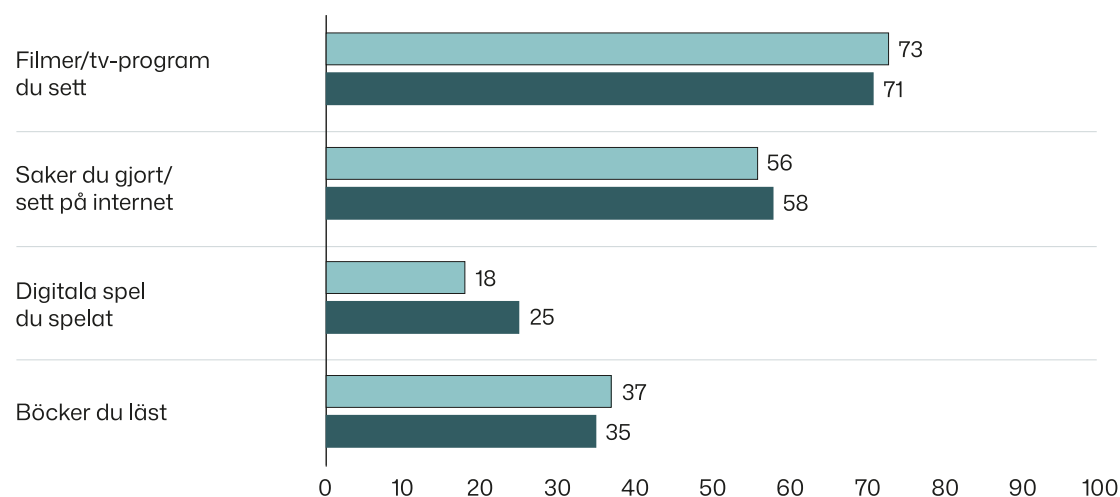
13–16 år

2012 2024



17–18 år

2012 2024

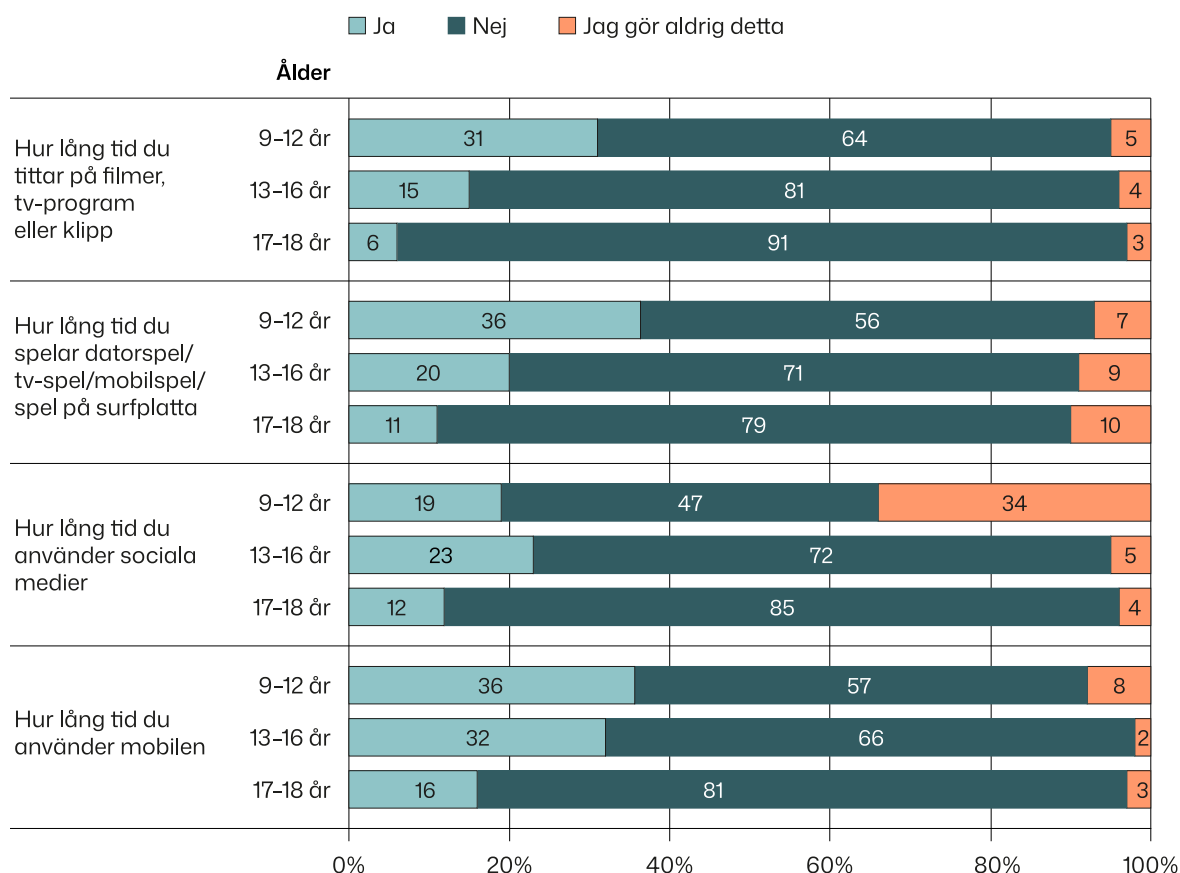


Frågorna om hur ofta barnen pratar om medier med sina föräldrar, vårdnadshavare eller andra vuxna som de bor med ställdes första gången år 2012 och det är förvånansvärt lite som har förändrats sedan dess. I åldersgruppen 9–12 pratar barn och föräldrar något mer år 2024 om böcker, saker barnet har gjort eller sett på nätet och om spel som barnet spelat. Bland tonåringarna är det bara samtal om digitala spel som ökat. Givet samhällets förändring under det senaste dryga decenniet i riktning mot ökad digitalisering och digital medieanvändning bland både barn och vuxna kunde man tänka sig att samtal om vad som skett på nätet skulle ha ökat märkbart, men så har alltså inte skett.

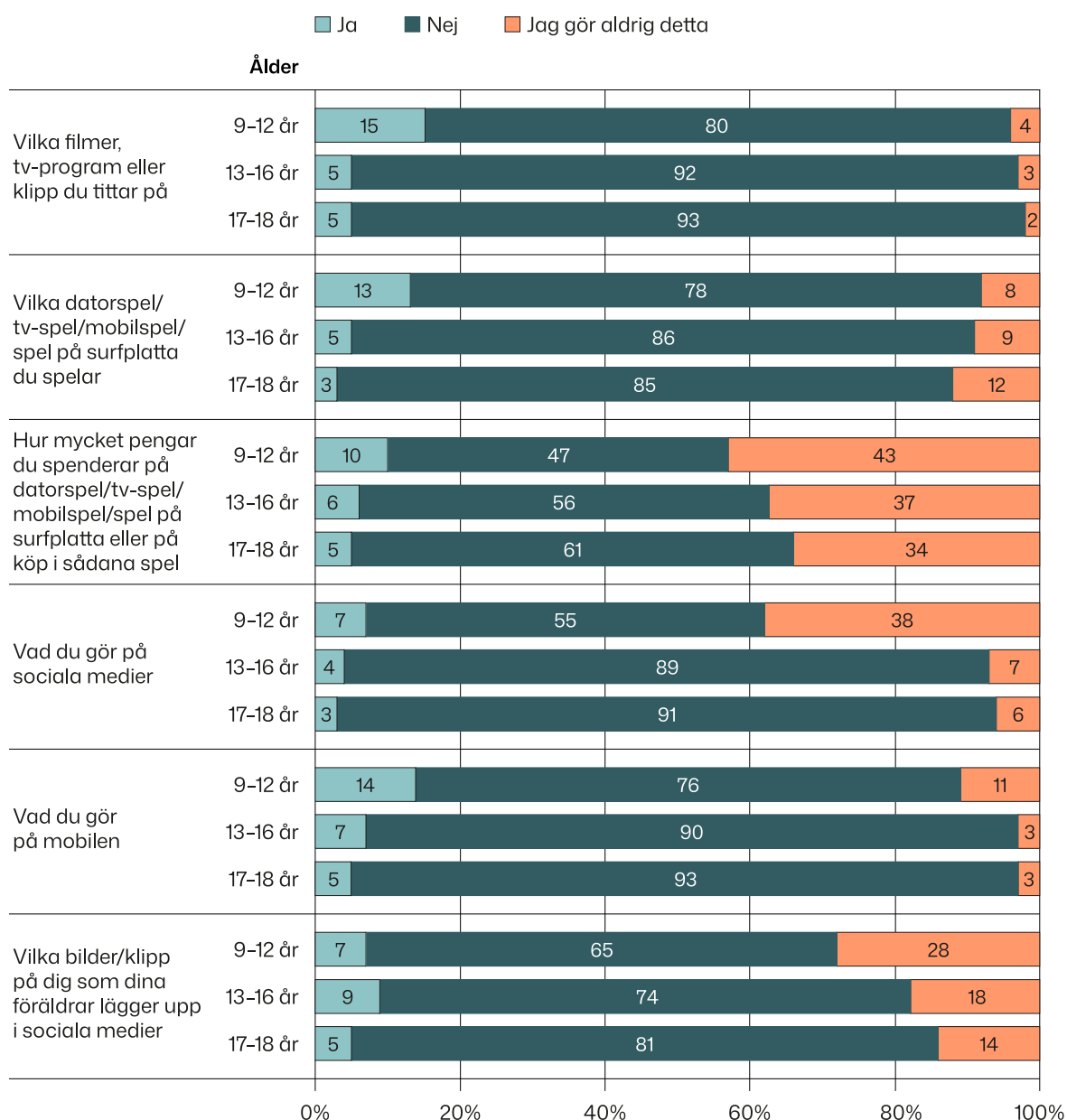
I alla åldersgrupper pratar pojkar i högre grad än flickor med sina föräldrar om spel, vilket är rimligt eftersom de spelar mer än flickor. Bland tonåringarna pratar flickor i något högre grad än pojkar om alla andra medier, det vill säga böcker de har läst, saker de sett eller gjort på internet samt filmer och tv-program.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar pratar i något högre grad (ofta eller ibland) med sina föräldrar om spel de har spelat, men i något lägre grad om böcker de har läst.

38. Brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med bli osams om... (%)



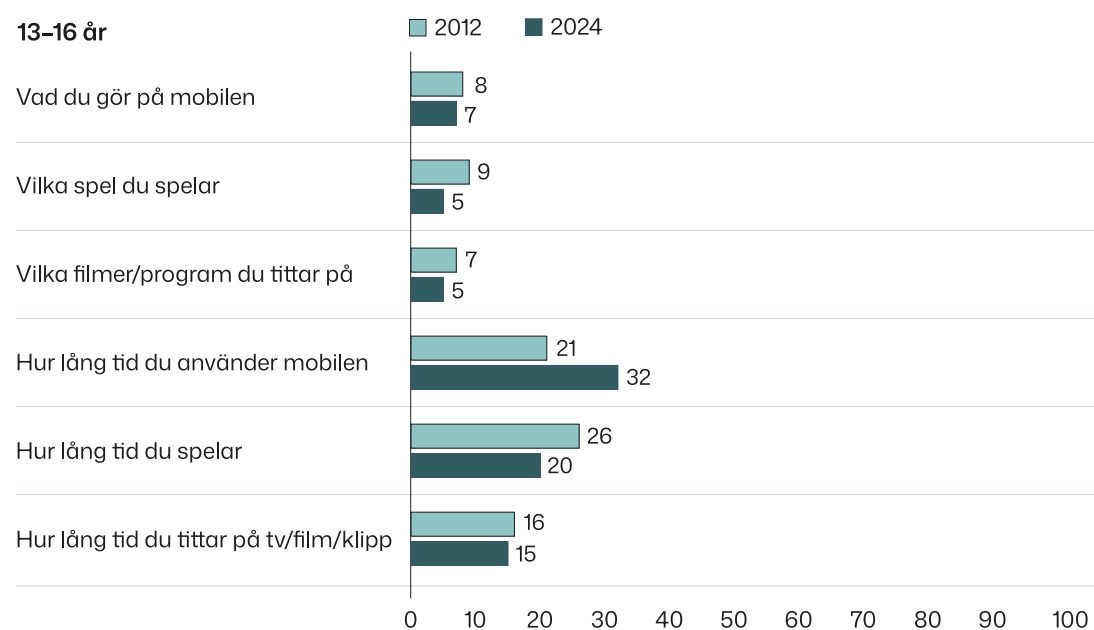
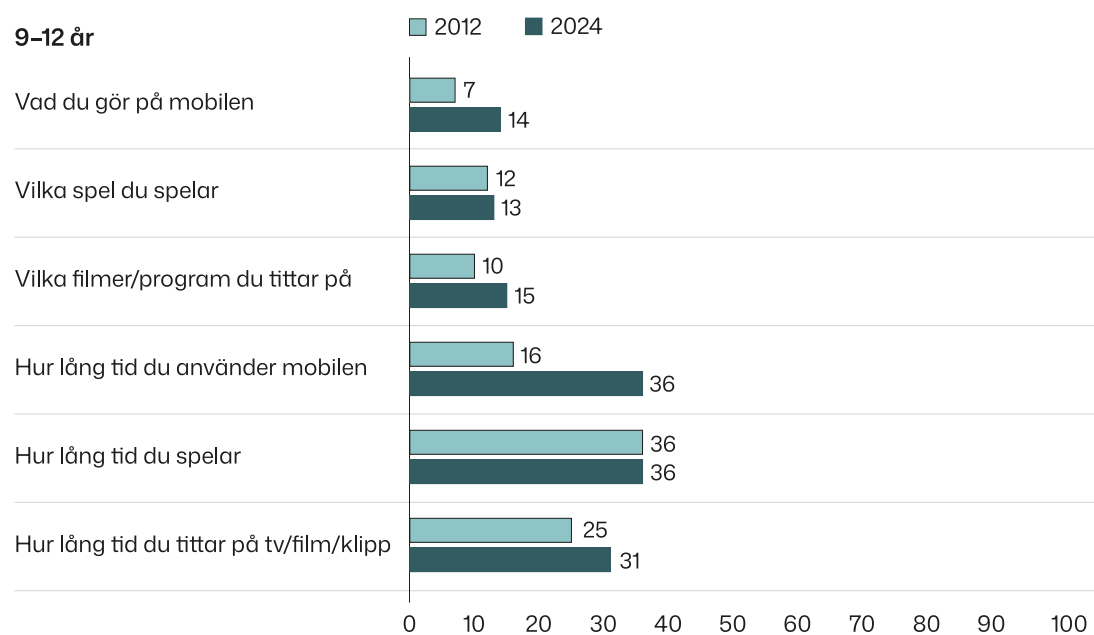
Figuren fortsätter på nästa sida.

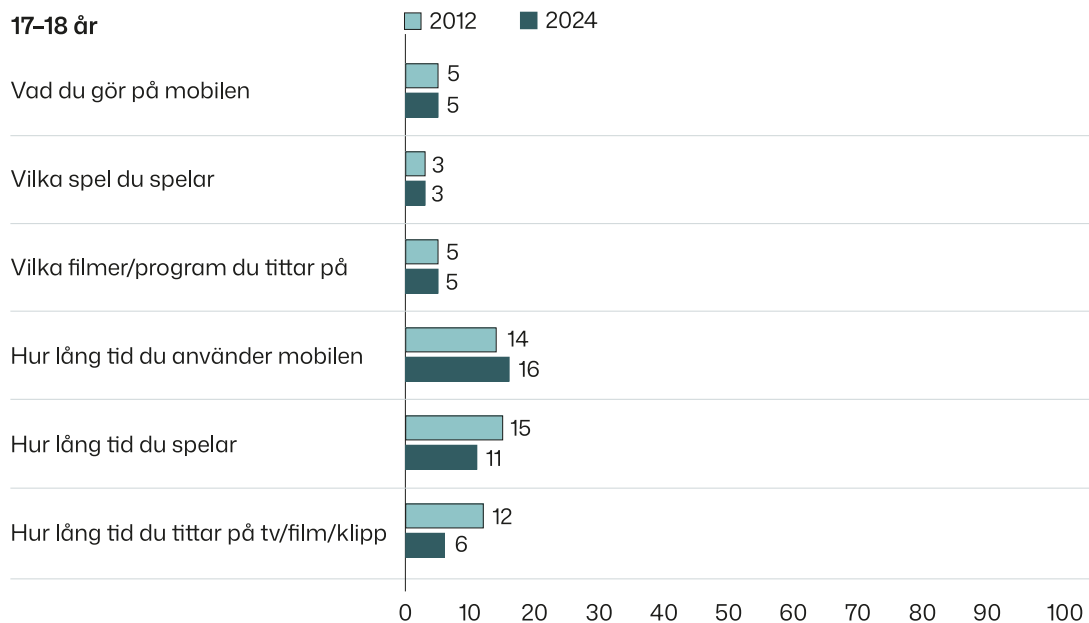


De flesta barn brukar inte bli osams med sina föräldrar om sin medieanvändning, men när konflikter förekommer är de generellt vanligare i den yngsta gruppen och minskar ju äldre barnen blir. Konflikterna rör oftare *hur lång tid* barnen ägnar åt medierna än mediernas innehåll, eller vad barnen gör i sociala medier eller på mobilen. Den vanligaste orsaken till medierelaterade konflikter i alla åldersgrupper år 2024 är hur lång tid som barnen använder mobilen. I åldersgruppen 9-12 är konflikter om hur lång tid som ägnas åt spel lika vanligt. Dessa mönster fanns även år 2022.

Frågan om konflikter rörande vilka bilder eller klipp som föräldrarna lägger upp på barnen i sina sociala medier ställdes första gången år 2022 och de har varken ökat eller minskat sedan dess. Detsamma gäller konflikter om hur länge barnen använder sociala medier och vad de gör där. Frågan om konflikter rörande hur mycket pengar barnen spenderar på/i spel ställdes första gången år 2020 och denna typ av konflikter har minskat marginellt sedan dess.

38 b. Brukar bli osams med föräldrarna om..., 2012 och 2024 (%)

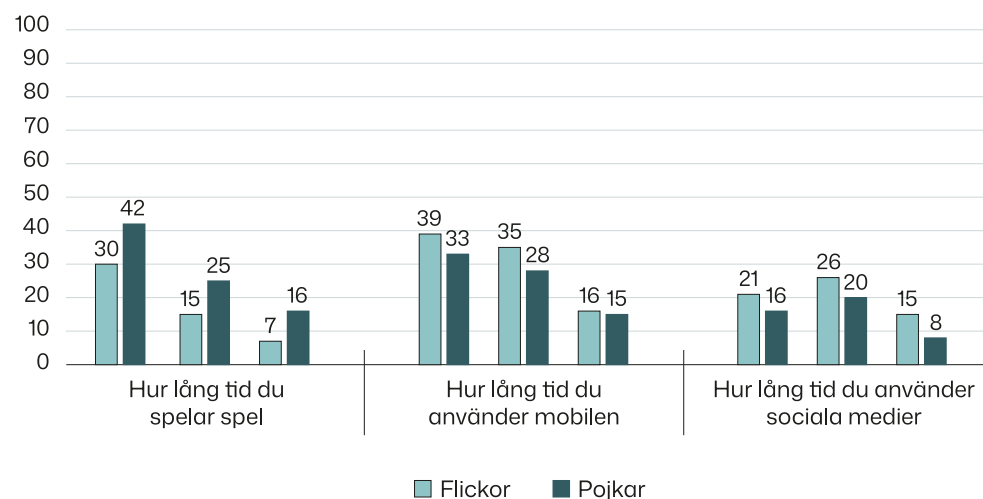




Frågorna om konflikter gällande barnens mobilanvändning, spelande och tittande på filmer, tv-program och klipp har ställts (med några mindre omformuleringar) sedan 2012, så här finns möjlighet att jämföra resultaten lite längre tillbaka i tiden. Det första som kan konstateras är att likheterna är fler än skillnaderna mellan 2012 och 2024 (diagram 38 b). De största förändringarna är att konflikter om *hur lång tid* barnen använder mobilen har ökat i åldersgrupperna 9-12 och 13-16. I den yngsta gruppen har även konflikter om vad barnen gör på mobilen samt hur lång tid de tittar på filmer, tv-program och klipp ökat. Det finns därmed en tendens till att de medierelaterade konflikterna i familjer med barn i åldern 9-12 har ökat något över tid.

