



# Ungar & medier 2023

En statistisk undersökning av ungas medievanor  
och attityder till medieanvändning

Statens medieråd



**Undersökningen visar att andelen barn i gruppen 9–12 år som dagligen använder mobilen nu har minskat jämfört med både 2020 och 2018.**



FOTO: SCANDINAV.SE/PLATFORM

# Förord

Vi verkar ha nått en vändpunkt. Under en rad år har resultat från den återkommande undersökningen Ungar & medier visat på en ökning av ungas digitala medieanvändning och en minskning av deras läsande av böcker och tidningar. Resultat från tidigare undersökningar har också i viss mån kunnat tolkas som en ökning av ungas självupplevda utsatthet på nätet. De resultat som presenteras i denna rapport visar att flera av dessa utvecklingskurvor har vänt nedåt eller planat ut, även om resultaten skiljer sig åt bland annat med avseende på ålder och kön. Rapporten behandlar medieanvändningen bland barn och unga i åldersgruppen 9–18 år.

Den dagliga läsningen av böcker och tidningar har ökat 2022 jämfört med 2020, i alla åldrar och bland både pojkar och flickor. Sedan frågan om läsning ställdes första gången i datainsamlingen år 2012 har läsningen tidigare minskat successivt. Den trenden ser alltså ut att ha vänt eller stannat av.

Mobilanvändningen har ökat under det senaste dryga decenniet och är den vanligaste dagliga aktiviteten i undersökningen. Men undersökningen visar också att andelen barn i gruppen 9–12 år som dagligen använder mobilen nu har minskat jämfört med både 2020 och 2018.

En viss minskning kan även konstateras vad gäller användningen av sociala medier. Användningen ökade successivt 2010–2020 men mellan 2020 och 2022 minskade andelen användare med uppåt 10 procentenheter i åldersgruppen 9–12 år. Andelen höganvändare av sociala medier (de som använder sociala medier mer än tre timmar per dag) har ökat i åldersgruppen 9–12 men minskat i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 år. Även spelandet minskar i några grupper och på vissa sätt. Jämfört med år 2020 har exempelvis andelen pojkar mellan 15 och 18 år som spelar mer än tre timmar en vanlig dag minskat.

Glädjande nog har den självupplevda utsattheten på nätet inte ökat sedan den senaste undersökningen. Samtidigt behöver det lyftas fram att det finns tydliga skillnader mellan olika kategorier av svarande. Exempelvis är den upplevda utsattheten på nätet och via mobilen generellt högre bland barn och unga med psykiska funktionsnedsättningar.

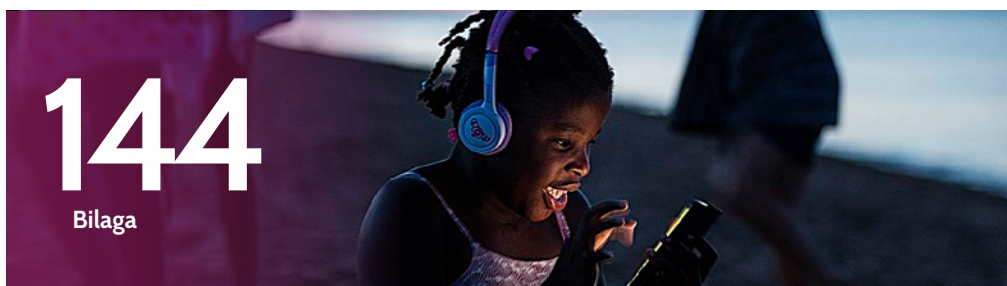
Resultaten är långt ifrån entydiga. Men till skillnad från tidigare undersökningar har flera utvecklingskurvor alltså vänt eller planat ut. Resultaten överensstämmer inte alltid med vad som kan ha förväntats. Det tydliggör vikten av att fortsatt följa utvecklingen både generellt och nedbrutet på kategorier av barn och unga. Det blir ett viktigt uppdrag för den sammanslagna mediemyndighet som Statens medieråd och Myndigheten för press, radio och tv bildar vid årsskiftet 2023/24.

” Den dagliga läsningen av böcker och tidningar har ökat 2022 jämfört med 2020, i alla åldrar och bland både pojkar och flickor.

**Anna-Karin Lindblom**  
Direktör, Statens medieråd

# Innehåll

---



## Innehåll Sammanfattning

<b>Sammanfattning</b>	7
Mobilen är fortfarande central	7
Motstridiga tendenser i användningen av sociala medier	8
Spelandet minskar något, men är i hög grad en social aktivitet	10
Tittandet på Youtube, filmer och tv-program minskar något	12
Den dagliga läsningen ökar	13
Det är vanligare att dagligen träffa sina kompisar digitalt än fysiskt	13
Utsattheten på nätet ökar <i>inte</i>	14
Medierelaterade konflikter i familjen: från spel till mobilanvändning	16
Medieanvändningens konsekvenser för annat i livet var större för gymnasie- ungdomarna under covid-19-pandemin	16
Många tonåringar använder mobilen på natten	17
Nyheter fås främst från föräldrar och sociala medier, men förtroendet är fortsatt högst för SVT	21

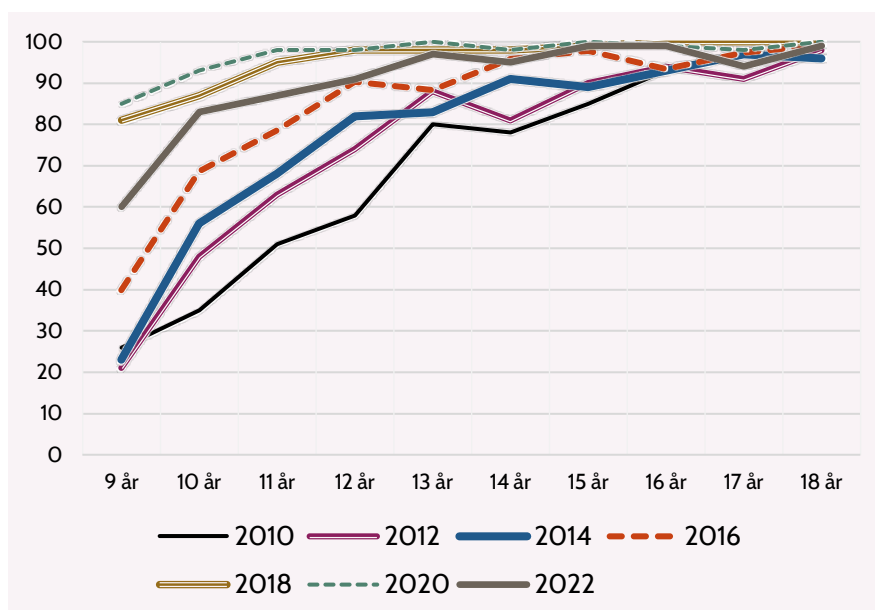
# Sammanfattning

Ungar & medier är Sveriges största statistiska undersökning av barns medievanor och attityder till medieanvändning. Detta är den sjätte undersökningen i serien som genomförs av Statens medieråd. Nedan sammanfattas de huvudsakliga resultaten i undersökningen bland barn och ungdomar i åldern 9–18 år hösten 2022. Resultaten redovisas ibland för alla åldrar och ibland fördelat på de tre åldersgrupperna 9–12 år, 13–16 år och 17–18 år.

## Mobilen är fortfarande central

Ungar & medier undersöker vilken medieteknik, eller apparater, som barn och ungdomar har tillgång till. Under perioden 2012 till 2022 har mobiltelefonen blivit den medieteknik som flest barn i åldrarna 9–18 år är ägare av. De flesta barn från 9 års ålder har nu en egen mobiltelefon.

### I. Använder mobilen dagligen 2010–2022 (%)



Mobiltelefonanvändningen har ökat successivt under det senaste dryga decenniet och är den vanligaste *dagliga* aktiviteten i undersökningen. Men andelen barn i den yngsta gruppen (9–12 år) som dagligen använder mobilen har minskat jämfört med både 2020 och 2018. Från 12 års ålder är likväl över 90 % av barnen dagliga användare av mobilen.

Andelarna som använde mobilen *mer än tre timmar* en vanlig dag låg år 2020 (under covid-19-pandemin) på sin högsta nivå i alla åldrar sedan mätningarna började. Därefter har andelarna minskat i åldern 11–14, men i övriga åldrar ökar andelarna eller ligger kvar på samma nivå. Från 15 års ålder använder nu drygt 70 % mobilen mer än tre timmar en vanlig dag på sin fritid.

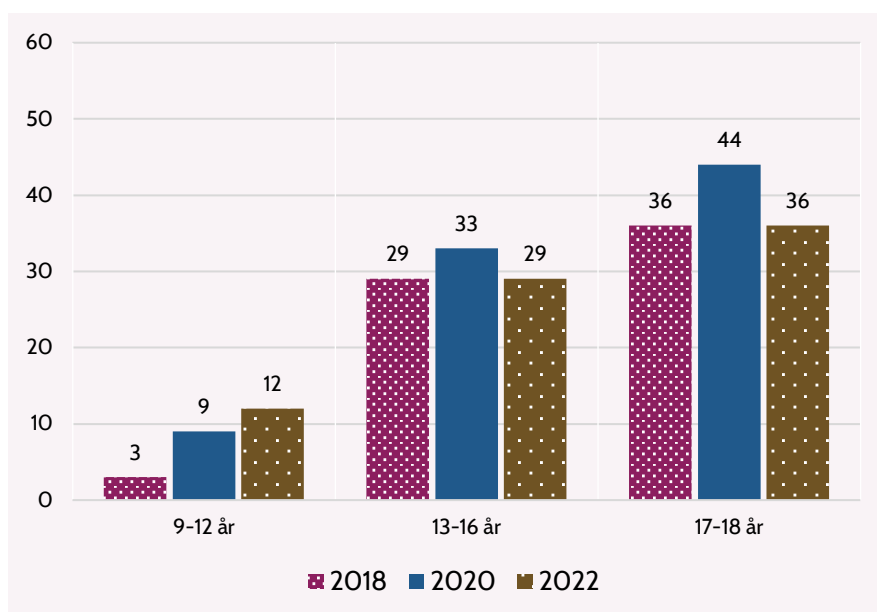
Tillgången till VR-glasögon/VR-headset är ännu ganska begränsad. VR-teknik är alltså inte något vanligare inslag i barns medievardag.

## Motstridiga tendenser i användningen av sociala medier

Att använda mobilen är alltså den vanligaste medieaktiviteten en vanlig dag, och den näst vanligaste är att använda sociala medier. Användningen har ökat successivt under decenniet men mellan år 2020 (under covid-19-pandemin) och 2022 minskar andelen användare av sociala medier med uppåt 10 procentenheter i åldersgruppen 9–12 år. Det är alltså något färre barn i åldersgruppen 9–12 som använder sociala medier nu.

Andelen *dagliga* användare av sociala medier har minskat med 5 procentenheter i åldersintervallet 17–18 (främst bland pojkarna) men i övriga åldersgrupper finns ingen förändring vad gäller daglig användning.

### II. Andel som använder sociala medier mer än 3 timmar/dag, 2018–2022 (%)

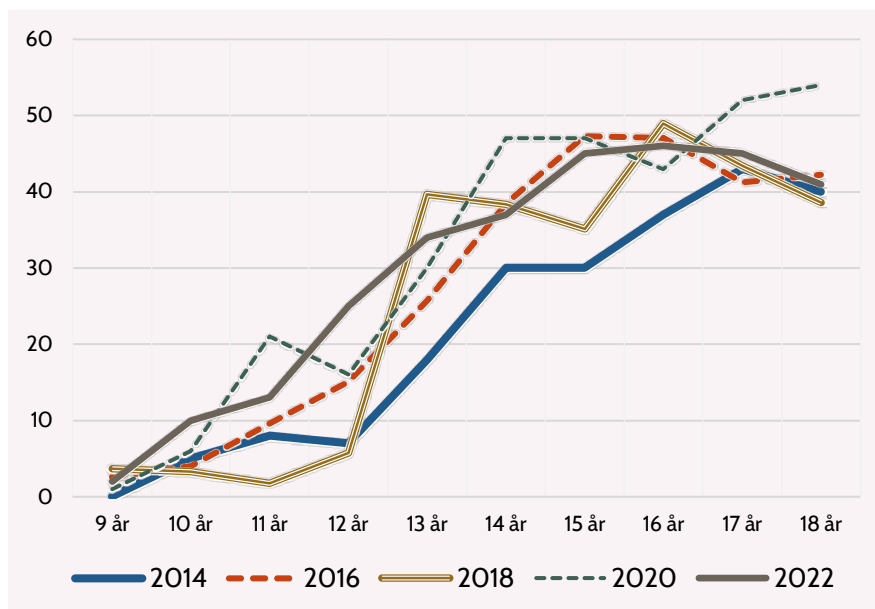


Andelarna som använder sociala medier *mer än tre timmar* en vanlig dag på sin fritid har antingen ökat något eller ligger kvar på samma nivå som år 2020 bland barn upp till 13 år. Bland ungdomar som är 14 år eller äldre har andelarna däremot minskat. Fördelat på åldersgrupperna innebär detta att andelen ”höganvändare”<sup>1</sup> av sociala medier ökar i åldersgruppen 9–12 men minskar i åldersgrupperna 13–16 och 17–18. I den yngsta åldersgruppen finns alltså motstridiga tendenser på så sätt att andelen barn som över huvud taget använder sociala medier minskar, samtidigt som andelen ”höganvändare” av sociala medier ökar något. I den äldsta gruppen, 17–18 år, minskar både andelen dagliga användare och andelen ”höganvändare”.

<sup>1</sup> Begreppet höganvändare är deskriptivt och syftar på dem som använder en viss medietyp (t.ex. sociala medier) mer än 3 timmar en vanlig dag på sin fritid.



### III. Andel flickor som använder sociala medier mer än 3 timmar/dag 2014–2022 (%)



Precis som tidigare år använder flickor sociala medier fler timmar en vanlig dag än pojkar. Skillnaderna är störst mellan 14 och 17 års ålder då det skiljer mer än 20 procentenheter mellan pojkar och flickor. Under år 2020 ökade andelen flickor i åldern 17–18 som använde sociala medier mer än 3 timmar per dag till över 50 %. Men nu, efter covid-19-pandemin, minskar andelen igen till 43 %, vilket antyder att ökningen under år 2020 var en effekt av distansundervisning och övriga smittskyddsrestriktioner som begränsade andra former av social interaktion. I åldersgruppen 13–16 har andelen höganvändare av sociala medier bland flickor legat på ca 40 % sedan 2016 (under pandemin 2020 var det 42 %).

Snapchat, Tiktok och Instagram är de mest använda sociala medieplattformarna i alla åldersintervall och bland både pojkar och flickor. Tonåringarnas *dagliga* användning av sociala medier har dock förskjutits något under åren, från Instagram och Facebook till Tiktok. I alla åldersgrupper är det större andelar av flickorna som är dagliga användare av Instagram, Snapchat, Tiktok och Pinterest, medan större andelar av pojkarna än flickorna är dagliga användare av Discord och (bland de äldsta) Reddit.

Vad gör då barn och ungdomar när de använder sociala medier? I första hand scrollar de rent allmänt, men de använder också relativt mycket tid åt att umgås med kompisar genom att t.ex. chatta och kommentera. De använder mindre tid åt att lägga upp egna bilder och filmklipp och mellan 40–48 % av användarna gör *aldrig* det.

Mellan 43 % och 52 % av dem som använder sociala medier har endast profiler som är stängda för utomstående, vilket innebär en ökning i åldersgruppen 17–18. De ungdomar i den äldsta gruppen som har öppna profiler har samtidigt blivit mer restriktiva med vilket information om sig själva som de exponerar där. I alla åldersgrupper är det större andelar av pojkarna än flickorna som har öppna profiler.

Föräldrar har tillgång till lösenord till främst de yngsta barnens sociala mediekonton. De har tillgång till lösenord i samma grad år 2022 som tidigare år, samtidigt som ungdomarna har blivit mer restriktiva med att dela ut lösenord till andra, t.ex. kompisar. Tendensen är densamma gällande lösenord till mobiltelefonen. Detta skulle kunna tolkas som ett ökat säkerhetsmedvetande bland ungdomar.

Föräldrar har störst insyn i den yngsta gruppens inlägg på sociala medier, men minst hälften av barnen i alla åldersgrupper svarar att deras vårdnadshavare kan se allt de lägger upp. Över längre tid, jämfört med år 2016, finns det dock en tendens till att färre föräldrar har full insyn i vad barnen och ungdomarna lägger upp på sociala medier.

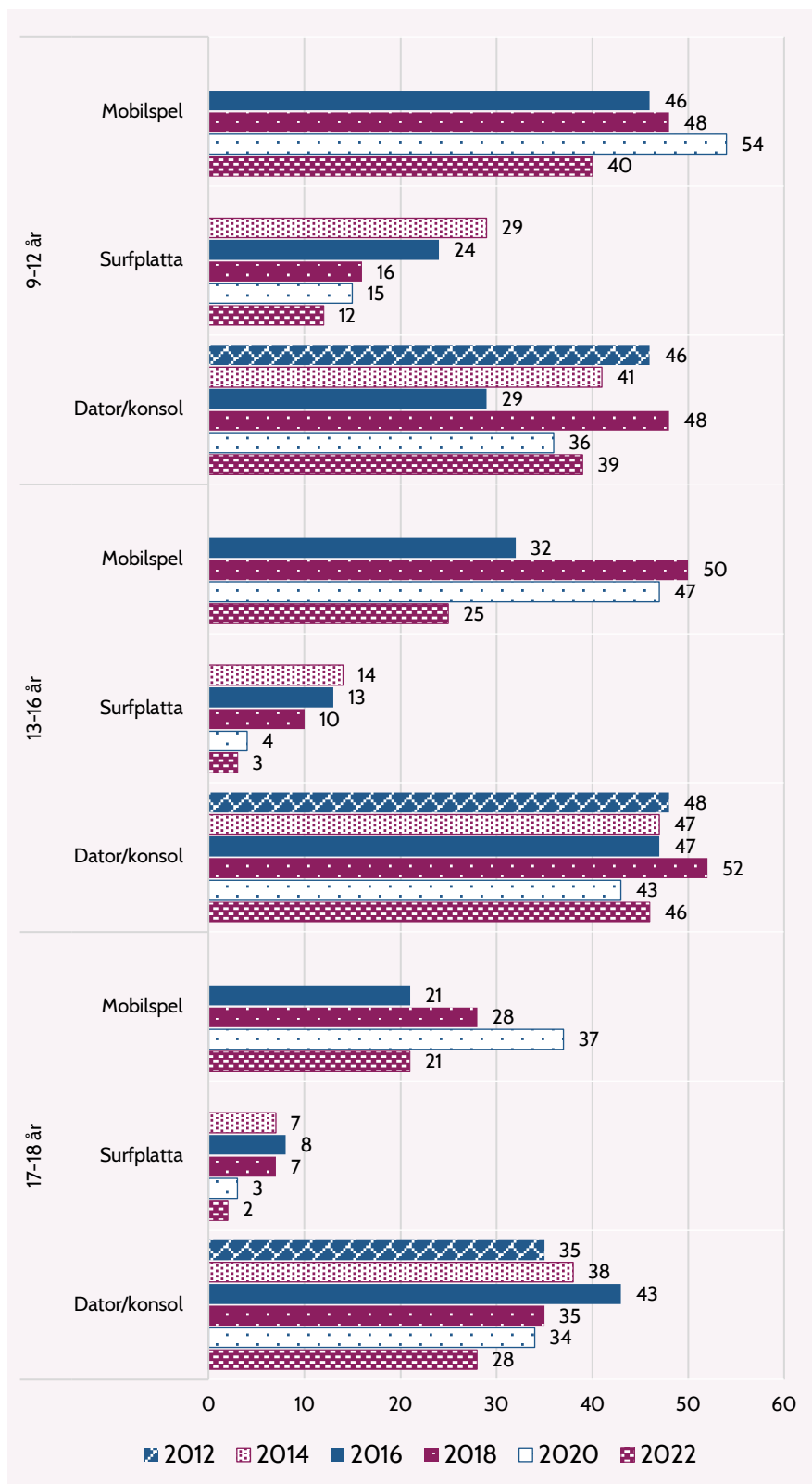
## Spelandet minskar något, men är i hög grad en social aktivitet

Drygt 80 % av barnen i åldern 9–12 spelar någon eller några former av digitala spel. Andelarna som spelar digitala spel minskar sedan med stigande ålder, men ändå spelar ungefär hälften av 17–18-åringarna.

Spelandet på mobilen har generellt ökat sedan 2016 vilket innebär att det har skett en viss förskjutning under åren av det *dagliga* spelandet, från spel på dator/konsol och surfplatta till mobilen. År 2022 finns dock en tendens till ökat dagligt spelande på dator/konsol bland tonåringarna, samtidigt som det dagliga spelandet på mobilen minskar i åldersgrupperna 9–12 och 13–16. Trots detta sker det *dagliga* spelandet främst på mobilen i båda åldersgrupperna 9–12 (37 %) och 17–18 (21 %). I åldersgruppen 13–16 är det lika vanligt att dagligen spela spel på mobilen som på dator/konsol (22–24 %).



#### IV. Dagligt spelande på mobil, surfplatta och dator/konsol bland pojkar 2012–2022 (%)



Betraktas endast pojkarnas dagliga spelande framgår att spel på dator/konsol förekommer i högre grad än spel på andra plattformar i tonåren, men i den yngsta gruppen förekommer dagligt spelande på mobilen i samma utsträckning som på dator/konsol. Spel på surfplatta har minskat successivt sedan 2014.

I alla åldrar är det större andelar av pojkarna än flickorna som spelar spel på dator eller konsol (tv-spel) mer än tre timmar en vanlig dag. Det skiljer 30–40 procentenheter mellan pojkar och flickor i de flesta åldrar, vilket innebär att könsskillnaderna är generellt större när det gäller datorspel än användning av sociala medier. Så har även varit fallet tidigare år.

Jämfört med år 2020 har andelen pojkar mellan 15 och 18 års ålder som spelar mer än tre timmar en vanlig dag minskat. Även på längre sikt har andelen pojkar som spelar datorspel mer än tre timmar per dag minskat, från 44 % år 2014 till 32 % år 2022 i åldersgruppen 13–16, och från 36 % till 26 % i åldersgruppen 17–18. I den yngsta gruppen, 9–12, är andelen pojkar som spelar mer än tre timmar per dag på samma nivå år 2022 (18 %) som år 2014 (20 %).

I alla åldersgrupper är spelandet ett sätt att umgås med andra. Av dem som spelar spel i åldersintervallet 9–12 spelar nästan 60 % med kompisar dagligen eller några gånger i veckan. Motsvarande siffra bland tonåringarna är cirka 45 %. Det är även ganska stora andelar som pratar med kompisarna som man spelar med genom t.ex. röstchatt (voice chat). Det är mindre vanligt att prata med andra spelare än sina kompisar och det är även mindre vanligt att spela tillsammans med personer som man inte har träffat utanför spelet (IRL). Sammantaget spelar yngre barn i högre grad tillsammans med andra, men det är större andelar som regelbundet pratar med kompisar och andra spelare ju äldre barnen blir.

Köp i spel är relativt utbrett men minskar med barnens stigande ålder.

Det finns tydliga könsskillnader på så sätt att pojkar i högre grad än flickor spelar tillsammans med både kompisar som de t.ex. känner från skolan och med personer som de inte har träffat utanför spelet (IRL). Pojkar pratar även i högre grad än flickor med andra spelare via t.ex. röstchatt och de gör i högre grad köp i spelen.

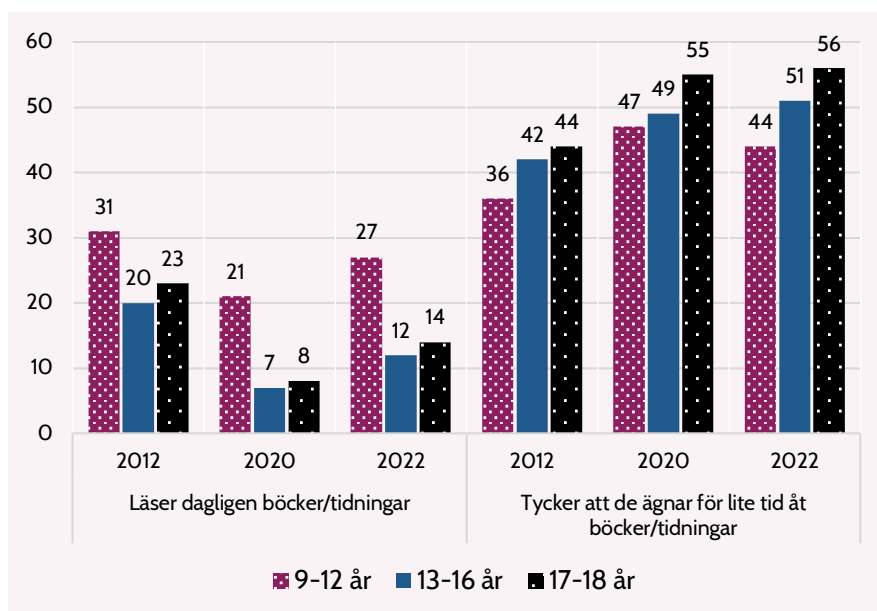
## Tittandet på Youtube, filmer och tv-program minskar något

I alla åldersgrupper är det vanligare att dagligen titta på Youtube än på filmer och tv-program. Men andelarna som *dagligen* tittar på Youtube i åldrarna 13–16 och 17–18 har minskat med cirka 10 procentenheter jämfört med år 2020. Även *antalet timmar* som tonåringarna tittar på Youtube en vanlig dag minskar något. Samtidigt minskar det dagliga tittandet på filmer och tv-program i de flesta åldrar.

