

A young child with short, wavy red hair is shown from the side, looking down at a smartphone held in their hands. The child is wearing a blue sleeveless top with white polka dots and a ruffled neckline. The background is a soft, out-of-focus light blue. The overall image has a blue tint, especially in the lower half where the text is located.

# Småungar & medier 2023

En statistisk undersökning av medieanvändningen  
bland barn i åldern 0-8 år

**Statens medieråd**



År 2012 var det knappt någon 6-åring som hade en egen mobiltelefon men år 2022 är det ungefär en femtedel – och bland 8-åringarna har det skett en fördubbling under decenniet.



FOTO: SCANDINAV-SEBEOYOU PHOTOGRAPHY

# Förord

Årets upplaga av Småungar & medier kan möjligen lugna den som varit oroad för en tilltagande användning av digitala medier och minskande läsning av böcker och tidningar bland mindre barn (0–8 år). Resultaten i undersökningen visar på utplanande eller vändande utvecklingskurvor.

Särskilt noterbart i undersökningen är att det dagliga läsandet ökar med flera procentenheter i alla åldersgrupper jämfört med 2018. Samtidigt minskar andelarna som aldrig läser, liksom andelarna som aldrig lyssnar på ljudböcker. Både att läsa och lyssna på böcker och tidningar har således ökat märkbart bland småbarnen.

Mindre barns tillgång till en helt egen mobiltelefon (smartphone) har ökat successivt sedan frågan ställdes första gången år 2012 och är nu som högst. Men trots det har barnens sammanlagda tekniktillgång, där mobil, dator och surfplatta ingår, inte tilltagit. För första gången har undersökningen Småungar & medier även omfattat frågor om tillgång till internetuppkopplade leksaker och VR-teknik. Resultaten visar att tillgången är mycket begränsad.

De flesta av barnen ägnar mindre än en timme åt de olika medieaktiviteter som efterfrågas i undersökningen. Samtidigt är det en relativt stor andel av föräldrarna som anser att barnen lägger för mycket tid på mobilen, Youtube eller datorspel/spel på mobil, tv eller surfplatta.<sup>1</sup> När föräldrar tillfrågas om de får den information och vägledning som de behöver när det gäller barns och ungas medieanvändning, uppger fler i dag att de saknar information än vad som varit fallet i tidigare undersökningar.<sup>2</sup>

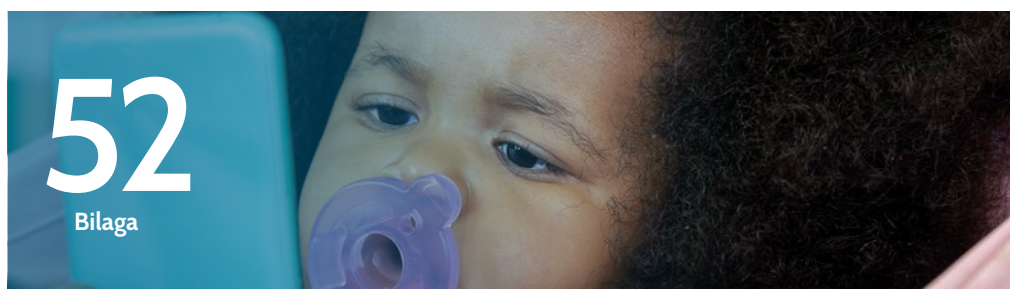
Från och med årsskiftet 2023/24 kommer Statens medieråd att slås ihop med Myndigheten för press, radio och tv. Den sammanslagna mediemyndigheten kommer att ha en viktig roll när det gäller att erbjuda information och vägledning till de föräldrar som efterfrågar det. Detsamma gäller att fortsatt följa utvecklingen över tid i fråga om barns medieanvändning. På så sätt byggs nödvändigt faktaunderlag för det demokratiska samtalet och samhällets insatser inom ett område som ofta väcker engagemang och debatt.

**Anna-Karin Lindblom**

**” Resultaten i undersökningen visar på utplanande eller vändande utvecklingskurvor.**

■ 1 Se rapporten *Föräldrar & medier 2023*.  
■ 2 *Föräldrar & medier 2023*.

# Innehåll



## Innehåll Sammanfattning

---

<b>Sammanfattning</b>	7
Fler har egna mobiltelefoner...	7
... men den sammanlagda tekniktillgången minskar något	7
Ökad mobilanvändning och läsning	9
Minskat dagligt tittande på filmer och tv-program samt spelande	11
Det är få småbarn som använder medier mer än 3 timmar per dag	14

# Sammanfattning

*Småungar & medier 2023* är en av tre delrapporter som Statens medieråd publicerar hösten 2023 inom ramarna för rapportserien *Ungar & medier*. Detta är den största undersökningen av medievanor och attityder till medier bland barn och unga i Sverige. I *Småungar och medier* behandlas medievanor bland barn i åldern 0–8 år. Övriga rapporter som publiceras är *Ungar & medier 2023* (barn 9–18 år) samt *Föräldrar & medier 2023* (om föräldrars uppfattningar om medier och medieanvändning bland barn och unga).

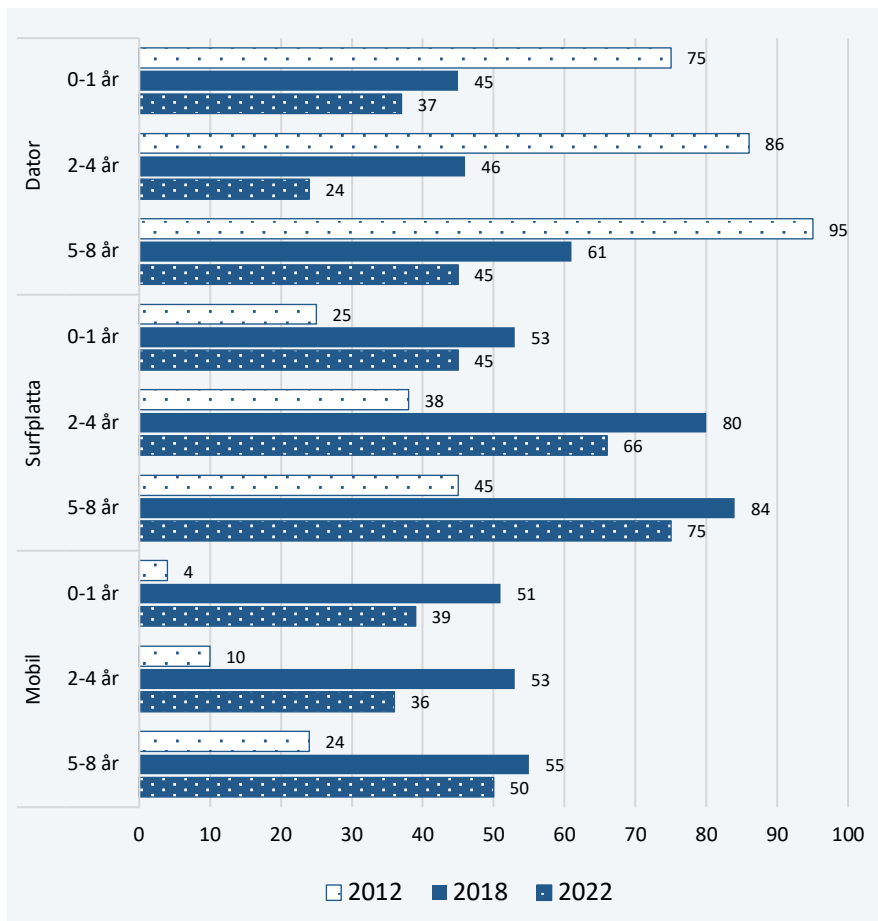
## Fler har egna mobiltelefoner...

De allra flesta barn i åldern 0–8 år har tillgång till tv i hemmet och många har även tillgång till surfplatta och mobiltelefon. Oftast delar barnen på tekniken med andra i familjen men från 2 års ålder och uppåt ökar andelarna som har egna surfplattor och mobiler. Tillgången till en helt egen mobiltelefon har ökat successivt sedan frågan ställdes första gången år 2012 och är nu som högst i alla åldrar. År 2012 var det knappt någon 6-åring som hade en egen mobiltelefon men år 2022 är det ungefär en femtedel – och bland 8-åringarna har det skett en fördubbling under decenniet.

## ... men den sammanlagda tekniktillgången minskar något

Under samma tid har tillgången till dator i hemmet minskat så pass att det sammantaget är fler som inte har tillgång till dator i hemmet år 2022 än 2012. Tillgången till surfplattor och mobiler (antingen egen eller en man delar med andra i familjen) ökade markant efter år 2012, men efter år 2018 syns en liten tillbakagång.

## I. Har tillgång till egen eller delad dator, surfplatta, mobiltelefon 2012–2022 (%)



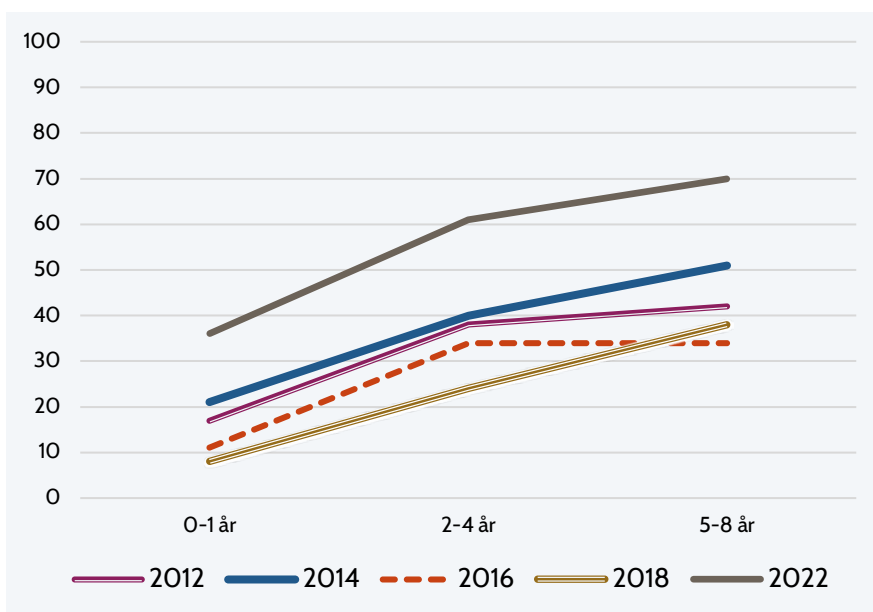
Trots att innehavet av egna mobiler har ökat under decenniet har alltså inte den sammanlagda tekniktillgången ökat. För första gången har undersökningen även ställt frågor om tillgång till internetuppkopplade leksaker och VR-teknik men denna är mycket begränsad. Som mest 6–7 % har tillgång till något av detta.



## Ökad mobilanvändning och läsning

Surfplattan är den apparat som används dagligen av flest barn i åldersintervallen 2–4 och 5–8, medan mobilen är den apparat som flest barn i åldern 0–1 år använder dagligen.

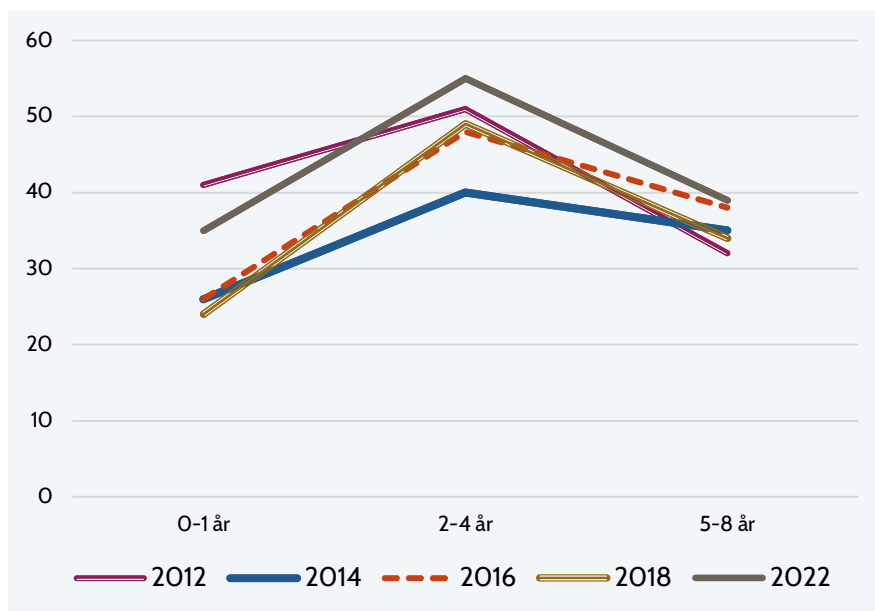
### II. Använder mobiltelefon totalt, 0–8 år, 2012–2022 (%)



Hur stora andelar av barnen i de tre åldersgrupperna som totalt använder mobiltelefon (oavsett vems, hur ofta eller till vad) har varierat under åren, men användningen är högre år 2022 än något annat år i samtliga åldersgrupper. Under åren har mobilens funktioner och användningsområde breddats markant och man kan påminna sig om att "mobiltelefon" under de första undersökningsåren kunde betyda en mobil med knappar, inte en smartphone. Idag kan mobilen ersätta tv, radio, musikspelare, spelkonsol m.m. och det är på så sätt knappast märkligt att användningen har ökat.

De vanligaste medieaktiviteterna på fritiden är att lyssna på musik, läsa böcker och tidningar, titta på filmer och tv-program samt Youtube. I åldersgruppen 5–8 är även spela spel på surfplatta en populär aktivitet. I de flesta fall ökar användningsfrekvensen med barnens stigande ålder, undantaget att lyssna på musik, och dessa mönster har även funnits i tidigare undersökningar. Trots att användningen av sociala medier, sms och chatt är begränsad bland småbarnen så träffar 16 % av barnen i åldersgruppen 5–8 kompisar på nätet minst en gång i veckan. Vad gäller sociala medieplattformar är det i princip bara Tiktok och Snapchat som används i någon utsträckning, och det i begränsad omfattning.

### III. Läser böcker och tidningar varje dag, 0–8 år, 2012–2022 (%)

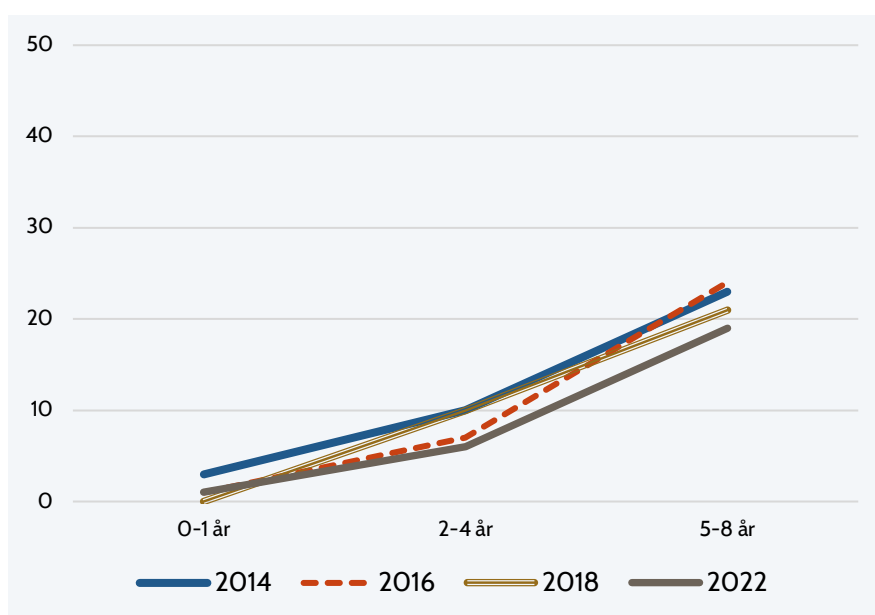


Efter flera års minskad daglig läsning verkar nu trenden ha vänt. I alla åldersgrupper ökar den dagliga läsningen med flera procentenheter jämfört med år 2018. I åldersgruppen 0–1 år läsningen inte tillbaka på samma nivå som år 2012, men i åldersgrupperna 2–4 och 5–8 är andelen dagliga läsare något större år 2022 än 2012. Samtidigt minskar andelarna som *aldrig* läser med mellan 9 och 19 procentenheter i åldersgrupperna (jämfört med 2018). Även andelarna som aldrig lyssnar på ljudböcker minskar i samtliga åldersgrupper. Både att läsa och lyssna på böcker och tidningar har således ökat märkbart bland småbarnen. Även bland äldre barn i åldern 9–18 ökar läsningen igen, efter att under flera år ha minskat (se *Ungar & medier 2023*).