Konflikterna om spel ligger antingen kvar på samma nivå som år 2012 eller har minskat något i alla åldersgrupper. År 2012 var konflikter om speltiden den vanligaste konflikttypen, men "mobiltiden" har successivt orsakat fler konflikter i familjerna.

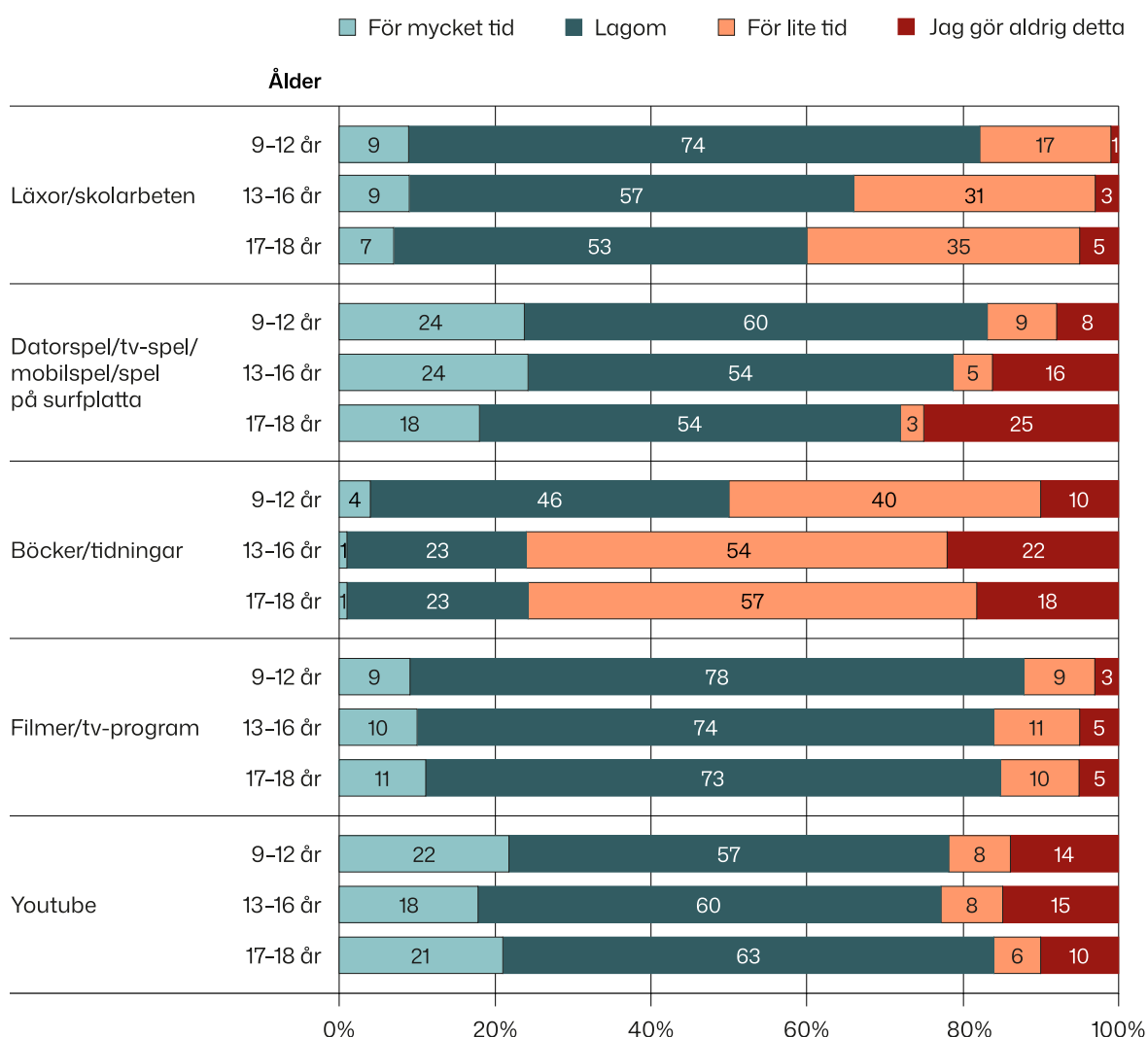
38 c. Brukar bli osams med föräldrarna om..., kön (%)



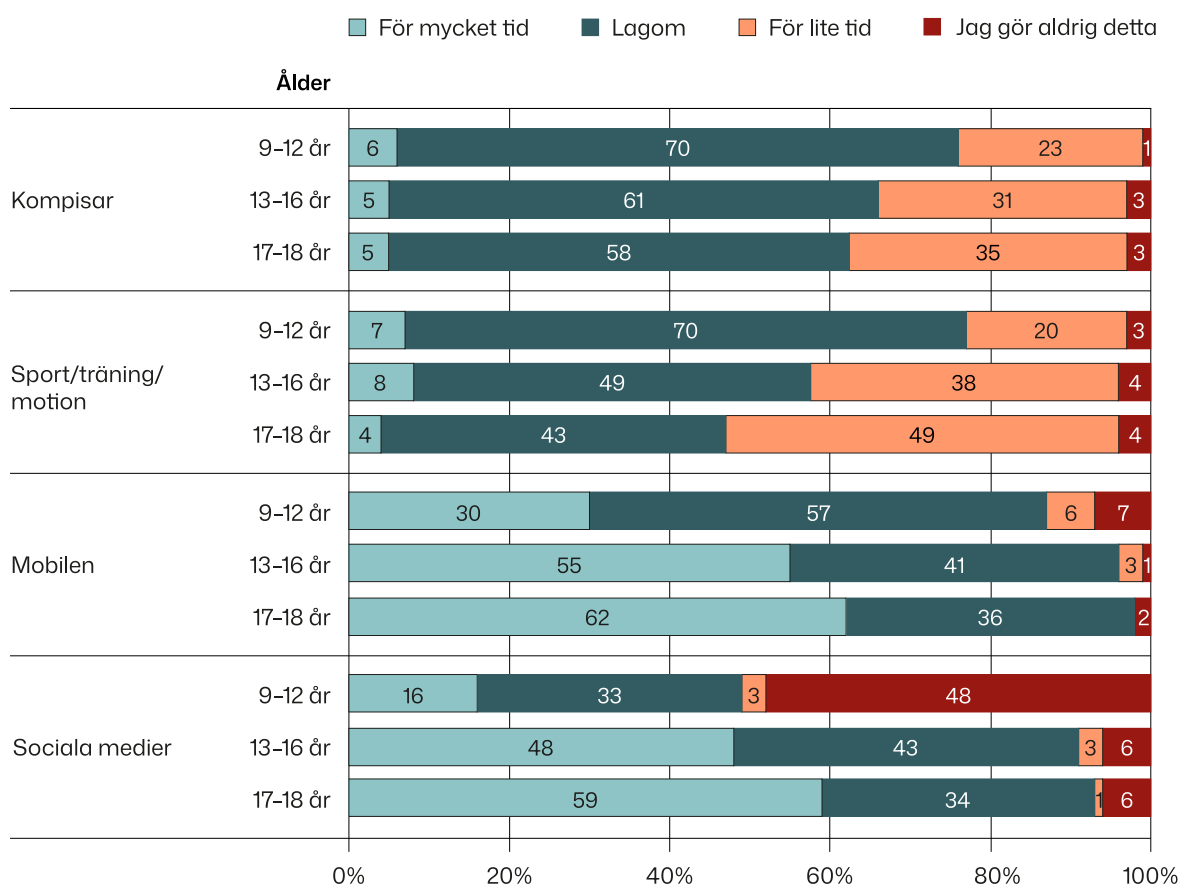
Pojkar har generellt fler spelrelaterade konflikter med sina föräldrar. Flickor har i högre grad än pojkar konflikter om hur lång tid de använder sociala medier och mobilen (diagram 38 c). Jämfört med 2022 har dock konflikterna om mobilenvändningen minskat bland flickor i åldersgruppen 17-18.

I båda åldersgrupperna 13-16 och 17-18 har ungdomar med psykisk funktionsnedsättning mer konflikter om hur mycket pengar de spenderar på/i digitala spel. I åldersgruppen 13-16 har ungdomar med psykisk funktionsnedsättning även mer konflikter om hur lång tid de spelar spel samt hur lång tid de tittar på filmer, tv-program och klipp. För övrigt finns inga nämnvärda skillnader.

39. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt... (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Diagrammet beskriver huruvida barnen själva tycker att de ägnar för mycket tid, lagom eller för lite tid åt några medier och andra aktiviteter.

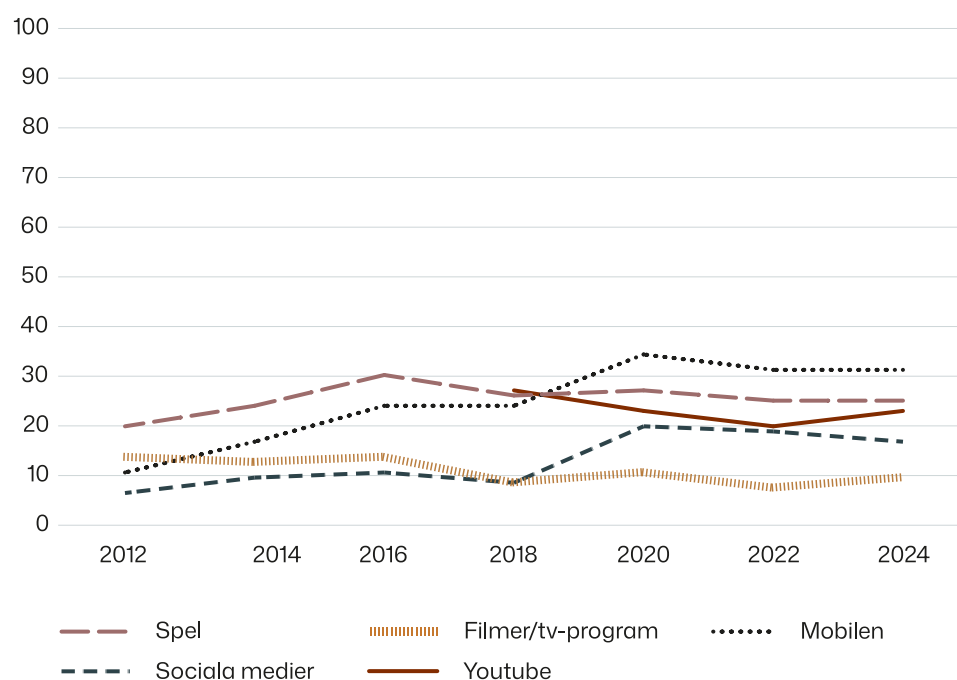
Dessa frågor har ställts sedan 2012 och under senare år har ett mönster tagit form: för de allra flesta delfrågorna är *lagom med tid* det vanligaste svaret. På en övergripande nivå är alltså barn och ungdomar relativt nöjda med hur de fördelar sin tid mellan olika medier och aktiviteter. Men det finns några undantag: i alla åldrar anser omkring hälften av barnen att de ägnar *för lite tid* åt böcker och tidningar, och bland tonåringarna anser stora andelar att de ägnar *för mycket tid* åt mobilen och sociala medier. Sedan år 2020 anser hälften, eller mer än hälften, av ungdomarna i åldersintervallen 13-16 och 17-18 att de ägnar för mycket tid åt mobilen. För lite tid för böcker och tidningar och för mycket tid med mobilen är således det som ungdomarna är mest missnöjda med.