För första gången har Ungar & medier frågat barnen om de har en egen Youtube-kanal som de lägger ut innehåll på. Resultatet visar att det är ytterst få som har en egen kanal som de använder aktivt.

## Den dagliga läsningen ökar

### V. Andelen dagliga läsare samt andel som tycker att de ägnar för lite tid åt detta 2012, 2020 och 2022 (%)



Läsningen av böcker och tidningar har minskat successivt sedan frågan ställdes första gången i datainsamlingen år 2012, men nu ser den trenden ut att ha avstannat. Den *dagliga* läsningen av böcker och tidningar ökar år 2022, jämfört med år 2020, i alla åldrar och bland både pojkar och flickor. Andelarna dagliga läsare var förvisso större år 2012 i alla åldersgrupper, men nu minskar inte den dagliga läsningen i någon grupp. Under åren har även uppfattningen att man *läser för lite* ökat successivt bland barnen, men också denna trend verkar nu ha avstannat.

## Det är vanligare att dagligen träffa sina kompisar digitalt än fysiskt

Andelarna som dagligen träffar kompisar ute eller hemma hos varandra på sin fritid ligger på en konstant nivå sedan 2018, så varken under eller efter covid-19-pandemin har detta förändrats på något märkbart sätt. För första gången ställer Ungar & medier även en fråga om hur ofta barnen brukar träffa kompisar på nätet, t.ex. i sociala medier eller spel. I alla åldersgrupper är det vanligare att barnen och ungdomarna *dagligen* träffar sina kompisar digitalt än fysiskt (ute eller hemma hos varandra) på fritiden. Bland tonåringarna är det ungefär dubbelt så stor andel som dagligen träffar kompisar digitalt. Det utesluter dock inte att man också träffar sina kompisar ute eller hemma hos varandra en eller några gånger i veckan – och det är betydligt större andelar som *sällan eller aldrig* träffar sina kompisar digitalt än fysiskt.

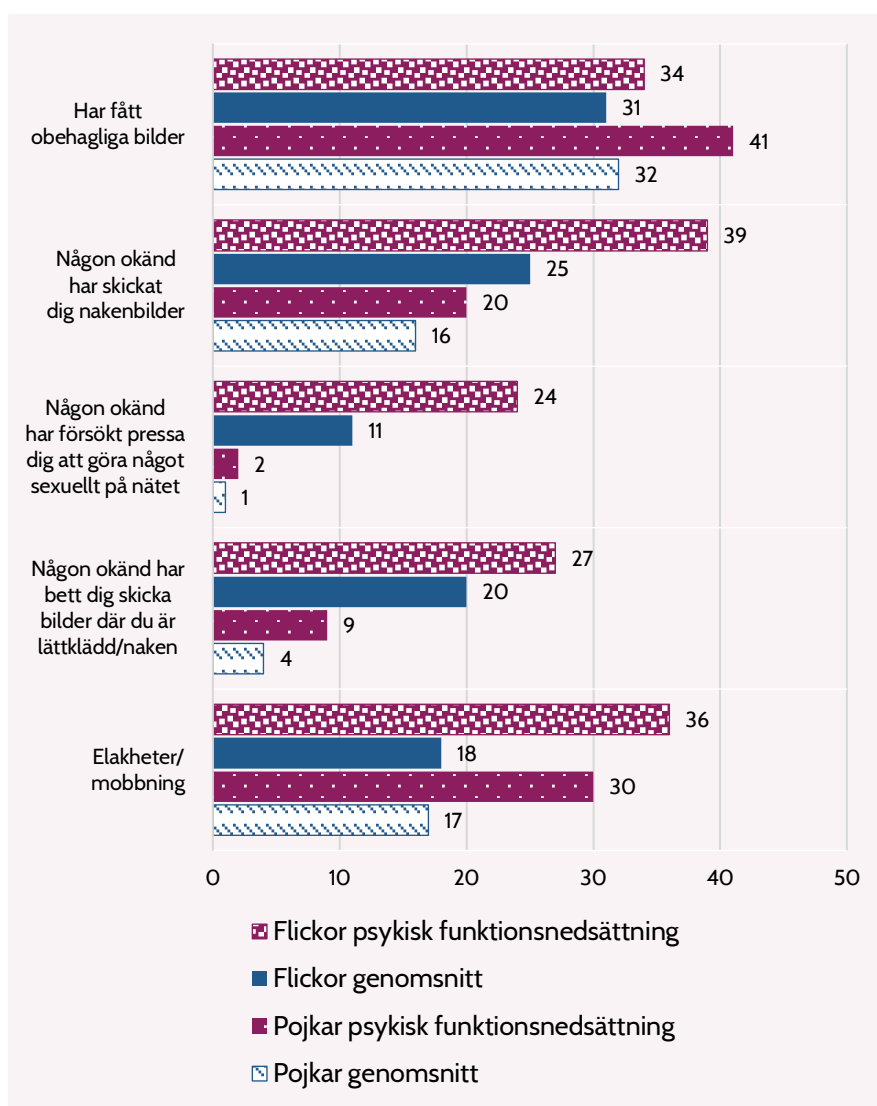
Det finns könsskillnader på så sätt att pojkar träffar kompisar digitalt i högre grad än flickor i åldersgrupperna 9–12 och 13–16. Flickor träffar kompisar digitalt i ökad utsträckning med stigande ålder, medan pojkars digitala umgänge med kompisar kulminerar i åldern 13–16. Det innebär att flickor träffar kompisar digitalt oftare än pojkar i åldersgruppen 17–18. Dessa skillnader förklaras sannolikt av flickors och pojkars olika användning av digitala spel respektive sociala medier. Datorspelande online har idag ofta inbyggda kommunikativa funktioner (chatt, röstchatt) eller används tillsammans med mobilen eller t.ex. Discord för att man ska kunna prata med de man spelar med. Som tidigare nämnts använder pojkar spelens sociala interaktionsmöjligheter i högre grad än flickor, och pojkar spelar datorspel som mest i åldersintervallet 13–16. Samtidigt använder flickor sociala medier i högre grad än pojkar, och mer med stigande ålder.

## Utsattheten på nätet ökar *inte*

I Ungar & medier ställs frågan till barnen och ungdomarna om de under det senaste året har råkat ut för olika företeelser på nätet eller via mobilen, såsom mobbning, hot, att de kontaktats av någon okänd som vill att de ska skicka bilder på sig själva där de är lättklädda eller nakna, eller att de ska göra något annat sexuellt. För sex av de åtta frågorna finns jämförelsedata från år 2020 eller längre tillbaka i tiden och *ingen* av dessa former av utsatthet har ökat mellan 2020 och 2022. Tvärtom minskar den upplevda utsattheten i flera avseenden i den äldsta åldersgruppen, och i viss mån i åldersgruppen 13–16.

I årets undersökning ställs två nya frågor: om någon som barnen inte känner har skickat bilder till dem där hen är lättklädd eller naken ("nudes") samt om barnen har fått obehagliga bilder på t.ex. döda människor från krig, olyckor eller skjutningar i sina sociala medier. Resultaten visar att det är just obehagliga bilder i sociala medier som är det som flest barn i alla åldrar har råkat ut för. I den äldsta gruppen har närmare 20 % råkat ut för detta en eller flera gånger i månaden eller oftare. Den andra nya frågan, om någon som barnet inte känner har skickat lättklädda bilder på sig själv till dem, är den näst oftast förekommande företeelsen bland ungdomarna.

**VI. Under det senaste året, har du råkat ut för... Andel ja-svar bland pojkar och flickor i genomsnitt respektive med psykiska funktionsnedsättningar, 13–16 (%)**



Tidigare års undersökningar har visat dels att flickor råkar ut för olika former av sexuella närmanden eller trakasserier i högre grad än pojkar, dels att den upplevda utsattheten på nätet och via mobilen är generellt högre bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar. Dessa mönster bekräftas av resultaten år 2022. I båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 är det markanta skillnader mellan ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet.

## Medierelaterade konflikter i familjen: från spel till mobilanvändning

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 använder medier än mediernas innehåll, eller vad barnen gör i sociala medier eller på mobilen. Dessa mönster har även iakttagits i tidigare års undersökningar.

Jämförs resultaten längre tillbaka i tiden, med år 2012, kan noteras att det skett en förskjutning gällande vilka medietyper som främst orsakar konflikter i familjen. År 2012 var konflikter rörande *hur länge* barnen *spelade spel* vanligast i de flesta åldrar, men därefter har konflikter om hur länge barnen *använder mobilen* ökat i alla åldersgrupper och är år 2022 den vanligaste medierelaterade konflikten i hemmen. Förekomsten av medierelaterade konflikter har även ökat generellt under decenniet i familjer med barn i åldersintervallet 9–12.

## Medieanvändningens konsekvenser för annat i livet var större för gymnasieungdomarna under covid-19-pandemin

Generellt anser barn och ungdomar att de använder *lagom* eller *för lite tid* åt läxor och skolarbeten, böcker och tidningar, kompisar samt sport/träning/motion, men *lagom* eller *för mycket* tid åt medier (undantaget böcker och tidningar). 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 använder *för mycket tid* åt mobilen och sociala medier. Mer än hälften av ungdomarna i åldersintervallen 13–16 och 17–18 anser att de ägnar för mycket tid åt mobilen, vilket bekräftar föregående års resultat.

Ofta finns det paralleller mellan hur den faktiska medieanvändningen förändras och hur barnens och ungdomarnas uppfattningar om sin medieanvändning förändras. Det finns dock ett resultat som antyder att inte bara den faktiska medieanvändningen påverkar huruvida man tycker sig använda medier för mycket. Detta gäller pojkar i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 där andelarna som använder sociala medier mer än tre timmar per dag ("höganvändare") *minskar* samtidigt som allt fler tycker att de använder sociala medier *för mycket* tid. Tonårspojkarnas uppfattningar om den tid de ägnar åt sociala medier förändras således inte i samma riktning som den faktiska användningens omfattning, vilket tyder på att det finns andra aspekter av de sociala medierna som pojkarna är missnöjda med.

Ibland leder medieanvändningen till att barnen inte gör andra saker de ska göra, såsom läsläsning, och detta ökar med stigande ålder. I den yngsta gruppen svarar 35 % att det sker varje dag eller några gånger i veckan och bland tonåringarna är motsvarande andel omkring 50 %. Detta är på samma nivå som år 2018 då frågan ställdes för första gången.

Flickor med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 17–18 är den grupp som i högst grad rapporterar att medieanvändningen *varje dag* leder till att de inte gör andra saker som de ska göra (39 %).



Även andelarna som tror att deras medieanvändning påverkar deras sömn till det sämre ökar med barnens stigande ålder, från 13 % i den yngsta gruppen till 35 % i åldersintervallet 17–18. Bland tonåringarna tror således ungefär en tredjedel att de sover sämre till följd av sin medieanvändning.

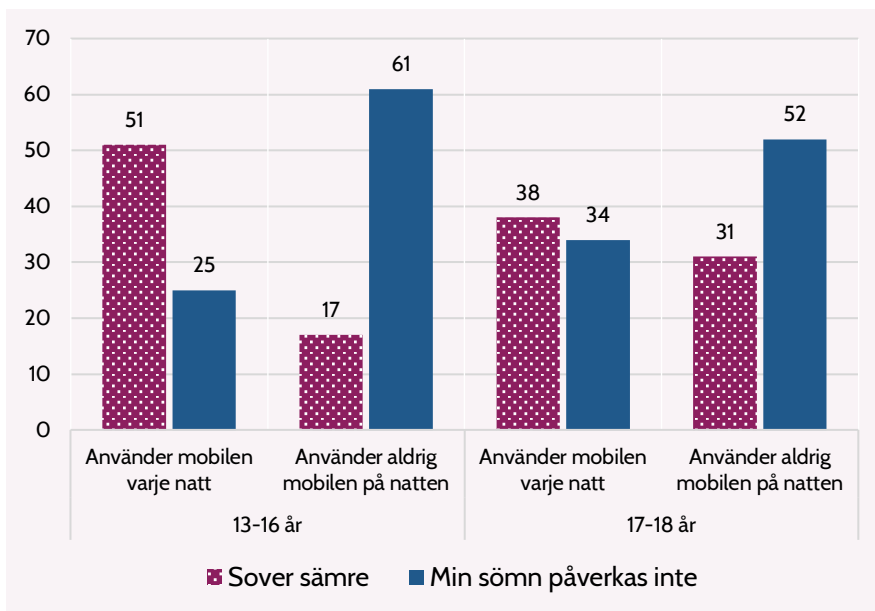
Man kan dock notera att det var något större andelar i den äldsta gruppen som under år 2020 upplevde att medieanvändningen varje dag gick ut över andra saker de skulle göra samt påverkade deras sömn negativt. Detta var under den pågående covid-19-pandemin då gymnasieeleverna huvudsakligen hade fjärr- och distansundervisning och livet begränsades av då rådande smittskyddsrestriktioner. Som tidigare nämnts var både den dagliga användningen av sociala medier och andelen ”höganvändare” högre under covid-19-pandemin än 2022, vilket sannolikt förklaras av att digitala medier till stor del fick ersätta andra former av (fysiskt) socialt umgänge och förströelse under pandemin. Mer tid i hemmet och med digitala medier kan även ha påverkat såväl sömnrutiner som skolarbete. Flera resultat i Ungar & medier tyder alltså på att covid-19-pandemin medförde märkbara, men tillfälliga, förändringar i gymnasieungdomarnas medievanor och vanornas konsekvenser för andra delar av livet.

## Många tonåringar använder mobilen på natten

En annan aspekt som kan påverka huruvida medieanvändningen inverkar på ens sömn är mobilanvändning på natten. Barn i åldersintervallet 9–12 använder sällan mobilen på natten, men det sker i ökad utsträckning ju äldre barnen blir. I den äldsta gruppen använder drygt en fjärdedel mobilen varje natt och cirka 60 % använder mobilen minst en natt i veckan. Det finns inga könsskillnader i någon av åldersgrupperna.

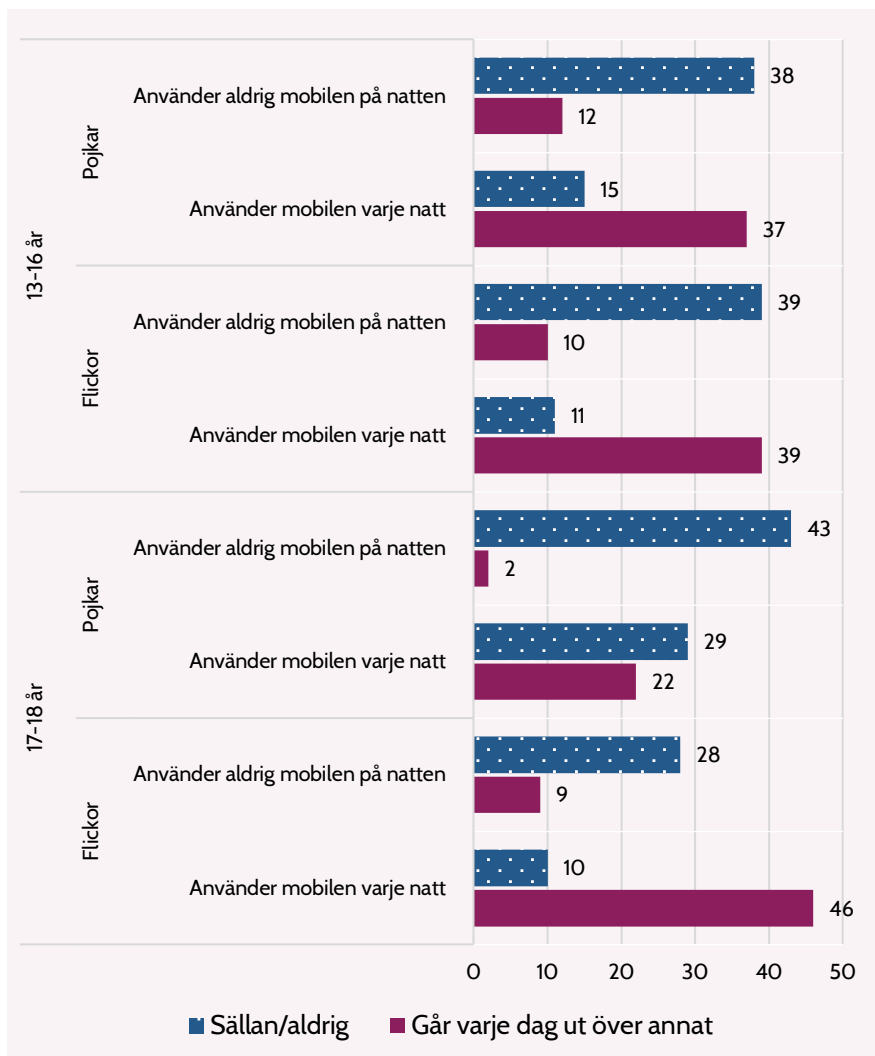
Om mobilen används på natten är det vanligaste användningsområdet i alla åldersgrupper att kolla sociala medier, följt av att titta på filmer, klipp eller tv-program. I den yngsta gruppen är även spela spel populärt. Att lyssna på avslappnings-appar eller poddar förekommer i betydligt lägre grad.

## VII. Tror att de sover sämre till följd av sin medieanvändning eller att sömnen inte påverkas av medieanvändningen, använder mobilen varje natt eller aldrig (%)



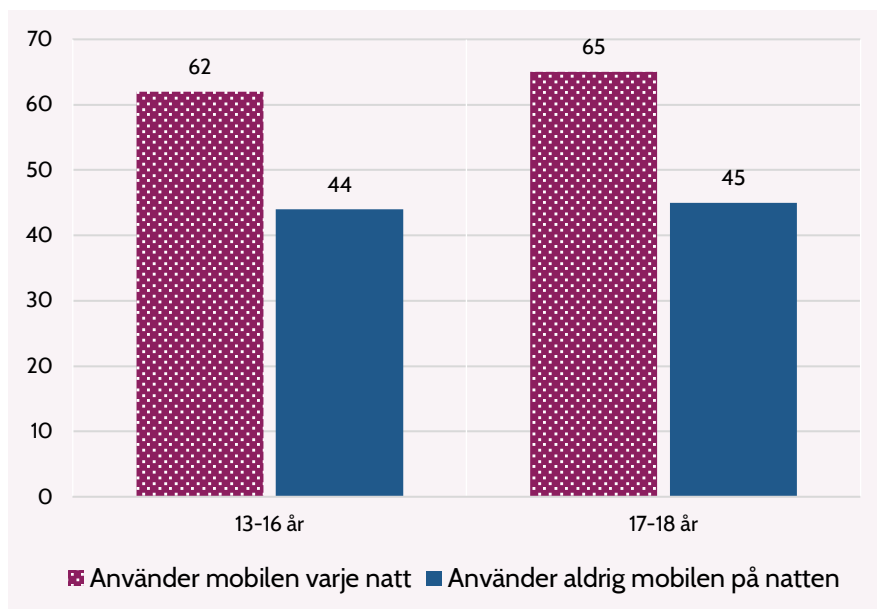
Generellt tror de flesta att deras sömn inte påverkas alls av deras medieanvändning, men jämförs ungdomar som använder mobilen på natten med dem som inte gör det så är skillnaden tydlig. Av dem som använder mobilen på natten i åldern 13–16 år tror hälften att deras medieanvändning påverkar deras sömn till det sämre. Av dem som *inte* använder mobilen på natten är det endast 17 % som har den uppfattningen.

### VIII. Medieanvändningen går ut över annat varje dag eller sällan/ aldrig, använder mobilen varje natt eller aldrig, kön (%)



I båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 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. Detta gäller bland både pojkar och flickor.

### IX. Tycker att de använder mobilen för mycket tid, använder mobilen varje natt eller aldrig (%)

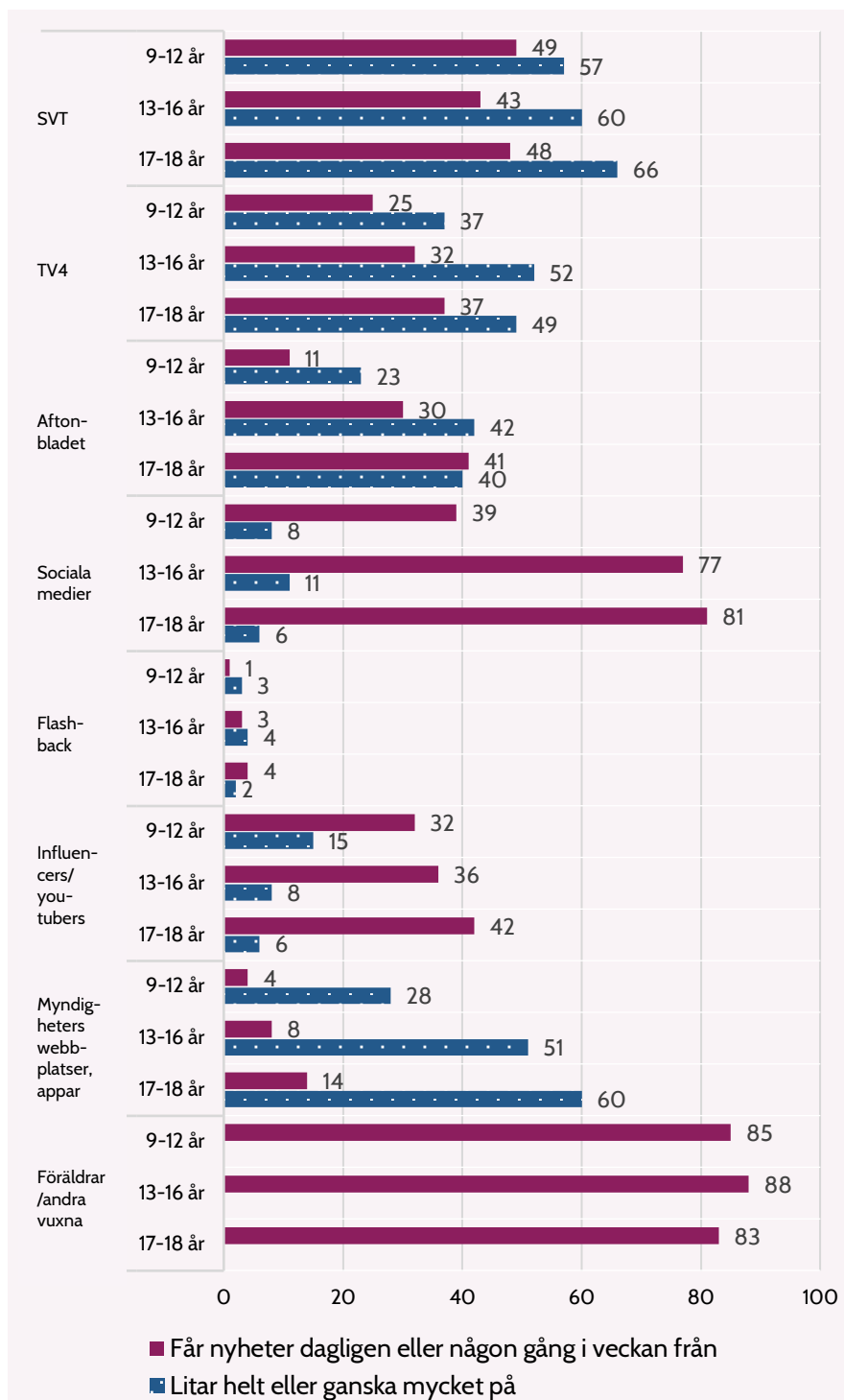


Resultaten visar också att det är större andelar av dem som använder mobilen varje natt som tycker att de använder mobilen *för mycket*, jämfört med dem som aldrig använder mobilen på natten. Samma tendens finns gällande uppfattningarna om sin användning av sociala medier. Som nämnts verkar uppfattningarna om man använder medier för mycket tid, lagom eller för lite tid påverkas av fler faktorer än *hur många timmar* man använder mediet i fråga – *när på dygnet* man använder medierna kan vara en sådan bidragande faktor.

Sammantaget framstår mobilanvändning på natten som en betydande faktor bakom de negativa konsekvenser av medieanvändningen som ungdomar själva uppger.

## Nyheter fås främst från föräldrar och sociala medier, men förtroendet är fortsatt högst för SVT

X. Andelar som dagligen eller någon gång i veckan tar del av nyheter och information från ett urval källor/nyhetsförmedlare samt andelar som litar helt eller ganska mycket på dessa (%)<sup>2</sup>



<sup>2</sup> Barnen har inte fått någon fråga om i vilken grad de litar på nyheter och information de får från föräldrar, lärare och andra vuxna, därför saknas staplar i diagrammet.



Nyhetskonsumtionen ökar med stigande ålder. Detta gäller oavsett om barnen tar del av nyheter från traditionella nyhetsmedier som Aftonbladet, TV4, SVT och Sveriges radio, genom sociala medier som Instagram, Snapchat och Tiktok, eller genom youtubers och influencers. Att ta del av nyheter genom föräldrar, lärare och andra vuxna är dock lika vanligt i alla åldersgrupper – och det är den vanligaste vägen till nyheter. I tonåren är det små skillnader mellan pojkar och flickor när det gäller användningen av traditionella nyhetsmedier, däremot finns en skillnad på så sätt att andelen som dagligen tar del av nyheter genom föräldrar och andra vuxna ökar med stigande ålder bland flickorna, men minskar bland pojkarna.

Äldre barn använder fler nyhetskällor och litar generellt något mer på nyhetskällorna än barn i åldern 9–12. Förtroendet är högst för SVT, TV4, Sveriges Radio samt myndigheters webbplatser och appar. Trots att sociala medieplattformar används i hög grad för att ta del av nyheter och information litar inte barn och ungdomar i någon större utsträckning på den information som de tar del av där. Allra lägst är förtroendet för information på diskussionsforumet Flashback, men även information och nyheter som fås via youtubers och influencers har mycket låga förtroendesiffror. Dessa resultat överensstämmer med tidigare undersökningar.