## Minskat dagligt tittande på filmer och tv-program samt spelande

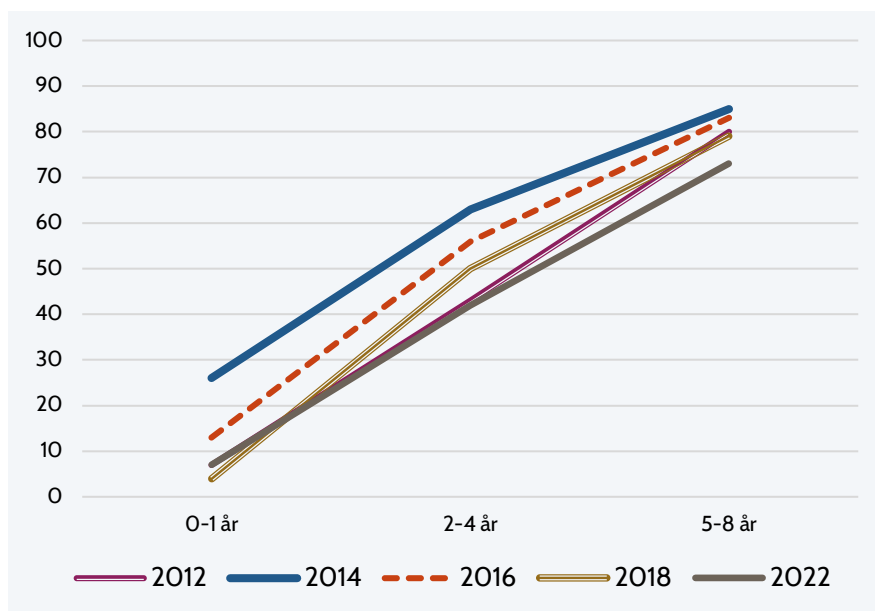
Ett par medieaktiviteter minskar jämfört med år 2018. Detta gäller det *dagliga* spelandet på surfplatta samt det *dagliga* tittandet på filmer och tv-program i åldersgrupperna 2–4 och 5–8.

### IV. Spelar spel på surfplatta varje dag, 0–8 år, 2014–2022 (%)



Det dagliga spelandet på surfplatta sker mest i åldersgruppen 5–8, men det minskar jämfört med tidigare år. Från som högst 24 % dagliga spelare år 2016 till 19 %. Trots att spela spel på surfplatta fortfarande är en populär aktivitet i dessa åldrar ökar andelarna som inte alls spelar spel på surfplatta: år 2016 svarade 13 % att barnet *aldrig* spelade spel på surfplatta, vilket år 2022 motsvaras av 24 %.

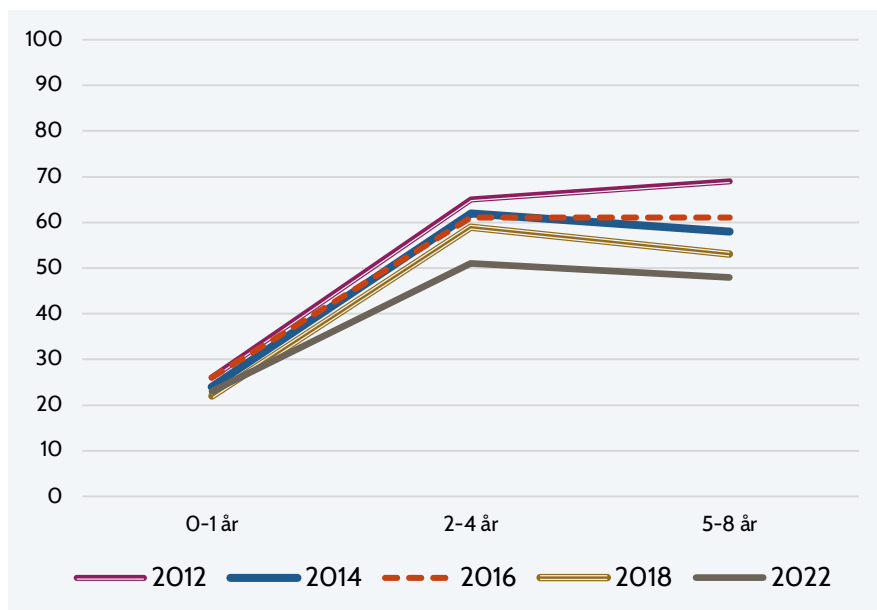
## V. Spelar digitala spel totalt, 2012–2022 (%)



Även den totala andelen barn som spelar digitala spel, alltså oavsett vilken plattform barnen spelar på (surfplatta, mobil, dator, konsol etcetera), minskar. År 2014 var det år då flest barn i alla åldersgrupper spelade digitala spel, vilket sammanfaller med att surfplattan blev vanligare i hemmen. Eftersom surfplattan är enklare att hantera för små barn, jämfört med dator och konsol, kan det förklara den plötsliga ökningen av andelen spelare mellan 2012 och 2014, även i den allra yngsta gruppen. Men därefter minskar spelandet successivt i alla åldersgrupper och är nu på ungefär samma nivå som år 2012, eller lägre (5–8-åringarna).

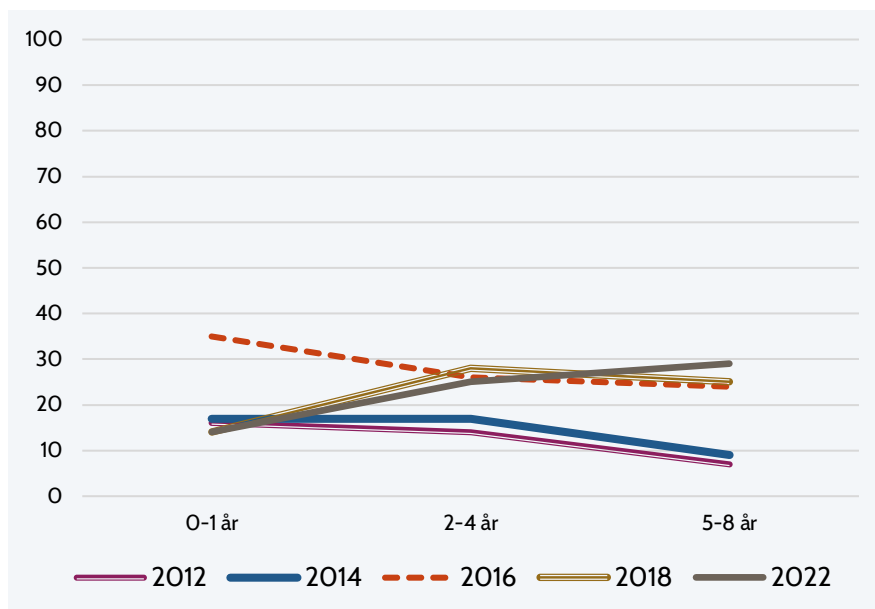
Att spela digitala spel är en av de medieaktiviteter där könsskillnader framträder tydligast. Pojkar spelar mer än flickor från 5 års ålder och skillnaderna ökar när barnen blir äldre (se *Ungar & medier 2023*). Barn med äldre syskon och med flera syskon i olika åldrar spelar generellt i något högre grad än andra barn. Undersökningen visar att mellan 40 % och 60 % av småbarnen som spelar spel gör det tillsammans med syskon minst en gång i veckan.

## VI. Tittar på filmer/tv-program varje dag, 0–8 år, 2012–2022 (%)



Det dagliga tittandet på filmer och tv-program var som högst det första undersökningsåret 2012 och har därefter minskat med 14 procentenheter i åldersgruppen 2–4 och med 21 procentenheter i åldersgruppen 5–8. Detta innebär inte att barn har slutat titta på filmer och tv-program, men de tittar mindre frekvent. I åldersgruppen 2–4 har andelen som *aldrig* tittar på filmer och tv-program ökat med 5 procentenheter under decenniet och i de övriga åldersgrupperna är förändringarna mindre än så.

## VII. Tittar på Youtube varje dag, 0–8 år, 2012–2022 (%)



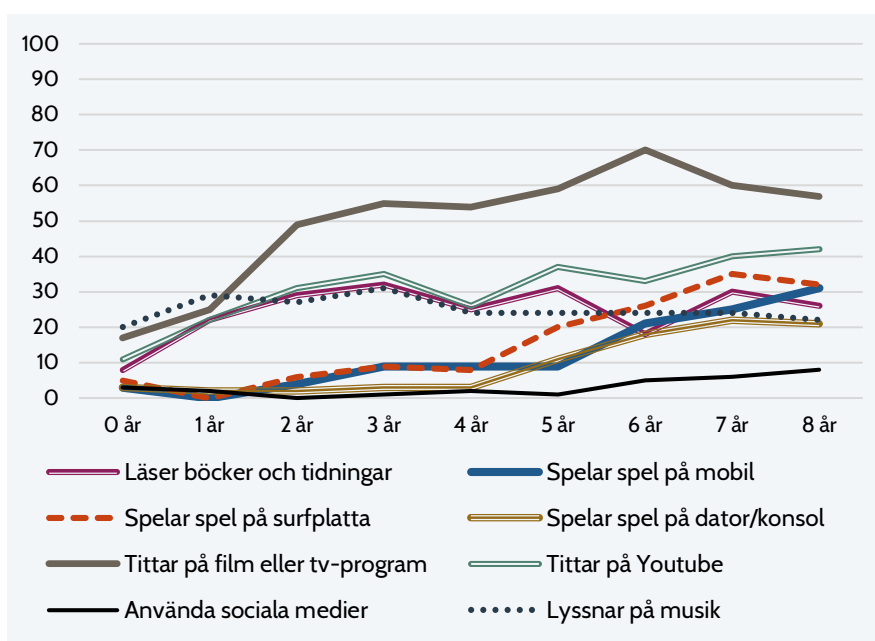
Det dagliga tittandet på Youtube ökade markant under år 2016 men därefter har förändringarna varit mycket små.<sup>3</sup> För första gången har undersökningen även ställt frågan om barnet har en egen Youtube-kanal och om barnet i så fall regelbundet lägger ut material på kanalen, men detta förekommer inte alls.

## Det är få småbarn som använder medier mer än 3 timmar per dag

I rapporten *Småungar & medier 2019* konstaterades att det är få barn i åldern 0–8 som använder någon specifik medieform mer än 3 timmar en vanlig dag, det vill säga det som i rapportserien kallas ”höganvändare”. Detta konstaterande gäller även år 2022. I åldersgruppen 5–8 använder 1 % dator, 5 % surfplatta och 3 % mobil tre timmar eller mer en vanlig dag.

<sup>3</sup> Både frågeformuleringen och tillgången till digital teknik har förändrats under de år som Youtube-frågan ställts. År 2012 löd frågan ”Hur ofta brukar barnet göra följande på datorn: titta på filmklipp på t.ex. Youtube?” År 2014 lades surfplattan till i frågeformuleringen och år 2018 ströks apparaterna helt och frågan infogades i de frågebatterier som även används i enkäten 2022 (”Hur ofta brukar barnet göra följande på fritiden?” samt ”Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar barnet...?”) Både frågeformuleringen och de tekniska förutsättningarna för att titta Youtube har således förändrats en del under åren vilket kan förklara de stora skillnaderna mellan tidigare och senare undersökningsår.

## VIII. Använder minst en timme/dag, 0–8 år, 2022 (%)

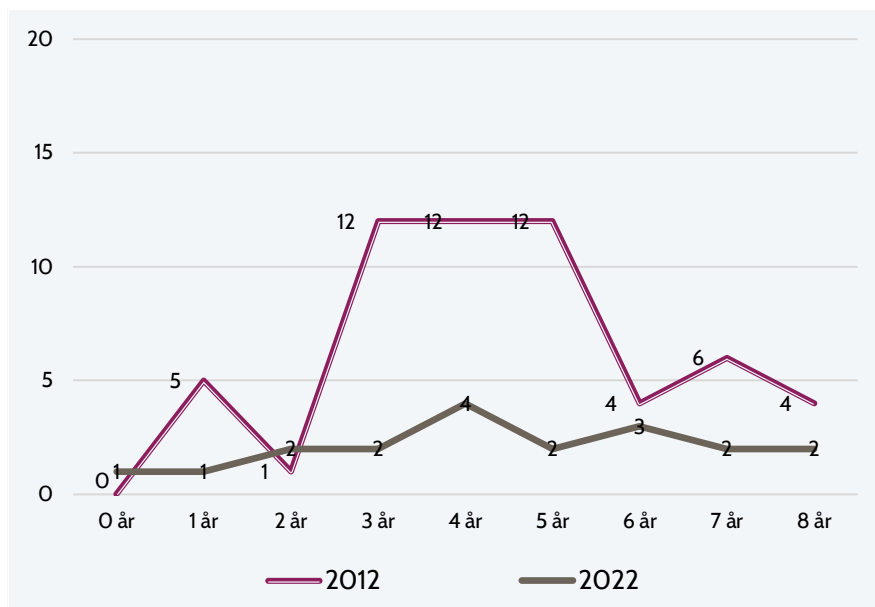


Det vanligaste är att barn i åldern 0–8 år ägnar *mindre än en timme* åt de olika medieaktiviteter som efterfrågas i undersökningen (om de över huvud taget ägnar sig åt dem). Tiden som barnen ägnar åt medieanvändning ökar sedan generellt med barnens ålder. Ett undantag är att lyssna på musik, som fler barn upp till tre års ålder ägnar minst en timme åt en vanlig dag.

Från två års ålder är titta på film och tv-program, följt av Youtube, det som flest barn ägnar minst en timme åt en vanlig dag. Det digitala spelandet tar fart i 4–5-årsåldern och användningen av sociala medier ökar från 6 års ålder.

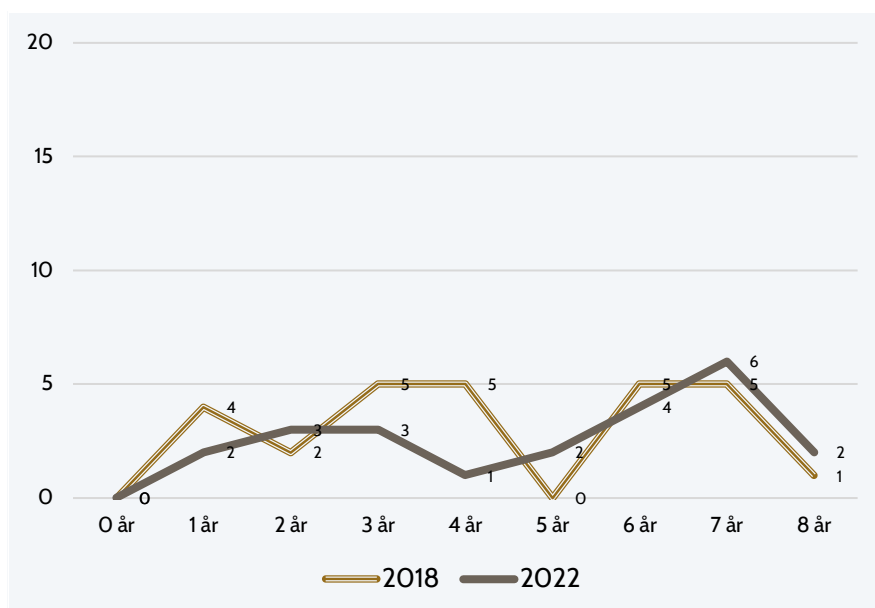
Det är, precis som tidigare år, få barn som faller inom ramen för undersökningens definition av "höganvändare". Begreppet är endast deskriptivt och ska inte förstås som ett värdeomdöme. De medieaktiviteter som barn i någon mån ägnar mer än tre timmar åt är titta på filmer, tv-program och Youtube samt lyssna på musik i alla tre åldersgrupper, samt spela spel på surfplatta i åldersgruppen 5–8. Resultaten är ungefär desamma som tidigare. Men både år 2016 och 2018 förekom även spel på dator/konsol samt mobil mer än tre timmar per dag i båda åldersgrupperna 2–4 och 5–8. Det omfattande spelandet har alltså minskat över tid, vilket även gäller det mer omfattande tittandet på filmer och tv-program (diagram IX).