Jämfört med år 2022 finns några förändringar främst gällande sociala medier. Som tidigare konstaterats i rapporten minskar användningen av sociala medier i åldersgruppen 9-12 och det syns i svarsalternativet *jag gör aldrig detta* som ökar med 11 procentenheter. Bland tonåringarna ökar andelarna som tycker att de ägnar sociala medier *för mycket tid*: 5 procentenheter bland 13-16 och 10 procentenheter bland 17-18. I åldersgruppen 17-18 ökar även andelen som tycker att de använder mobilen för mycket (6 procentenheter) och något fler tycker att de ägnar *för lite tid* åt kompisar. I åldersgruppen 9-12 ökar andelen som tycker att de ägnar *lagom med tid* åt att läsa böcker och

tidningar (6 procentenheter) samt sporta/träna/motionera (5 procentenheter). För övrigt finns inga nämnvärda förändringar sedan 2022.

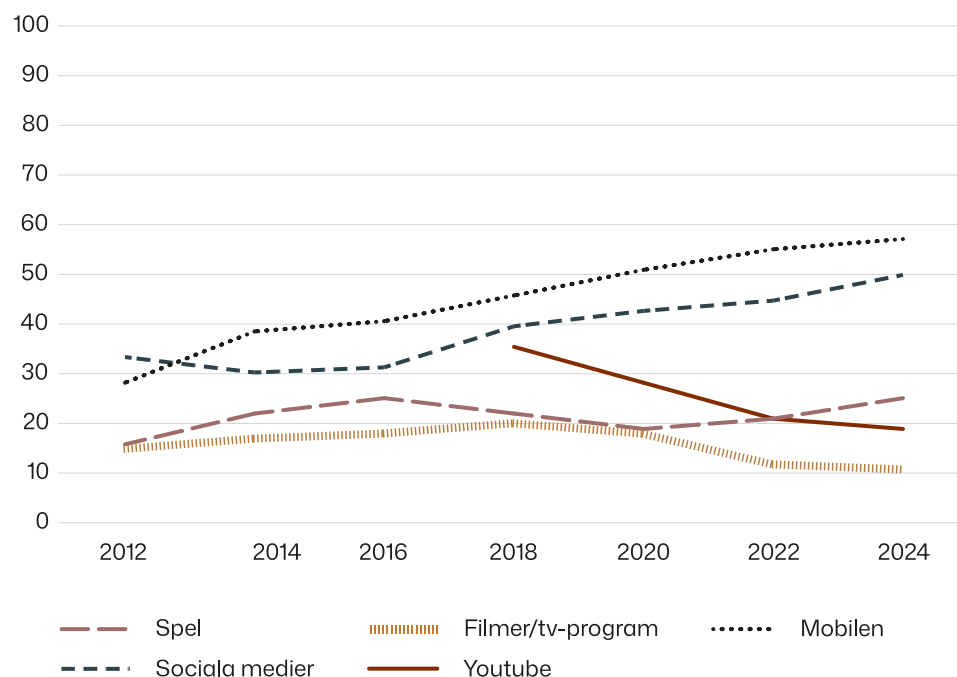
Jämförs uppgifterna med resultaten lite längre tid tillbaka, från 2012 och framåt, kan några trender urskiljas (diagram 39 b-d). Dessa trender beskrevs i *Ungar & medier 2023* och de nya resultat för 2024 som adderas i diagrammen bekräftar bara de som tidigare konstaterats.

39 b. Tycker att de ägnar för mycket tid åt... 2012–2024, 9–12 år (%)



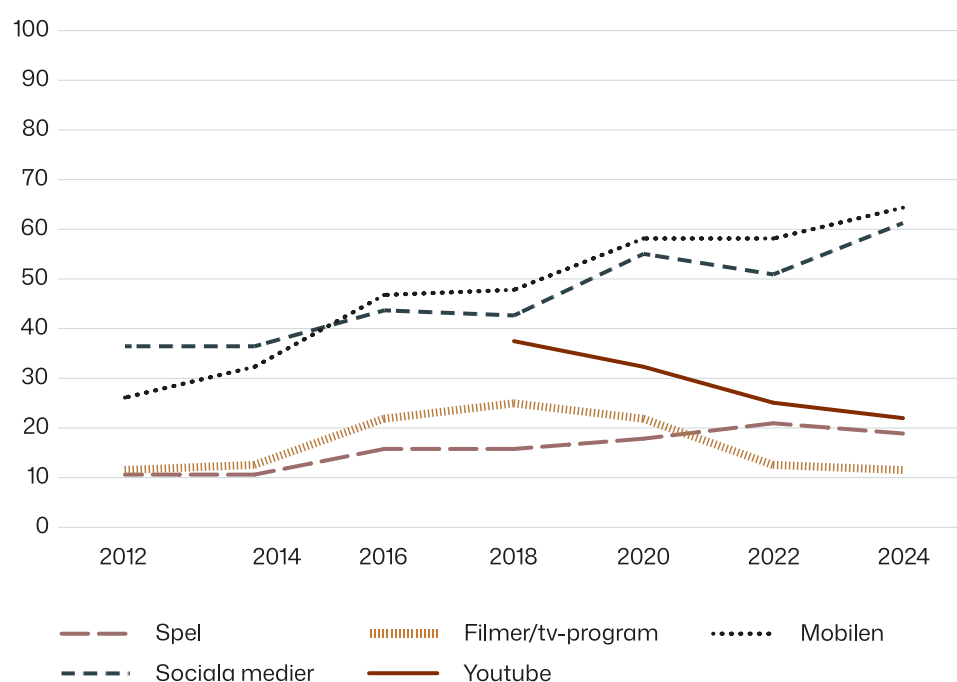
Bland barn i åldersintervallet 9–12 kulminerade uppfattningarna att man ägnar för mycket tid åt spel samt filmer och tv-program år 2016. Därefter minskar dessa uppfattningar. Även uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt Youtube förekommer i något lägre grad nu än när frågan ställdes första gången år 2018. Uppfattningarna att man ägnar för mycket tid åt mobilen och sociala medier har tvärtom ökat med åren, särskilt efter 2018.

39 c. Tycker att de ägnar för mycket tid åt... 2012–2024, 13–16 år (%)



Även bland 13–16-åringarna kulminerade uppfattningen att man spelar för mycket år 2016, medan uppfattningen att man ser för mycket på filmer och tv-program kulminerade år 2018. Uppfattningen att man tittar för mycket på Youtube förekom mer frekvent 2018 än senare, medan uppfattningarna att man ägnar för mycket tid åt mobilen och sociala medier tvärtom ökar under 2020-talet.

39 d. Tycker att de ägnar för mycket tid åt... 2012–2024, 17–18 år (%)



Bland 17-18-åringarna är mönstret detsamma vad gäller uppfattningarna att man ägnar för mycket tid åt att titta på filmer och tv-program samt Youtube (minskar under 2020-talet) och åt att använda mobilen samt sociala medier (ökar under 2020-talet).

Könsskillnaderna är i vissa fall påtagliga, men trenden är att de minskat över tid.

39 e. Tycker att de ägnar för mycket tid åt... kön, 9-12 år (%)