Den största skillnaden mellan år 2020 och 2022 är att betydligt fler barn och ungdomar dagligen eller någon gång i veckan tog del av nyheter och information från myndigheter år 2020, och då var även andelarna som litade helt eller ganska mycket på myndighetsinformationen större. Dessa förändringar beror sannolikt på Folkhälsomyndighetens mediala exponering under pandemiåret 2020, med t.ex. dagliga presskonferenser, och som saknar motstycke år 2022. Trots minskningen litar hälften, eller mer än hälften, av tonåringarna helt eller ganska mycket på myndigheters webbplatser och appar år 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* som beskriver medieanvändningen bland barn i åldern 0–8 år baserat på föräldraenkäter, *Ungar & medier* som beskriver medieanvändningen bland barn i åldern 9–18 år baserat på enkäter som barnen själva besvarat, samt *Föräldrar & medier* som baseras på enkäter besvarade av föräldrar till barn i åldern 9–18 år. Den förra datainsamlingen genomfördes år 2020 och avvek på flera sätt från den gängse metoden på grund av den då pågående covid-19-pandemin. Datainsamlingen omfattade endast barn i åldern 9–18 år och en del frågor som enkäten brukar ställa togs bort till förmån för några frågor som då uppfattades som mer angelägna, såsom frågor om barnet fått distansundervisning, om någon förälder arbetat mer än vanligt hemma under perioden samt mer detaljerade frågor om hur barnen tog del av nyheter och information och om utsatthet på nätet.

Nu återgår undersökningen till att omfatta även föräldrar och yngre barn samtidigt som ett par pandemi-specifika frågor tagits bort från frågeformuläret. Frågor om hur barn och unga tar del av nyheter och information samt utsatthet på nätet är dock lika angelägna nu som under pandemin varför dessa finns kvar och har till och med utvidgats något. Covid-19-pandemin präglar inte längre tillvaron men andra händelser i omvärlden har förändrat exempelvis den säkerhetspolitiska situationen och aktualiserat frågor om propaganda, desinformation och källtillit. Samtidigt har bilder från krig och skjutningar i landet fått spridning på sociala medieplattformar som används av barn och ungdomar vilket ökar risken att de stöter på denna typ av innehåll. En ny fråga i årets undersökning handlar därför om huruvida barnen brukar få bilder som de upplever som obehagliga i sina sociala medier. Årets Ungar & medier är således dels en återgång till tidigare format och frågor som har ställts upprepade gånger för att möjliggöra jämförelser över tid, dels en anpassning och utveckling i förhållande till förändringar i medielandskapet och i samhället i stort.

Parallellt med denna rapport publiceras ytterligare två rapporter: *Småungar & medier 2023*, som beskriver medievanor bland barn i åldern 0–8 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*.





# Metod och läsanvisning

Rapporten *Ungar & medier 2023* beskriver medievanor och attityder kring medier hos barn 9–18 år. I fokus står medieanvändningen en ”vanlig dag” på fritiden, inte i skolan. Underlaget för denna rapport består av två snarlika enkäter som sändes ut till nära 7 000 barn i åldrarna 9–12 år och 13–18 år. Statistiska centralbyrån (SCB) genomförde urval från registret över totalbefolkningen, utskick till barn och föräldrar samt datainsamlingen. Urvalet av respondenterna är ett obundet slumpmässigt urval stratifierat på ålder: 3 000 barn 9–12 år och 4 000 barn 13–18 år. 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) men de allra flesta valde det sistnämnda alternativet.

Svarsfrekvensen är 27,8 % för barn 9–12 år och 26,9 % för 13–18 år. Detta är cirka fem procentenheter lägre än datainsamlingarna 2020 och 2018, och ungefär 11 procentenheter lägre jämfört med *Ungar & medier*-undersökningen 2016. Sjunkande svarsfrekvenser är inget unikt för denna rapportserie, eller ens för medievanundersökningar, utan något som iakttagits under lång tid vid olika typer av enkätundersökningar med slumpvisa urval, både i Sverige och internationellt. En anledning till att svarsfrekvensen för *Ungar & medier* inte sjönk mellan 2018 och 2020 kan vara att enkäten då mobilanpassades, vilket gjort den mer tillgänglig för en generation som mer eller mindre lever med mobilen. Samtidigt kan pandemisituationen och då rådande smittskyddsrestriktioner ha frigit tid för att besvara enkäter av detta slag. Det var sannolikt färre aktiviteter som konkurrerade om barnens tid under pandemin.

Vikande svarsfrekvenser är dock ett stort problem för denna typ av undersökningar 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 de barn som svarat på enkäten, inte populationen, 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, utbildning, folkbokföringskommun, ekonomiska förhållanden samt om barnet har syskon.

Kommittén Medierådet, som upphörde 2011 när myndigheten Statens medieråd bildades, genomförde *Ungar & medier*-undersökningar 2005, 2006, 2008 och 2010. Statens medieråd tog sedan över med *Ungar & medier 2012/13*, *Ungar & medier 2015*, *Ungar & medier 2017*, *Ungar & medier 2019*

samt *Ungar & medier 2021*. Sedan 2012 har datainsamlingen genomförts av Statistiska Centralbyrån (SCB). Medielandskapet förändras snabbt, och nya frågeställningar tillkommer medan andra förlorar sin relevans. Detta har inneburit att vissa frågor omformulerats och svarsalternativ har ändrats, vilket gör att direkta jämförelser över tid inte alltid kan göras. Undersökningarna 2005, 2006 och 2008 skiljer sig så mycket från föreliggande studie att de inte används som jämförelsematerial.

Föreliggande rapport heter *Ungar & medier 2023* eftersom den publiceras detta år. Data samlades däremot in under hösten 2022, varför detta årtal används i diagram och i löpande text. Det förhåller sig precis likadant med rapporterna *Ungar & medier 2021*, där data samlades in hösten 2020, *Ungar & medier 2019*, där data samlades in hösten 2018, med *Ungar & medier 2017*, där data samlades in 2016 och *Ungar & medier 2015*, där data samlades in 2014. *Ungar & medier 2012/13* intar en särställning. Datainsamlingen sträckte sig då över årsskiftet, därav titeln. I denna rapport har vi av utrymmesskäl valt att benämna data från denna insamling som "2012".

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, 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 särskilt en aspekt 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. Inte minst Youtube och sociala medieplattformar som används i hög grad i de åldersgrupper som undersöks kan innehålla material av alla de slag, såväl sådant man "tittar på", som sådant man "lyssnar på" eller "använder" på andra sätt (läser, kommenterar, skummar igenom 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 användare interagera med material på Youtube genom att t.ex. kommentera. 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 (t.ex. 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*.

## Innehåll Respondenternas egenskaper och bakgrund

<b>Respondenternas egenskaper och bakgrund</b>	<b>28</b>
1. Barnets kön	28
2. Barnets ålder under året	28
3. Barnets syskonstatus	29
4. Har du en eller flera funktionsnedsättningar?	30
5. Föräldrarnas och barnets födelseland	31
6. Föräldrarnas utbildningsnivå	31
7. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet	32

# Respondenternas egenskaper och bakgrund

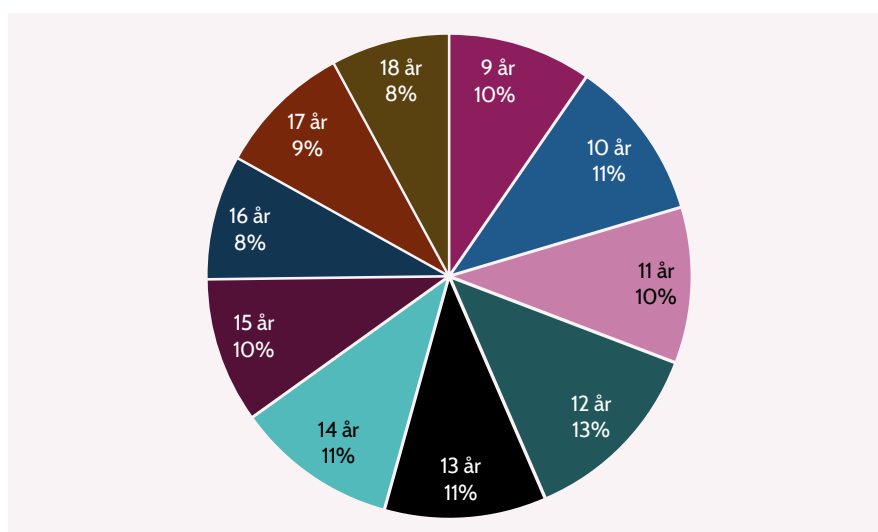
I detta avsnitt beskrivs respondenternas egenskaper och bakgrund, det vill säga vad som karaktäriserar just de barn som svarat på enkäten. Resultaten som redovisas är därmed inte viktade mot populationen. Förutom frågan om funktionsnedsättningar kommer alla uppgifter från registerdata.

## 1. Barnets kön (%)

Ålder	Pojkar	Flickor
9–12	52 %	48 %
13–16	47 %	53 %
17–18	44 %	56 %

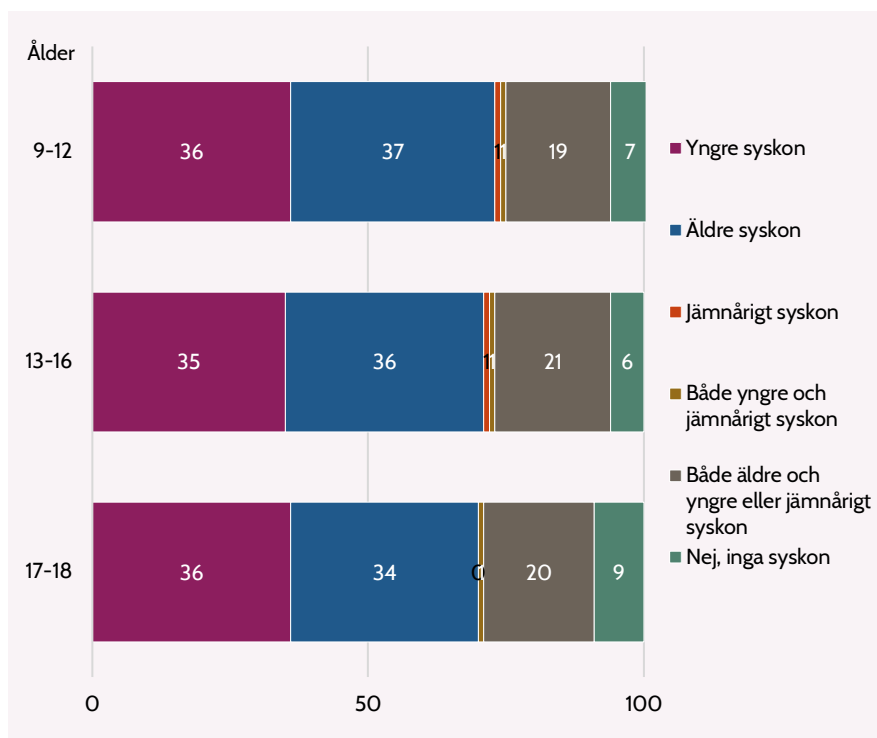
Könsfördelningen är ganska jämn i åldersgrupperna 9–12 år och 13–16 år men är något ojämn i den äldsta gruppen. Andelen pojkar som svarat sjunker med stigande ålder, och andelen flickor ökar (trots att urvalet bestod av lika många pojkar som flickor). Pojkar är ofta mindre svarsbenägna än flickor när det gäller den här typen av enkätundersökningar. Könsskillnaderna vad gäller svarsbenägenheten i åldersgruppen 17–18 år har minskat med cirka 10 procentenheter jämfört med förra datainsamlingen (2020). Precis som tidigare år är det alltså fler flickor än pojkar som besvarat enkäten, och könsskillnaden ökar med barnets stigande ålder.

## 2. Barnets ålder under året (%)



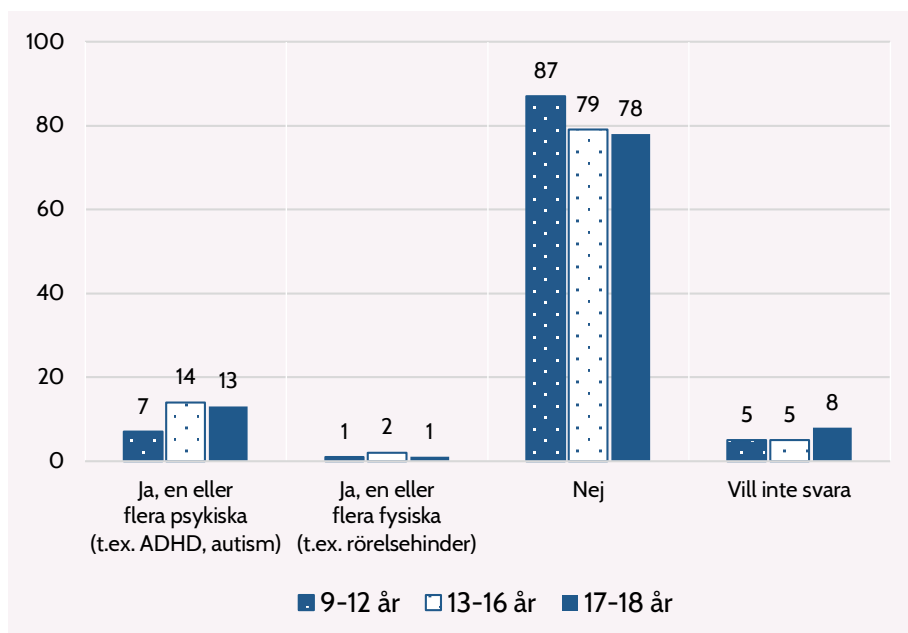
Med ”ålder under året” avses hur många år barnet fyllde under 2022. Av det totala antalet inkomna svar kommer den största andelen från 12-åringar (13 %), medan de minsta andelarna kommer från 16–18-åringar (8–9 %).

### 3. Barnets syskonstatus (%)



Andelarna som har syskon är i princip desamma i alla åldersgrupper, men det finns vissa skillnader huruvida dessa syskon är äldre eller yngre, eller om man har både och. 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 syskonstatus kommer endast att nämnas i denna rapport där det föreligger betydande skillnader med avseende på denna faktor.

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



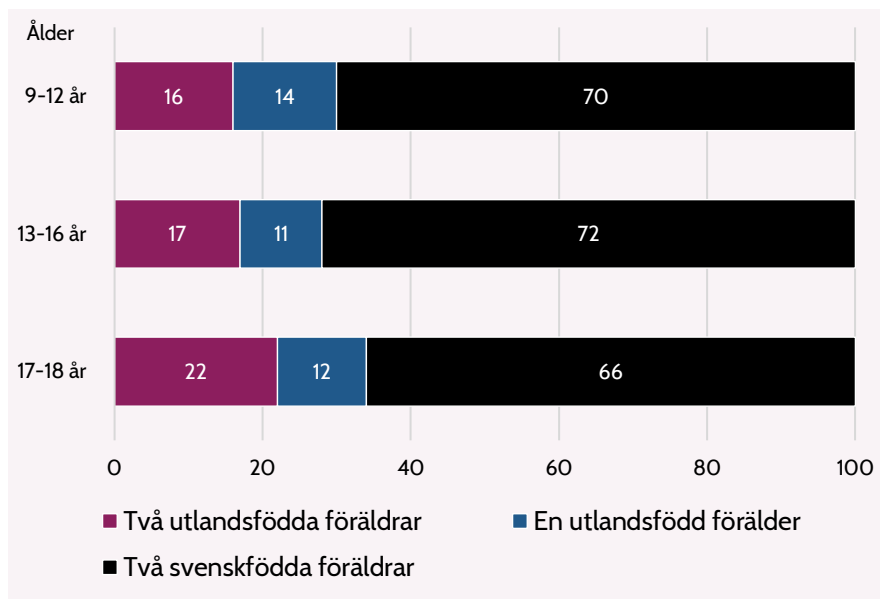
Barnen svarar själva på frågan om de har någon funktionsnedsättning men 5–8 % i varje åldersgrupp vill inte svara. Andelarna med fysiska funktionsnedsättningar är nästan exakt samma som i *Ungar & medier 2019* och *2021*, medan andelarna med psykiska funktionsnedsättningar har ökat något (1–4 procentenheter). Föräldrar till barn i åldern 9–18 år får också en fråga om barnet har någon funktionsnedsättning och även i deras svar syns en ökning av psykiska funktionsnedsättningar (se *Föräldrar & medier 2023*). Förekomsten av psykiska funktionsnedsättningar bland barnen har alltså ökat enligt både barn och föräldrar.

Det är få barn i undersökningen som har fysiska funktionsnedsättningar och i åldersintervallet 9–12 år är det även sällsynt med psykiska funktionsnedsättningar. Andelen med psykisk funktionsnedsättning är något större bland pojkarna (8 %) än flickorna (5 %) i åldern 9–12. Bland tonåringarna finns däremot inga nämnvärda könsskillnader avseende fysiska eller psykiska funktionsnedsättningar.

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, Aspergers syndrom, autism och dyslexi.

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

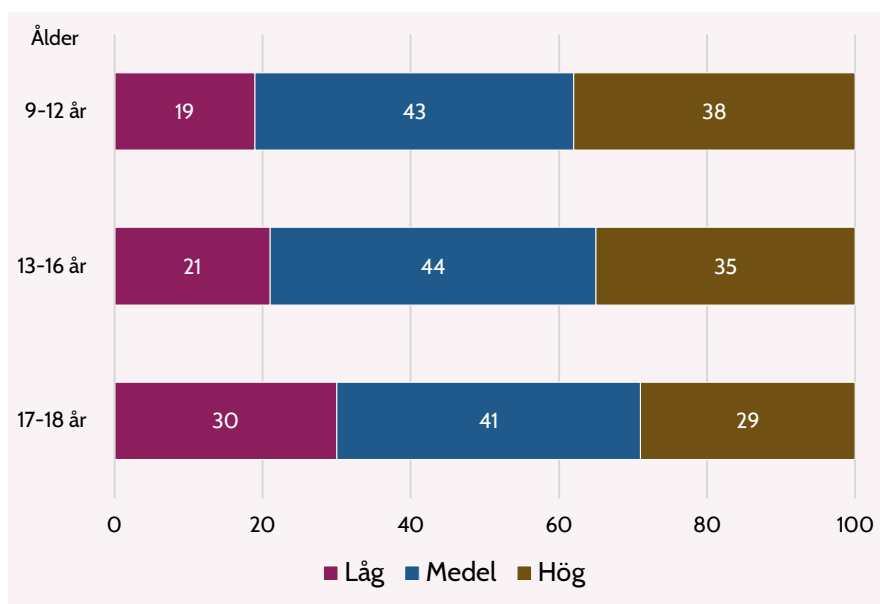
## 5. Föräldrarnas och barnets födelseland (%)



De flesta barn som deltar i undersökningen har två svenskfödda föräldrar. Andelen med två utlandsfödda föräldrar är störst i åldersintervallet 17-18 år, och andelen med två utlandsfödda föräldrar har ökat med 6 procentenheter i denna åldersgrupp jämfört med *Ungar & medier 2021*.

De allra flesta barn som deltar i undersökningen är födda i Sverige. I åldersintervallen 9-12 och 13-16 år är 87-89 % födda i Sverige och i åldern 17-18 år 83 % födda i Sverige.

## 6. 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. Bland 17–18-åringarna är det ungefär lika stor andel med lågutbildade, som högutbildade, föräldrar och båda dessa utbildningsgrupper har ökat jämfört med den förra undersökningen. Andelen med lågutbildade föräldrar i åldersintervallet 17–18 år har ökat med 9 procentenheter.

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. 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).

## 7. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet (%)

Åldersgrupp	Min.	Max.	Medel	Median
9–12	0	1 769 862	208 675	194 495
13–16	0	1 257 050	210 880	195 075
17–18	0	1 136 007	20 4412	194 674

Den disponibla inkomsten per konsumtionsenhet 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 190 000. I tabellen nedan redovisas ett annat mått på hushållets ekonomi, nämligen den sammanräknade förvärvsinkomsten i barnets hushåll. Tabellen visar att medelinkomsten är ungefär densamma i alla åldersgrupper, men något högre i hushållen med tonåringar än i de med yngre barn.



## 7 b. Sammanräknad förvärvsinkomst, barnets hushåll (CSFVIH, gäller för 2018)

Åldersgrupp	Min.	Max.	Medel	Median
9-12	0	4 992 640	812 456	765 605
13-16	0	9 246 605	886 379	827 696
17-18	0	5 713 442	868 242	822 627

### 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". Av 9-12-åringarna är det 3 % som lever i något av dessa områden och av tonåringarna är det cirka 4 %. Detta är på samma nivå som i den förra datainsamlingen. Det är således 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 genomsnittet. Övriga bakgrundsvariabler kommer inte att beaktas eftersom det skulle bli alltför omfattande för denna rapport.

## Innehåll Resultatredovisning

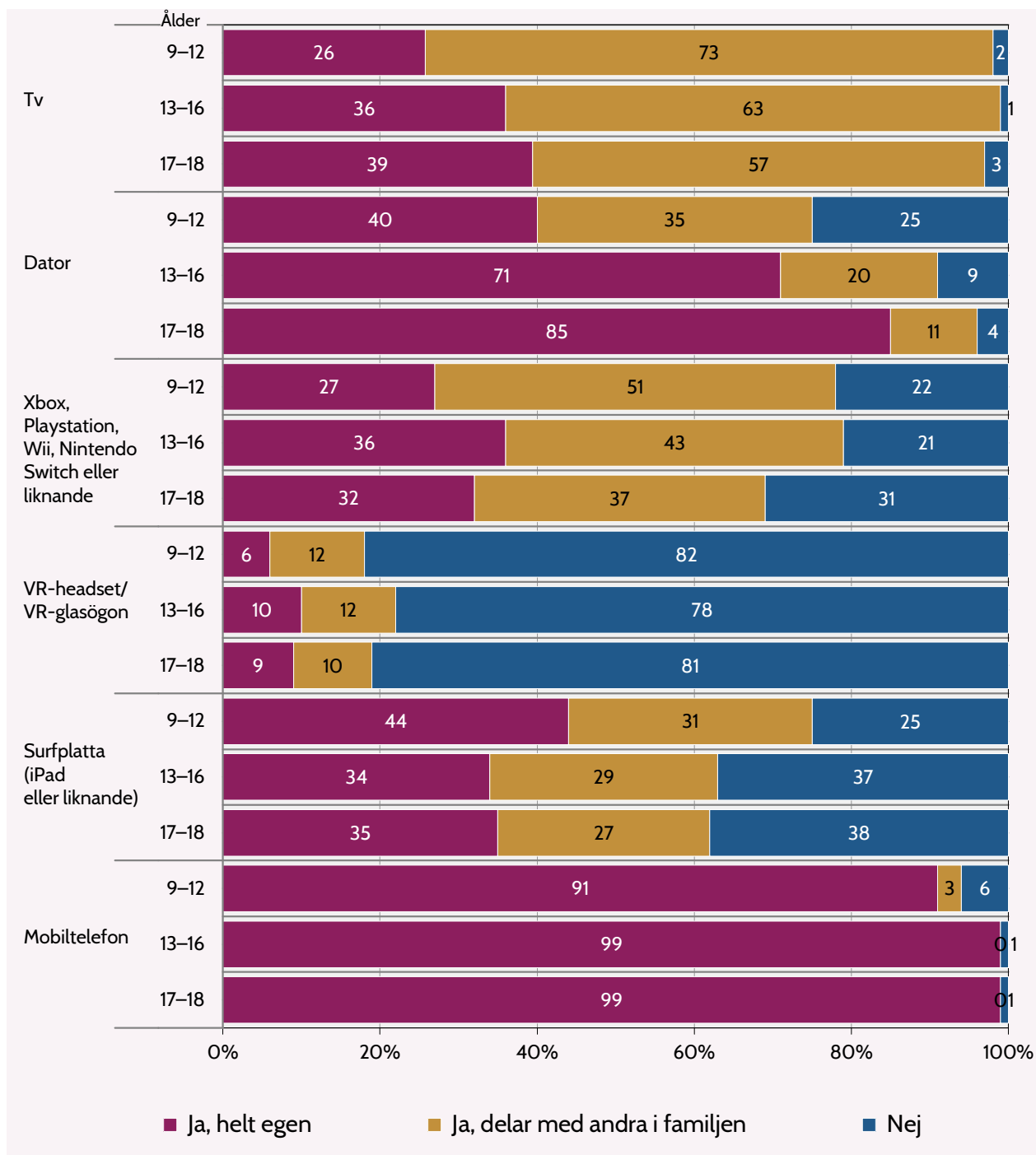
<b>Resultatredovisning</b>	<b>36</b>
8. Har du tillgång till något av följande hemma?	36
9. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du...?	41
10. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid...?	54
11. Hur ofta tar du del av nyheter om vad som händer i det svenska samhället och i världen...	67
12. 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?	71
13. Hur mycket litar du på nyheter och information från följande källor och nyhetsförmedlare?	73
14. Brukar du dela eller kommentera nyheter om vad som händer i det svenska samhället eller i världen på t.ex. Snapchat, Instagram, Tiktok, Twitter eller Youtube?	77
15. Spelar du datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta?	78
16. Vilka spel spelar du oftast?	78
17. När du spelar, ungefär hur ofta brukar du...	81
18. Har du en egen Youtubekanal?	84
19. Följer du några kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande?	85
20. Vilka kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande följer du?	86
21. Använder du sociala medier? T.ex. Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat, Tiktok	88
22. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du använda följande sociala medier?	90
23. När du använder sociala medier en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du...	94

24. På sociala medier, har du en öppen profil där alla kan se personlig information om dig?	99
25. Om du har en öppen profil, visar du följande information där?	100
26. Kan någon av dina föräldrar/vårdnadshavare se dina inlägg på sociala medier?	101
27. Har någon annan än du lösenordet till något av dina sociala mediekonton?	102
28. Har någon annan än du lösenordet till din mobiltelefon?	103
29. Under det senaste året, har du på internet eller via mobilen råkat ut för att:	105
30. Har du någon gång anmält hot eller hat på internet, t.ex. i sociala medier?	110
31. Om du tänker på vardagar. Har din familj regler för...	112
32. Har din familj regler för...	113
33. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om...	115
34. Brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med bli osams om...	117
35. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt...	122
36. 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?	132
37. Tror du att din medieanvändning påverkar din sömn?	134
38. Använder du mobilen på natten?	135
39. Vad använder du mobilen till på natten?	137
40. Använder mobilen på natten, tror att medieanvändningen påverkar sömnen	140
41. Använder mobilen på natten, medieanvändningen leder till att ungdomarna inte gör andra saker som de ska göra	142

# Resultatredovisning

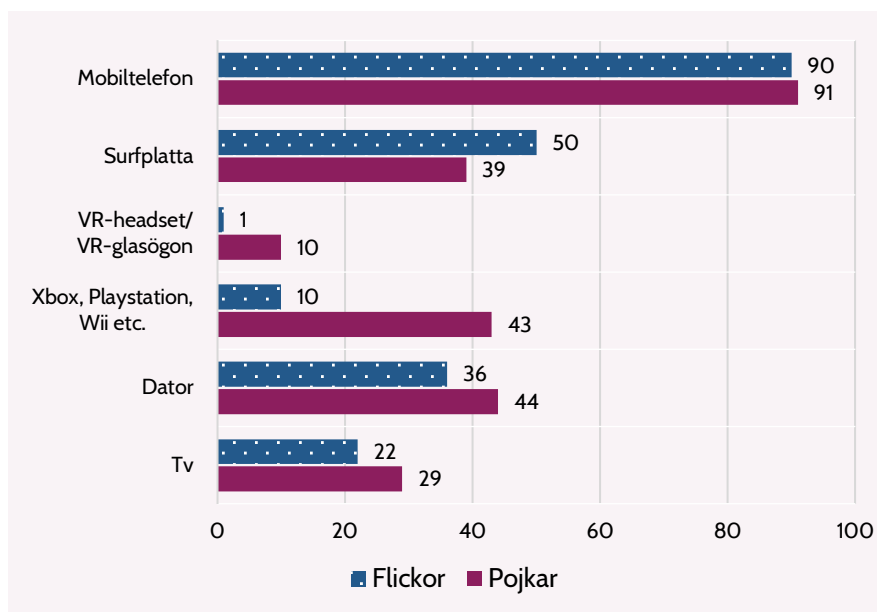
I det följande redovisas hur barnen och ungdomarna har svarat på frågorna i enkäten. Den första frågan behandlar tillgång till medieteknik, därefter följer frågor om barnens medieanvändning och attityder till medier.