### IX. Tittar på filmer/tv-program mer än 3 timmar/dag, 0–8 år, 2012 och 2022 (%)



Det var större andelar av barnen, särskilt i åldern 3–5 år, som tittade på filmer och tv-program mer än tre timmar en vanlig dag år 2012 än 2022. Sedan dess har Youtube etablerats och blivit mer lättillgängligt i och med att surfplattor och smartphones blivit vanligare i barnens vardag, vilket kan konkurrera med traditionellt tv-tittande. Vi har bara uppgifter om hur länge småbarnen brukar titta på Youtube för år 2018 och 2022, och andelarna höganvändare är på samma låga nivå båda åren. Det finns således inga tecken på att antalet höganvändare av Youtube har ökat (diagram X).

### X. Använder Youtube mer än 3 timmar/dag, 0–8 år, 2018 och 2022 (%)







# Inledning

Ungar & medier är Sveriges största statistiska undersökning av barns medievanor och attityder till medieanvändning. Undersökningen har genomförts av Statens medieråd sedan myndigheten bildades och brukar bestå av tre delrapporter: *Småungar & medier* (barn i åldern 0–8 år), *Ungar & medier* (barn i åldern 9–18 år) samt *Föräldrar & medier*. Den förra datainsamlingen genomfördes år 2020 och avvek på flera sätt från den gängse metoden på grund av den då pågående covid-19-pandemin. Eftersom barn i grund- och gymnasieskola antogs påverkas mest av då rådande smittskyddsrestriktioner, exempelvis fjärr- och distansundervisning samt stängda fritidsaktiviteter, beslutades att datainsamlingen endast skulle omfatta barn i åldern 9–18 år men utvidgas med mer pandemi-specifika frågor. Rapporten *Ungar & medier 2021* blev på så sätt en "covid-19-special", men nu har datainsamlingen återgått till att omfatta även föräldrar samt yngre barn.

I föreliggande rapport beskrivs medievanor bland svenska barn i åldern 0–8 år, baserat på enkäter som barnens vårdnadshavare har besvarat. Det är alltså inte barnen själva som har svarat på frågorna. För att möjliggöra jämförelser över tid är de frågor som ställts till stor del desamma som år 2018, vilket var den senaste gången som småbarnens medievanor undersöktes. Men samtidigt förändras medielandskapet – ibland väldigt snabbt – varmed vissa frågor förlorar sin relevans medan andra, nya behöver tillföras. År 2018 ställdes exempelvis frågor om barnens tillgång till "mobil med knappar (ej smartphone)" vilket fyra år senare inte var särskilt meningsfullt att fråga om. Å andra sidan har internetuppkopplade leksaker dykt upp på marknaden under de senaste åren varför en fråga om detta infogades i formuläret. Årets *Småungar & medier* 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.

Parallellt med denna rapport publiceras ytterligare två rapporter: *Ungar & medier 2023*, som beskriver medievanor och attityder till medier bland barn i åldern 9–18 år, samt *Föräldrar & medier 2023* som beskriver föräldrars uppfattningar och åsikter om medier och medieanvändning bland barn och unga. Rapporten omfattar svar från föräldrar till barn 0–18 år, det vill säga alla åldersintervall som ingår i rapporterna *Småungar & medier* samt *Ungar & medier*. Tidigare år har föräldrar till barn i åldern 0–8 år redovisats i *Småungar & medier* men dessa har alltså flyttats till rapporten *Föräldrar & medier*.

**” Ungar & medier är Sveriges största statistiska undersökning av barns medievanor och attityder till medieanvändning.**



# Metod och läsanvisning

Rapporten *Småungar & medier 2023* beskriver medievanor bland barn 0–8 år och det är, som nämnts, någon av barnets vårdnadshavare som har svarat på frågorna. I fokus står medieanvändningen en ”vanlig dag” på fritiden, inte i förskolan eller skolan. Underlaget för denna rapport består av två snarlika enkäter som sändes ut till nära 6 000 föräldrar. 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: 3 000 barn 0–4 år och 3 000 barn 5–8 år. Observera att det slumpmässiga urvalet görs på barnpopulationen, inte föräldrapopulationen, eftersom det är barnen som resultaten ska vara representativa för.

Datainsamlingen pågick mellan den 24 augusti och 16 december 2022 och totalt fem utskick gjordes under perioden. I det första utskicket fanns ett informationsbrev med inloggningsuppgifter till webbenkäten. Efter en påminnelse till dem som inte svarat skickades även pappersenkäter ut. 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 24,4 % för 0–4 år och 27,5 % för 5–8 år. Detta är cirka 7 procentenheter lägre än datainsamlingen år 2018 för åldersgruppen 0–4 år och cirka 4 procentenheter lägre för åldersgruppen 5–8. Jämfört med undersökningen år 2016 är det cirka 14 respektive 11 procentenheter lägre. Sjunkande svarsfrekvenser 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 och för att försöka kompensera för detta utökades varje urvalsstrata med 1 000 individer 2022 jämfört med tidigare års undersökningar. Totalt bjöds 18 000 barn och föräldrar in att delta i undersökningen.

För att kompensera för bortfall och försöka få resultaten så representativa för populationen som möjligt tar SCB även fram s.k. kalibreringsvikter. Dessa kalibreringsvikter används i hela resultatredovisningen men inte i avsnittet ”Respondenternas egenskaper och bakgrund” som föregår resultatredovisningen. Detta avsnitt syftar till att ge en bild av just de barn vars föräldrar svarat på enkäten, inte av populationen som helhet, och därför redovisas oviktade resultat.

SCB har bistått undersökningen med registerdata av flera slag, vilka främst används och redovisas i avsnittet ”Respondenternas egenskaper och bakgrund”. Den information som hämtats ur register (och alltså inte har efterfrågats i enkäterna) gäller barns och vårdnadshavares kön, ålder, födelseland, folkbokföringskommun, vårdnadshavares utbildningsnivå och ekonomiska förhållanden samt om barnet har syskon.

**” Mediekonvergensen och de mobila apparaterna gör det allt svårare att särskilja användningen av olika medieformer och deras innehållstyper.**

I rapporten redovisas resultaten genomgående fördelat på tre åldersgrupper, vilka omnämns med siffror i löpande text: 0–1 år, 2–4 år samt 5–8 år. Kommittén Medierådet, som upphörde 2011 när myndigheten Statens medieråd bildades, genomförde 2010 den första Småungar & medier-undersökningen. Denna omfattade inte barn yngre än 2 år, varför resultaten från gruppen 0–1 år inte kan jämföras med den undersökningens resultat. År 2012/13 gjorde Statens medieråd en undersökning där även 0–1-åringar ingick och denna har sedan upprepats vartannat år. Sedan 2012 har datainsamlingen genomförts av Statistiska Centralbyrån (SCB) vilket innebär att detta är den femte Småungar & medier-undersökningen med samma tillvägagångssätt och därmed 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 *Småungar & medier 2023* eftersom den publiceras detta år. Data samlades däremot in under hösten 2022, varför detta årtal används i diagram och löpande text. Det förhåller sig precis likadant med rapporten *Småungar & medier 2019*, där data samlades in år 2018, *Småungar & medier 2017*, där data samlades in år 2016 och *Småungar & medier 2015*, där data samlades in år 2014. *Småungar & medier 2012/13* intar en särställning. Datainsamlingen sträckte sig då över årsskiftet, därav titeln. Av utrymmesskäl benämns data från nämnda insamling som "2012" i denna rapport.

I rapporten används ibland engelska uttryck, t.ex. "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 utmanade. 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 t.ex. 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 m.m. Innehåll kan flyta mellan olika plattformar och apparater, samtidigt som en apparat (t.ex. mobilen, smart-tv) kan användas för många olika slags innehåll och medieaktiviteter. Överlappningar är därför oundvikliga.

En annan problematik när det gäller undersökningar av små barns medieanvändning genom enkäter till föräldrarna är att den som svarar kanske inte har full insyn i barnets medieanvändning, exempelvis vid delad vårdnad. Detta är en potentiell felkälla. Det är också möjligt att svaren påverkas av rådande samhällliga normer rörande medieanvändning bland barn och unga. En annan aspekt är att det ibland kan vara svårt att avgöra om eller när barnet är medieanvändare i och med att digitala medier blivit en så integrerad del av vuxnas vardag. Om t.ex. en förälder använder Instagram på mobilen med barnet sittandes i sitt knä, är då barnet användare av Instagram? Det bifogas inga tolkningsinstruktioner till enkäten utan det är upp till den som svarar att avgöra denna typ av frågor, vilket sannolikt innebär att alla vårdnadshavare inte gör samma tolkningar och därmed svarar på olika sätt. Även detta är således en potentiell felkälla.

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

## Innehåll Respondenternas egenskaper och bakgrund

<b>Respondenternas egenskaper och bakgrund</b>	<b>24</b>
1. Barnets kön	24
2. Barnets ålder under året	24
3. Barnets syskonstatus	25
4. Föräldrarnas och barnets födelseland	26
5. Föräldrarnas utbildningsnivå	27
6. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet	28
Utsatta områden	28

# Respondenternas egenskaper och bakgrund

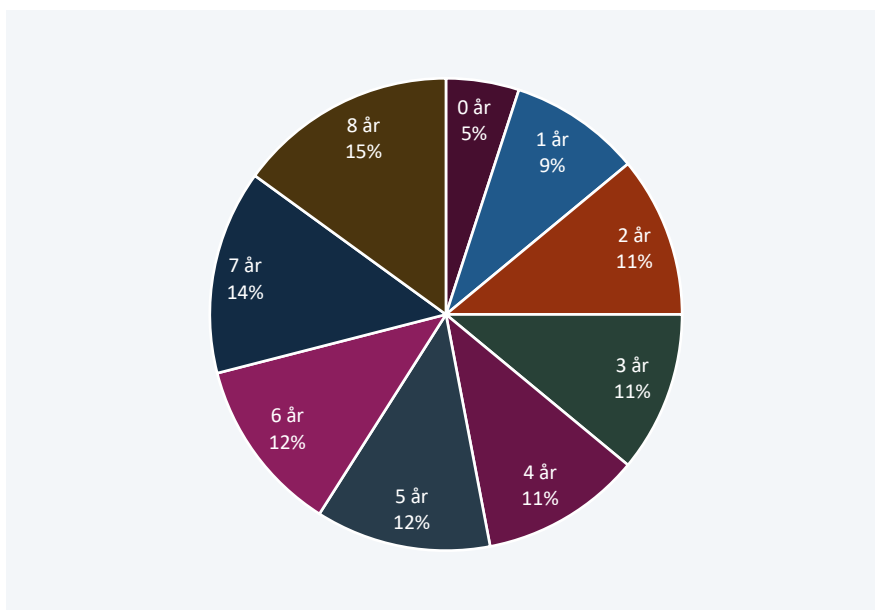
I detta avsnitt beskrivs respondenternas egenskaper och bakgrund, det vill säga vad som karakteriserar just de föräldrar och barn som svarat på enkäten. Resultaten som redovisas är därmed inte viktade mot populationen. Alla uppgifter kommer från registerdata.

## 1. Barnets kön (%)

	Pojke	Flicka
0-1 år	49	51
2-4 år	50	50
5-8 år	55	45

Tabell 1 beskriver könsfördelningen bland de barn vars vårdnadshavare svarat på enkäten. Könsfördelningen är jämn i de två yngsta åldersgrupperna, men i åldersgruppen 5–8 finns en viss övervikt av pojkar.

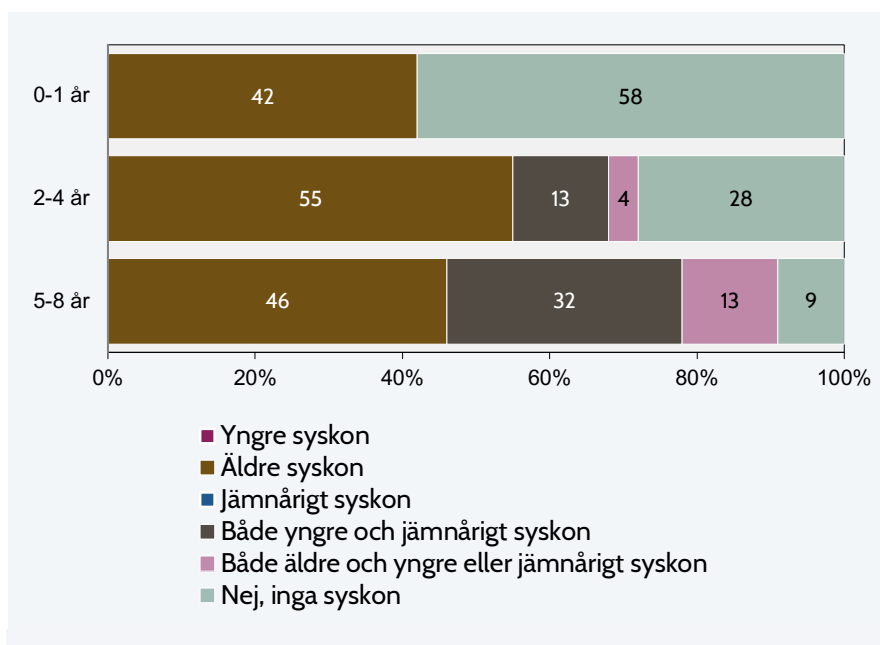
## 2. Barnets ålder under året (%)



Av det totala antalet barn i åldersintervallet 0–8 vars föräldrar deltagit i undersökningen utgör 0–1-åringarna 14 %, 2–4-åringarna 33 % och 5–8-åringarna 53 %. Ju äldre barnen är, desto större andel av de svarande. Annorlunda uttryckt är föräldrarnas svarsbenägenhet lägre ju yngre deras barn är.



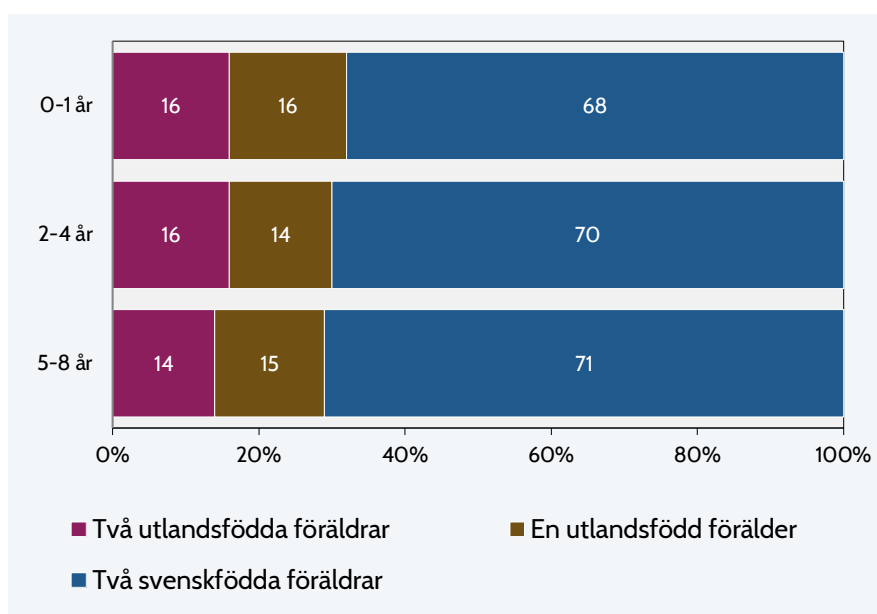
### 3. Barnets syskonstatus (%)



Andelen barn utan syskon är störst i den yngsta gruppen och minskar sedan med barnets stigande ålder. Det vanligaste i åldersgrupperna 2–4 och 5–8 år är att barnen har äldre syskon. Inga barn i undersökningen har endast yngre syskon, eller endast jämnåriga. I rapporten används begreppet ”ensambarn” för att beteckna de barn som inte har några syskon. Begreppet är därmed synonymt med ”endabarn”.