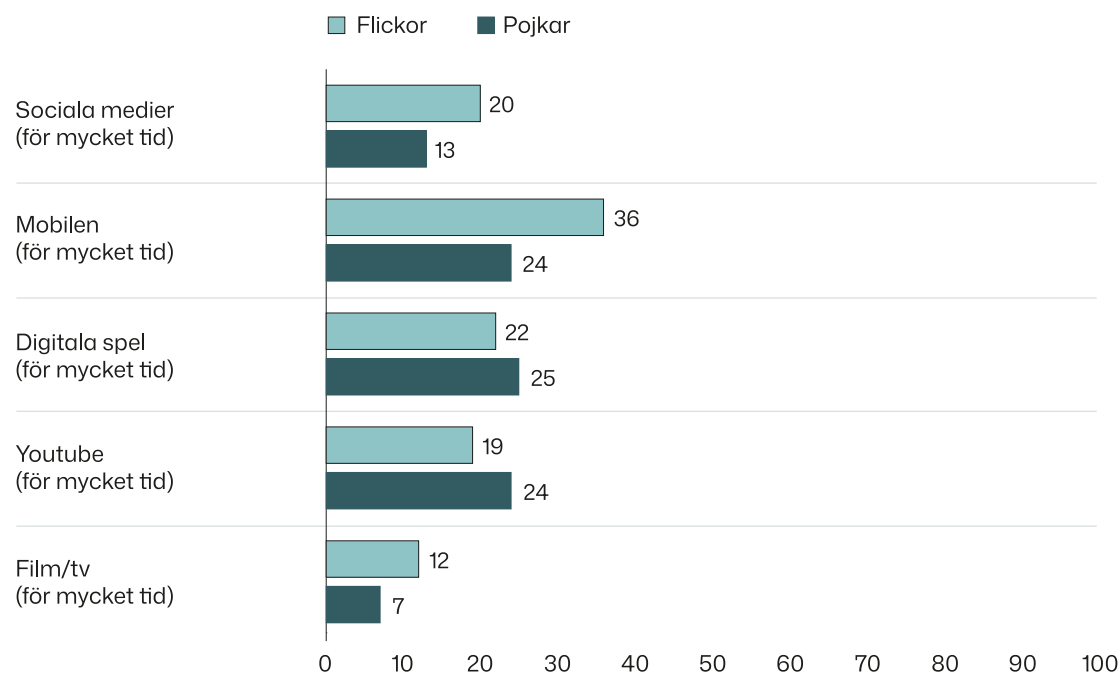
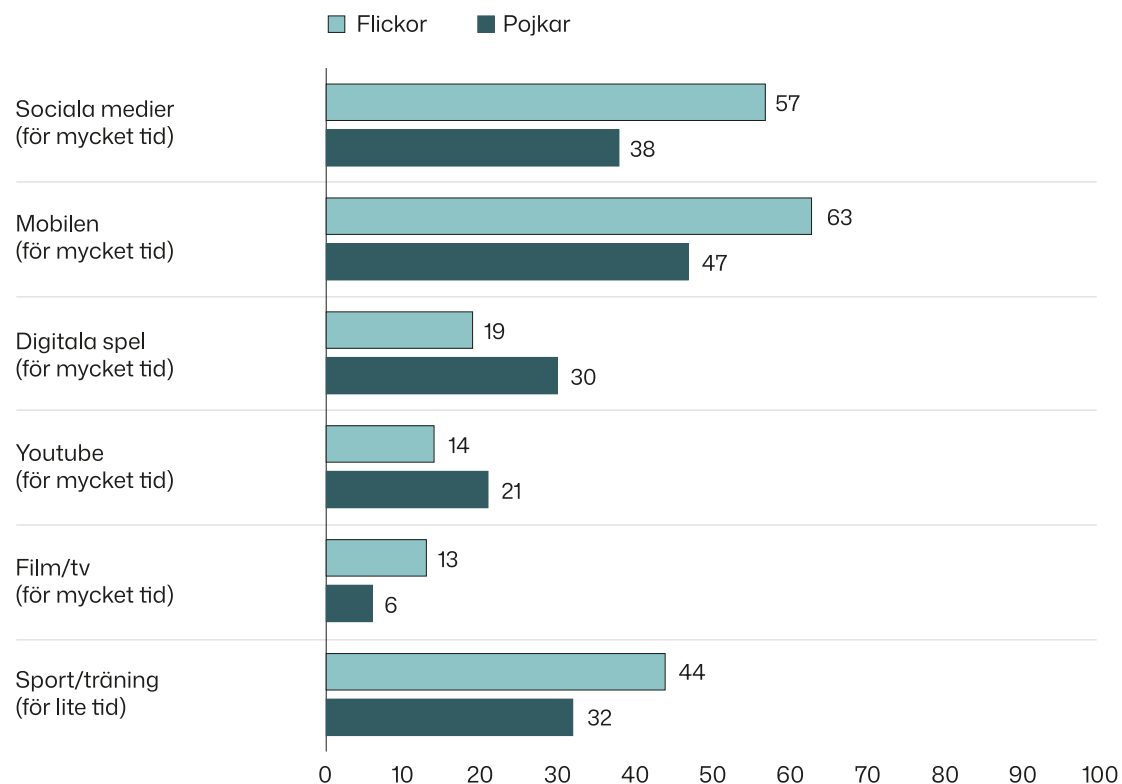
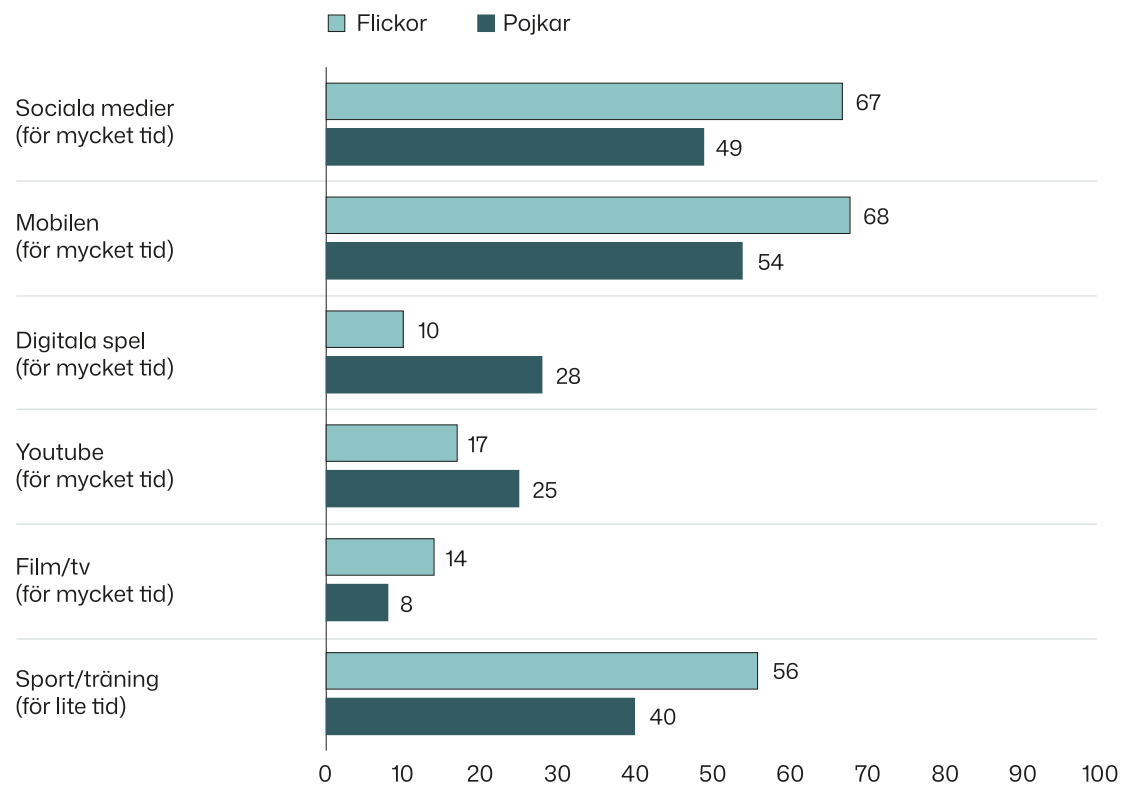


Diagram 39 e beskriver andelarna flickor och pojkar i åldern 9-12 som anser att de ägnar för mycket tid åt sociala medier, mobilen, digitala spel, Youtube samt filmer och tv-program. Flickor anser i högre grad än pojkar att de ägnar för mycket tid åt sociala medier, mobilen samt filmer och tv-program, medan pojkar tycker att de ägnar för mycket tid åt spel och Youtube i något högre grad än flickor. Flickor har generellt varit mer självkritiska, eller missnöjda med sin tidsanvändning, än pojkar under alla år som undersökningen gjorts, men könsskillnaderna tenderar att minska. Fler flickor än pojkar i alla åldersgrupper har tidigare exempelvis ansett att de ägnar för lite tid åt att läsa böcker och tidningar, men nu finns i princip inga könsskillnader i den frågan.

39 f. Tycker att de ägnar för mycket eller för lite tid åt... kön, 13–16 år (%)



39 g. Tycker att de ägnar för mycket eller för lite tid åt... kön, 17–18 år (%)



Även bland tonåringarna anser flickor i högre grad än pojkar att de ägnar för mycket tid åt sociala medier, mobilen samt filmer och tv-program, medan pojkar tycker att de ägnar för mycket tid åt spel och Youtube i högre grad än flickor (diagram 39 f och 39 g). Könsskillnaderna är större i tonåren än i yngre år. I tonåren uppträder även en ny könsskillnad på så sätt att flickor anser att de ägnar för lite tid åt sport/träning/motion i högre grad än vad pojkar gör. Jämfört med 2022 finns inga tendenser till ökade könsskillnader, förutom gällande mobilanvändningen: i tonåren är det endast bland flickor som uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt mobilen ökar, bland pojkar finns ingen förändring alls.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning tycker i lägre grad än andra att de ägnar för mycket tid åt mobilen och sociala medier – men i högre grad att de ägnar för mycket tid åt Youtube. Samtidigt anser de i lägre grad att de ägnar för lite tid åt att läsa böcker och tidningar. De är alltså mindre "missnöjda" med hur mycket tid de ägnar åt läsning, mobilen och sociala medier men mer missnöjda med hur mycket tid de tittar på Youtube.

Det finns ofta korrelationer mellan barnens faktiska användningstid och deras uppfattningar om de ägnar för mycket, lagom eller för lite tid åt ett specifikt medieslag. De som anser att de använder exempelvis mobilen för mycket anger även högre användningstid (se diagram 12. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge...). Om andelen "högkonsumenter" ökar ett år så ökar oftast även andelen som tycker att de ägnar för mycket tid åt mediet i fråga, och vice versa. Men hur mycket tid är egentligen "för mycket" eller "lagom" om man tittar på hur barnen svarar?

I tabellerna nedan anges den genomsnittliga användningstiden bland dem som tycker att de ägnar för mycket tid eller lagom med tid åt sociala medier, mobilen och digitala spel (totalt, spel på alla plattformar). Observera att tidsangivelserna är ungefärliga.

39 h. Användningstid, medelvärde bland dem som tycker att de använder sociala medier för mycket, respektive lagom

	För mycket	Lagom
9-12 år totalt	2 tim. 24 min.	1 tim. 12 min.
Flickor	2 tim. 30 min.	1 tim. 27 min.
Pojkar	2 tim. 17 min.	0 tim. 59 min.
13-16 år totalt	3 tim. 2 min.	2 tim. 10 min.
Flickor	3 tim. 14 min.	2 tim. 32 min.
Pojkar	2 tim. 42 min.	1 tim. 51 min.
17-18 år totalt	2 tim. 54 min.	2 tim. 5 min.
Flickor	3 tim. 6 min.	2 tim. 32 min.
Pojkar	2 tim. 33 min.	1 tim. 38 min.

Enligt barnen i åldersgruppen 9-12 verkar en dryg timme på sociala medier vara "lagom", enligt tonåringarna är det drygt två timmar. Två och en halv till tre timmar är däremot "för mycket". Flickor anger genomgående längre tid än pojkar.