## 8. 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. Särskilt tv, men även spelkonsoler och surfplattor, delas med andra i familjen medan de allra flesta har en egen mobiltelefon. Det är även en stor andel som har en egen dator redan i den yngsta gruppen (40 %), men det blir vanligare med stigande ålder.

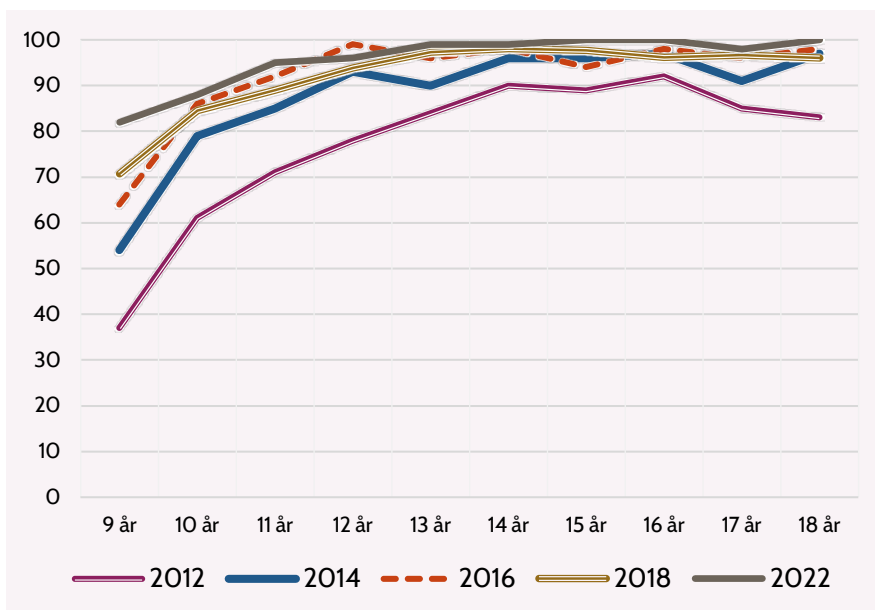
### 8 b. Har en egen, kön 9–12 år (%)



I samtliga åldersintervall är det större andelar av pojkarna, än flickorna, som har en egen tv, dator, spelkonsol (Xbox, Playstation, Wii etc.) 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). Mobiltelefonen är den mest "jämlika" tekniken då den förekommer i samma grad bland flickor och pojkar i alla åldersintervall.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 har i något högre grad tillgång till egen tv, surfplatta och VR-headset/VR-glasögon. I åldern 17–18 har de i något lägre grad egen Xbox, Playstation, Wii eller liknande.

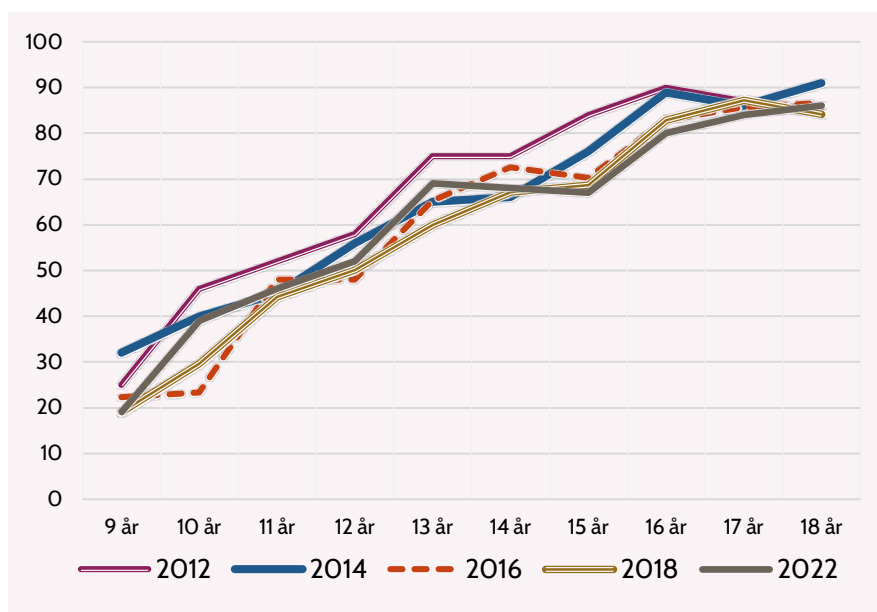
### 8 c. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen mobiltelefon, 2012–2022 (%)



År 2018 uppgav 84 % av barnen i åldern 9–12 att de hade en egen smartphone och 5 % att de hade en mobil med knappar. I årets undersökning efterfrågas bara ”mobiltelefon”, eftersom de allra flesta mobiler idag är smarta, och det finns en liten ökning av andelen med egen (smart) mobiltelefon i den yngsta gruppen (91 %, diagram 8).

Tittar man närmare på hur tillgången till egen mobiltelefon har utvecklats under det senaste decenniet 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. Bland de yngre barnen sker fortfarande en viss ökning, vilket medfört att 82 % av 9-åringarna nu har en egen mobiltelefon. Mobiltelefonen har därmed blivit den tekniska apparat som flest barn i alla åldrar är ägare av.

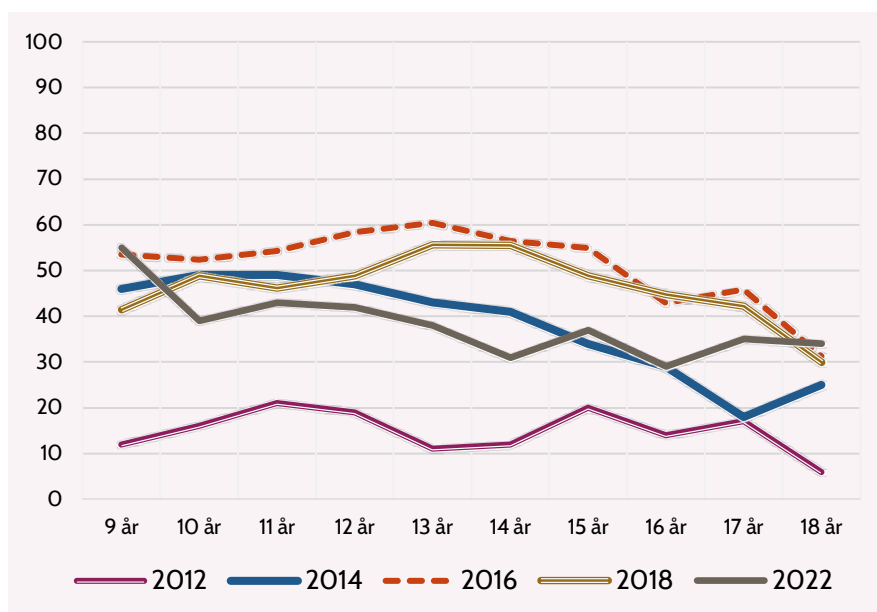
## 8 d. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen dator, 2012–2022 (%)



Jämfört med 2018<sup>3</sup>, vilket var när frågan ställdes senast, har andelen barn i åldersgruppen 9–12 med egen dator ökat med 5 procentenheter. Bland tonåringarna finns det ingen förändring. Tittar man närmare på utvecklingen det senaste decenniet framgår att det egna datorinnehavet var högre 2012 än 2022 i nästan alla åldrar. Åren därefter har det egna innehavet legat något lägre, men sedan 2018 är det bara i 16–17-årsåldern det finns en liten minskning.

■ 3 Data som samlades in 2018 redovisades i rapporten *Ungar och medier 2019*.

### 8 e. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen surfplatta, 2012–2022 (%)

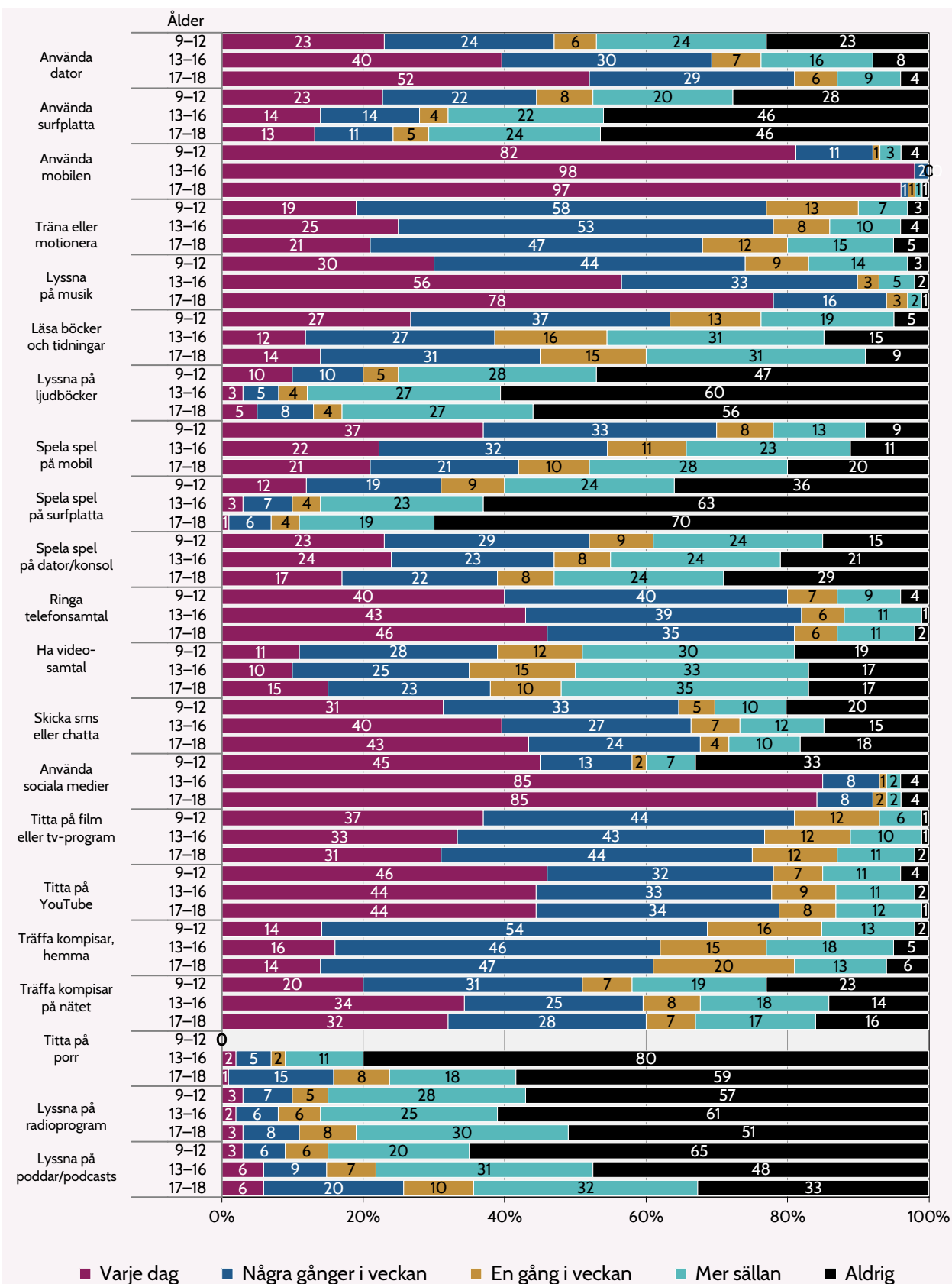


Tillgången till egen surfplatta (Ipad eller liknande) ökade fram till 2016 men har därefter minskat i de flesta åldrar. De enda undantagen är 9- och 18-åringarna där tillgången har ökat mellan 2018 och 2022.

Vad gäller tillgång till tv samt spelkonsoler (Xbox, Playstation, Wii etc.) är resultaten mycket näraliggande 2018 års resultat. Tidigare år har dock enkäten frågat specifikt om dels handhållna, dels stationära spelkonsoler vilket innebär att exakta jämförelser med tidigare år inte är möjliga. Frågan om VR-headset/VR-glasögon är ny för i år och kan således inte jämföras med tidigare undersökningar.



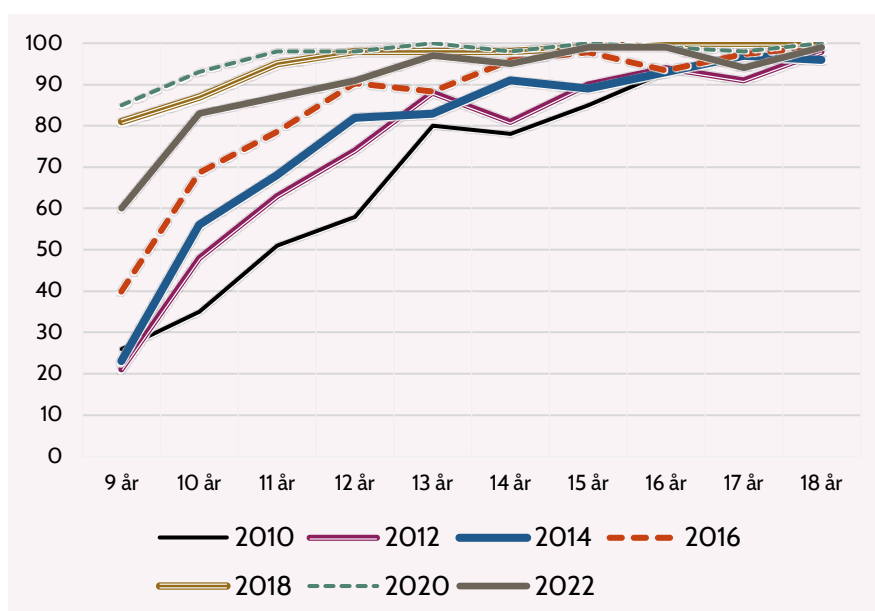
## 9. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du...? (%)



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.

Att använda mobilen är den vanligaste ”aktiviteten” på fritiden i alla åldersgrupper. Nästan alla tonåringar använder mobilen dagligen och så har det varit sedan åtminstone 2016. Bland barn i åldern 9–12 har den dagliga användningen av mobilen ökat successivt under det senaste decenniet men år 2022 minskar istället den dagliga mobilanvändningen något i åldersgruppen. Andelarna som använder mobilen dagligen i åldersintervallet 9–12 är nu något mindre än både 2020 och 2018. Från 12 års ålder är likväl över 90 % dagliga användare av mobilen (diagram 9 b).

### 9 b. Använder mobilen dagligen 2010–2022 (%)



Efter mobilanvändning är användning av sociala medier den vanligaste dagliga aktiviteten bland tonåringarna. Det gäller även i åldersgruppen 9–12 men där är ”titta på Youtube” ungefär lika vanligt som att använda sociala medier (diagram 9). Andelarna som dagligen tittar på Youtube i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 har minskat med cirka 10 procentenheter jämfört med år 2020. Likväl är det vanligare att dagligen titta på Youtube än på filmer och tv-program i alla åldersgrupper. Andelarna som dagligen använder sociala medier har minskat med 5 procentenheter i åldersintervallet 17–18 (främst bland pojkarna) och i åldersgruppen 9–12 är det nu en något större andel som svarar att de *aldrig* använder sociala medier. För övrigt finns inga nämnvärda förändringar jämfört med 2020 vad gäller sociala medier.

Frågan om användning omfattar tre tekniska apparater, eller medietekniker: mobil, dator och surfplatta. Mobilen är den mest använda tekniken i alla åldersgrupper. I den yngsta gruppen är den dagliga användningen av dator och surfplatta lika frekvent men i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 år är datoranvändningen betydligt vanligare än användningen av surfplattor. Medan användningen av datorer ökar med stigande ålder så minskar användningen av surfplattor.



FOTO: SCANDINAV.SE/PERNILLE TOFTE

### 9 c. Spelar dagligen spel på..., 2020–2022 (%)

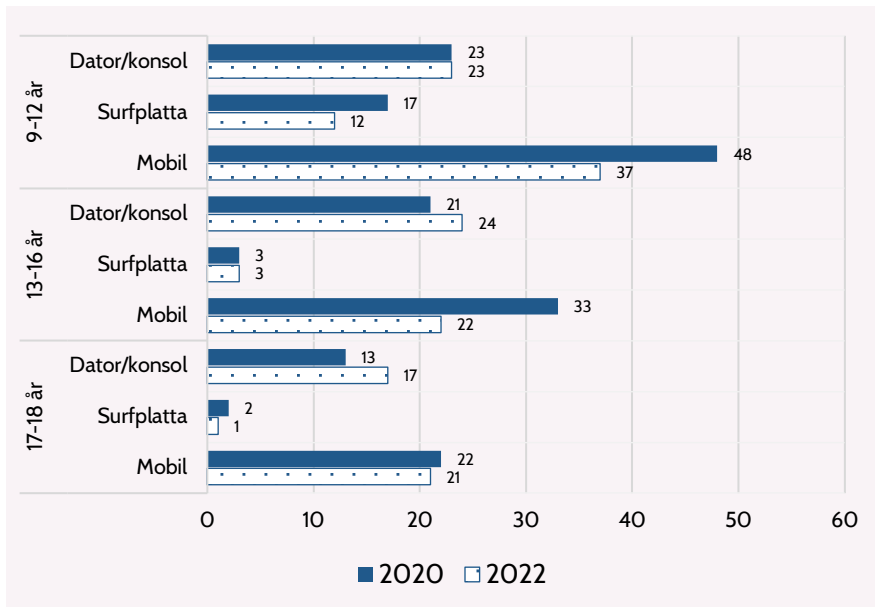
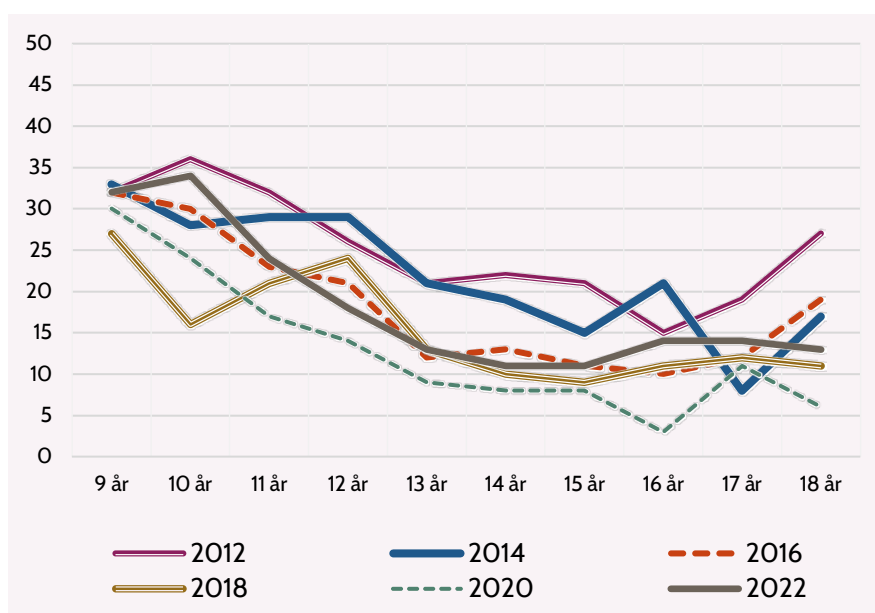


Diagram 9 omfattar även tre olika plattformar för spel: spel på mobil, surfplatta eller dator/konsol. Bland de yngsta (9–12 år) och äldsta (17–18 år) är spel på mobilen den vanligaste *dagliga* spelformen men i åldern 13–16 är dagligt spel på dator/konsol ungefär lika utbrett som dagligt spel på mobilen. 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. År 2022 finns dock en tendens till ökat dagligt spelande på dator/konsol bland tonåringarna, och andelarna som svarar att de *inte* alls spelar spel på dator/konsol minskar. Samtidigt minskar det *dagliga* spelandet på mobilen i åldersgrupperna 9–12 och 13–16 med cirka 10 procentenheter (diagram 9 c). Även om dagligt spelande på mobilen är förhållandevis utbrett har det alltså minskat något jämfört med 2020, medan det dagliga datorspelandet ligger kvar på samma nivå eller ökar något.

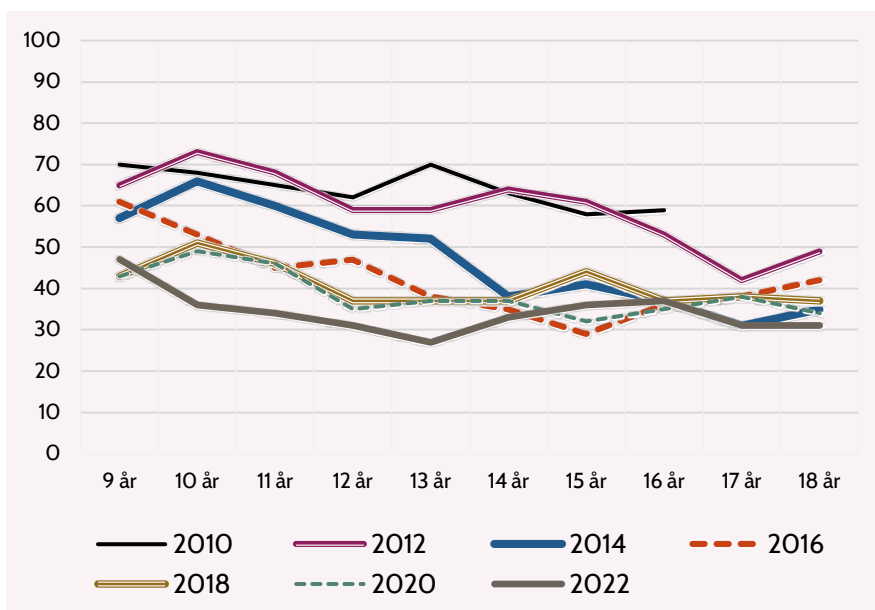
#### 9 d. Läser böcker och/eller tidningar varje dag 2012–2022 (%)



Läsningen av böcker och tidningar har minskat successivt sedan frågan ställdes första gången i datainsamlingen 2012, men nu ser den trenden ut att ha vänt. Den dagligen läsningen av böcker och tidningar ökar år 2022 i alla åldrar, men i vissa fall är det marginella förändringar (t.ex. 14–15-åringarna) och i andra något större (t.ex. 10–11-åringarna). Sammantaget har trenden med minskad daglig läsning avstannat.