Förekomsten av syskon kan ha betydelse för medieanvändningen, särskilt bland yngre barn, då äldre syskon introducerar de yngre till medier. Medieanvändning utgör också en umgängesform mellan syskon. Syskonvariabeln har därför använts i samtliga analyser i denna rapport. Syskonstatusens betydelse beskrivs om analysen visar att det föreligger skillnader mellan barngrupper med olika syskonstatus, men inte annars.

#### 4. Föräldrarnas och barnets födelseland (%)

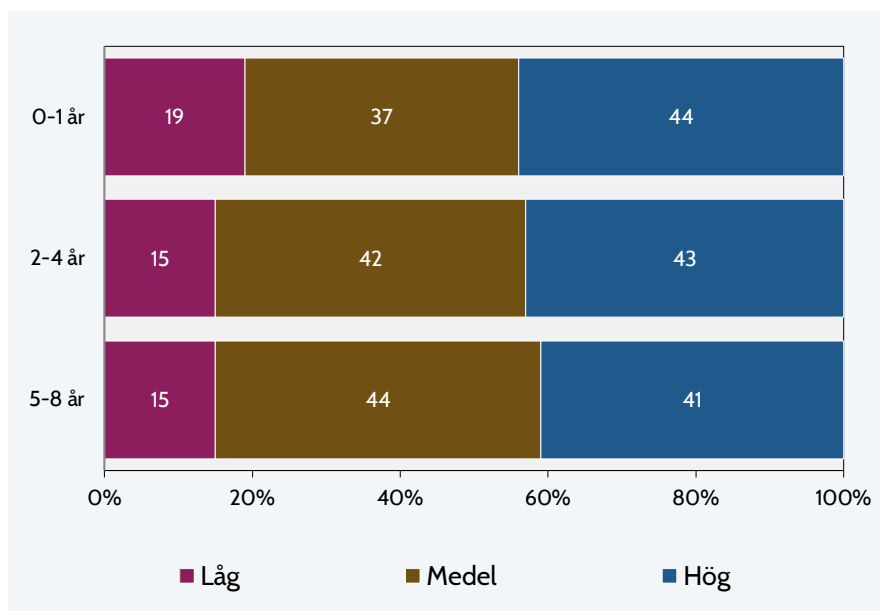


I alla åldersgrupper har en klar majoritet av barnen, cirka 70 %, två svenskfödda föräldrar. Det finns inga betydande skillnader mellan åldersgrupperna. Även bland barnen i *Ungar & medier 2023* (9–18 år) har omkring 70 % två svenskfödda föräldrar.

Nästan alla barn i undersökningen är födda i Sverige. I den yngsta gruppen är det 99 %, i åldersgruppen 2–4 är det 97 % och i åldersgruppen 5–8 är det 93 % som är födda i Sverige. De 7 % i åldersgruppen 5–8 som inte är födda i Sverige kommer främst från andra europeiska länder eller Asien.

Bland barnen som ingår i *Ungar & medier 2023* (9–18 år) är det något större andelar som är födda utomlands.

## 5. Föräldrarnas utbildningsnivå (%)



Föräldrarnas utbildningsnivå fördelar sig på i princip samma sätt i alla tre åldersgrupper: drygt 40 % har högutbildade föräldrar.

I enkätsammanhang är det vanligt att svarsbenägenheten är högre bland högutbildade än bland lågutbildade. I Ungar & medier-undersökningen finns en tydlig koppling till barnens ålder på så sätt att hög utbildningsnivå bland föräldrarna har störst betydelse för svarsbenägenheten gällande de yngsta barnen. Föräldrar till barn i *Småungar & medier* har hög utbildningsnivå i större utsträckning än föräldrar till barn i rapporten *Ungar & medier*. Detta gäller de flesta år som undersökningen har genomförts.

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).

## 6. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet

Åldersgrupp	Min.	Max.	Medel	Median
5-8 år	0	1989362	203317	193095

Tabellen beskriver den disponibla inkomsten per konsumtionsenhet i barnets hushåll. Siffrorna gäller år 2020 då barnen under tre år ännu inte var födda. Därför redovisas bara åldersgruppen 5-8 år. Både medelvärdet och medianen ligger på samma nivå som i de åldersgrupper som ingår i rapporten *Ungar & medier* (9-18 år). I tabellen nedan redovisas ett annat mått på hushållets ekonomi, nämligen den sammanräknade förvärvsinkomsten i barnets hushåll. Här är värdena något lägre än för de hushåll som har äldre barn, 9-18 år (se *Ungar & medier 2023*, diagram 7 b).

### 6 b. Sammanräknad förvärvsinkomst, barnets hushåll (CSFVIH, gäller för 2020)

Åldersgrupp	Min.	Max.	Medel	Median
5-8 år	0	3751767	754954	751583

### Utsatta områden

I datainsamlingen ingår även uppgifter om barnen bor i något av de områden som Polismyndigheten definierat som "utsatt", "särskilt utsatt" eller som "riskområde". I den yngsta gruppen är det cirka 2 % som bor i något av dessa områden, i åldersgruppen 2-4 är det 5 % och i åldersgruppen 5-8 är det 3 %. Motsvarande andelar bland de äldre barnen i *Ungar & medier* är 3-4 %. Det är således en mycket liten andel av de barn som deltar i undersökningen som bor i utsatta områden, eller "riskområden".

Av de bakgrundsvariabler som redovisats här kommer kön och åldersintervall att användas genomgående i resultatredovisningen. Som nämnts har alla enkätfrågor även analyserats i förhållande till barnens syskonstatus och i de fall denna har betydelse kommer resultaten att redovisas i rapporten. Övriga bakgrundsvariabler kommer inte att beaktas eftersom det skulle bli alltför omfattande för denna rapport.

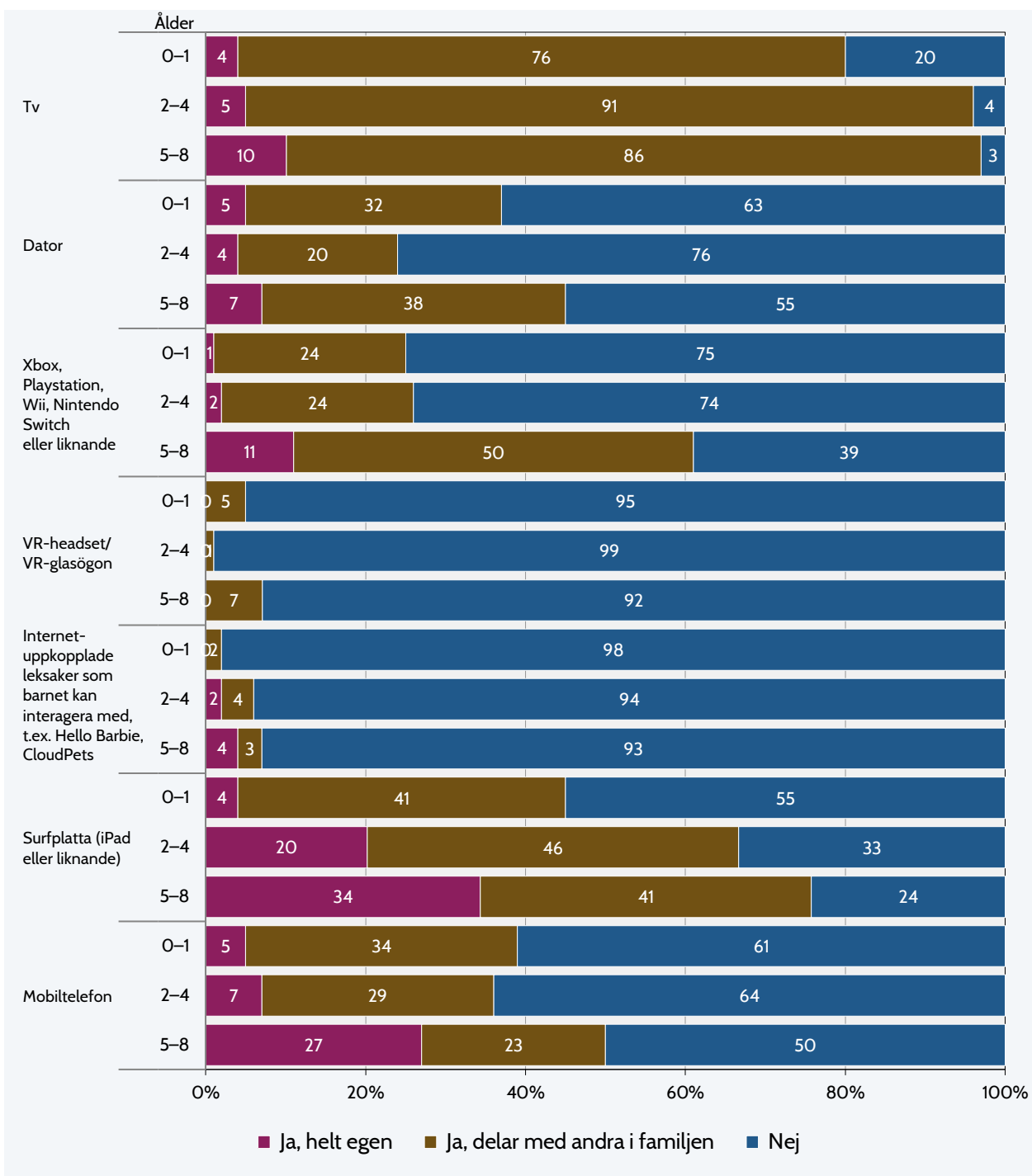
## Innehåll Resultatredovisning

<b>Resultatredovisning</b>	<b>30</b>
7. Har ditt barn tillgång till något av följande i hemmet?	30
8. Hur ofta brukar ditt barn göra följande på fritiden...	34
9. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar ditt barn på sin fritid...	38
10. Spelar ditt barn datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta?	41
11. När ditt barn spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta, ungefär hur ofta brukar barnet...	42
12. Vilka datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta brukar ditt barn oftast spela?	43
13. Hur ofta brukar ditt barn använda följande sociala medier?	45
14. Har ditt barn en egen Youtube-kanal?	46
15. Hur ofta tar ditt barn del av nyheter om vad som händer i det svenska samhället och i världen...	47
16. Ungefär hur ofta brukar du och ditt barn tillsammans...	48

# Resultatredovisning

I det följande redovisas hur föräldrarna har svarat på frågorna i enkäten. Den första frågan handlar om barnens tillgång till medieteknik, därefter följer frågor om barnens användning av olika medier på fritiden en vanlig dag.

## 7. Har ditt barn tillgång till något av följande i hemmet? (%)

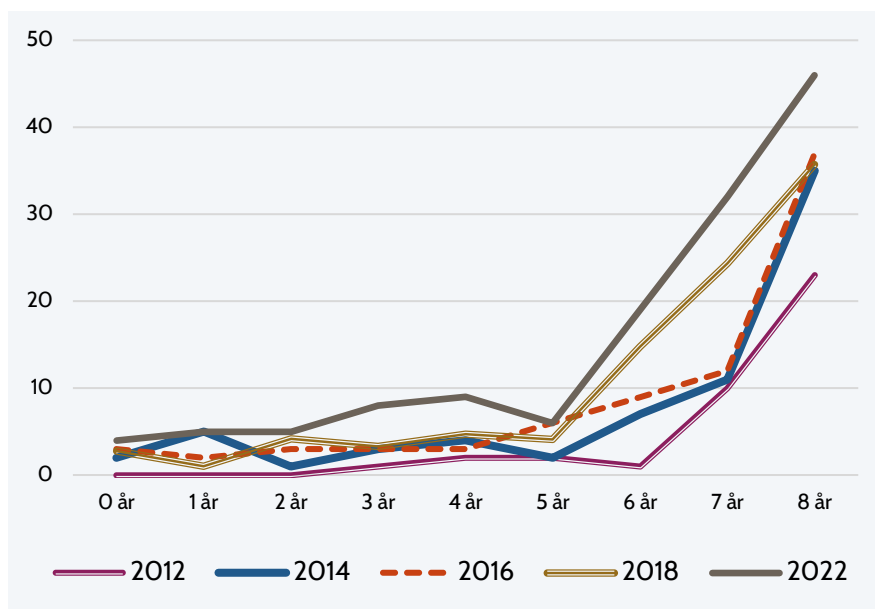


De allra flesta barn har tillgång till tv i hemmet och många har även tillgång till surfplatta och mobiltelefon. Oftast delar barnen på tekniken med andra i familjen men ganska många har egna surfplattor och mobiler, åtminstone från 2 års ålder och uppåt. Generellt ökar det egna innehavet av medieteknik med barnets stigande ålder.

Frågorna om tillgång till internetuppkopplade leksaker och VR-headset/VR-glasögon är nya för i år men resultaten visar att dessa knappt förekommer alls i barnens liv. Virtual Reality och "Internet of toys" är alltså inga vanliga inslag i barnens vardag, än så länge.

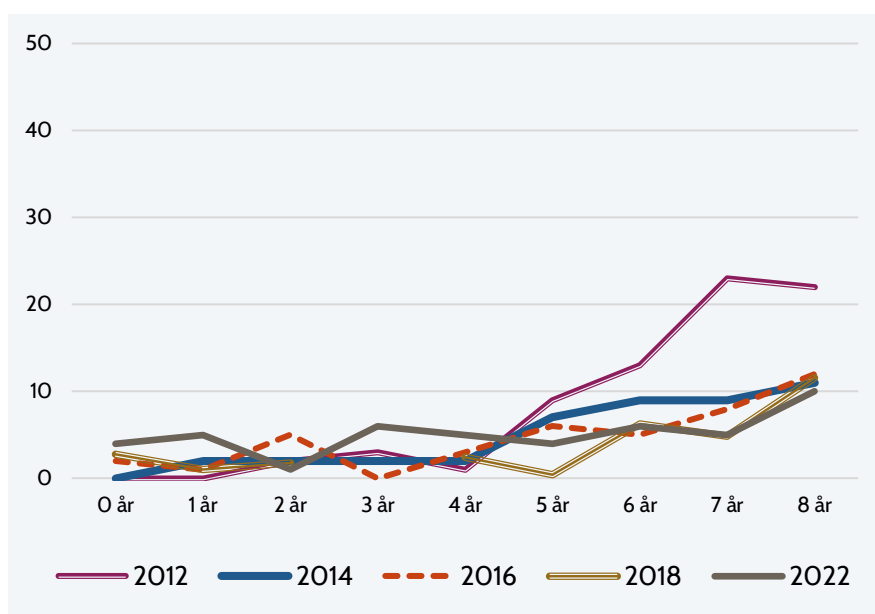
Man kan också notera att tillgången till spelkonsoler som Xbox, Playstation eller Wii har minskat sedan 2012 då hälften av barnen i åldersgruppen 2–4 och cirka 70 % i åldersgruppen 5–8 hade tillgång.