39 i. Användningstid, medelvärde bland dem som tycker att de använder mobilen för mycket, respektive lagom

	För mycket	Lagom
9-12 år totalt	3 tim. 7 min.	1 tim. 56 min.
Flickor	3 tim. 6 min.	1 tim. 59 min.
Pojkar	3 tim. 7 min.	1 tim. 54 min.
13-16 år totalt	4 tim. 21 min.	3 tim. 23 min.
Flickor	4 tim. 38 min.	3 tim. 23 min.
Pojkar	4 tim. 21 min.	3 tim. 0 min.
17-18 år totalt	4 tim. 29 min.	3 tim. 46 min.
Flickor	4 tim. 44 min.	4 tim. 6 min.
Pojkar	4 tim. 29 min.	3 tim. 21 min.

I åldersgruppen 9–12 verkar uppåt två timmars mobilanvändning en vanlig dag vara ”lagom”, därefter ökar tiden med åldern till nästan fyra timmar i åldersgruppen 17–18. I den yngsta gruppen är cirka tre timmars mobilanvändning ”för mycket”, bland tonåringarna är det närmare fyra och en halv timme. I den yngsta gruppen finns inga könsskillnader men bland tonåringarna tenderar flickor att ange en högre användningstid, både när de tycker att det är ”lagom” och ”för mycket”.

39 j. Användningstid, medelvärde bland dem som tycker att de spelar digitala spel för mycket, respektive lagom

	För mycket	Lagom
9–12 år totalt	1 tim. 31 min.	0 tim. 56 min.
Flickor	0 tim. 43 min.	0 tim. 26 min.
Pojkar	2 tim. 9 min.	1 tim. 22 min.
13–16 år totalt	3 tim. 52 min.	2 tim. 30 min.
Flickor	3 tim. 40 min.	1 tim. 57 min.
Pojkar	4 tim. 0 min.	3 tim. 3 min.
17–18 år totalt	3 tim. 38 min.	2 tim. 19 min.
Flickor	3 tim. 17 min.	1 tim. 46 min.
Pojkar	3 tim. 47 min.	2 tim. 56 min.

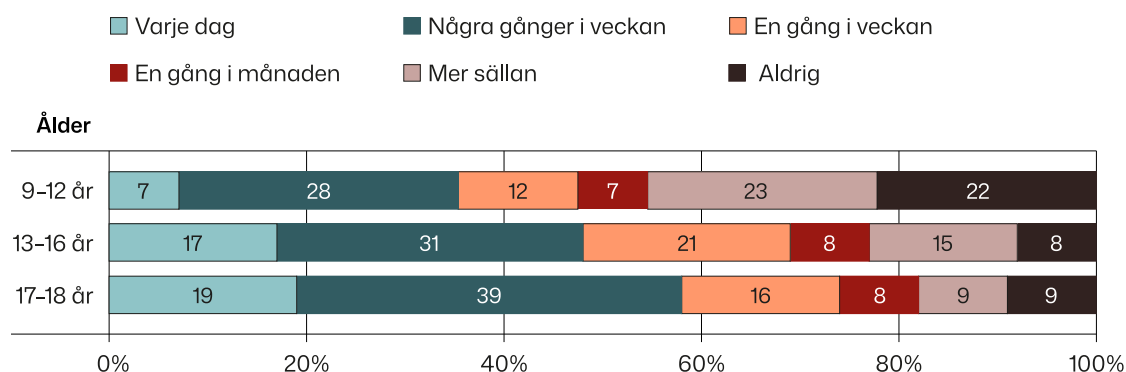
Att spela lagom mycket verkar i åldersgruppen 9–12 vara cirka en timme medan tonåringarna verkar tycka att upp till två och en halv timmes speltid är ”lagom”. De tonåringar som tycker att de spelar för mycket spelar drygt tre och en halv timme, eller närmare fyra timmar. Pojkar anger konsekvent en högre speltid än flickor. Vad som är ”lagom” speltid skiljer ungefär en timme mellan pojkar och flickor i alla åldersgrupper.

Det finns inget facit på frågorna om vad som är ”för mycket” eller ”lagom” med tid. Under det senaste dryga decenniet har det bedrivits en hel del forskning i avsikt att undersöka samband mellan ”skärmtid” och negativ påverkan på den psykiska hälsan bland barn och unga, men av flera skäl har det hitintills inte kunnat fastställas några mer exakta tidsgränser för vad som är hälsosam ”skärmtid” (Folkhälsomyndigheten och Mediemyndigheten, 2024).

Barnens uppfattningar om hur mycket tid som är ”för mycket” eller ”lagom” påverkas av flera faktorer, till exempel hur många andra saker som individen måste, bör eller vill hinna med på en dag, såsom skolarbete, fritidsintressen med mera. Tid är en begränsad resurs och använder man tid för medier så tas den tiden från något annat. Uppfattningarna påverkas också av individens

prioriteringar och värderingar av olika aktiviteter – är datorspel ett stort intresse anser man rimligtvis att det är värt att lägga mer tid på datorspel. Men uppfattningarna kan även påverkas av omgivningens normer och värderingar, exempelvis gällande sociala medier, datorspel eller ”skärmtid”. Den samhällsdebatt som förts kring digitala medier och skärmar under senare år, liksom de tidsrekommendationer som Folkhälsomyndigheten publicerade hösten 2024, kan mycket väl ha påverkat hur barnen svarar på frågor om vad de tycker om sin medieanvändning – på samma sätt som de kan ha påverkat barnens faktiska medieanvändning. I åldern 6–12 år är Folkhälsomyndighetens rekommenderade tid med skärmar max 1–2 timmar, i åldern 13–18 är det max 2–3 timmar per dag. Barnens uppfattningar om vad som är ”lagom” mobiltid ligger omkring 2 timmar i åldersgruppen 9–12 och över 3 timmar bland tonåringarna. Här finns således en viss diskrepans.

40. Hur ofta händer det att din medieanvändning (t.ex. mobilen) leder till att du inte gör vad du ska, t.ex. läsläsning, hjälpa till hemma, gå och lägga dig? (%)



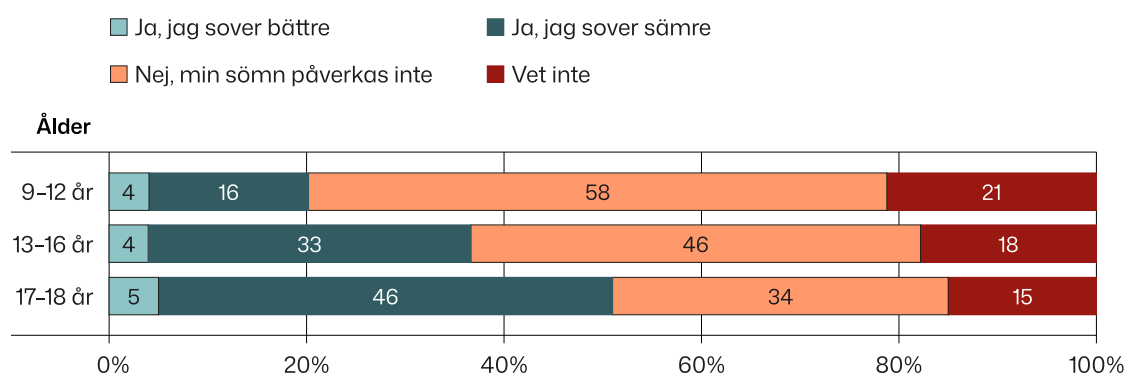
Uppfattningen att medieanvändningen leder till att barnen inte gör andra saker de ska göra, såsom läsläsning, ökar med stigande ålder. I den yngsta gruppen svarar 35 % att det sker varje dag eller några gånger i veckan. Motsvarande andelar i de äldre grupperna är 48 % respektive 58 %. Bland tonåringarna är det alltså omkring hälften som flera gånger i veckan upplever att medieanvändningen går ut över andra saker de ska göra. Jämfört med år 2022 finns inga förändringar i åldersgrupperna 9–12 och 13–16, men i åldersgruppen 17–18 har andelen ökat med 6 procentenheter.

Frågan ställdes första gången år 2018 och resultaten år 2024 är mycket näraliggande. Den enda märkbara förändringen är att andelen som svarar att medieanvändningen sällan eller aldrig går ut över andra saker de ska göra har minskat med 6 procentenheter i åldersgruppen 13–16.

I åldersgruppen 13–16 svarar flickor i högre grad än pojkar att medieanvändningen gör så att andra saker inte blir gjorda varje dag eller några gånger i veckan (56 % respektive 39 %). År 2022 var det även mer förekommande bland flickor i den äldsta gruppen, men det har ökat så pass mycket bland pojkarna att könsskillnaderna jämnats ut nästan helt.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning uppger i högre grad att det händer varje dag eller några gånger i veckan. I åldersgruppen 17-18 svarar 70 % av pojkarna och 62 % av flickorna med psykisk funktionsnedsättning att deras medieanvändning varje dag eller några gånger i veckan leder till att de inte gör vad de ska.

41. Tror du att din medieanvändning påverkar din sömn? (%)



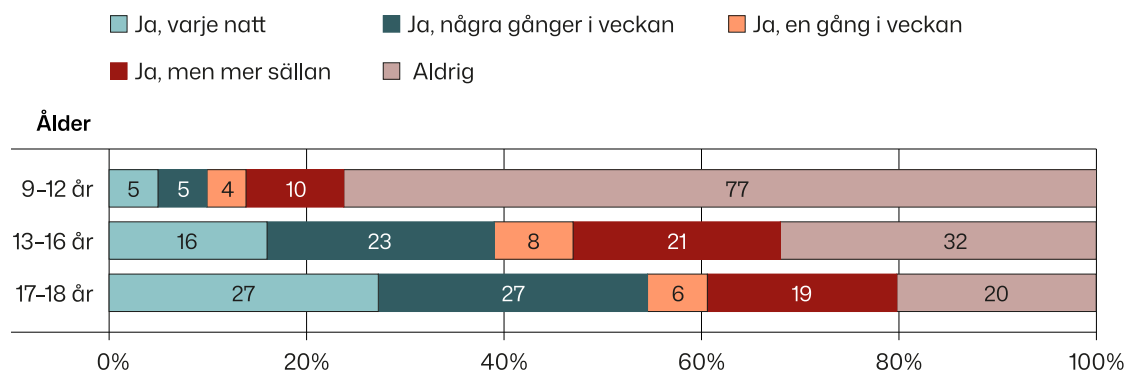
Det vanligaste svaret i alla åldersgrupper är att sömnen *inte* påverkas av medieanvändningen. Det är få barn som tror att deras medieanvändning påverkar deras sömn till det bättre. Andelarna som tror att deras sömn påverkas till det sämre ökar med barnens stigande ålder, från 16 % i den yngsta gruppen till 46 % i åldersintervallet 17-18. Bland tonåringarna tror således nästan hälften att de sover sämre till följd av sin medieanvändning.