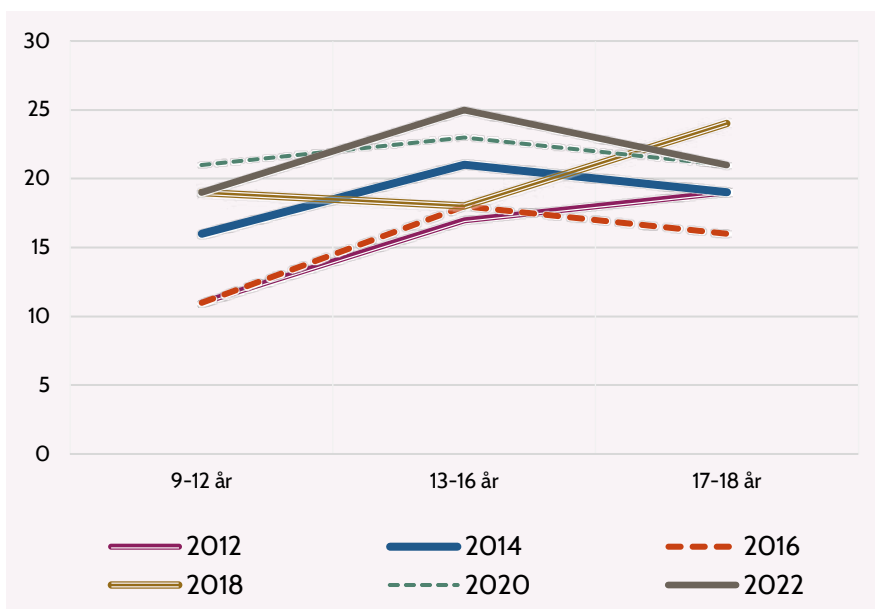
Betydligt färre lyssnar dagligen eller några gånger i veckan på ljudböcker, än läser böcker/tidningar (diagram 9). Att lyssna på radioprogram och poddar är också förhållandevis ovanliga medieaktiviteter och så har det varit även under tidigare undersökningsår. Att lyssna på musik är tvärtom bland de populäraste aktiviteterna, åtminstone bland tonåringarna, och även det är ett mönster som funnits under tidigare år.

### 9 e. Tittar på film och/eller tv-program varje dag 2010–2022 (%)



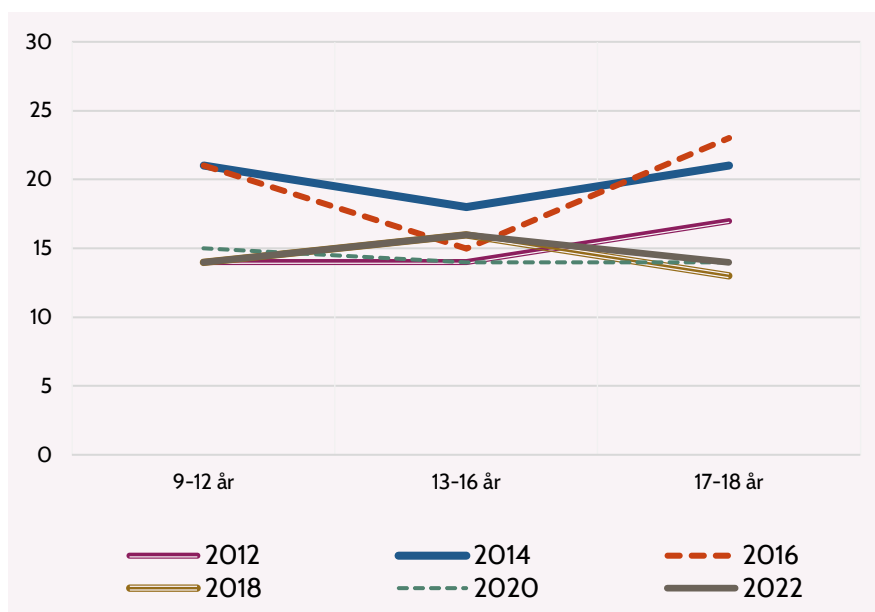
Det dagliga tittandet på filmer och tv-program var som mest utbrett under de första undersökningsåren, 2010–2012, och har sedan minskat. Under pandemiåret 2020 avstannade minskningen, men under 2022 minskar tittandet igen i de flesta åldrar.

### 9 f. Tränar eller motionerar varje dag 2012–2022 (%)



Förutom medieaktiviteter omfattar undersökningen frågor om hur ofta barnen brukar träna och motionera samt träffa kompisar ute eller hemma hos varandra (inte på nätet). Båda dessa aktiviteter ligger på ungefär samma nivå 2022 som år 2020 och 2018. Det finns en svag ökning av andelen som dagligen tränar och motionerar i åldersgruppen 13–16 sedan 2018, men inte i de två andra åldersgrupperna (diagram 9f).

## 9 g. Träffar kompisar hemma hos varandra eller ute varje dag, 2012–2022 (%)

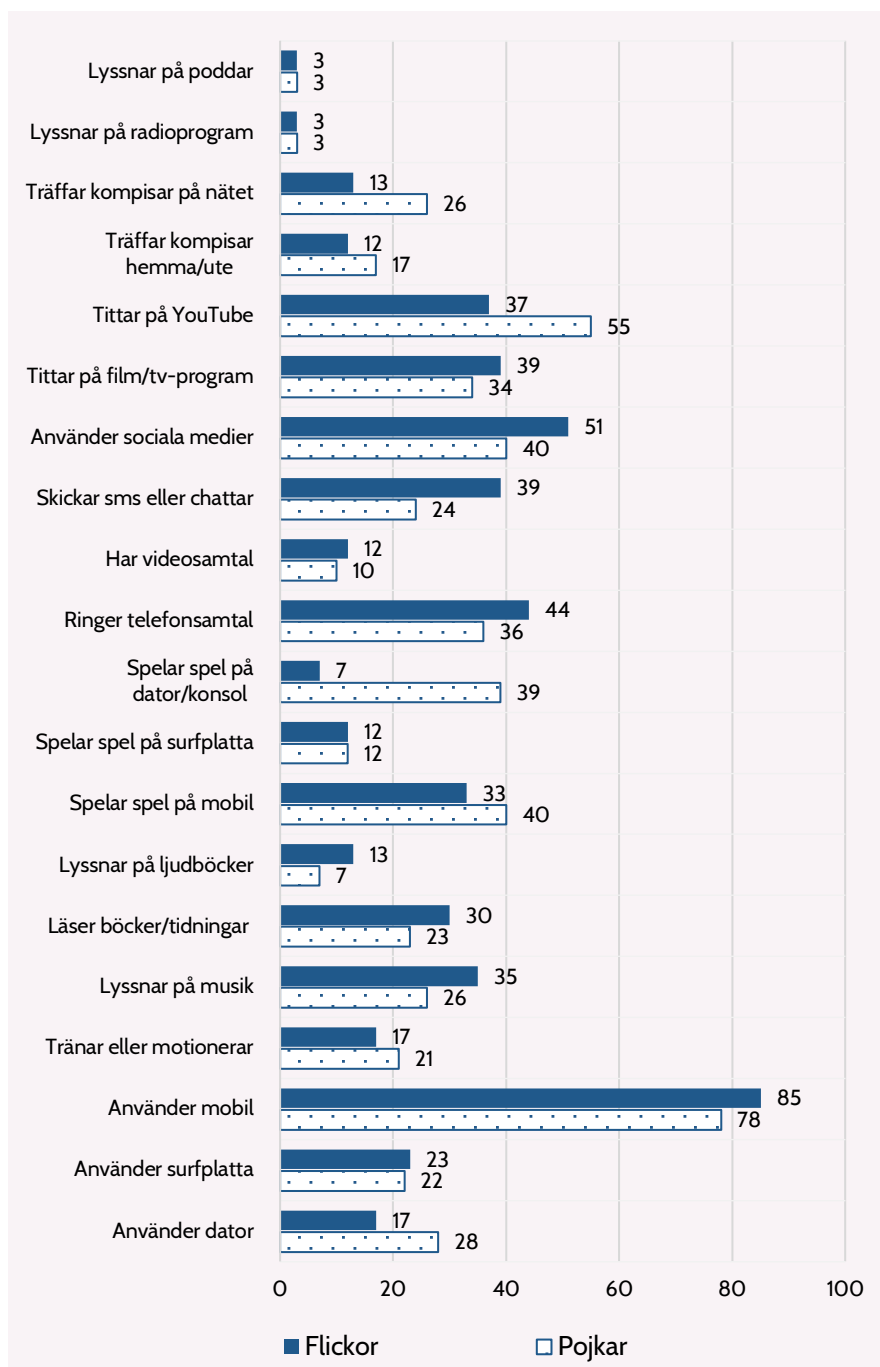


Andelarna som dagligen träffar kompisar ute eller hemma hos varandra ligger på en konstant nivå sedan 2018. Varken under eller efter covid-19-pandemin kan man alltså se någon nämnvärd förändring (diagram 9 g).

För första gången omfattar Ungar & medier även en fråga om hur ofta barnen brukar träffa kompisar på nätet, t.ex. i sociala medier eller spel. Som framgår av diagram 9 är det betydligt större andelar som dagligen träffar kompisar digitalt än fysiskt, åtminstone bland tonåringarna. Bland tonåringarna är det ungefär dubbelt så stor andel som dagligen träffar kompisar digitalt som fysiskt. Men slår man ihop "varje dag" med de som träffar kompisar "några gånger i veckan" blir det ingen större skillnad mellan att träffas fysiskt respektive digitalt bland tonåringarna. Bland barn i åldern 9–12 blir det däremot vanligare att träffa kompisar fysiskt än digitalt. Den dagliga kontakten med kompisarna på fritiden sker alltså främst digitalt men det utesluter inte att man också träffas hemma hos varandra eller ute en eller några gånger i veckan. Och det är betydligt större andelar som *sällan* eller *aldrig* träffar sina kompisar digitalt än fysiskt.

Några medieaktiviteter ägnar sig pojkar och flickor åt i samma grad, t.ex. lyssna på radio och poddar, men för några andra medieaktiviteter finns det stora könsskillnader. Diagram 9h–j beskriver andelarna flickor respektive pojkar som *dagligen* ägnar sig åt olika medieaktiviteter:

## 9 h. Gör varje dag, kön, 9–12 år (%)



Mobilen är förvisso den apparat som både pojkar och flickor (9–12 år) främst använder dagligen, men en något större andel av flickorna än pojkarna är dagliga användare av mobilen. Pojkar är, å andra sidan, dagliga användare av datorer i högre grad än flickor.

Pojkar spelar i högre grad än flickor dagligen spel på dator/konsol och mobilen, tittar på Youtube och träffar kompisar på nätet. Att pojkar träffar kompisarna digitalt mer än flickor hänger ihop med det dagliga spelandet på dator/konsol, då många sådana spel idag sker online och har inbyggda kommunikativa funktioner (chatt, röstchatt).

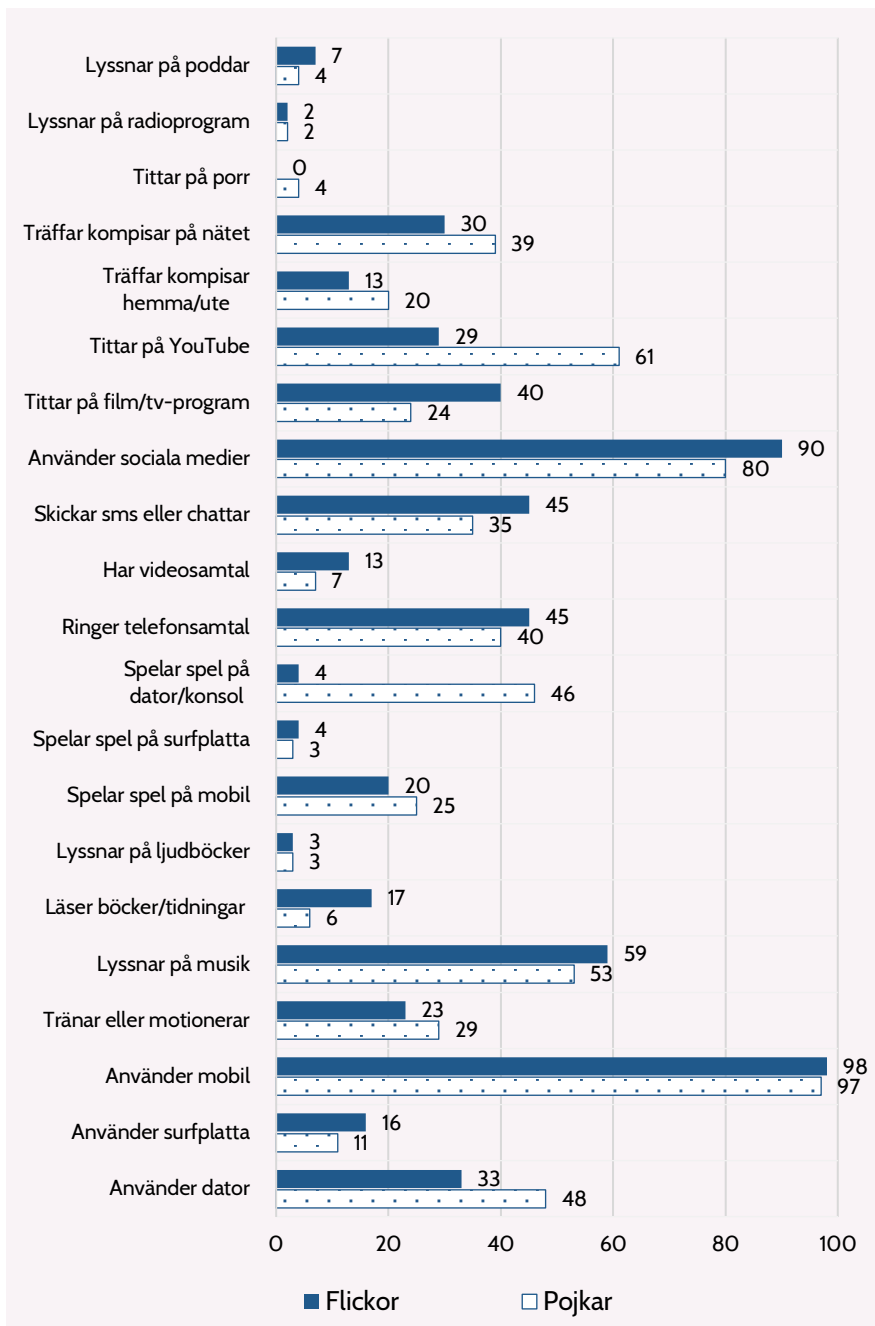
Flickor lyssnar i högre grad än pojkar dagligen på musik och ljudböcker, läser böcker och tidningar, ringer telefonsamtal, skickar sms eller chattar via Whatsapp eller Telegram och använder sociala medier. För både pojkar och flickor i åldersgruppen 9–12 är det således tydligt att digitala medier har viktiga sociala funktioner att fylla, antingen via spel eller mer renodlade meddelandetjänster, eller genom sociala medieplattformar som Instagram och Tiktok.

Jämfört med tidigare års undersökningar är könsmönstren desamma: 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 samt använder sociala medier. Men även bland flickor är det dagliga tittandet på Youtube och spelandet på mobilen utbrett.

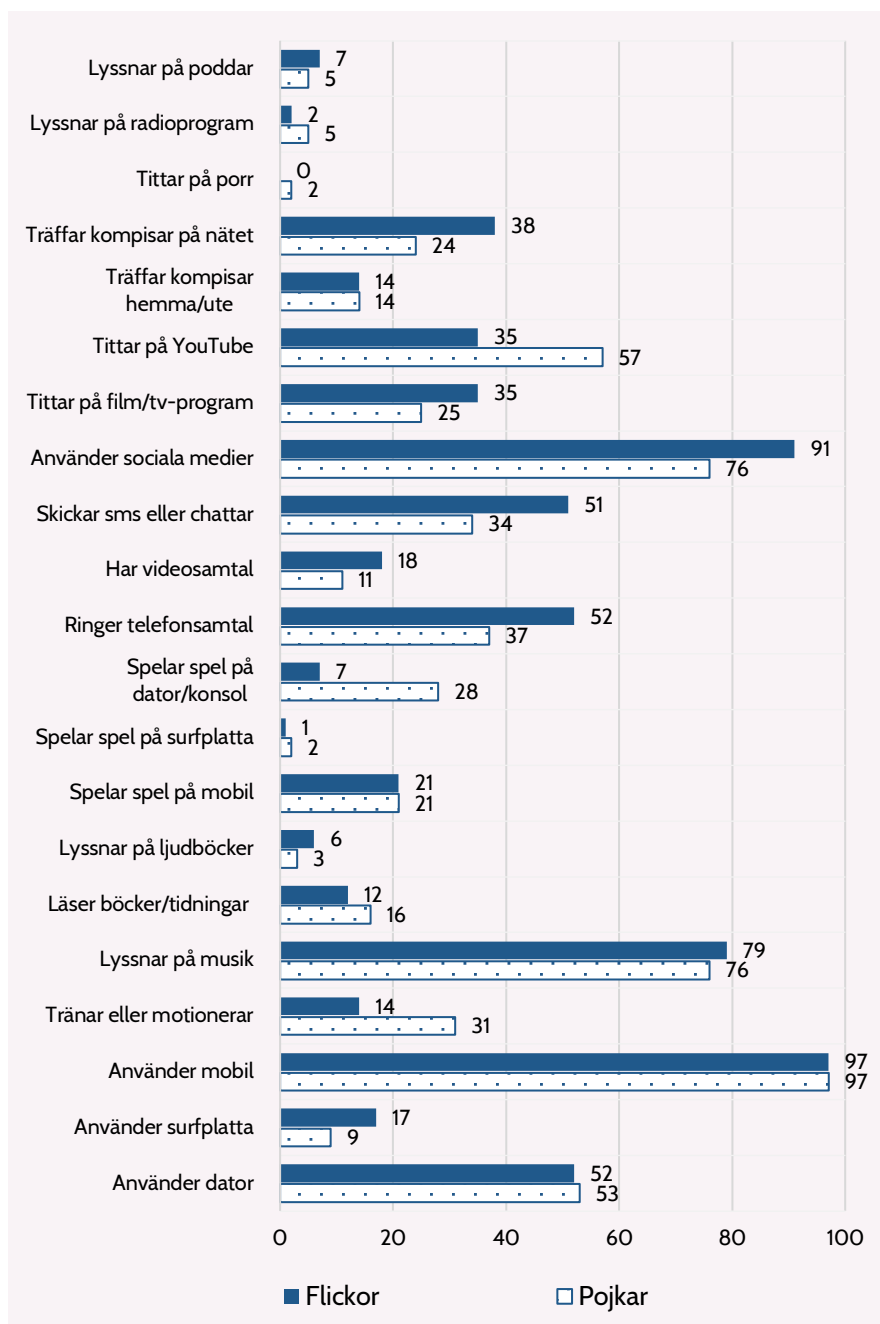
Vad gäller förändring över tid kan noteras att den dagliga läsningen av böcker och tidningar har ökat med 5–6 procentenheter bland både pojkar och flickor i åldersintervallet 9–12.



## 9 i. Gör varje dag, kön, 13–16 år (%)



## 9 j. Gör varje dag, kön, 17–18 år (%)



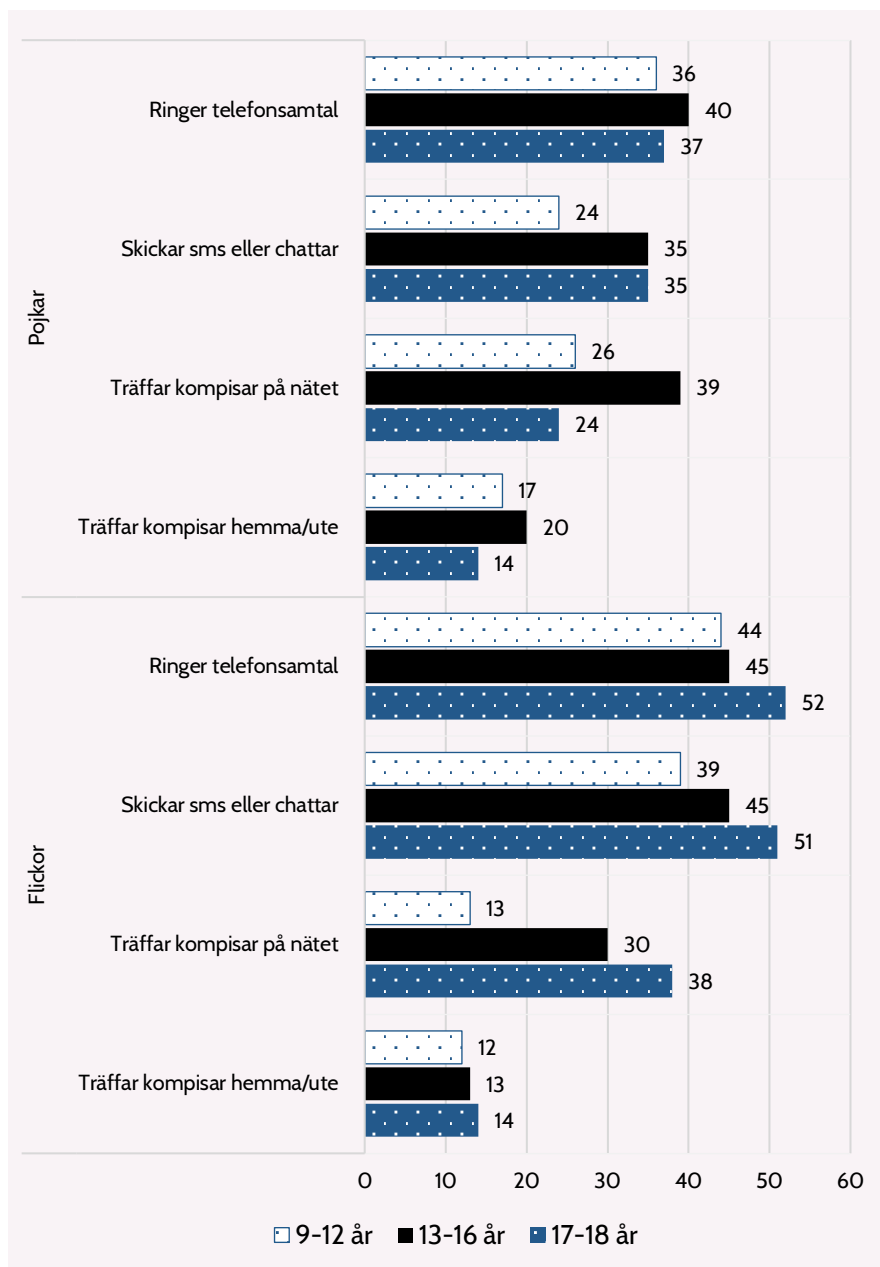
Även i tonåren finns några tydliga könsskillnader, som också har kunnat skönjas i föregående undersökningar: pojkar spelar dagligen spel på dator/konsol och tittar på Youtube i högre grad än flickor, medan flickor i högre grad dagligen ringer telefonsamtal, skickar sms och chattar, använder sociala medier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

Könsskillnaderna gällande användning av olika apparater (dator, surfplatta, mobil) minskar med stigande ålder, vilket även gäller att lyssna på musik och spela spel på mobilen.

I ett par andra avseenden kastas relationen mellan flickor och pojkar om i 17–18-årsåldern. För det första är andelen som dagligen läser böcker och tidningar något större bland pojkar än flickor i åldern 17–18 år. Den dagliga läsningen har ökat bland både flickor och pojkar, jämfört med 2020, men den har ökat marginellt mer bland pojkarna.

För det andra är det en större andel av flickorna än pojkarna i åldern 17–18 som dagligen träffar kompisar på nätet. I alla åldersgrupper använder både pojkar och flickor den digitala tekniken för att träffa kompisar och kommunicera med andra på olika sätt. Men det finns en skillnad mellan pojkar och flickor när det gäller hur användningen av dessa sociala digitala funktioner förändras med åldern. Bland flickor ökar användningen av dessa funktioner med stigande ålder, bland pojkar ökar användningen mellan åldrarna 9–12 och 13–16, men inte därefter (diagram 9 k). Sammantaget förefaller flickor därmed nyttja de möjligheter till social interaktion som tekniken erbjuder i högre grad ju äldre de blir medan pojkars användning av dessa funktioner kulminerar i 13–16-årsåldern.

**9 k. Daglig användning av digitala kommunikationsmöjligheter samt träffar kompisar ute/hemma hos varandra, kön, åldersgrupp (%)**



Barn med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 13–16 använder dator *dagligen* i högre grad än genomsnittet. De lyssnar i högre grad än genomsnittet dagligen på musik, spelar spel på mobilen och dator/konsol (11 procentenheter), tittar på Youtube och träffar kompisar på nätet. Å andra sidan är de i något lägre grad dagliga användare av sociala medier (9 procentenheter). Även i åldersintervallet 17–18 spelar ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar spel på mobil och dator/konsol dagligen i högre grad än genomsnittet, men är dagliga användare av sociala medier i lägre grad än genomsnittet. De träffar kompisar på nätet dagligen i något högre grad, men chattar och skickar sms via Whatsapp och Telegram i lägre grad än genomsnittet.

Det finns således några genomgående skillnader mellan ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet på så sätt att de med psykiska funktionsnedsättningar i högre grad spelar digitala spel – och sannolikt träffar kompisar genom spel – men använder andra digitala sociala interaktionsmöjligheter i något lägre grad än genomsnittet. Man kan också notera att i båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18 är andelarna som dagligen tränar/motionerar mindre bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar, och andelarna som svarar att de *aldrig* läser böcker/tidningar är större än genomsnittet.