### 7 b. Har barnet tillgång till något av följande hemma: en helt egen mobiltelefon, 2012–2022 (%)



Tillgången till en helt egen mobiltelefon (smartphone) har ökat successivt sedan frågan ställdes första gången år 2012 och är nu som högst i alla åldrar. År 2012 var det knappt någon 6-åring som hade en egen mobiltelefon men år 2022 är det ungefär en femtedel. Bland 8-åringarna har det skett en fördubbling under decenniet. Men det är stora skillnader mellan de yngre barnen och de som börjat skolan. Och tillgången till egen mobiltelefon är fortfarande betydligt lägre bland barnen upp till 8 års ålder än bland de som är äldre (se *Ungar & medier 2023*, diagram 8 c).

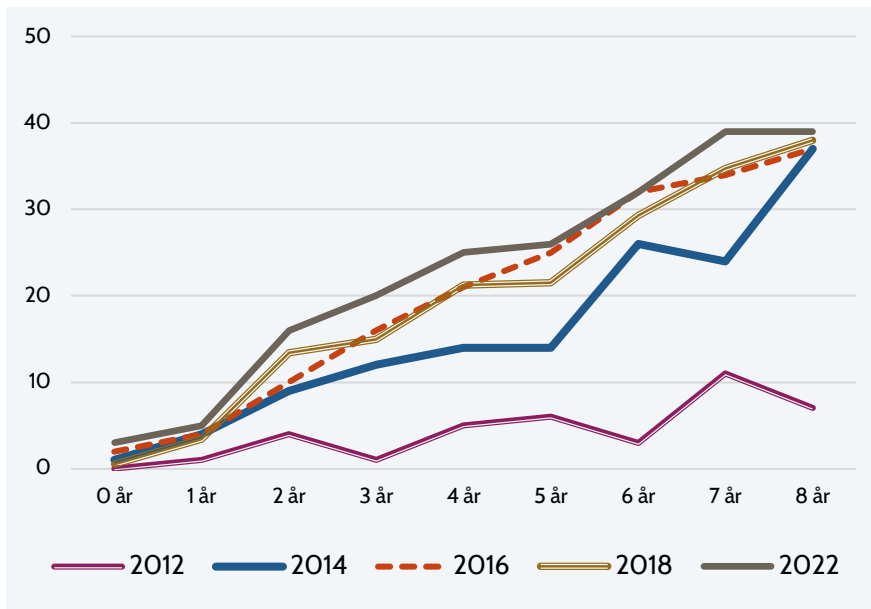
### 7 c. Har barnet tillgång till något av följande hemma: en helt egen dator, 2012–2022 (%)



Tillgången till dator har, tvärt emot mobiltelefon, successivt minskat bland barnen. Bland 7–8-åringarna var det drygt 20 % som hade en egen dator år 2012, vilket sedan mer än halverats. Även andelarna som delar dator med andra i familjen har minskat märkbart. Sammantaget är det därmed fler som inte har tillgång till dator i hemmet år 2022 jämfört med 2012.



## 7 d. Har barnet tillgång till något av följande hemma: en helt egen surfplatta, 2012–2022 (%)

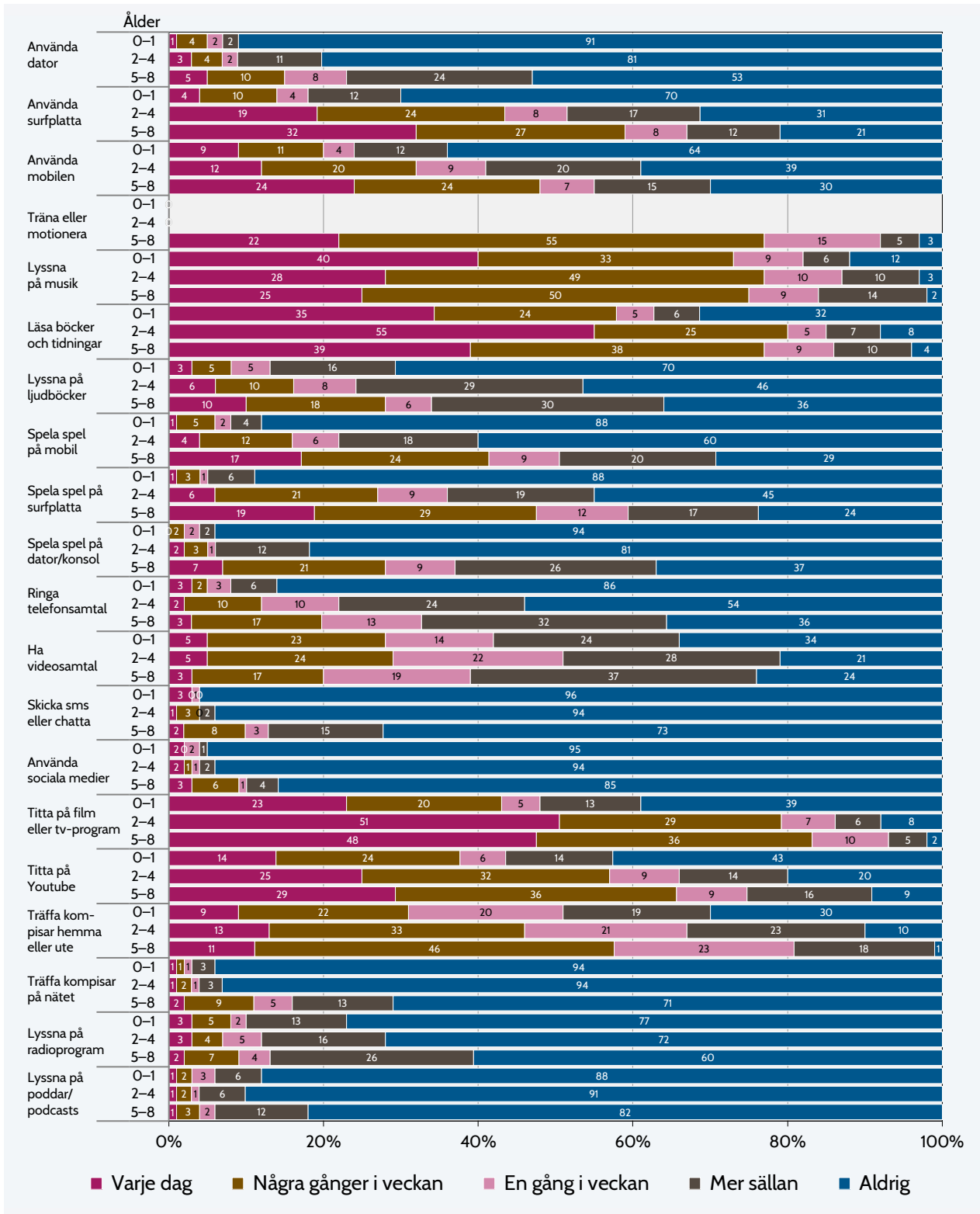


Tillgången till surfplattor av olika slag ökade fram till år 2016 men minskade sedan under 2018. År 2022 är det egna innehavet tillbaka på samma nivå som, eller något högre än, 2016 i alla åldrar. Det gäller dock inte den totala tillgången till surfplattor, det vill säga egen och/eller delad surfplatta i familjen. År 2018 hade exempelvis 80 % av barnen i åldersgruppen 2–4 tillgång till surfplatta, vilket år 2022 motsvaras av 66 % (diagram I, sammanfattningen).

Könsskillnaderna är i de flesta fall små eller obefintliga, men ett par resultat sticker ut. I de två yngsta grupperna har flickor i något högre grad än pojkar en helt egen mobiltelefon. I åldern 2–4 har 5 % av pojkarna och 10 % av flickorna en egen mobil, och flickorna delar även mobil med andra i familjen i högre grad än pojkarna. Denna könsskillnad försvinner i åldersgruppen 5–8, samtidigt som en annan skillnad uppstår: pojkar (18 %) har i högre grad än flickor (2 %) en egen Xbox, Playstation, Wii, Nintendo Switch eller liknande. Denna könsskillnad har även funnits i tidigare undersökningar.

Vad gäller syskonstatus kan noteras att barn med äldre syskon, och eventuellt flera syskon i olika åldrar, har tillgång till spelkonsoler som Xbox, Playstation etc. i högre grad än andra barn. Bland barn upp till 4 års ålder gäller detta även tillgång till internetuppkopplade leksaker och det är dessutom vanligare att dessa barn har en egen mobil. I åldersgruppen 5–8 har barn med yngre och jämnåriga syskon tillgång till mobil i lägre grad än andra barn. Resultaten skulle kunna vara uttryck för att syskon får dela på och ärva tekniska apparater av varandra.

## 8. Hur ofta brukar ditt barn göra följande på fritiden...(%)



Diagrammet beskriver med vilken frekvens som barn i de olika åldersgrupperna brukar använda några olika medier och ägna sig åt olika medieaktiviteter på sin fritid. Frågan om träning och motion har bara ställts till föräldrar till barn i åldersgruppen 5–8 år.

Resultaten visar att de vanligaste aktiviteterna är att lyssna på musik, läsa böcker och tidningar, titta på filmer och tv-program samt Youtube. I åldersgruppen 5–8 är även spela spel på surfplatta en populär aktivitet. I de flesta fall ökar användningsfrekvensen med barnens stigande ålder. Ett undantag är att lyssna på musik som förekommer mer frekvent bland de allra yngsta. Dessa mönster har även funnits tidigare år.

Några medieaktiviteter förekommer i betydligt lägre grad, ibland knappt alls i de två yngsta åldersgrupperna: spela spel på dator/konsol, skicka sms eller chatta, använda sociala medier, träffa kompisar på nätet och lyssna på poddar. Även radiolyssnandet är begränsat.

Det är betydligt vanligare att träffa kompisar fysiskt (ute eller hemma hos varandra) än på nätet men det är likvärligt 16 % i åldersgruppen 5–8 som träffar kompisar på nätet en gång i veckan eller oftare. Trots att användningen av sociala medier, sms och chatt är begränsad i åldersgruppen sker således viss digital samvaro. De som träffar kompisar digitalt träffar kompisar fysiskt i lika hög grad som andra barn.

Diagram 8 visar med vilken frekvens barnen använder tre olika tekniska apparater – dator, surfplatta och mobil – och här framgår att surfplattan är den apparat som används *dagligen* av flest barn i åldersintervallen 2–4 och 5–8, medan mobilen är den apparat som flest barn i den yngsta gruppen använder *dagligen* (9 %). Sammantaget använder 24 % av barnen i åldern 0–1 år mobilen en gång i veckan eller oftare. I åldersgrupperna 2–4 och 5–8 är motsvarande siffror 41 % respektive 55 %.

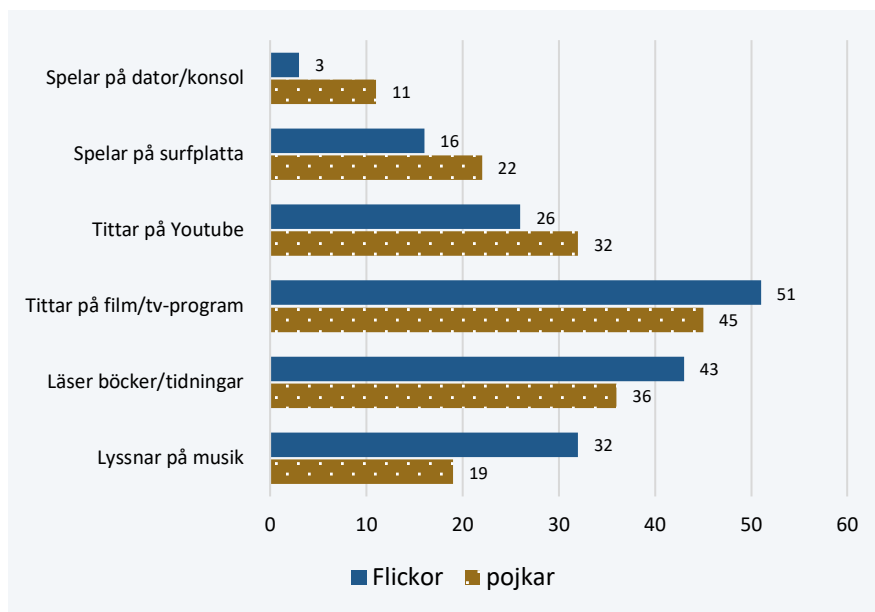
Vad gäller mobilanvändningen har frågeställningen i enkäten förändrats jämfört med tidigare år. Förr ställdes en fråga om barnet använde mobiltelefon, med svarsalternativen ja eller nej, vilken följdes av en fråga om vad barnet i så fall gjorde på mobilen (som alltså endast besvarades av de som svarat ”ja” på den första mobilfrågan). Vi vet därför inte med vilken frekvens småbarnen sammantaget använde mobilen under tidigare år. Men vi vet hur stora andelar av småbarnen som över huvud taget använde mobiltelefon och i detta avseende syns en markant ökning. År 2018 använde majoriteten av småbarnen *inte* mobiltelefon: 92 % var icke-användare i åldersgruppen 0–1, 76 % i åldersgruppen 2–4 och 62 % var icke-användare i åldersgruppen 5–8. År 2022 har andelarna som *inte alls* använder mobiltelefon minskat mellan 30 och 40 procentenheter i åldersgrupperna. Mobilanvändningen är således betydligt mer utbredd bland småbarn nu än för bara några år sedan.

Som ovan nämnts är de övergripande mönstren desamma som år 2018, men i detaljerna finns en del förändringar. Några aktiviteter ökar, såsom det dagliga lyssnandet på musik, att dagligen träna och motionera (5–8 år: 8 procentenheter), att lyssna på poddar samt läsa böcker och tidningar.

I åldersgruppen med störst andel dagliga läsare, alltså 2–4-åringarna, har andelen ökat från 49 % år 2018 till 55 % år 2022. I åldersgruppen 5–8 är ökningen ungefär lika stor och i åldersgruppen 0–1 är ökningen 11 procentenheter. Samtidigt minskar andelarna som *aldrig* läser med mellan 9 och 19 procentenheter i åldersgrupperna. Även andelarna som *aldrig* lyssnar på ljudböcker minskar i samtliga åldersgrupper. Både läsa och lyssna på böcker och tidningar har således ökat märkbart.

Ett par medieaktiviteter minskar jämfört med år 2018. Det *dagliga* spelandet på surfplatta minskar något i åldersgrupperna 2–4 och 5–8, samtidigt som andelarna som *inte alls* spelar spel på surfplatta ökar i dessa åldrar. Även det *dagliga* tittandet på filmer och tv-program har minskat i åldersgrupperna 2–4 och 5–8. Tittandet på Youtube har däremot inte förändrats i någon åldersgrupp. Frågan om sociala medier ställdes tidigare bara till ålderguppen 5–8 och här är användningen fortsatt låg, även om andelen användare ökat med 4 procentenheter sedan 2018.

## 8 b. Gör varje dag, kön, 5–8 år (%)



I de två yngsta åldersgrupperna är könsskillnaderna små och inkonsekventa, men i åldersgruppen 5–8 framträder några skillnader som även kunnat skönjas under tidigare år. Större andelar av flickorna lyssnar dagligen på musik, läser böcker och tidningar samt tittar på filmer och tv-program medan pojkar, i högre grad än flickor, dagligen spelar spel på surfplatta och dator/konsol samt tittar på Youtube. Dessa könsskillnader kvarstår när barnen blir något äldre (se *Ungar & medier 2023*).