Jämfört med 2022 har andelen som tror att de sover sämre till följd av sin medieanvändning ökat med 11 procentenheter i åldersgruppen 17-18. Frågan ställdes första gången år 2018 och det finns inga märkbara förändringar i åldersgrupperna 9-12 och 13-16, däremot har andelen som tror att de sover sämre ökat (från 37 %) i åldersgruppen 17-18.

I åldersgruppen 9-12 är könsskillnaderna små men bland tonåringarna tror pojkar i högre grad än flickor att deras sömn påverkas till det sämre. Skillnaden är störst i åldersgruppen 17-18 där 51 % av pojkarna och 42 % av flickorna tror att de sover sämre till följd av sin medieanvändning.

Det finns inga nämnvärda skillnader mellan ungdomar med psykisk funktionsnedsättning och andra ungdomar.

42. Använder du mobilen på natten? (%)

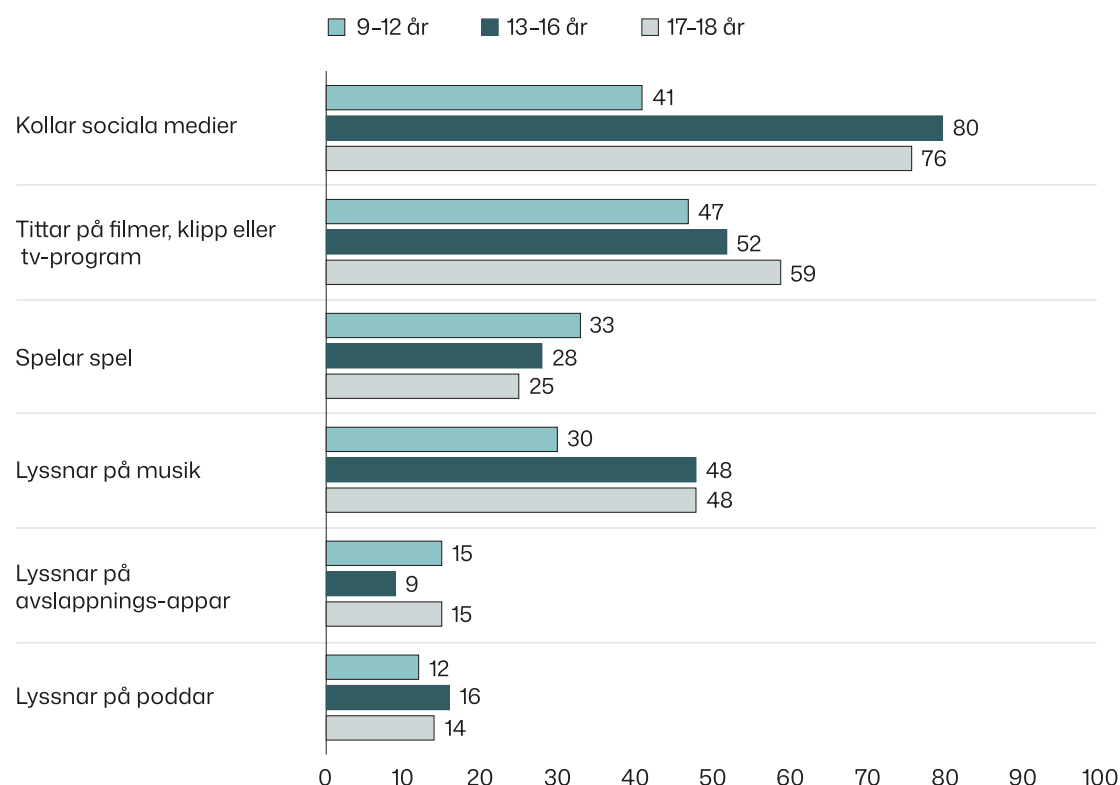


Barn i åldersgruppen 9-12 använder mobilen på natten i lägre grad än tonåringar. I den äldsta gruppen använder drygt en fjärdedel mobilen varje natt och 60 % använder mobilen minst en natt i veckan.

Frågan ställdes första gången år 2022 och det finns inga betydande skillnader mellan åren. Det finns inte heller några könsskillnader i åldersgrupperna 9-12 eller 13-16, men i den äldsta gruppen använder pojkar mobilen på natten något mer frekvent än flickor. Pojkar i åldersgruppen 17-18 använder således mobilen på natten något mer än flickor och upplever i högre grad att deras medieanvändning generellt leder till sämre sömn (se vidare diagram 42 c).

I åldersgruppen 13-16 använder en större andel av flickorna med psykisk funktionsnedsättning mobilen varje natt (28 %), jämfört med andra flickor och pojkar (14-16 %).

42 b. Vad använder du mobilen till på natten? Flera svar kan markeras (%)



De barn som har svarat att de använder mobilen på natten (diagram 42) har fått en följdfråga om vad de då använder mobilen till. Barnen kunde markera flera svarsalternativ varför resultaten i diagram 42 b inte summerar till hundra procent.

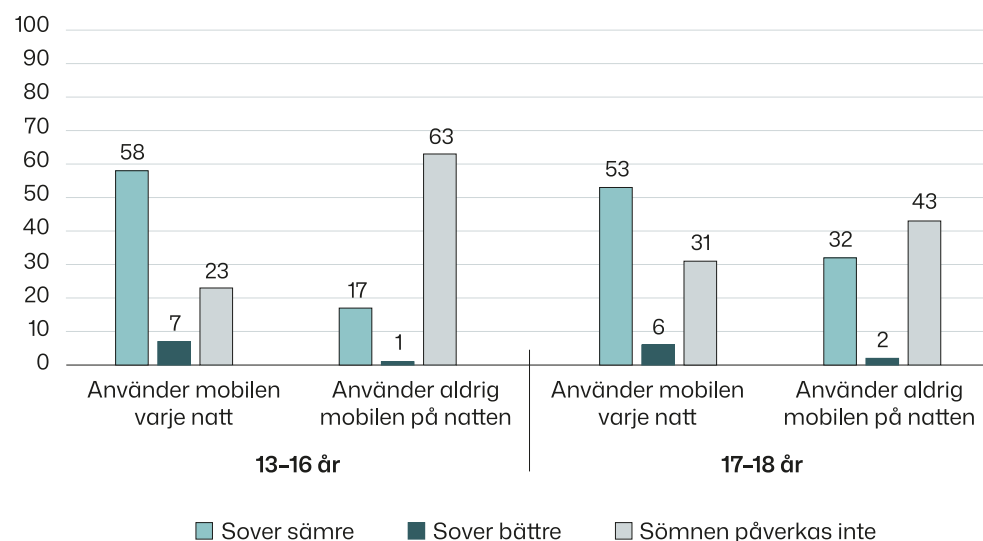
Om barnen och ungdomarna använder mobilen på natten så är det vanligaste att man antingen kollar sociala medier eller tittar på filmer, klipp eller tv-program. Sociala medieplattformar, Youtube eller olika strömningstjänster är alltså det som barn främst sysselsätter sig med om de använder mobilen på natten. Bland tonåringarna är även lyssna på musik populärt. Att lyssna på avslappnings-appar eller poddar förekommer i betydligt lägre grad.

De övergripande mönstren är desamma som år 2022 (när frågan ställdes första gången), men några skillnader kan ändå skönjas. I alla åldersgrupper minskar andelen som spelar spel på mobilen på natten. I den yngsta gruppen minskar även andelen som kollar sociala medier medan avslappnings-appar ökar något. Bland ungdomarna ökar andelarna som tittar på filmer, klipp eller tv-program och, i viss mån, kollar sociala medier.

Flickor tenderar att lyssna på avslappnings-appar i något högre grad än vad pojkar gör. I åldersgrupperna 9-12 och 13-16 lyssnar de även på musik och poddar under natten i högre grad än vad pojkar gör. I den yngsta och äldsta gruppen tittar pojkar i högre grad än flickor på filmer, tv-program och klipp.

Ungdomar med psykisk funktionsnedsättning tittar i högre grad än andra ungdomar på filmer, tv-program och klipp, spelar spel och lyssnar på poddar.

42 c. Använder mobilen på natten, tror att ens medieanvändning generellt påverkar/inte påverkar sömnen (%)

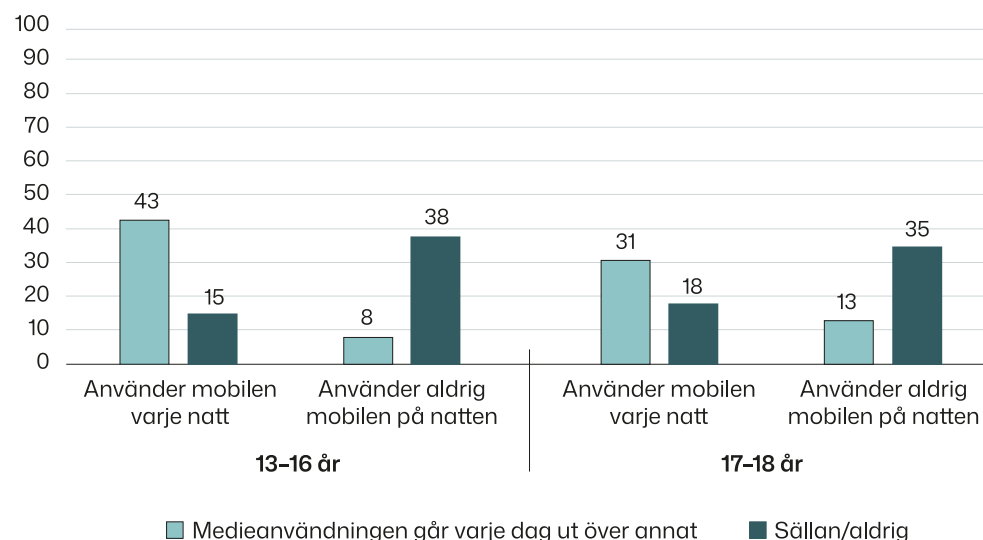


Tidigare i rapporten framgick att de flesta inte tror att deras medieanvändning generellt påverkar deras sömn, men om det sker är det betydligt fler som har uppfattningen att mediepåverkan är negativ än positiv (diagram 41). Det vore dock märkligt om inte mobilanvändning på natten påverkar sömnen på något sätt. Diagram 42 c beskriver andelarna som tror att deras sömn påverkas till det sämre, till det bättre eller inte påverkas alls av deras medieanvändning generellt, relaterat till om ungdomarna använder mobilen varje natt eller aldrig använder mobilen på natten.