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

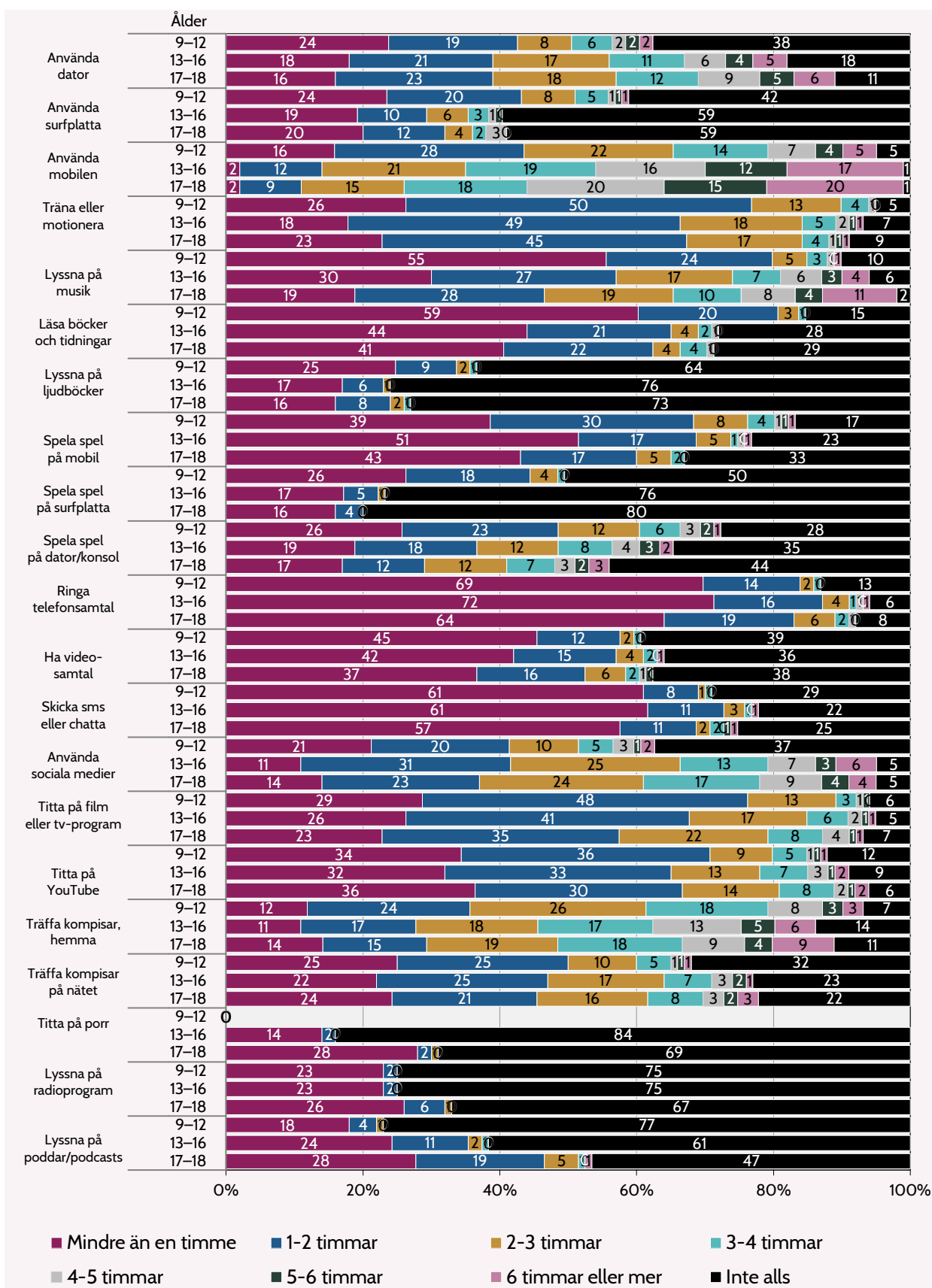


Diagram 10 beskriver hur många timmar som barnen och ungdomarna ägnar åt olika medier och medieaktiviteter, samt träning/motion och kompisar, och ger på så sätt en samlad bild av vad de ägnar tid åt en vanlig dag. Man kan dock inte addera de olika siffrorna till varandra då flera av dessa aktiviteter kan äga rum samtidigt, t.ex. använda mobilen, titta på Youtube och träffa kompisar 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. Ju mer multifunktionell som mobilen blir, och ju mer integrerad mobilen blir i människors vardagliga liv, desto svårare blir det att avgränsa, definiera och mäta olika medieaktiviteter på rättvisande sätt.

Med detta sagt kan ändå konstateras att de övergripande mönstren i barnens tidsanvändning är snarlika de senaste undersökningsåren. Barn och ungdomar ägnar förhållandevis mycket tid åt mobilen, sociala medier, musik, Youtube, filmer/tv-program samt kompisar – och förhållandevis lite tid åt böcker och tidningar, ljudböcker, radio samt poddar. Mycket är sig alltså likt över de senaste åren.

Men jämförs användningen åren 2020 och 2022 finns det några nämnvärda förändringar. I åldersintervallet 9–12 är den största förändringen att andelen som *inte alls* använder sociala medier har ökat med 10 procentenheter och andelen som använder sociala medier mindre än en timme per dag har minskat i motsvarande grad. Det har alltså blivit färre "låganvändare" men fler "icke-användare" i åldersgruppen.

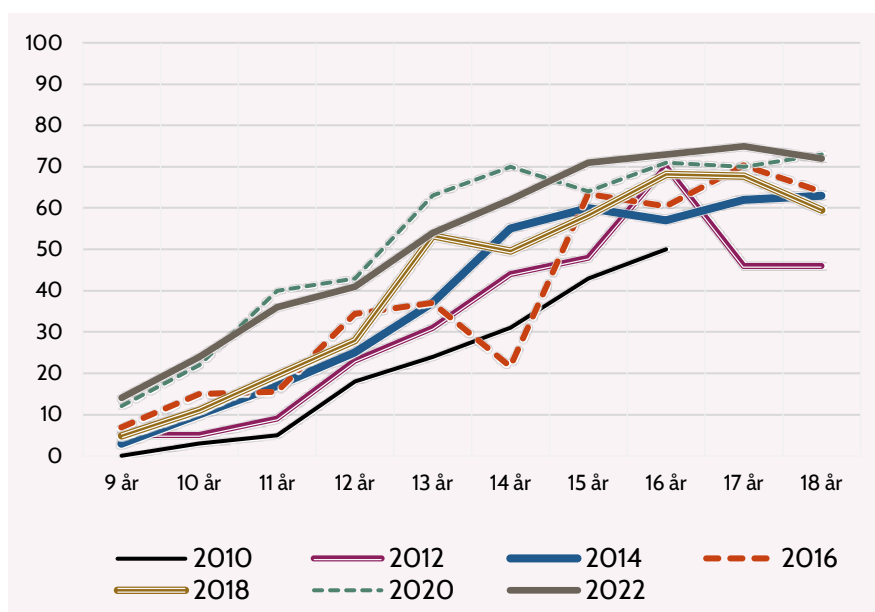
I åldersintervallet 17–18 ökar andelen som lyssnar mer än sex timmar om dagen på musik. Andelen som tittar mindre än en timme per dag på Youtube ökar medan de som tittar fler timmar minskar. Som tidigare nämnts har det *dagliga* tittandet på Youtube minskat bland tonåringarna och det förefaller alltså även som om *antalet timmar* tonåringarna tittar på Youtube en vanlig dag minskar något. (Tendensen finns i båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18 år men är svagare i åldern 13–16.)

I båda intervallen 13–16 och 17–18 år ökar andelen som läser 1–2 timmar per dag med 6–7 procentenheter. Andelarna som spelar spel på mobilen mindre än en timme per dag ökar medan de som spelar fler timmar minskar. Som tidigare nämnts har det dagliga spelandet minskat i åldersgrupperna 9–12 och 13–16 och till det kan alltså läggas att även antalet timmar som tonåringar spelar spel på mobilen minskar något. Andelarna som svarar att de *inte alls* tittar på porr ökar i båda åldersgrupperna.

Sedan de första Ungar & medier-undersökningarna har begreppet "högkonsumenter" använts för att beteckna de som använder olika medier 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. "Högkonsument" innebar således en användning som avvek från genomsnittet. Internetanvändningen har sedan dess blivit så utbredd i samhället att tre timmars användning knappast kan betraktas som mycket. Internetanvändning är dessutom en förutsättning för många andra aktiviteter (t.ex. titta på tv-program) 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 ”högkonsument” och avgränsningen vid tre timmars användning per dag är fortfarande användbar för att illustrera hur användningen av olika medier har förändrats över tid, eller skiljer sig mellan olika grupper. I de följande diagrammen (10 b-q) 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.

### 10 b. Använder mobilen mer än 3 timmar/dag 2010–2022 (%)

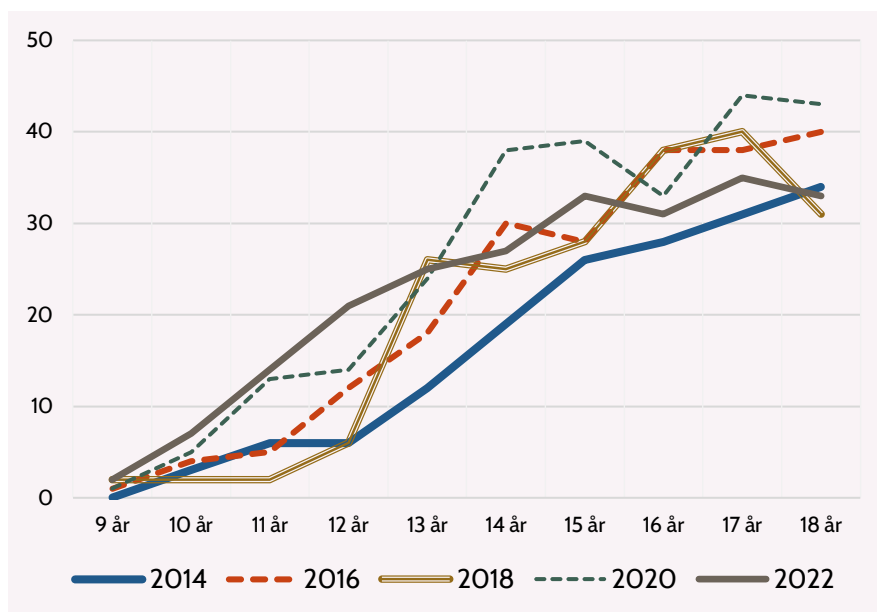


Andelarna som använder mobilen mer än tre timmar en vanlig dag har ökat successivt sedan 2010 och låg år 2020 (under covid-19-pandemin) på sin högsta nivå i alla åldrar sedan mätningarna började. Efter 2020 har andelarna minskat i åldern 11–14 år, medan andelarna har ökat eller ligger kvar på samma nivå i övriga åldrar. Från 15 års ålder använder nu drygt 70 % av ungdomarna mobilen mer än tre timmar en vanlig dag på sin fritid.

Frågan om hur länge barnen brukar använda dator på sin fritid har inte ställts på samma sätt tidigare så här saknas jämförbara data över tid.

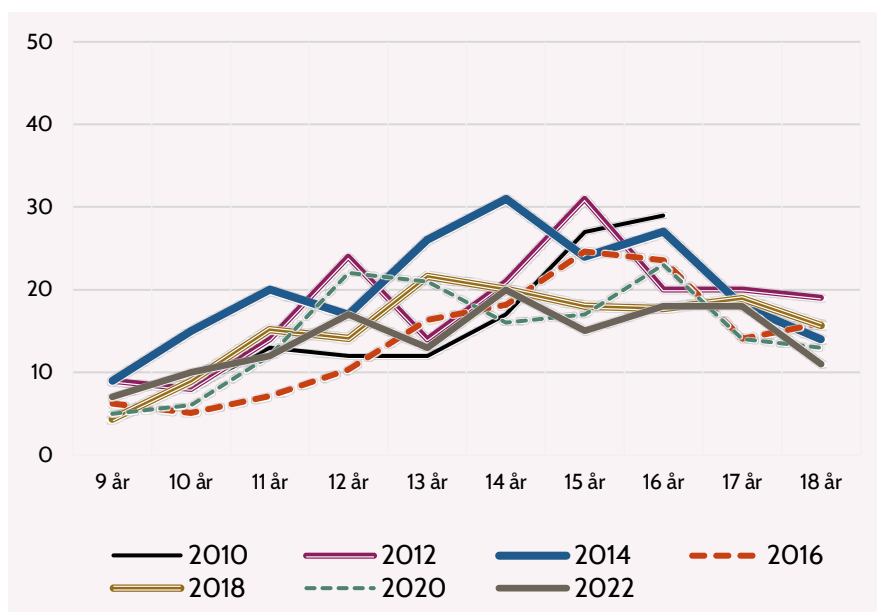


### 10 c. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag 2014–2022 (%)



Andelarna som använder sociala medier mer än tre timmar en vanlig dag ökar med stigande ålder och ligger på drygt 30 % från 15 års ålder och uppåt. Jämfört med år 2020 är det dock en lägre nivå. Bland de yngre barnen, upp till 13 år, har andelarna som använder sociala medier mer än tre timmar per dag antingen ökat något jämfört med 2020, eller ligger kvar på samma nivå. Men bland barn från 14 år har andelarna tvärtom minskat, t.ex. med cirka 10 procentenheter bland 17–18-åringarna. En möjlig förklaring till den högre användningen bland gymnasieungdomar under år 2020 är fjärr- och distansundervisningen under den då rådande pandemin. Eftersom de flesta gymnasieungdomar inte gick i skolan som vanligt och även andra smittskyddsrestriktioner begränsade möjligheterna att träffas fysiskt var sociala medieplattformar ett av få sätt att umgås.

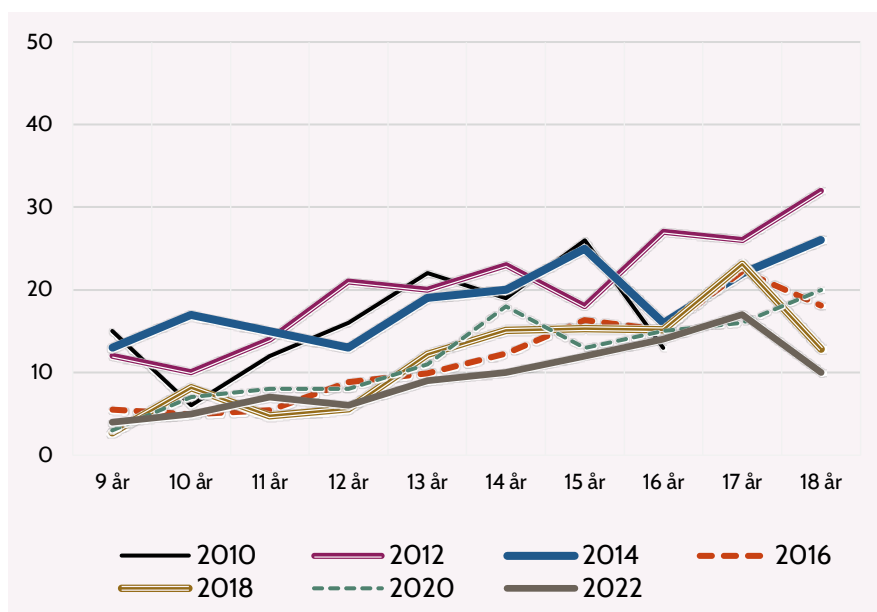
## 10 d. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag 2010–2022 (%)



Andelarna som spelar datorspel eller spel på konsol (tv-spel) mer än tre timmar per dag har varierat ganska mycket under åren, men under samtliga år har spelandet kulminerat bland barn mellan 13 och 16 år. 2022 framstår som ett tämligen genomsnittligt år utan vare sig markanta ökning eller minskningar av spelandet i någon ålder.

I två åldrar – 15 år respektive 18 år – kan en tendens börja urskiljas på så sätt att andelarna som spelar mer än tre timmar per dag minskar successivt från de första undersökningsåren fram till 2022.

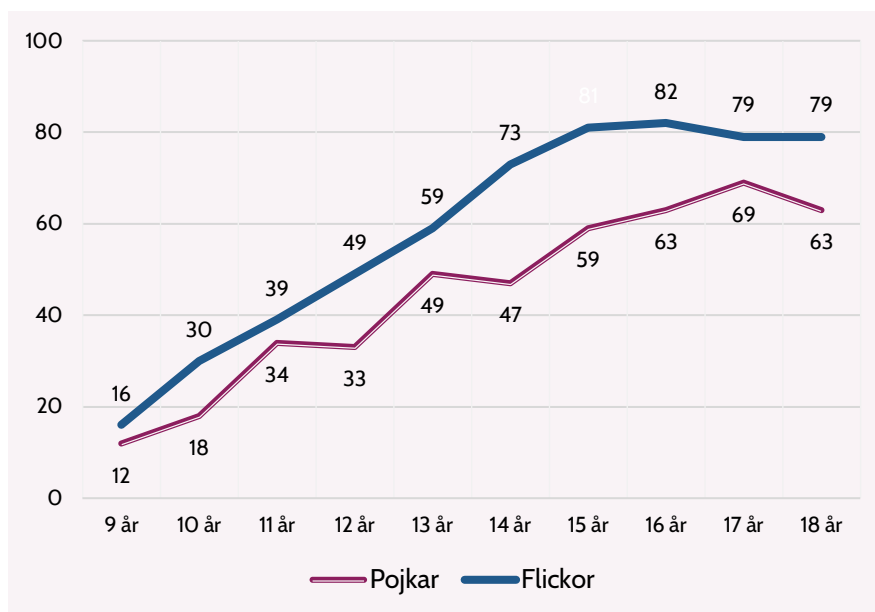
## 10 e. Tittar på film/tv-program mer än 3 timmar/dag 2010–2022 (%)



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. Tittandet till och med ökade något bland t.ex. 18-åringarna. Men år 2022 minskar tittandet igen i några åldrar eller ligger kvar på samma nivå som 2020. Skillnaderna mellan år 2020 och 2022 är generellt små, men betraktas utvecklingen under tioårsperioden 2012–2022 är det stora förändringar. Bland 9-åringarna var andelen som tittade mer än tre timmar på filmer och tv-program 12 % år 2012, men endast 4 % år 2022. Bland 18-åringarna var det 32 % som tittade mer än tre timmar per dag år 2012, vilket nu har minskat till 10 %.<sup>4</sup>

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.

#### 10 f. Använder mobil mer än 3 timmar/dag, kön, 2022 (%)

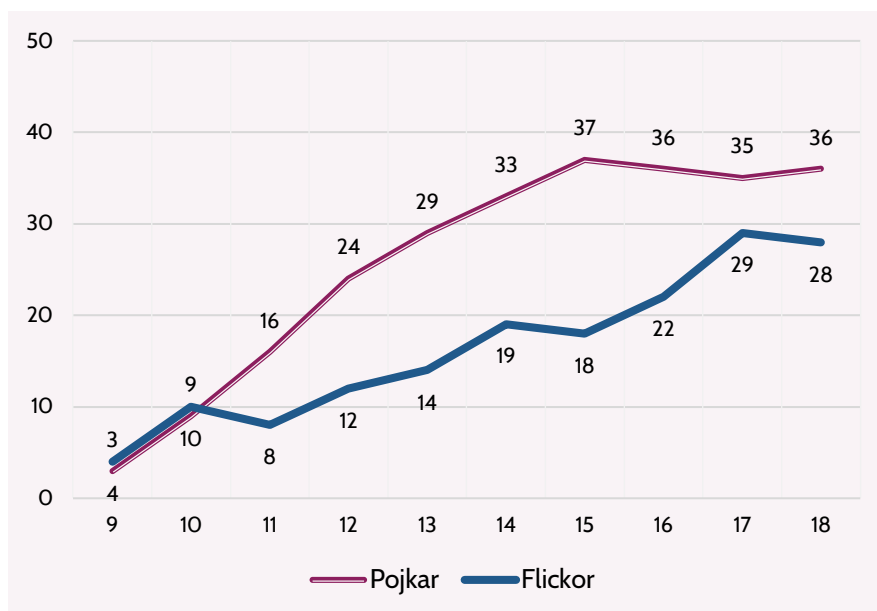


■ 4 I undersökningen 2010 ingick inte 17–18-åringar, därför saknas data för dessa.

I alla åldrar är det större andelar av flickorna, än pojkarna, som använder mobilen mer än tre timmar en vanlig dag, vilket bekräftar föregående års resultat. Skillnaden är störst i åldern 14–16 år.

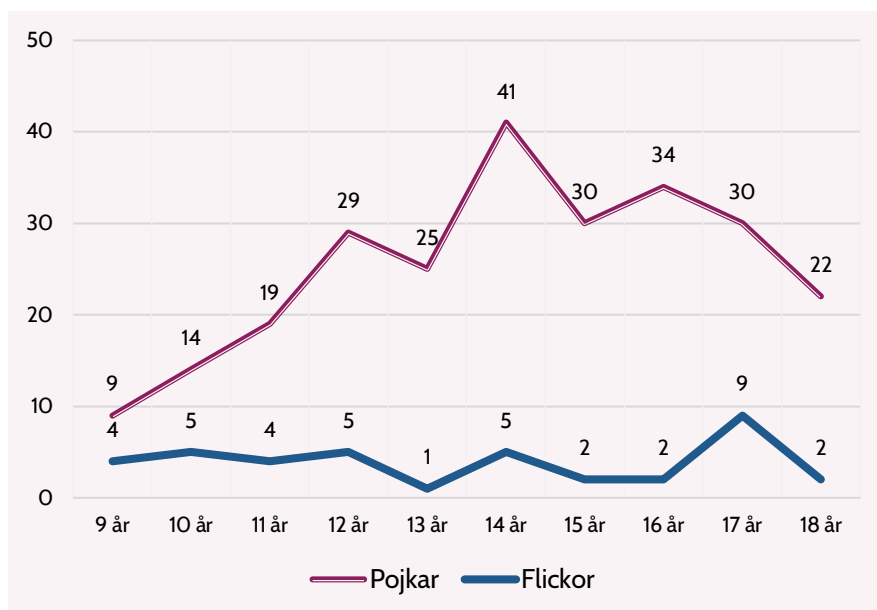
Jämfört med år 2020 ökar andelarna som använder mobilen mer än tre timmar per dag bland de yngsta flickorna (9–10 år) samt bland 15–16-åringarna. I övriga åldrar finns ingen förändring eller en något minskad användning bland flickor (11 respektive 13 år). Bland pojkar minskar andelarna som använder mobilen mer än tre timmar per dag något i åldrarna 12–14 år, i övriga åldrar finns inga förändringar eller en något ökad användning. Som tidigare nämnts (diagram 10 b) minskar den totala andelen barn som använder mobilen mer än tre timmar per dag i åldern 11–14 år och förändringarna finns således bland både pojkar och flickor, men i varierande grad. I övriga åldrar finns det ingen entydig tendens till vare sig ökad eller minskad mobilanvändning.

### 10 g. Använder dator mer än 3 timmar/dag, kön, 2022 (%)



Från 11 års ålder använder större andelar av pojkarna, än flickorna, datorer mer än tre timmar en vanlig dag. Könsskillnaderna är störst mellan 13 och 16 års ålder. Dessa skillnader hänger samman med att pojkar spelar datorspel i betydligt högre grad än flickor (se diagram 10 h).

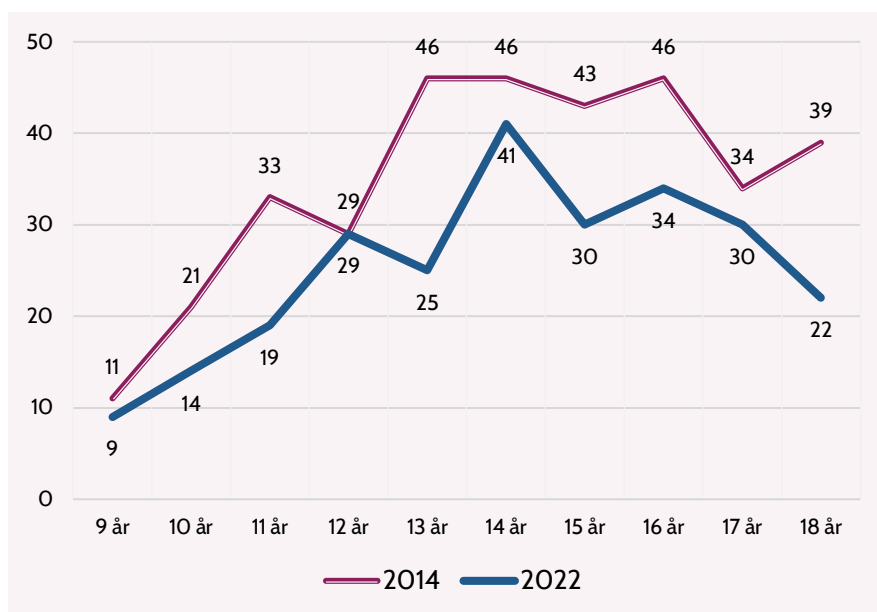
## 10 h. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag, kön, 2022 (%)



I alla åldrar är det större andelar av pojkarna, än flickorna, som spelar spel på dator eller konsol (tv-spel) mer än tre timmar en vanlig dag. Det skiljer 30–40 procentenheter mellan pojkar och flickor i de flesta åldrar, vilket innebär att könsskillnaderna är generellt större när det gäller datorspel än användning av sociala medier (jfr diagram 10 h och 10 k). Så har även varit fallet tidigare år.

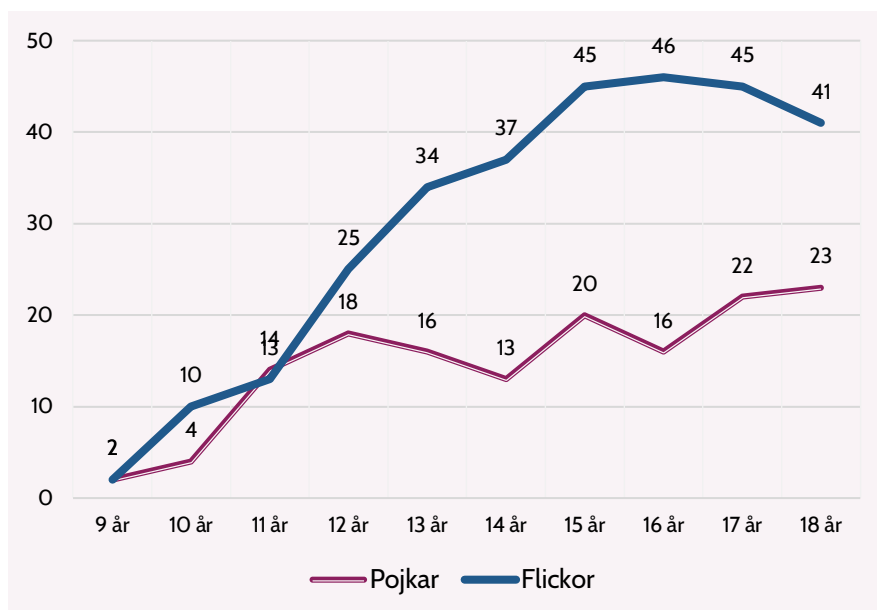
Jämfört med 2020 har andelen pojkar från 15 års ålder och uppåt som spelar mer än tre timmar en vanlig dag minskat. Eftersom elever på gymnasiet och en del högstadieskolor hade distansundervisning under år 2020 var möjligheterna att spela flera timmar per dag större då. Även bland flickorna finns en tendens till att andelarna som spelar mer än tre timmar en vanlig dag minskar, men det är från redan väldigt låga nivåer.