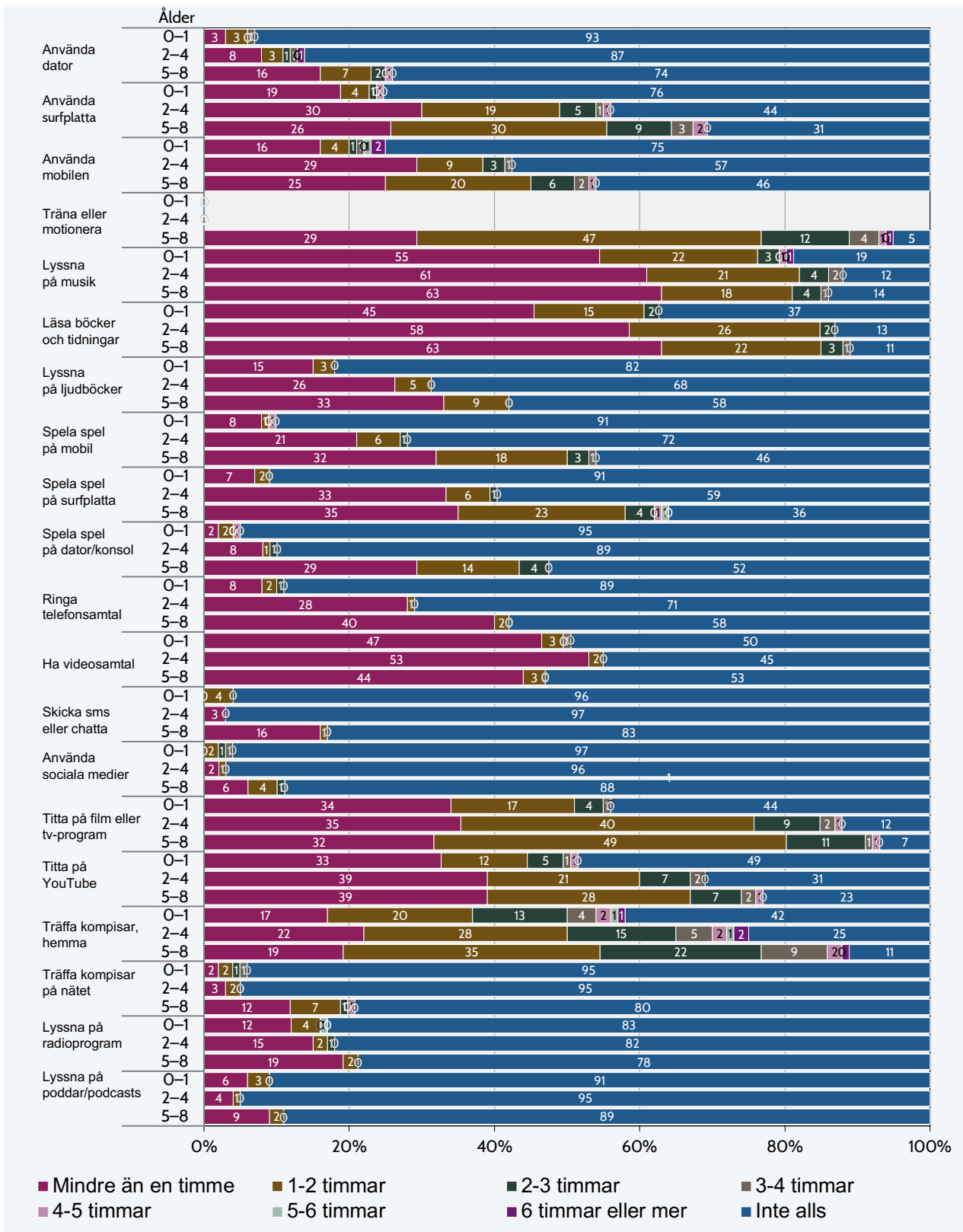


FOTO:SCANDINAV.SE/PLATTFORM

I den yngsta åldersgruppen använder barn med äldre syskon surfplatta och mobiltelefon i högre grad än de som saknar syskon och de ägnar sig genomgående åt medieaktiviteter i högre grad än de som saknar syskon. De flesta medieaktiviteter är således oftare förekommande bland de med äldre syskon. Så konsekventa skillnader finns inte när barnen blir lite äldre men även i åldersgruppen 2–4 svarar föräldrar till barn utan syskon i högre grad att barnet *aldrig* använder dator, mobil eller surfplatta. Barn i åldersgruppen 2–4 med äldre syskon, och eventuellt flera syskon i olika åldrar, spelar digitala spel och använder sociala medier i något högre grad än de utan syskon. Det kan även noteras att det bara är barn med äldre syskon och syskon i flera olika åldrar som träffar kompisar digitalt. Den sistnämnda gruppen läser å andra sidan böcker och tidningar i lägre grad än andra barn.

I åldersgruppen 5–8 är barnen med äldre syskon, och eventuellt flera syskon i olika åldrar, dagliga användare av mobilen i högre grad än andra barn. Detsamma gäller spel på mobil, surfplatta och dator/konsol och de träffar kompisar digitalt mer regelbundet än andra barn. Å andra sidan läser de böcker och tidningar dagligen i lägre grad än andra barn.

## 9. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar ditt barn på sin fritid... (%)



Diagrammet beskriver hur lång tid som barn i de olika åldersgrupperna brukar använda olika medier på sin fritid "en vanlig dag". Eftersom de yngre barnen inte är dagliga medieanvändare i någon större utsträckning ökar andelarna som svarar *inte alls* i diagram 9 jämfört med diagram 8.

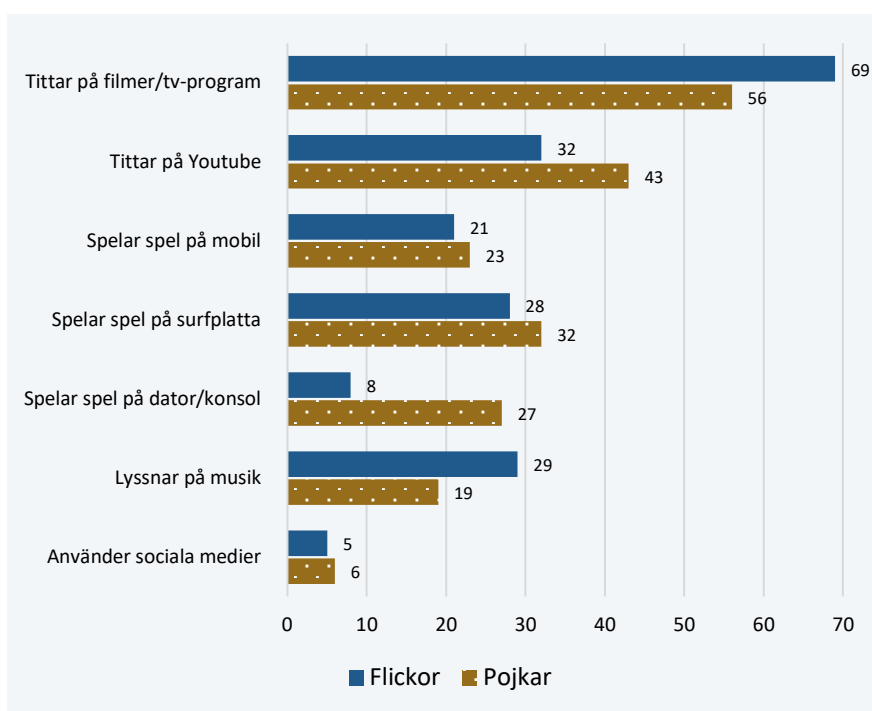
Det vanligaste är att barnen ägnar mindre än en timme åt de olika medieaktiviteter som efterfrågas, om de över huvud taget ägnar tid åt dem. Barn i åldersgruppen 5–8 ägnar generellt mer tid åt medier en vanlig dag än yngre barn. Att barnen ägnar mer än tre timmar åt någon medieaktivitet – det som i Ungar & medier brukar kallas "höganvändare" – är sällsynt.<sup>4</sup> Det som flest barn ägnar mer än tre timmar åt en vanlig dag är de två icke-medierelaterade aktiviteterna träffa kompisar ute eller hemma hos varandra samt träna och motionera (endast åldersgruppen 5–8).

De medieaktiviteter som barn i någon mån ägnar mer än tre timmar åt är titta på filmer, tv-program och Youtube samt lyssna på musik. Mellan 1–3 % i varje åldersgrupp ägnar mer än tre timmar åt detta och i åldersgruppen 5–8 spelar 2 % spel på surfplatta mer än tre timmar en vanlig dag. Detta är ungefär samma resultat som år 2016 och 2018, men dessa år förekom även spel på dator/konsol samt på mobil mer än tre timmar per dag i båda åldersgrupperna 2–4 och 5–8. Det omfattande spelandet har alltså minskat över tid.

I åldersgruppen 5–8 använder 1 % dator, 5 % surfplatta och 3 % mobil tre timmar eller mer en vanlig dag. I åldersgruppen 0–1 har 2 % svarat att barnet använder mobil mer än 6 timmar en vanlig dag, vilket kan låta mycket men som möjligen förklaras av att 2 % i åldersgruppen lyssnar på musik mer än fyra timmar per dag. Det kan alltså vara så att mobilen används för att spela musik för barnet (och kanske för sig själv, men med barnet närvarande).

■ 4 Begreppet höganvändare är endast deskriptivt och ska inte förstås som ett värdeomdöme.

## 9 b. Gör en timme eller mer en vanlig dag, kön, 5–8 år (%)

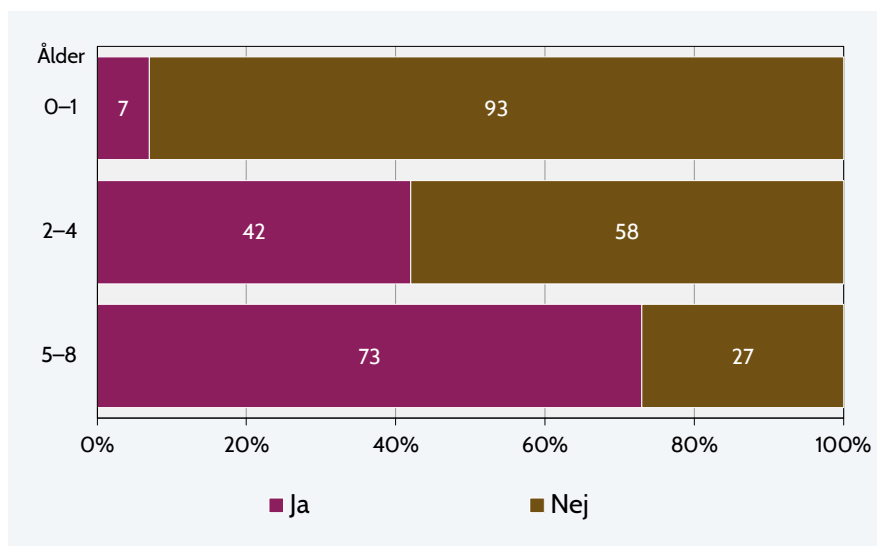


Könsskillnaderna avseende tid ägnad åt medieaktiviteter är i princip obefintliga i de två yngre grupperna men i åldersgruppen 5–8 kan några urskiljas: pojkar spelar i högre grad än flickor spel på dator/konsol en timme eller mer en vanlig dag, medan flickor i högre grad än pojkar lyssnar på musik en timme eller mer en vanlig dag. Flickor ägnar även något mer tid åt att titta på filmer och tv-program, medan pojkar tittar mer på Youtube.

I de två yngsta åldersgrupperna påverkar syskonstatus främst huruvida barnen alls använder medier eller ej, så som beskrevs i samband med diagram 8. Det finns även en tendens till att barn med äldre syskon, och eventuellt flera syskon i olika åldrar, använder dator, surfplatta och mobil samt spelar digitala spel fler timmar än andra barn. I åldersgruppen 5–8 finns samma mönster gällande mobilanvändningen (inte dator eller surfplatta), spela spel på dator/konsol, titta på film/tv-program och Youtube. För övrigt framträder inga tydliga skillnader mellan barn med olika syskonstatus.



## 10. Spelar ditt barn datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta? (%)

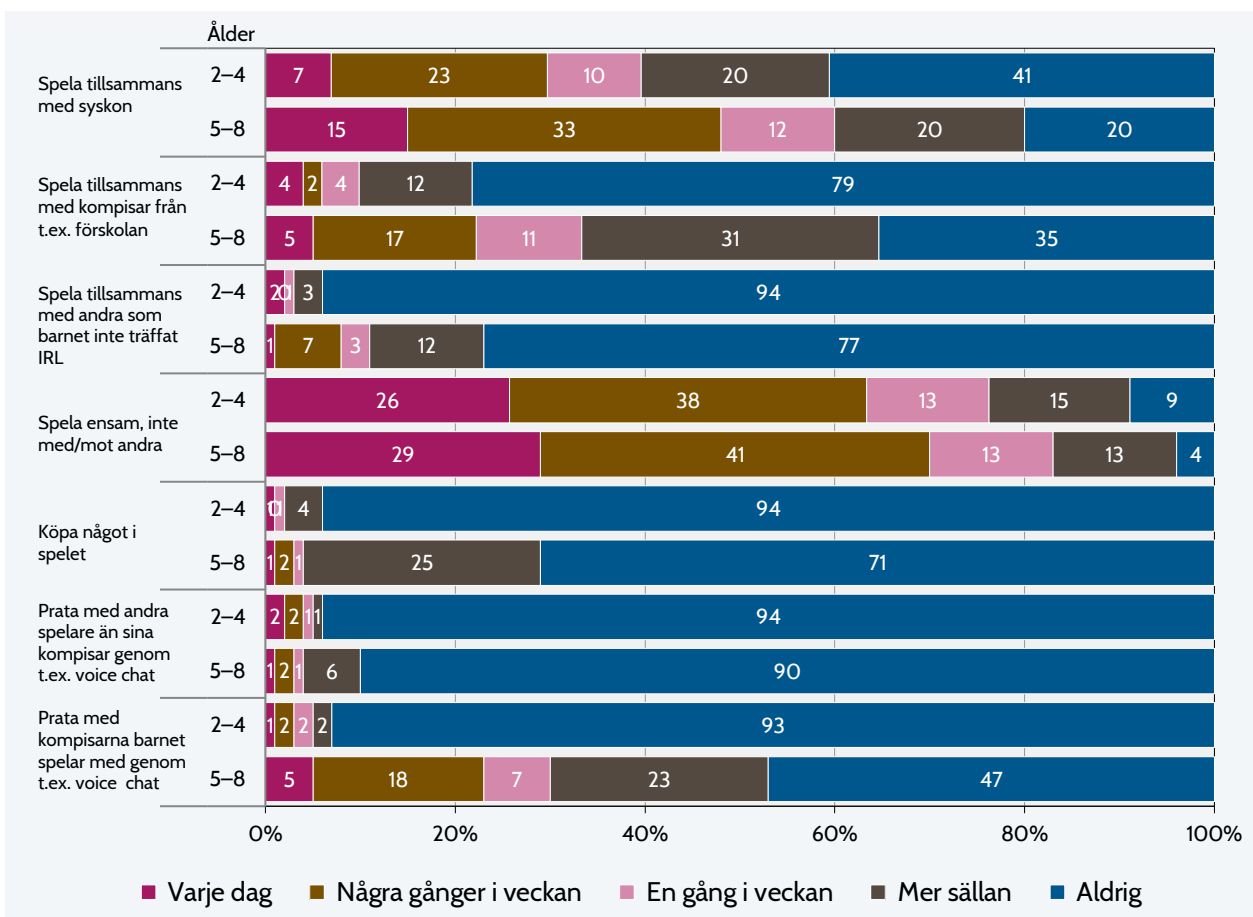


Andelarna som spelar någon form av digitala spel ökar med åldern, från 7 % i den yngsta gruppen till 73 % i den äldsta. Jämfört med år 2018 ökar andelen som spelar i den yngsta gruppen med 3 procentenheter, men minskar med 8 procentenheter i åldersgruppen 2–4 och 6 procentenheter i åldersgruppen 5–8. Beträktat ur ett längre perspektiv, sedan 2014, har andelen barn som spelar digitala spel minskat i alla åldersgrupper.