Resultaten visar att det finns tydliga samband mellan att använda mobilen varje natt och uppleva att ens sömn påverkas till det sämre av medieanvändningen. Det finns också samband mellan att *aldrig* använda mobilen på natten och uppfattningen att ens medieanvändning generellt *inte* påverkar sömnen alls. Dessa samband fanns även 2022.

Både bland dem som tror att de sover sämre respektive bättre till följd av sin medieanvändning är användning av sociala medier samt titta på filmer, tv-program eller klipp vanligast nattetid på mobilen. Att lyssna på poddar är något vanligare bland dem som tror att de sover bättre till följd av sin medieanvändning, men alla aktiviteter på mobilen på natten är associerade med uppfattningen att man sover *sämre* till följd av sin medieanvändning.

42 d. Använder mobilen på natten, medieanvändningen leder till att ungdomarna inte gör andra saker som de ska göra (%)



Det finns även samband mellan att använda mobilen på natten och att medieanvändningen leder till att ungdomarna inte gör andra saker som de ska göra. I båda åldersintervallen 13-16 och 17-18 år är det betydligt större andelar av dem som använder mobilen *varje natt* som uppger att deras medieanvändning *varje dag* går ut över annat de ska göra. Bland de som *aldrig* använder mobilen på natten är det betydligt större andelar som menar att deras medieanvändning *sällan eller aldrig* går ut över andra saker de ska göra (diagram 42 d). Dessa resultat bekräftar den förra undersökningen år 2022. Både 2022 och 2024 visar således resultaten att frekvent mobilanvändning på natten korrelerar med uppfattningen att ens medieanvändning gör så att man sover sämre och att ens medieanvändning varje dag leder till att andra saker man skulle göra inte blir gjorda. Detta tyder på att mobilanvändning nattetid är en betydande faktor bakom de negativa konsekvenser av medieanvändningen som ungdomar själva uppger.

Referenser

Andersson, Y., Karlsson, M. och Agdalen, L. (2024). *Mellan gemenskap och utsatthet. En rapport om digitala medier och psykisk ohälsa bland unga tjejer med NPF*. Mediemyndigheten. [Mellan gemenskap och utsatthet - En rapport om digitala medier och psykisk ohälsa bland unga tjejer med NPF](#)

André, F. (2024). *Gaming disorder – en kunskapsöversikt*. Mediemyndigheten. [Rapport](#)

Folkhälsomyndigheten och Mediemyndigheten (2024). *Digitala medier och barns och ungas hälsa. En kunskapssammanställning*. [Digitala medier och barns och ungas hälsa - en kunskapssammanställning](#)

Interpol (2020). [COVID-19 sparks upward trend in cybercrime - Europol's 2020 cybercrime report updates on the latest trends and the current impact of cybercrime within the EU and beyond. | Europol](#)

Bilaga 1.

Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter



Det första utskicket av inbjudan att delta i undersökningen gjordes av SCB den 15 oktober 2024. Innan dess gjordes en kontroll av personerna i urvalet mot de senaste folkbokföringsuppgifterna för att ta fram aktuella adressuppgifter. Vid kontrollen framkom att några personer inte längre tillhörde populationen eller hade okänd adress vilket innebär att dessa inte kunde medverka i undersökningen. Urvalet i varje åldersgrupp (stratum) när dessa personer räknats bort blev 3 993 barn i åldern 9–12 och 4 997 barn i åldern 13–18.

Som konstaterats är svarsfrekvensen i föreliggande rapport relativt låg, 25,8 % för barn 9–12 år och 23,3 % för barn 13–18 år. En låg svarsfrekvens medför ökad risk för bortfallsfel – att de som besvarat frågeformulären skiljer sig från dem som inte gjort det så att resultaten av undersökningen blir missvisande för hela urvalet. För att kompensera för detta har SCB kalkylerat kalibreringsvikter baserat på registerdata (se nedan).

I föreliggande rapport uppnår i princip samtliga av de jämförelser och förändringar som redovisas i den löpande texten signifikansnivån 0,05 och är alltså vad man i dagligt tal brukar kalla för statistiskt säkerställda. Signifikansnivån anger sannolikheten för att man av en slump skulle få det erhållna resultatet och 0,05 innebär att det är 95 % sannolikhet för att resultaten inte påverkats av slumpen. Statistisk signifikans är dock ett i vissa avseenden problematiskt mått på en undersöknings tillförlitlighet. Ju större antal individer som deltar, desto större är sannolikheten för att mycket små förändringar över tid eller skillnader mellan olika grupper är statistiskt signifikanta. För att inte överdriva obetydliga skillnader eller redovisa triviala resultat bara för att de är signifikanta har vi valt att inte redovisa små skillnader om de inte ingår i ett tydligt mönster (t.ex. att användningen av en medieform ökat i samtliga åldersgrupper som undersökts). Av läsbarhetsskäl redovisas inte signifikansnivåer eller andra statistiska mått i rapporten.

Den tidigare kommittén Medierådet använde sig i undersökningen 2010 av överlappande åldersgrupper 9–12 år och 12–16 år. Anledningen var att man betraktade de respondenter som fyllde år under den tid som datainsamlingen pågick som ett år äldre än de som fyllde senare på året. En tolvåring som fyllde tretton innan enkätinsamlingen var avslutad betraktades således som en trettonåring i tidigare material. Då insamlingen 2010 varit åldersmässigt snedfördelad har vi i alla datainsamlingar sedan 2012 valt ut åldersgrupperna utifrån hur mycket respondenterna fyller under året. Det vill säga att alla barn som exempelvis är födda år 2011 registreras som trettonåringar (2024), och så vidare. Från och med 2012 års insamling finns även åldersgruppen 17–18 med.

2012 års enkäter utformades för att kunna jämföra resultaten med de datainsamlingar som genomfördes parallellt av de norska och finska motsvarigheterna till Statens medieråd och då ändrades åldersintervallen till de nuvarande, mer konsekventa 9–12 år och 13–16 år. Detta innebär att åldersintervallen från 2010 inte är fullt jämförbara mellan de olika datainsamlingarna. Det saknas fullständiga data för att göra exakta kontroller av hur jämförelser över tid påverkats av dessa inte fullt överensstämmande åldersintervaller. Man kan dock jämföra genomsnittsåldern mellan de olika grupperna.

Åldersintervall och genomsnittsålder för datainsamlingarna 2010–2024

2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	2024
9–12: 10,31 år	9–12: 10,50 år	9–12: 10,50 år	9–12: 10,52 år	9–12: 10,43 år	9–12: 10,55 år	9–12: 10,60 år	9–12: 10,47 år
12–16: 13,9 år	13–16: 14,50 år	13–16: 14,52 år	13–16: 14,42 år	13–16: 14,47 år	13–16: 14,37 år	13–16: 14,41 år	13–16: 14,39 år
-	17–18: 17,53 år	17–18: 17,50 år	17–18: 17,54 år	17–18: 17,48 år	17–18: 17,51 år	17–18: 17,50 år	17–18: 17,45 år

I åldersgruppen 9–12 år ökade genomsnittsåldern marginellt mellan undersökningarna, från 10,31 år 2010 till 10,6 år 2022, men är nu något lägre igen. För 12–16 år i insamlingen 2010 respektive 13–16 år i senare insamlingar, skiljer sig genomsnittsåldern mer åt: 2010 var den 13,9 år och i de senare omkring 14,4 till 14,5 år. Det innebär att en del av förändringarna över tid gällande till exempel användningsfrekvens eller eget innehav av medieteknik mellan de olika datainsamlingarna kan vara konsekvensen av åldersskillnader bland respondenterna. Sedan SCB blev ansvariga för datainsamlingen 2012 har åldersvariationen varit marginell.

Datainsamlingsperioderna har de flesta år varit under hösten, med avslutning innan julhelgen. Två datainsamlingar har dock sträckt sig över ett årsskifte. Detta gäller år 2012, som avslutades i början av 2013, och år 2024 som avslutades den 6 februari 2025. Eftersom medievänorna kan se olika ut under olika perioder på året kan dessa skillnader påverka resultaten och möjligheten till jämförelser över tid. Tittandet på filmer och tv-program kan till exempel vara högre under jul- och nyårshelgen än under en pågående hösttermin. Frågor i enkätundersökningar kan formuleras på olika sätt för att styra respondenten att till exempel svara på hur mediedagen såg ut ”igår” eller ”den senaste veckan”. Om frågorna i Ungar & medier hade varit formulerade så hade risken för skevheter till följd av skillnader i datainsamlingsperioder varit större. I Ungar & medier är frågorna oftast formulerade i mer generella termer, såsom ”Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du...”, vilket gör dem mindre känsliga för förändringar i datainsamlingsperioden.

SCB har, som nämnts i metodavsnittet, kalkylerat kalibreringsvikter för varje respondent. Vid bortfall kan det vara så att vissa grupper av urvalet svarar i större utsträckning än övriga, till exempel kan flickor svara i högre grad än pojkar eller lågutbildade föräldrar i lägre grad än högutbildade. Om de grupper som svarat i högre grad har en annan fördelning på undersökningsvariablerna än övriga kan detta ha en snedvridande effekt på resultatet. För att kompensera för detta har kalibreringsvikter använts.

Kalibreringsvikter kan dock inte kompensera för allt, särskilt inte när resultat bryts ner längs flera variabler. Ju fler variabler som resultatet bryts ner på, till exempel barnets ålder, kön och funktionsnedsättning, desto färre respondenter blir kvar i varje grupp och desto större blir osäkerheten. I vissa fall

redovisas ändå resultat för små grupper, vilket motiveras av att dessa grupper annars blir osynliga i analysen. Resultaten här ska dock tolkas med försiktighet.

Ytterligare information om datainsamlingen finns på
www.mediemyndigheten.se.



Mediemyndigheten

Tel: 08-580 070 00
www.mediemyndigheten.se