### 10 i. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag, pojkar, 2014 och 2022 (%)



Betraktas datorspelandet bland pojkar över en längre tid framkommer att andelarna som spelar mer än tre timmar per dag har minskat märkbart (diagram 10 i). År 2014 var det 44 % av pojkarna i åldersgruppen 13–16 år som spelade mer än tre timmar per dag. År 2022 har andelen minskat till 32 %.

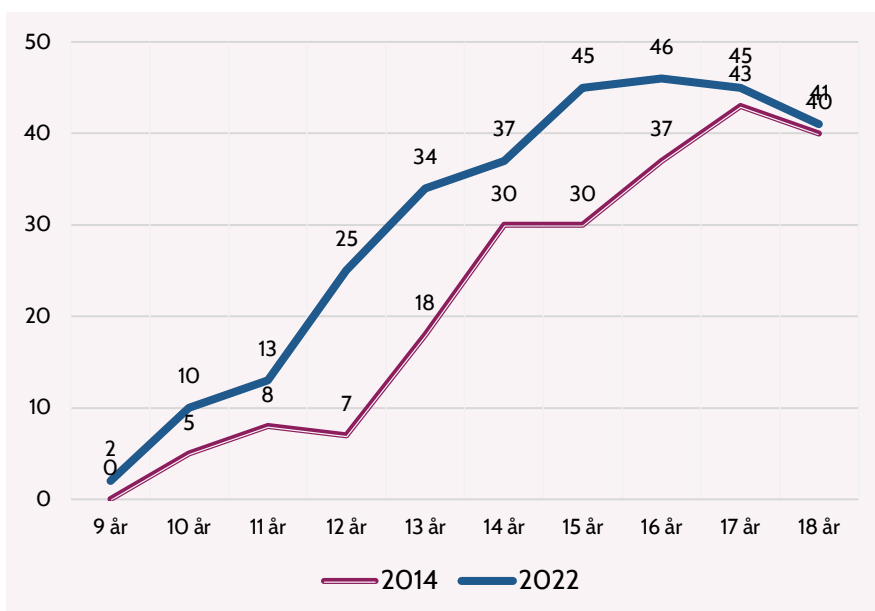
### 10 j. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag, kön, 2022 (%)



I nästan alla åldrar är det större andelar av flickorna än pojkarna som använder sociala medier mer än tre timmar en vanlig dag. Skillnaderna är störst mellan 14 och 17 års ålder då det skiljer mer än 20 procentenheter mellan pojkar och flickor.

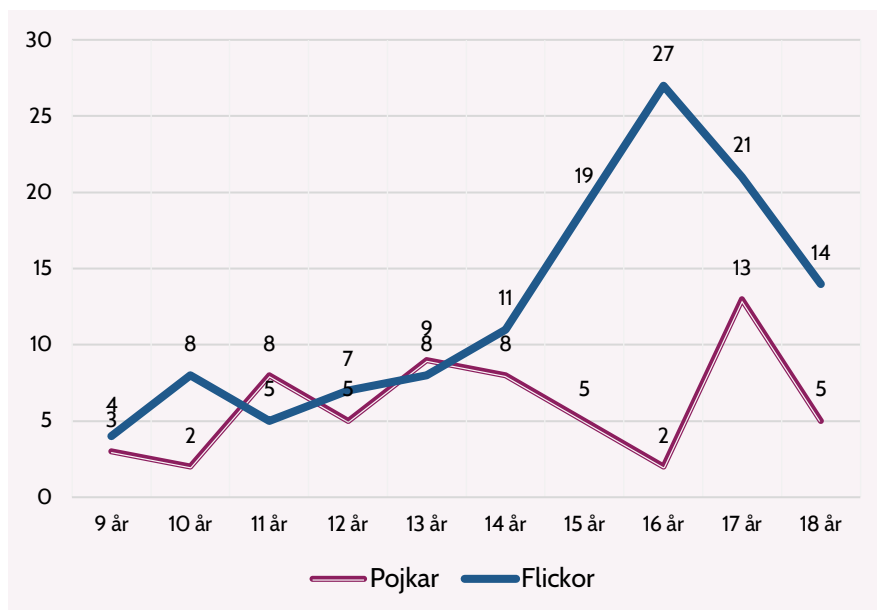
Under år 2020 ökade andelarna som använde sociala medier mer än tre timmar per dag bland flickor i de flesta åldrar. Från 14 års ålder var de över 40 % och i 17–18-årsåldern över 50 %. Men efter pandemin minskar användningen igen, till under 50 % i alla åldrar. Den ganska markanta ökningen bland de äldsta tonårsflickorna under 2020 var alltså sannolikt en effekt av distansundervisning och övriga smittskyddsrestriktioner som begränsade andra former av social interaktion.

### 10 k. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag, flickor, 2014 och 2022 (%)



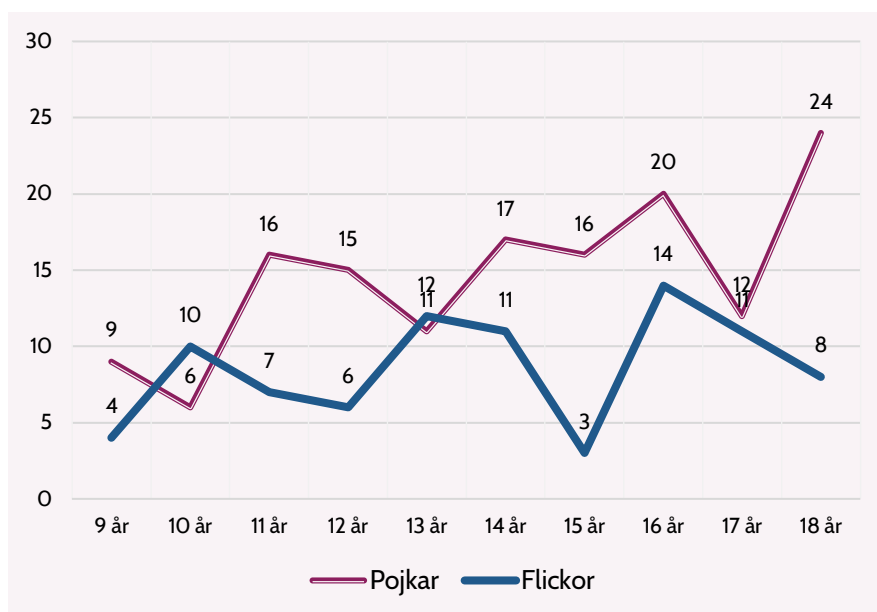
Betraktas användningen av sociala medier bland flickor över en längre tid, från 2014 och framåt, har andelarna "höganvändare" främst ökat i åldrarna 10 till 16 år. Bland 17–18-åringarna är andelarna som använder sociala medier mer än tre timmar per dag på samma nivå år 2022 som 2014 (diagram 10 k).

## 10 l. Tittar på film/tv-program mer än 3 timmar/dag, kön, 2022 (%)



Från 14 års ålder är det större andelar av flickorna än pojkarna som tittar på filmer och tv-program mer än tre timmar en vanlig dag. Jämfört med år 2020, det vill säga under pandemin, är den tydligaste skillnaden att både flickor och pojkar i 18-årsåldern då tittade fler timmar per dag på film och tv.

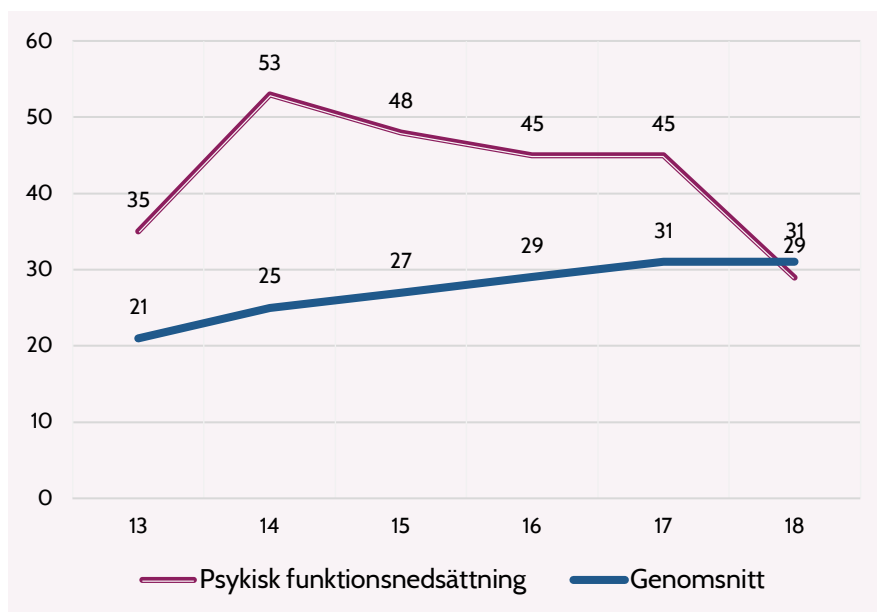
## 10 m. Tittar på Youtube mer än 3 timmar/dag, kön, 2022 (%)





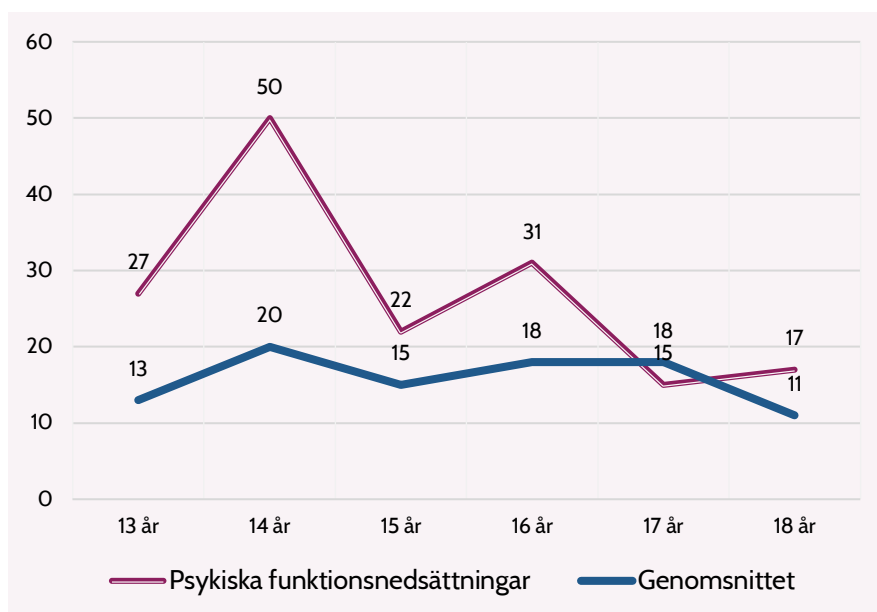
I de flesta åldrar är andelen som tittar mer än 3 timmar en vanlig dag på Youtube större bland pojkar än flickor. Könsskillnaderna var dock mer konsekventa under år 2020. På grund av omformuleringar av frågan är det vanskligt att jämföra resultaten längre tillbaka.

### 10 n. Använder dator mer än 3 timmar/dag, ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, 2022 (%)

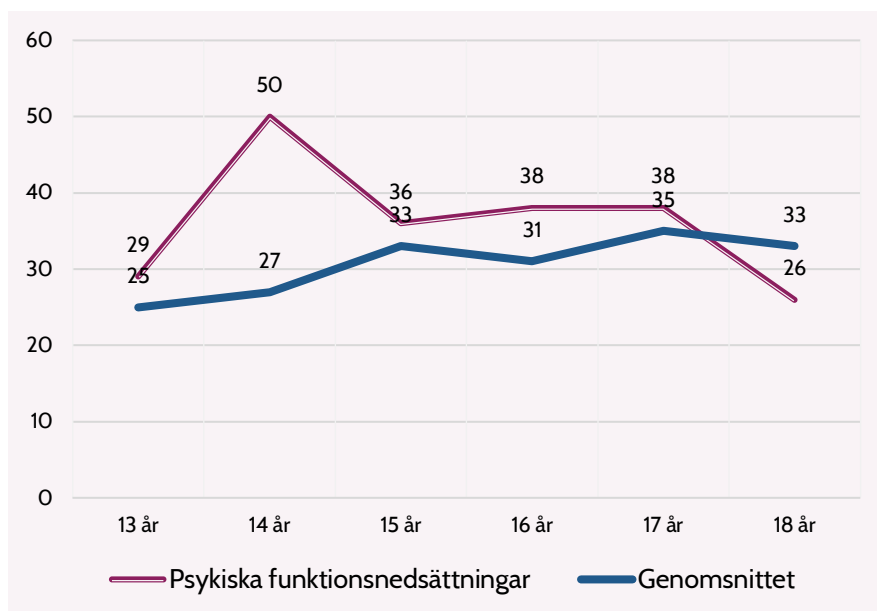


Tonåringar med psykiska funktionsnedsättningar använder mobiltelefon i ungefär samma utsträckning som andra ungdomar. Däremot använder de datorer i betydligt högre grad än genomsnittet. Mellan 13 och 17 års ålder är andelarna som använder datorer mer än tre timmar per dag betydligt större bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar (diagram 10 n). Även andelarna som spelar spel på dator eller konsol mer än tre timmar per dag är generellt större bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar, vilket är ett mönster som även syns tidigare år (diagram 10 o).

### 10 o. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag, ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, 2022 (%)

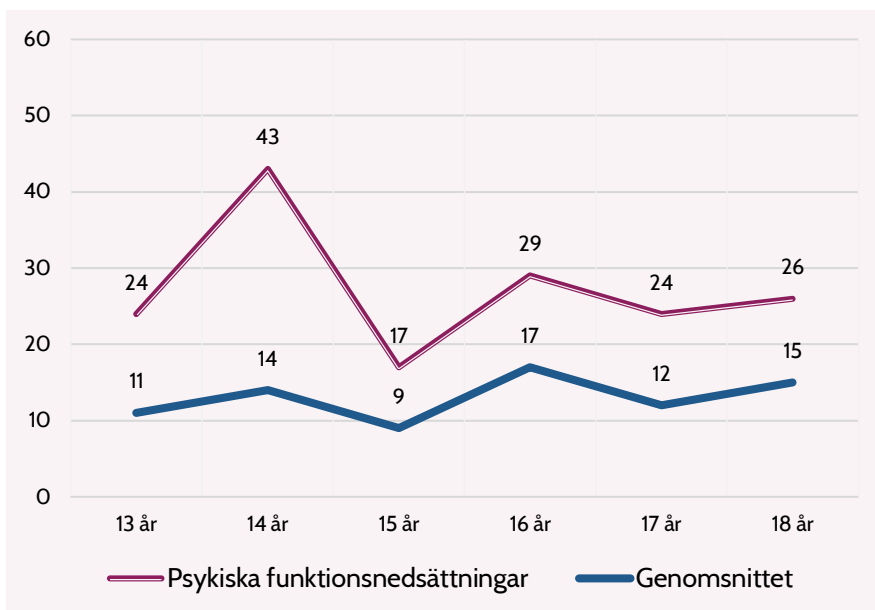


### 10 p. Använder sociala medier mer än 3 timmar/dag, ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, 2022 (%)

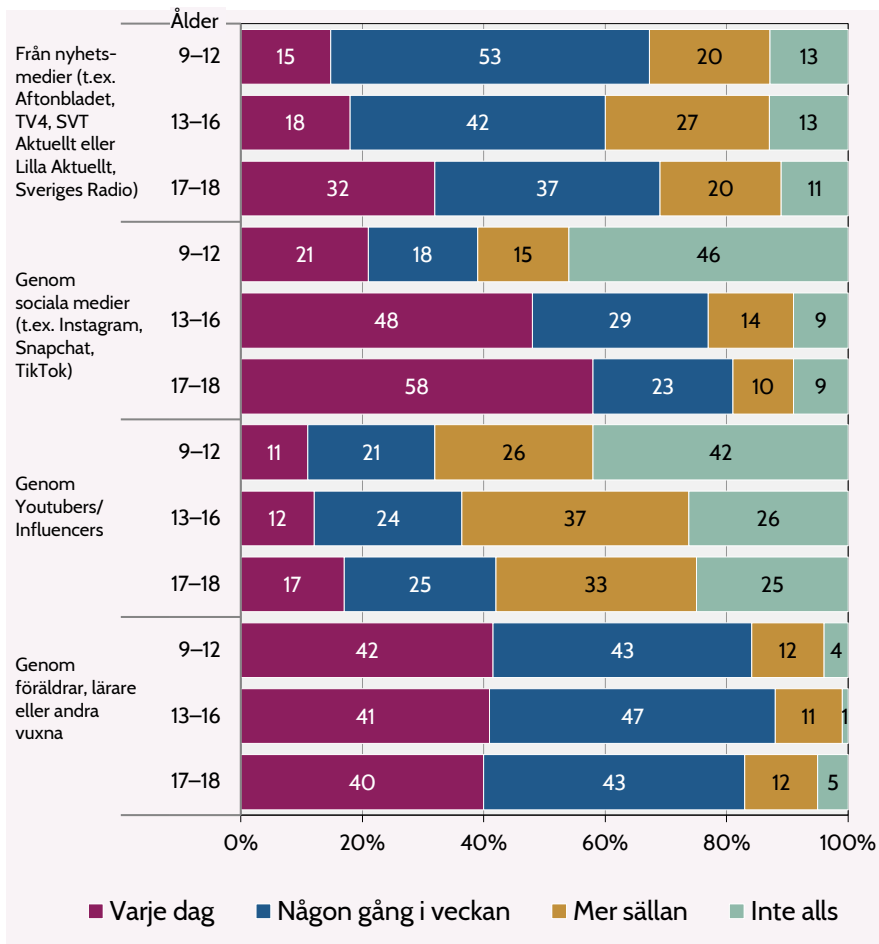


Mellan 13 och 17 års ålder tenderar större andelar av ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar använda sociala medier mer än tre timmar per dag, jämfört med genomsnittet (diagram 10 p). I tonåren tittar barn med psykiska funktionsnedsättningar även på filmer och tv-program samt Youtube i högre grad än genomsnittet (diagram 10 q).

## 10 q. Tittar på Youtube mer än 3 timmar/dag, ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, 2022 (%)



## 11. Hur ofta tar du del av nyheter om vad som händer i det svenska samhället och i världen... (%)



Andelarna som tar del av nyheter ökar med stigande ålder. Detta gäller oavsett om barnen tar del av nyheter från traditionella nyhetsmedier som Aftonbladet, TV4, SVT och Sveriges radio, genom sociala medier som Instagram, Snapchat och Tiktok, eller genom youtubers/influencers. Att ta del av nyheter genom föräldrar, lärare och andra vuxna är dock lika vanligt i alla åldersgrupper. Över 80 % i alla åldersgrupper tar del av nyheter genom vuxna varje dag eller någon gång i veckan vilket innebär att det är den vanligaste vägen till nyheter i alla åldersgrupper. I den äldsta gruppen, 17–18 år, är dock sociala medier nästan lika vanligt. I båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18 sker den *dagliga* nyhetskonsumtionen främst genom sociala medier: hälften eller mer än hälften av ungdomarna tar dagligen del av nyheter via sociala medier.

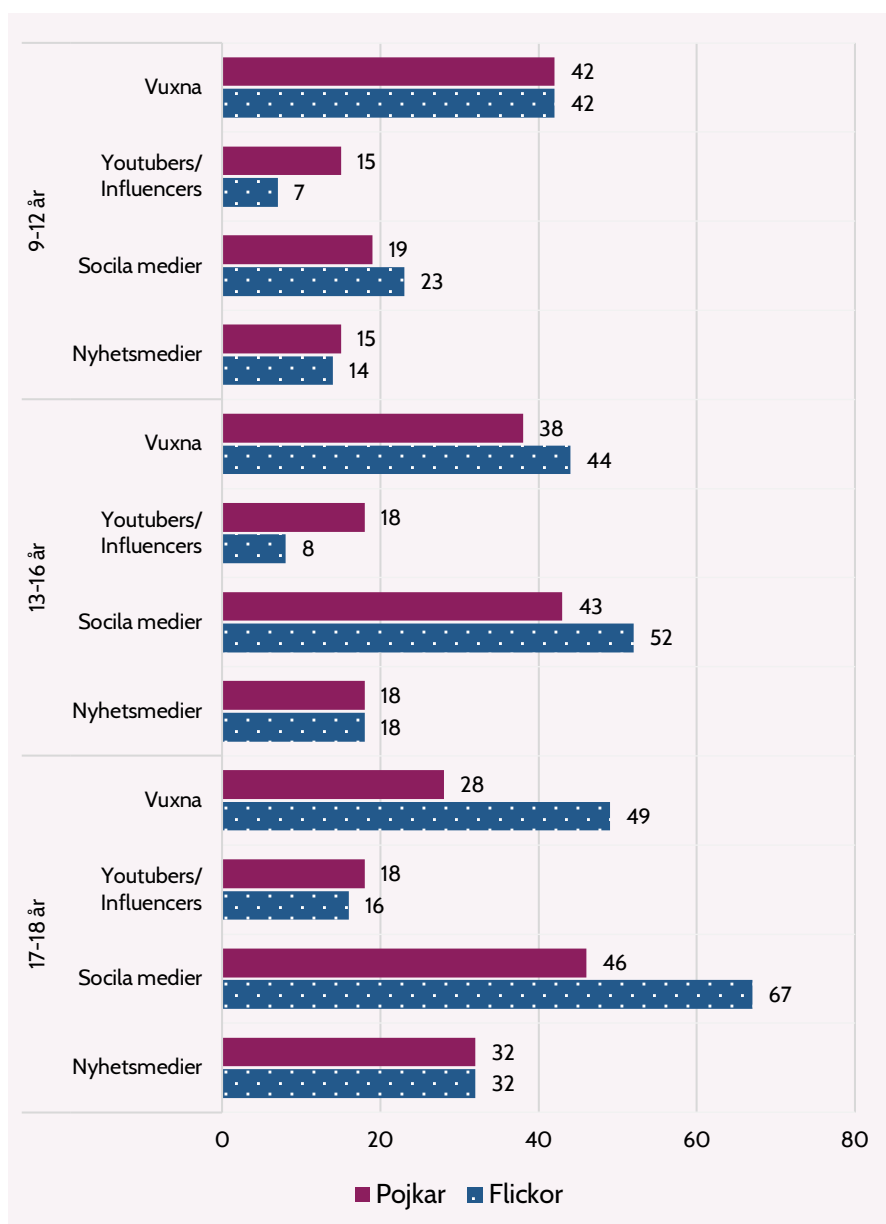
Nyhetslandskapet och sätten som man kan ta del av nyheter på – och kanske även hur begreppet ”nyhet” ska förstås – har förändrats under åren vilket medfört att frågorna i Ungar & medier har behövt omformuleras flera gånger. Det saknas därför direkt jämförbara resultat från tidigare år, men vissa jämförelser och reflektioner är ändå möjliga. I den förra undersökningen år 2020 löd frågan kort och gott ”Brukar du ta del av nyheter?”, med samma svarsalternativ som i årets undersökning (från *varje dag* till *inte alls*). Då definierades eller avgränsades alltså inte ”nyheter” på något sätt. Men jämförs resultaten från år 2020 med resultaten för den första delfrågan i diagram 11 ovan, *Från nyhetsmedier*, är det nästan exakt samma andelar som svarar *varje dag* samt *inte alls*. En möjlig tolkning av detta är att begreppet ”nyheter” är ganska starkt förknippat med traditionella nyhetsmedier bland barnen och att det är främst det som barnen kommer att tänka på när de får frågor om de ”brukar ta del av nyheter”.

Om samma jämförelse görs kan också noteras att andelarna som svarar att de brukar ta del av nyheter från nyhetsmedier *någon gång i veckan* har ökat med 17 procentenheter i åldersgruppen 9–12 och med 7 procentenheter i åldersgruppen 13–16, jämfört med år 2020.

I den förra undersökningen fanns en fråga om hur ofta barnen brukade ”ta del av nyheter och information om t.ex. corona-viruset, smittans spridning och hur man ska skydda sig”, följt av 17 olika nyhetsmedier, plattformar och andra källor eller förmedlare av nyheter och information. En av dessa var youtubers/influencers. I åldersintervallet 9–12 svarade barnen på ungefär samma sätt år 2020 som 2022 (diagram 11). I intervallet 13–16 år har andelarna som varje dag tar del av nyheter via youtubers/influencers minskat något medan andelen som mer sällan tar del av nyheter den vägen ökat i motsvarande grad. I den äldsta gruppen har andelarna som dagligen eller någon gång i veckan tar del av nyheter via youtubers/influencers ökat, från 34 % till 42 %. Samtidigt har andelen som *inte alls* tar del av nyheter på det sättet minskat med 16 procentenheter. Youtubers/influencers verkar således ha blivit viktigare som nyhetsförmedlare för unga i åldern 17–18 år.