I den yngsta gruppen spelar fler flickor (10 %) än pojkar (4 %) men i åldersgruppen 2–4 är könsskillnaderna mindre, samtidigt som andelen spelare ökar till 43 % av flickorna och 40 % av pojkarna. I åldersgruppen 5–8 ökar andelen som spelar ytterligare, men mer bland pojkarna (77 %) än flickorna (68 %). När barnen blir äldre ökar könsskillnaderna än mer, eftersom pojkar då spelar betydligt mer än flickor (se *Ungar & medier 2023*). Att spela digitala spel är en av de medieaktiviteter där könsskillnaderna är tydligast och så har det varit i alla *Ungar & medier*-undersökningar.

I den yngsta gruppen spelar en större andel av barnen med äldre syskon (10 %) än de utan syskon (5 %). I åldersgruppen 2–4 spelar också en större andel av dem med äldre syskon, men även de med jämnårigt syskon (47 %). I åldersgruppen 5–8 spelar större andelar av barnen med äldre syskon och de med syskon i flera olika åldrar (76–78 %). Barn med äldre syskon och eventuellt flera syskon spelar således i något högre grad än andra barn.

## 11. När ditt barn spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta, ungefär hur ofta brukar barnet... (%)



Frågan har endast besvarats av de föräldrar som uppgett att deras barn spelar digitala spel (se diagram 10). Eftersom endast 7 % i åldersgruppen 0–1 år spelar digitala spel (se diagram 10) är underlaget för denna åldersgrupp för osäkert för att redovisa i fråga 11.

Om barnen spelar så är det oftast ensamspel, inte med eller mot andra. Som ovan nämnts tenderar barn med äldre syskon och flera syskon att spela i högre grad än andra barn. Av diagram 11 framgår att det är relativt vanligt att spela tillsammans med syskon. I åldersgruppen 2–4 spelar 40 % av barnen med sina syskon minst en gång i veckan, vilket i åldersgruppen 5–8 år motsvaras av 60 %. Att spela tillsammans med kompisar från t.ex. förskolan ökar med barnets stigande ålder. Det är ovanligare att barnen spelar tillsammans med personer som de inte träffat IRL, att de köper saker i spelen eller att de pratar med andra spelare genom t.ex. röstchatt (voice chat). I åldersgruppen 5–8 pratar dock 30 % med kompisarna som de spelar med minst en gång i veckan. Även om det vanligaste är att spela ensam kan spelandet således också vara en social aktivitet.

I åldersgruppen 2–4 spelar flickor oftare tillsammans med syskon, kompisar eller andra personer medan pojkar spelar mer ensamma. I åldersgruppen 5–8 köper pojkar saker i spelen i något högre grad än flickor, men för övrigt är könsskillnaderna små.

Ensbarn spelar inte ensamma i högre grad än barn med syskon, då ensbarnen relativt ofta spelar med kompisar från t.ex. förskolan. Barn med äldre syskon köper saker i spel i något högre grad än andra barn.

## 12. Vilka datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta brukar ditt barn oftast spela? (Skriv max tre stycken)

De föräldrar som svarat ja på frågan om deras barn spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta (diagram 10) har fått en följdfråga om vilka spel barnen oftast spelar. Svartalternativen på frågan är 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 (t.ex. *Super Mario*). Ibland har föräldrarna uppgett olika typer av spel, som ”pusselspel” eller ”pedagogiska spel” och dessa har slagits ihop till kategorier.

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 de som spelar som spelar just detta spel.

Eftersom det är en så liten andel av de allra yngsta barnen (0–1 år) som spelar spel är det inte meningsfullt att försöka rangordna vilka spel de spelar. Det kan dock nämnas att det spel som flest föräldrar uppger är *Bolibompa*, som tagits fram av Sveriges television.

### 12 b. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta topp-fem, 2–4, kön (%)

2–4 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Bolibompa 17 % (41 %)	Bolibompa 15 % (37 %)	Bolibompa 20 % (46 %)
Radioapan 6 % (15 %)	Alfons Åberg 5 % (14 %)	Radioapan 8 % (18 %)
Alfons Åberg 6 % (14 %)	Radioapan 5 % (12 %)	Alfons Åberg 6 % (14 %)
Pippi Långstrump 2 % (5 %)	Super Mario 3 % (8 %)	Pusselspel 4 % (10 %)
Roblox 2 % (5 %)	Roblox 3 % (7 %)	Pippi Långstrump 4 % (8 %)

*Bolibompa* är det populäraste spelet i åldersgruppen 2–4 bland både pojkar och flickor, och så var fallet även för fyra år sedan (2018). Även *Radioapan*, *Pippi Långstrump* och diverse pusselspel var med på topplistan år 2018. Skillnaderna mellan pojkar och flickor är främst att *Pippi* och pusselspel finns på flickornas topp-fem medan *Super Mario* och *Roblox* finns på pojkarnas.

## 12 c. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta topp-fem, 5–8, kön (%)

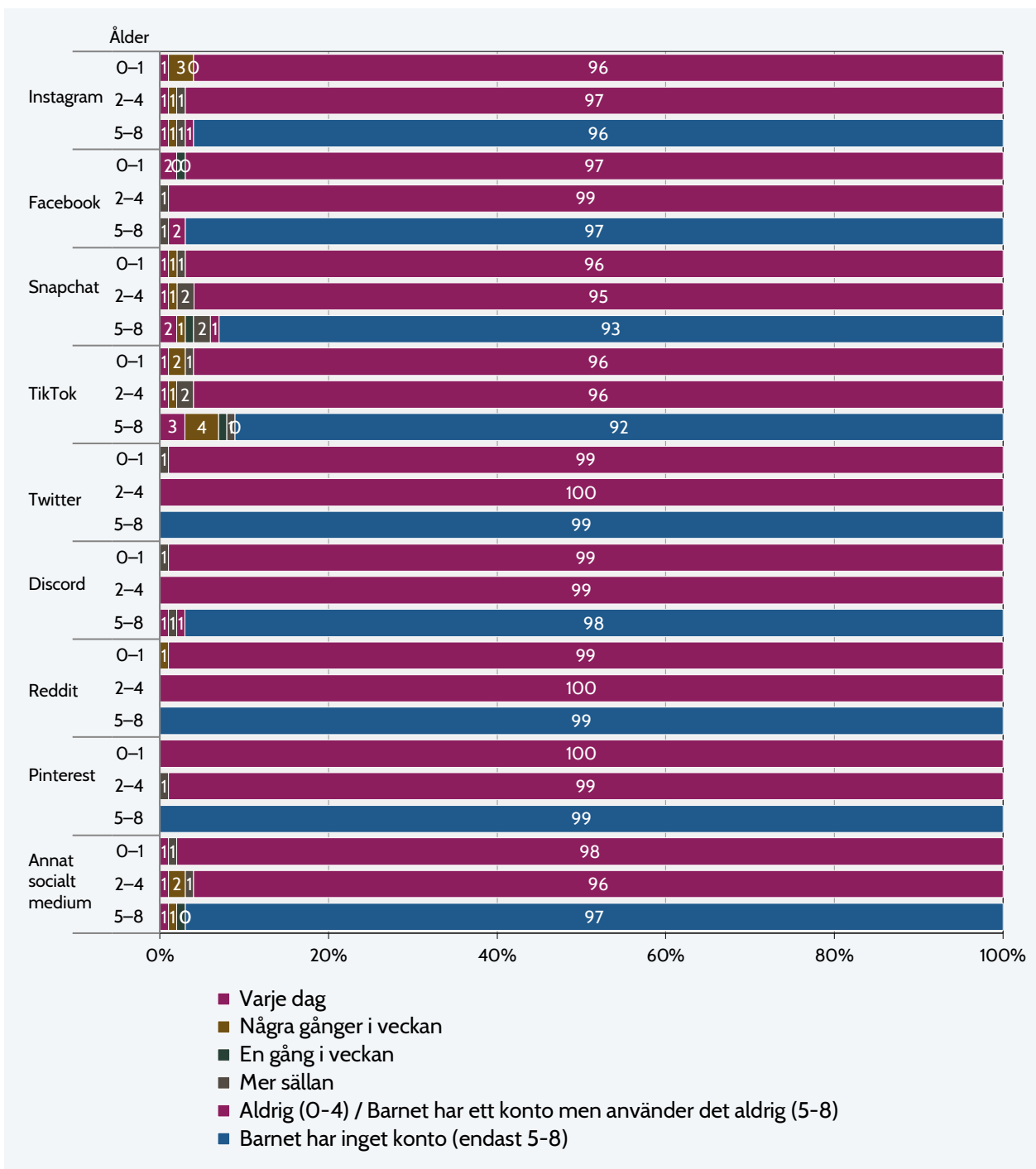
5–8 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Roblox 27 % (37 %)	Minecraft 32 % (42 %)	Roblox 24 % (35 %)
Minecraft 23 % (32 %)	Roblox 30 % (39 %)	Minecraft 12 % (17 %)
Super Mario 6 % (8 %)	Pokémon/Pokémon Go 9 % (11 %)	Toca Boca 11 % (17 %)
Pokémon/Pokémon Go 6 % (8 %)	Super Mario 6 % (8 %)	Super Mario 6 % (9 %)
Toca Boca 5 % (7 %)	FIFA 6 % (8 %)	Bolibompa 5 % (8 %)

*Roblox* och *Minecraft* är betydligt populärare än andra spel i åldersgruppen 5–8. Ungefär en fjärdedel av barnen i hela populationen spelar något av dessa spel. Dessa spel toppade listan även år 2018 men andelarna barn som spelar dem har ökat från 17 % (*Minecraft*) och 8 % (*Roblox*). Vad gäller *Roblox* bör man betänka att det inte är ett enda spel utan snarare en plattform eller portal till många, sinsemellan olika, spel. Den som vill kan utveckla ett eget spel och lägga upp på plattformen så att andra kan spela det. Spelare kan även tilldelas olika behörigheter för att testa och hjälpa till i utvecklandet av spelen på plattformen. Att spela *Roblox* kan alltså ha många innebörder. Även *Toca Boca* är en portal till flera olika spel med pedagogiska ambitioner och ofta mindre barn som målgrupp.

En förändring jämfört med år 2018 är att *Fortnite* och *Lego*-spel då fanns med bland de fem populäraste spelen, men dessa hamnar nu strax utanför listan. Det är således några spel-titlar som återkommer från tidigare år på, eller strax under, topp fem och av dessa verkar *Roblox* och *Minecraft* ha stärkt sina positioner. Detta gäller även bland äldre barn än de som ingår i föreliggande rapport. Både *Roblox* och *Minecraft* är bland de populäraste spelen ända upp till åldersgruppen 13–16 och *Minecraft* toppar listan bland 17–18-åringar (se *Ungar & medier 2023*).

Trots att några få spel är populära bland stora delar av populationen så är det sammantaget en lång rad av olika spel som föräldrarna uppger, varav några endast nämns enstaka gånger. Totalt nämns 124 olika spel i åldersintervallet 2–4 och 277 i åldersintervallet 5–8. (Flest unika titlar nämns i åldersintervallet 9–12: 334. Se *Ungar & medier 2023*.)

### 13. Hur ofta brukar ditt barn använda följande sociala medier? (%)



Som tidigare har konstaterats använder de flesta småbarn inte sociala medier. Först från 6 års ålder tar användningen fart, men den är fortfarande starkt begränsad (diagram 8 och 9). Diagram 13 beskriver hur ofta barnen använder olika sociala medie-plattformar. I åldersgruppen 0-1 är Instagram

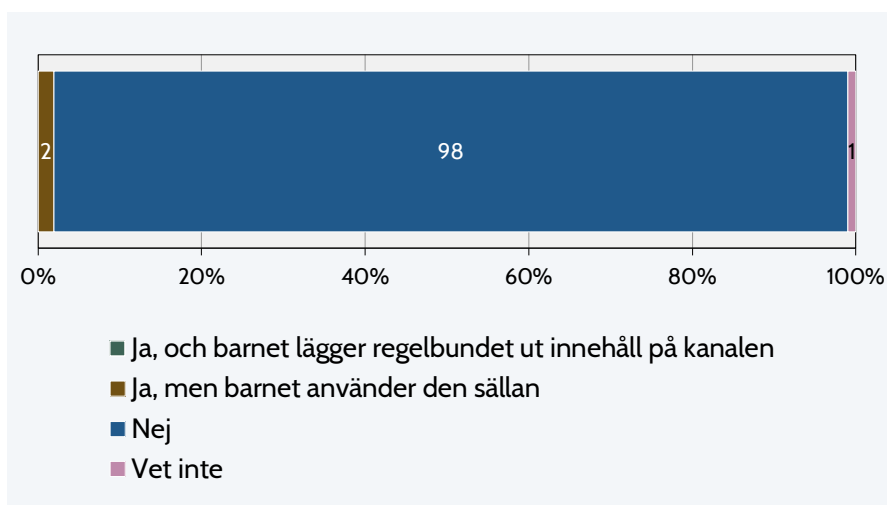
den oftast använda plattformen och man kan notera att Facebook bara används i denna åldersgrupp. Med tanke på att dessa plattformar generellt föredras av äldre ungdomar och vuxna är det nog vårdnadshavarnas användning tillsammans med barnet som avspeglas i diagrammet (se *Ungar & medier 2023* för ungdomarnas användning).

Av de övriga sociala medie-plattformarna i diagrammet är det bara Tiktok och Snapchat som används i någon utsträckning, om än mycket begränsat. Tiktok används en gång i veckan eller oftare av 8 % i åldersgruppen 5–8 och motsvarande andel gällande Snapchat är 4 %.

Det finns inga nämnvärda könsskillnader i någon av åldersgrupperna. Barn med äldre syskon, eller flera syskon i olika åldrar, använder Instagram, Tiktok, Snapchat och Discord i något högre grad än andra barn i åldersgruppen 5–8.

De som svarat att barnet använder ett ”annat socialt medium” har haft möjlighet att skriva vilket detta är. Det är få föräldrar som har svarat och de som har gjort det har nämnt antingen Youtube, Whatsapp, Viber eller Roblox.

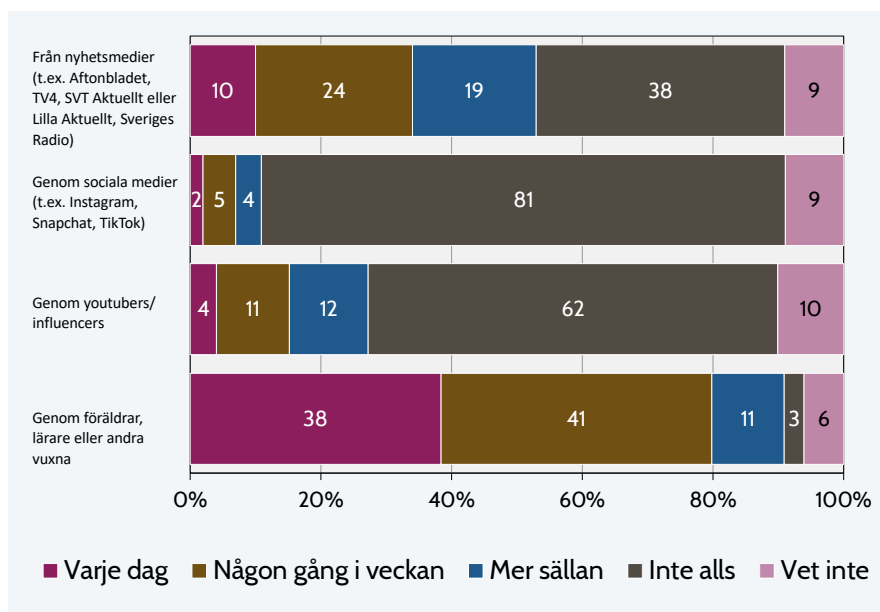
#### 14. Har ditt barn en egen Youtube-kanal? (%)



Frågan om barnet har en egen Youtube-kanal är ny i undersökningen och har endast ställts till föräldrar till barn i åldersgruppen 5–8. Resultatet visar att det bara är 2 % i åldersgruppen som har en kanal, och de använder den sällan. Som nämndes ovan har föräldrar skrivit att deras barn använder Youtube som ett ”annat socialt medium” men detta ska alltså inte tolkas som att barnen har egna kanaler där de lägger ut innehåll.

Även bland äldre barn är det ytterst få som har en kanal som de dessutom lägger ut innehåll på regelbundet (se *Ungar & medier 2023*). Youtube framstår därmed inte som en plattform där svenska barn och ungdomar är särskilt aktiva, utan mer som en kanal där man främst tar del av andras innehåll.

## 15. Hur ofta tar ditt barn del av nyheter om vad som händer i det svenska samhället och i världen... 5-8 år, (%)

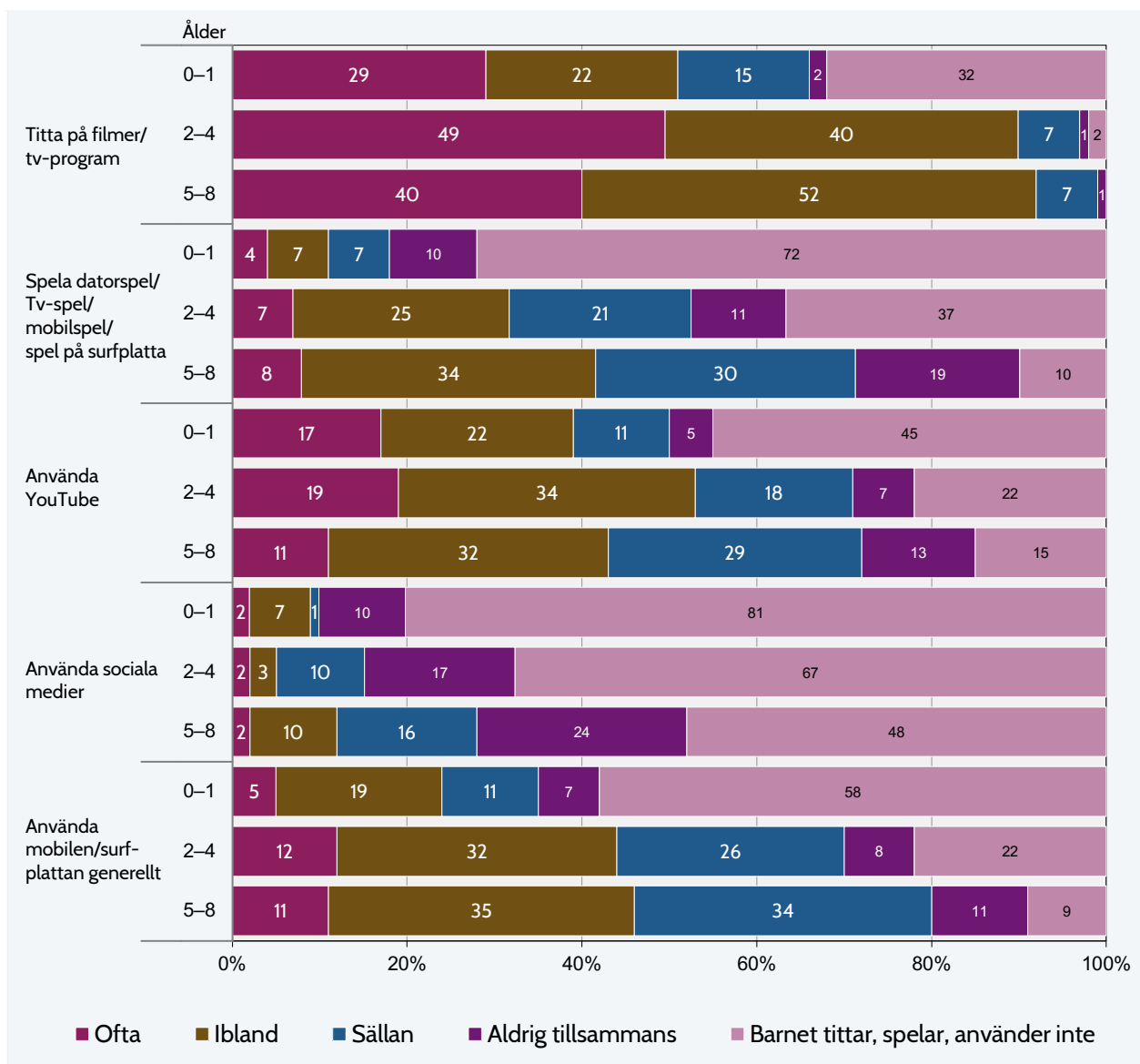


Frågan om hur ofta barnen tar del av nyheter har endast ställts till föräldrar till barn i åldersgruppen 5–8. Resultatet visar att föräldrar och andra vuxna är den absolut vanligaste vägen till nyheter och information, vilket är rimligt givet barnens ålder. Men föräldrar och andra vuxna är även den vanligaste vägen till nyheter och information bland äldre barn och ungdomar. I åldersgruppen 5–8 får 80 % av barnen nyheter och information genom föräldrar dagligen eller någon gång i veckan. Bland barn i åldersgruppen 9–12 och bland tonåringar upp till 18 år är motsvarande andelar drygt 80 % (se *Ungar & medier 2023*). Oavsett ålder är alltså föräldrar och andra vuxna viktiga vägar till nyheter.

Vad gäller de övriga sätten att ta del av nyheter och information är det större skillnader när barnen i åldersgruppen 5–8 jämförs med äldre barn. Nyhetsmedier är det näst vanligaste sättet att ta del av nyheter i åldersgruppen 5–8, vilket även gäller i åldersgruppen 9–12, men bland tonåringar är det sociala medier som är det näst vanligaste sättet att ta del av nyheter (se *Ungar & medier 2023*). Få barn i åldersgruppen 5–8 tar regelbundet del av nyheter genom sociala medier eller influencers och youtubers.

I åldersgruppen 5–8 tar en något större andel av pojkarna *dagligen* del av nyheter från nyhetsmedier och föräldrar än vad flickorna gör, men skillnaderna är små. Barn med äldre syskon tar något mer regelbundet del av nyheter genom föräldrar och andra vuxna, jämfört med ensam barn, men även här är skillnaderna små. Barnets ålder är en betydligt viktigare faktor än kön eller syskonstatus när det gäller nyhetskonsumtion.

## 16. Ungefär hur ofta brukar du och ditt barn tillsammans... (%)

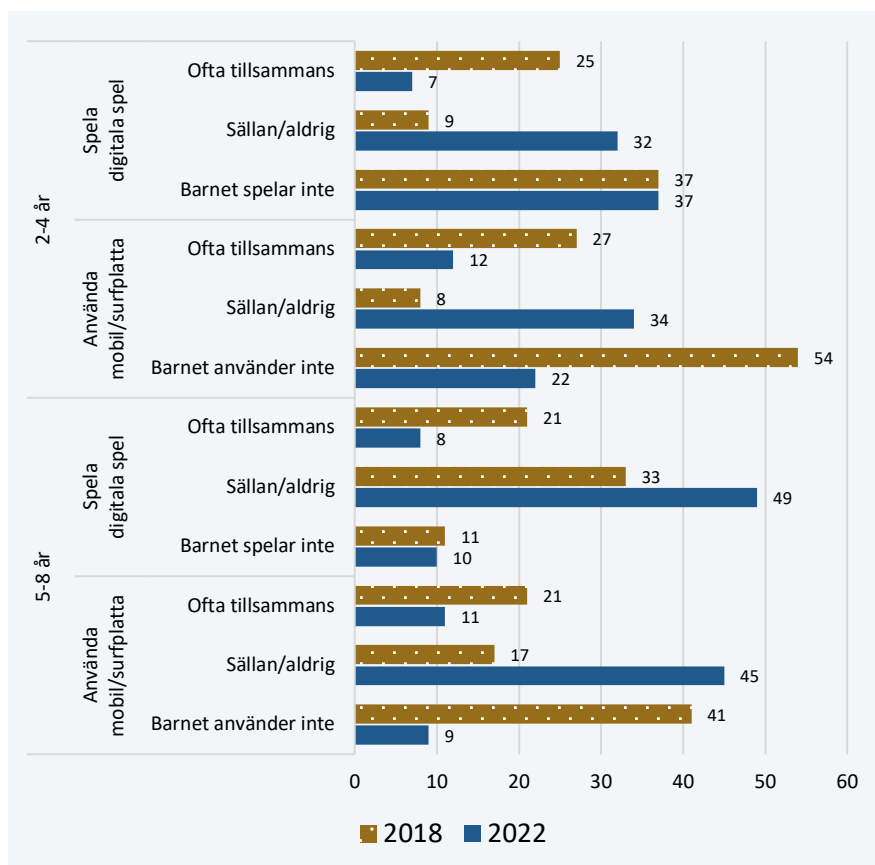


Den medieaktivitet som barn och vårdnadshavare i störst utsträckning gör tillsammans är, liksom i tidigare undersökningar, att titta på filmer och tv-program. De tittar även på Youtube tillsammans i relativt hög grad.

Andelarna som *ofta* tittar på filmer och tv-program tillsammans med barnet har dock minskat påtagligt sedan 2018. I den yngsta gruppen är minskningen 25 procentenheter, i åldersgruppen 2-4 är den 12 procentenheter och i åldersgruppen 5-8 är den 6 procentenheter. Samtidigt ökar andelarna som *ibland* tittar på filmer och tv-program med barnen. Det är alltså inte så att föräldrar har slutat titta tillsammans med sina barn, men de gör det mindre frekvent. Frågan om Youtube har inte ställts tidigare så här saknas jämförelsedata.



**16 b. Brukar ofta respektive sällan/aldrig spela, använda mobil/surfplatta tillsammans med barnet, 2018 och 2022, 2–4 år och 5–8 år (%)**



En liknande förskjutning från *ofta* till *ibland* finns i fråga om att använda mobilen eller surfplattan tillsammans. Här ökar även andelarna som *sällan* eller *aldrig* använder dessa tillsammans med barnet. Samtidigt har mobilanvändningen bland barnen ökat vilket innebär att barnen i högre grad än förr använder den ensam, eller åtminstone utan vårdnadshavaren. Även i fråga om digitala spel minskar andelarna som *ofta* spelar tillsammans med barnet, medan andelarna som *sällan* eller *aldrig* gör det ökar. Vad detta beror på kan inte denna undersökning svara på men en möjlig förklaring är att mobiler, surfplattor och digitala spel har blivit vardagliga och naturliga delar av familjelivet.

Det som föräldrar och barn gör tillsammans i lägst utsträckning är använda sociala medier, vilket hänger samman med att de flesta småbarn inte alls använder sociala medier. Andelarna vårdnadshavare som använder sociala medier tillsammans med barnet (ofta eller ibland) är på samma nivå som användningen av sociala medier bland barnen totalt (diagram 8). En möjlig tolkning är att när småbarnen använder sociala medier så sker det främst (eller endast) tillsammans med en vårdnadshavare.

Föräldrar till pojkar i åldersgruppen 5–8 spelar i något högre grad digitala spel samt tittar på Youtube *ofta* eller *ibland*, jämfört med föräldrar till flickor. Barnets syskonstatus uppvisar ingen tydlig tendens i fråga om hur ofta föräldrarna använder medier tillsammans med barnet.

En avslutande reflektion som kan göras här gäller andelarna som svarar att barnet *inte* tittar/spelar/använder i diagram 16.

Dessa är konsekvent lägre än när frågorna gällt ”hur ofta brukar barnet...” (diagram 8) eller ”spelar ditt barn datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta?” (diagram 10). Detta antyder att medieanvändningen i de tidigare diagrammen är något underskattad och skulle vara högre om medieanvändning tillsammans med vårdnadshavarna räknats med, vilket kanske inte alltid har skett när vårdnadshavarna besvarat enkäten. Som nämndes i avsnittet *Metod och läsanvisning* finns det flera svårigheter när man undersöker barns medievanor genom enkäter till vårdnadshavarna och detta är ett sådant exempel.

Spelar t.ex. barnet datorspel när det sitter i knät på en spelande förälder? Det finns således flera svåra gränsdragningar mellan vad barnet gör själv, vad föräldern gör i barnets närvaro osv. som kan påverka resultaten.

Det är dock inget nytt att medievaneundersökningar är svåra eftersom de nästan alltid bygger på självskattningar, ofta retroaktivt, och dessutom behandlar företeelser som blivit alltmer integrerade i människors vardagliga liv, i arbete och fritid, dygnet runt för den som önskar. Eftersom denna utveckling inte ser ut att avstanna behövs fortsatta, upprepade undersökningar – och undersökningar med olika metoder – på området.



**Det finns således flera svåra gränsdragningar mellan vad barnet gör själv, vad föräldern gör i barnets närvaro osv, som kan påverka resultaten.**



# Bilaga 1. Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter

Det första utskicket av inbjudan att delta i undersökningen gjordes av SCB den 24 augusti 2022. 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 innebar att dessa inte kunde medverka i undersökningen. Urvalet i varje åldersgrupp (stratum) när dessa personer räknats bort blev 2 996 barn i åldern 0–4 och 2 998 barn i åldern 5–8.

Som konstaterats är svarsfrekvensen i föreliggande rapport relativt låg, 24,4 % för barn 0–4 år och 27,5 % för barn 5–8 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. Det kan då bli frestande att redovisa även triviala resultat bara för att de är signifikanta. Små skillnader har inte redovisats 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, 2–5 år och 5–9 år. Anledningen var att man betraktade de respondenter som fyllde år under den tid datainsamlingen pågick som ett år äldre än de som fyllde senare på året. En fyraåring som fyllde fem innan enkätinsamlingen var avslutad betraktades således som en femåring i tidigare material. Då insamlingen 2010 varit åldersmässigt snedfördelad har vi i alla datainsamlingar sedan 2012/13 valt ut åldersgrupperna utifrån hur mycket respondenterna fyller under året – som ömsesidigt uteslutande kategorier.

2012/13 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 2–4 år och 5–8 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 2010–2022

2010	2012/13	2014	2016	2018	2022
–	0–1: 0,73 år	0–1: 0,66 år	0–1: 0,69 år	0–1: 0,68 år	0–1: 0,65 år
2–5: 3,80 år	2–4: 3,08 år	2–4: 2,97 år	2–4: 3,03 år	2–4: 3,16 år	2–4: 3,02 år
5–9: 7,32 år	5–8: 6,56 år	5–8: 6,48 år	5–8: 6,52 år	5–8: 6,52 år	5–8: 6,59 år

Jämförelsen visar att medelåldern för åldersgrupperna 2–5 och 5–9 är något högre i datainsamlingen 2010 än för motsvarande åldersintervall i senare insamlingar. Eftersom medieanvändningen generellt ökar med åldern innebär det att siffrorna från 2010 kan vara något i överkant om man jämför hela åldersintervallen. Sedan SCB blev ansvariga för datainsamlingen 2012 har åldersvariationen varit marginell.

SCB har också kalkylerat kalibreringsvikter för varje respondent. Vid bortfall kan det vara så att vissa grupper av urvalet svarar i större utsträckning än övriga, t.ex. kan kvinnor svara i högre grad än män 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, t.ex. barnets ålder, kön och syskonstatus, 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.statensmedierad.se](http://www.statensmedierad.se).

# Om Statens medieråd och Mediemyndigheten

Statens medieråd är en enrådsmyndighet som verkar för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan. Myndigheten är ett kunskapscentrum kring barns och ungas medieanvändning och medie- och informationskunnighet. Det är Statens medieråd som fastställer åldersgränser för film som ska visas offentligt. Från och med januari 2024 kommer Statens medieråds tidigare uppgifter att hanteras av Mediemyndigheten.

08-6651460  
[registrator@statensmedierad.se](mailto:registrator@statensmedierad.se)  
Box 27 204 • 102 53 Stockholm

**Statens medieråd**