Vad gäller sociala medier visade undersökningen år 2020 att Instagram och Snapchat var de vanligaste för nyhetskonsumtion. Eftersom alla sociala medier nu har slagits samman till en kategori går det inte att avgöra hur mycket användningen av sociala medier för nyheter har ökat, men det var betydligt fler år 2020 som svarade att de *inte alls* använde de olika plattformarna för att ta del av nyheter. Det är fortfarande ungefär hälften av barnen i 9–12 som inte alls använder sociala medier för att ta del av nyheter, men bland tonåringarna är det betydligt färre (9 %).

### 11 b. Tar dagligen del av nyheter..., kön (%)

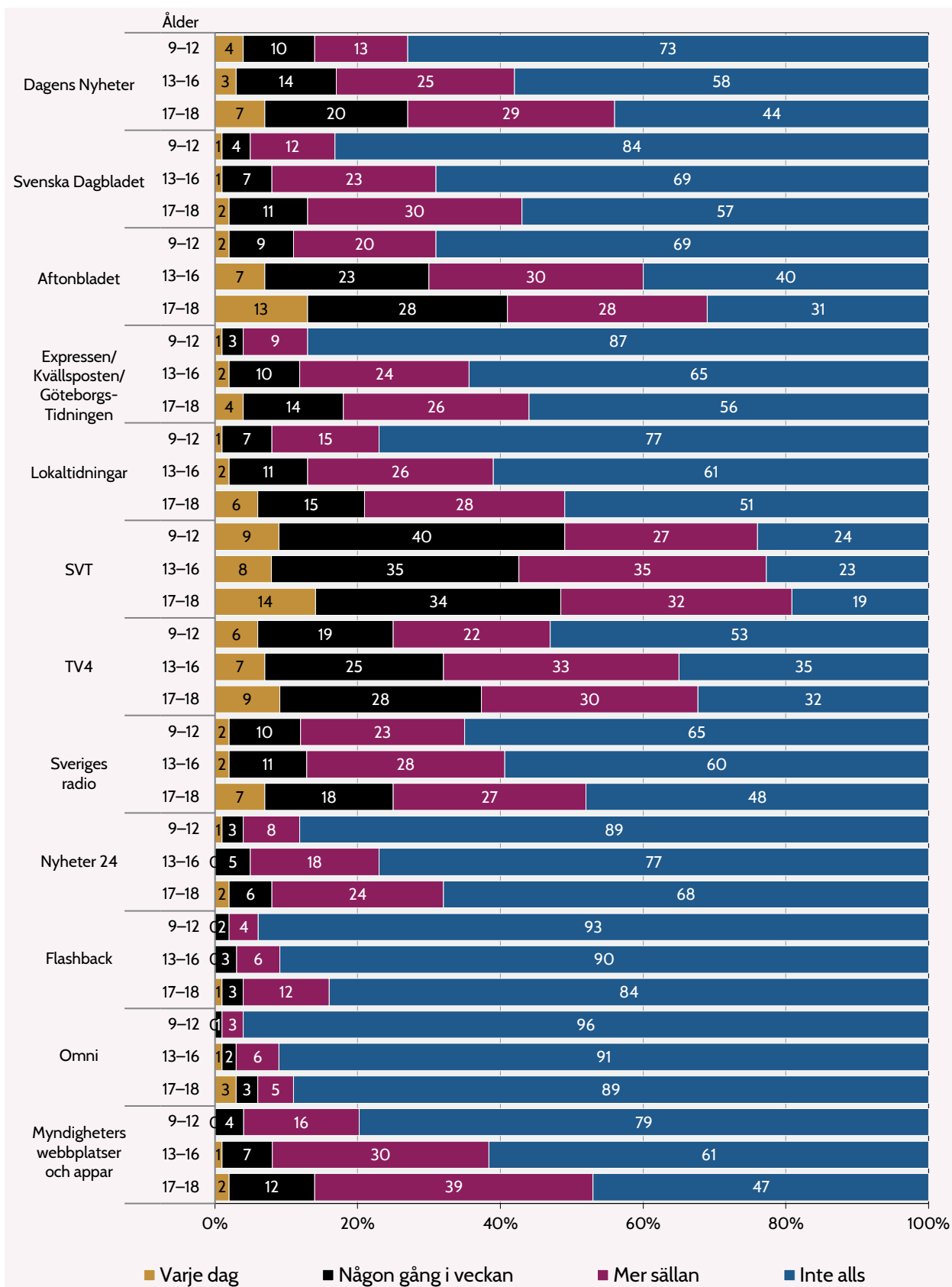


Det finns en del skillnader mellan pojkar och flickor gällande nyheter. I åldersintervallet 9–12 svarar en något större andel av pojkarna än flickorna att de *inte alls* tar del av nyheter via nyhetsmedier. Å andra sidan svarar en större andel av flickorna att de inte alls tar del av nyheter via youtubers/influencers.

I tonåren är det små skillnader mellan pojkar och flickor när det gäller användningen av traditionella nyhetsmedier. Däremot ökar användningen av sociala medier för nyheter mer bland flickor än bland pojkar vilket innebär att skillnaderna mellan flickor och pojkar ökar med stigande ålder. Men allra störst är skillnaden när det gäller att ta del av nyheter genom föräldrar, lärare eller andra vuxna. Samtidigt som andelen som dagligen tar del av nyheter genom vuxna ökar med stigande ålder bland flickor, så minskar andelen bland pojkar (diagram 11 b).

Barn med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 13–16 svarar i något högre grad att de inte alls tar del av nyheter via nyhetsmedier och sociala medier. Det är även en något mindre andel som varje dag tar del av nyheter genom vuxna i sin närhet (35 %, jfr 41 % i genomsnitt). I åldersintervallet 17–18 år är det en något större andel som dagligen tar del av nyheter genom youtubers/influencers (25 %, jfr 17 % i genomsnitt) och en mindre andel som inte alls tar del av nyheter den vägen. För övrigt finns inga nämnvärda skillnader mellan ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet.

## 12. 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? (%)



SVT, följt av TV4 och Aftonbladet, är de nyhetsmedier som flest barn i alla åldrar använder för att ta del av nyheter. Det är samma nyhetsmedier som användes mest under covid-19-pandemin. För de flesta nyhetsmedier ökar användningen med barnens stigande ålder, men för SVT är skillnaderna mellan åldersgrupperna små.

Omni har inte varit med i någon tidigare undersökning, och används inte i någon större utsträckning. Omni är, tillsammans med diskussionsforumet Flashback, den källa som används minst i alla åldersgrupper.

Som tidigare nämnts genomfördes den förra datainsamlingen under den pågående covid-19-pandemin varför frågan då explicit nämnde ”nyheter och information om t.ex. corona-viruset, smittans spridning och hur man ska skydda sig”. Detta har nu formulerats om till ”nyheter och information om vad som händer i det svenska samhället och i världen”. Resultaten för samtliga nyhetsmedier samt Flashback är dock mycket näraliggande varandra dessa år och det finns bara några få nämnvärda förändringar: jämfört med resultaten från år 2020 har andelarna som svarar att de *inte alls* tar del av nyheter på SVT minskat med cirka 10 procentenheter i båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18. I den äldsta gruppen minskar även andelen som *inte alls* tar del av nyheter genom Sveriges Radio med 8 procentenheter. Public service förefaller alltså ha stärkt sin position som nyhetsförmedlare bland ungdomar.

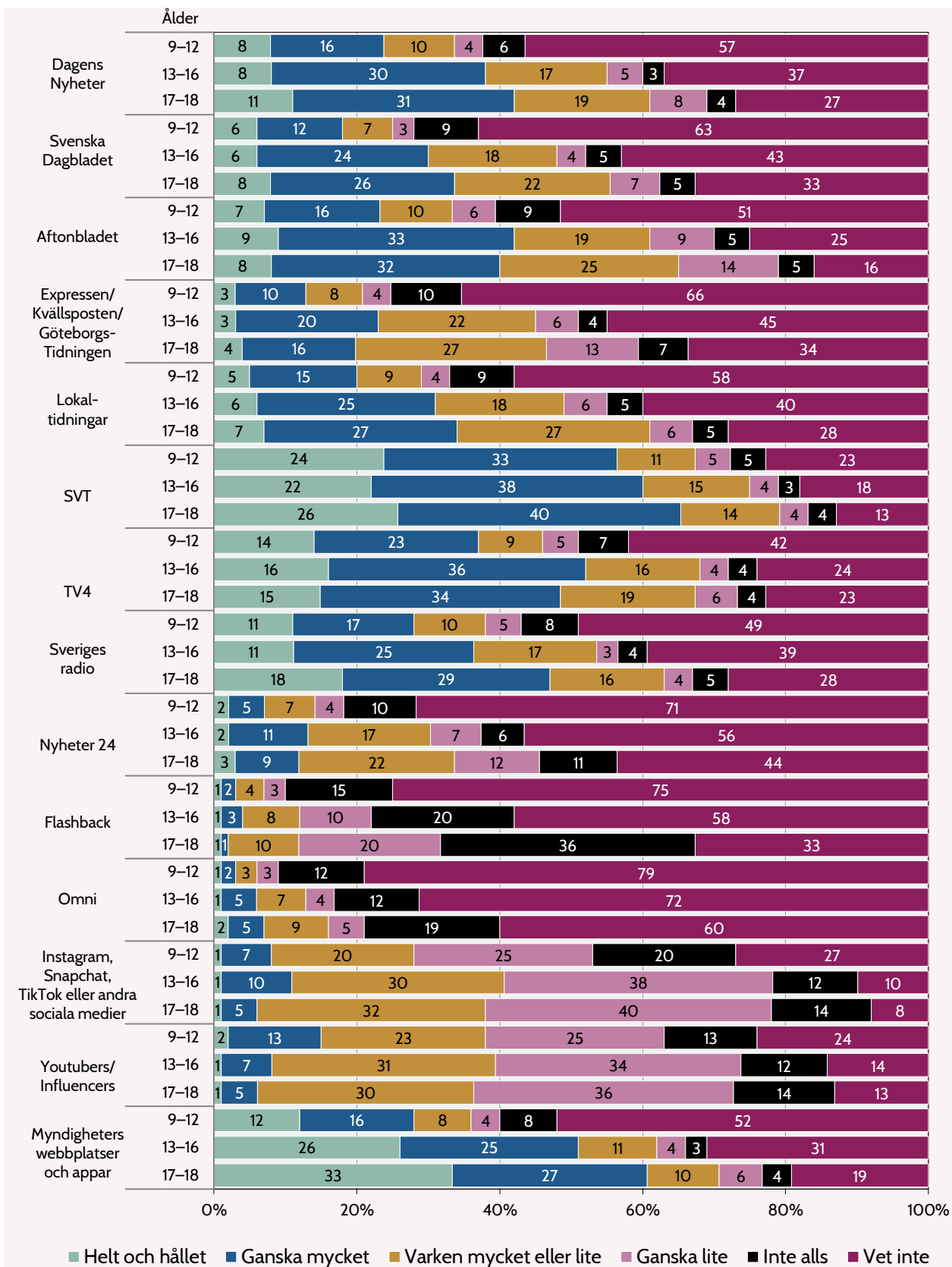
Den största skillnaden jämfört med år 2020 gäller delfrågan ”myndigheters webbplatser och appar”. I undersökningen 2020 löd denna i stället ”Folkhälsomyndigheten eller andra myndigheter”. Det var betydligt fler barn i alla åldersgrupper som dagligen eller någon gång i veckan tog del av nyheter och information från myndigheter under den pågående pandemin än 2022. Under pandemin rådde ett exceptionellt läge där Folkhälsomyndigheten höll dagliga presskonferenser och som knappast är jämförbart med hösten 2022, när data till föreliggande rapport samlades in. Trots detta kan konstateras att större andelar av barnen i alla åldersgrupper dagligen eller någon gång i veckan tar del av nyheter och information via myndigheters webbplatser och appar än genom Omni, Nyheter24 och Flashback.

I åldersintervallet 9–12 finns inga tydliga könsskillnader. Bland tonåringar tenderar pojkar att i något högre grad än flickor svara att de *inte alls* tar del av de olika nyhetsmedierna samt myndigheters webbplatser och appar. Denna tendens fanns även i 2020 års undersökning. I fråga om Flashback finns inga könsskillnader alls.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar svarar i något högre grad än genomsnittet att de *inte alls* tar del av de etablerade nyhetsmedier som frågan omfattar. För SVT, TV4 och Sveriges Radio skiljer det 11–13 procentenheter mellan barn med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet i åldersintervallet 13–16. I den äldsta gruppen är skillnaderna större, t.ex. 20–25 procentenheter för public service-medierna. Dessa tendenser fanns även i den förra undersökningen.



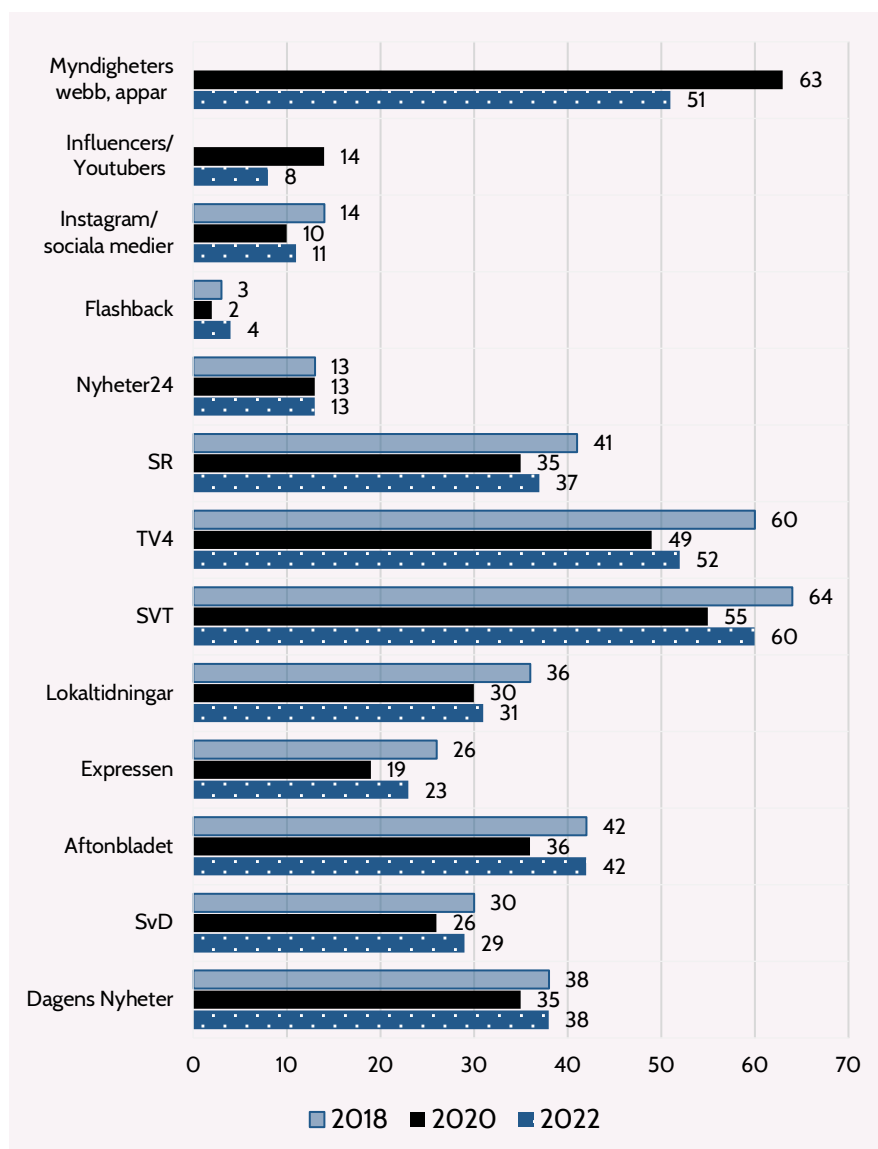
### 13. Hur mycket litar du på nyheter och information från följande källor och nyhetsförmedlare? (%)



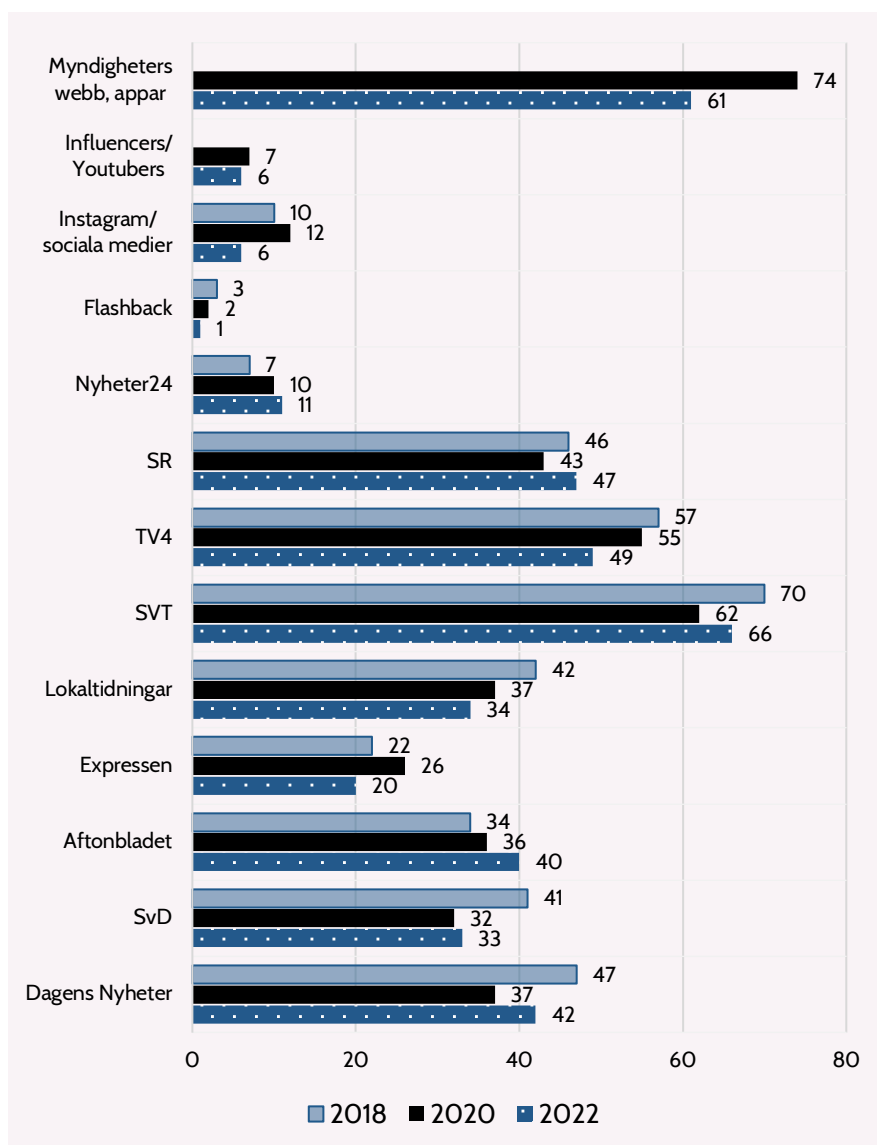
Äldre barn använder fler nyhetskällor och litar generellt något mer på nyhetskällorna än barn i åldern 9–12. Störst förtroende åtnjuter SVT, TV4, Sveriges Radio och myndigheters webbplatser och appar. Mellan 57 % och 66 % *litar helt och hållet* eller *ganska mycket* på SVT i de olika åldersgrupperna. Motsvarande siffror för TV4 är mellan 37 % och 52 %.

Förtroendet är generellt lägre för de nätbaserade nyhetsförmedlarna Omni och Nyheter24. Allra lägst är förtroendet för information på diskussionsforumet Flashback, men även information och nyheter som inhämtas via sociala medier och 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 11 % som litar helt eller ganska mycket på nyheter och information på sociala medier (13–16-åringarna) och 15 % som litar helt eller ganska mycket på youtubers/influencers (9–12-åringarna).

### 13 b. Andelar som litar helt eller ganska mycket på... 2018–2022, 13–16 år (%)



### 13 c. Andelar som litar helt eller ganska mycket på..., 2018–2022, 17–18 år (%)



Jämförs resultaten för de etablerade nyhetsmedierna med tidigare år kan vissa förändringar skönjas. Under år 2020 minskade andelarna som *litade helt* eller *ganska mycket* på de flesta etablerade nyhetsmedier bland ungdomar i båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18 (diagram 13 b och 13 c). Exempelvis minskade andelarna som litade helt eller ganska mycket på SVT med 8–9 procentenheter. För de flesta nyhetsmedier har dock resultaten nu återgått till de nivåer de låg på år 2018 (innan covidpandemin år 2020), men med några undantag. I båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18 gäller det lokaltidningar, SVT och TV4. Jämfört med år 2018 har andelarna som litar helt eller ganska mycket på TV4 minskat med 8 procentenheter i båda åldersgrupperna. Andelarna som litar helt eller ganska mycket på lokaltidningar har minskat med 5 procentenheter i åldersgruppen 13–16 och med 8 procentenheter i åldersgruppen 17–18 år. För SVT är minskningen 4 procentenheter i båda åldersgrupperna.

Vad gäller information från myndigheter finns bara jämförelsedata från år 2020. Jämfört med detta år har andelarna som *litar helt* eller *ganska*

*mycket* på myndighetsinformation minskat med cirka 15 procentenheter i alla åldersgrupper. Detta innebär dock inte att andelarna som *inte* litar på myndigheters webbplatser och appar har ökat utan att andelarna som svarar *vet inte* har ökat. Detta hänger sannolikt ihop med den ökade synlighet som Folkhälsomyndigheten hade under undersökningsperioden 2020.

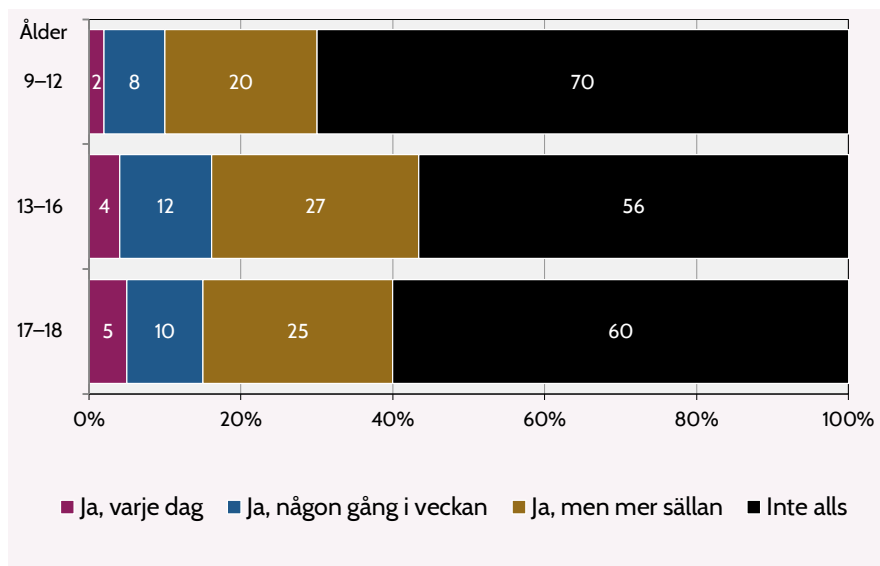
Det finns inga tendenser till ökat förtroende för nyheter och information via Flashback, youtubers/influencers eller sociala medier i någon av åldersgrupperna.

Könsskillnaderna i åldersintervallet 9–12 är överlag små. Det enda som avviker är att flickor svarar *vet inte*, i högre grad än pojkar, gällande nätbaserade Omni, Nyheter24, Flashback, youtubers/influencers samt myndigheters webbplatser och appar. Pojkar uttrycker således en åsikt om dessa i högre grad än flickor. I åldersintervallet 13–16 finns inga nämnvärda könsskillnader. I åldersgruppen 17–18 uttrycker flickor i något högre grad än pojkar att de litar helt eller ganska mycket på några nyhetsmedier: Dagens Nyheter, TV4 och Sveriges Radio. Flickor är mer kritiska än pojkar till Flashback och youtubers/influencers. Bland flickor är det 61 % som inte litar alls, eller litar ganska lite, på Flashback och 58 % avseende youtubers/influencers. Motsvarande siffror bland pojkar är 49 % respektive 41 %. För övrigt är könsskillnaderna små eller obefintliga.

Vad gäller tilliten till olika källor, nyhetsförmedlare och plattformar bland barn med psykiska funktionsnedsättningar återkommer ett mönster som även fanns i den förra undersökningen år 2020. Barn med psykiska funktionsnedsättningar i åldersgruppen 13–16 svarar i högre grad än genomsnittet att de *inte vet* hur mycket de kan lita på de etablerade nyhetsmedier som frågan omfattar. Samtidigt svarar de i lägre grad än genomsnittet att de *litar helt och hållet* eller *ganska mycket* på dessa nyhetsmedier. Det är t.ex. 45 % av barnen med psykiska funktionsnedsättningar som litar helt eller ganska mycket på SVT, jämfört med 60 % i genomsnitt. 52 % av barnen med psykiska funktionsnedsättningar vet inte om de litar på Sveriges Radio, jämfört med 39 % i genomsnitt. Samma mönster finns i fråga om myndigheters webbplatser och appar. Å andra sidan litar barn i åldern 13–16 år med psykiska funktionsnedsättningar på nyheter och information de tar del av genom sociala medier och youtubers/influencers i något högre grad än genomsnittet.

Även i åldersintervallet 17–18 år tenderar de med psykiska funktionsnedsättningar svara *vet inte* i högre grad än genomsnittet och tilliten till vissa nyhetsmedier är lägre än för genomsnittet. Det är t.ex. 50 % av ungdomarna med psykiska funktionsnedsättningar som litar helt eller ganska mycket på SVT, jämfört med 66 % i genomsnitt. 40 % av ungdomarna med psykiska funktionsnedsättningar vet inte om de litar på Sveriges Radio, jämfört med 28 % i genomsnitt. När det däremot gäller myndigheters webbplatser och appar samt nyheter och information som ungdomar tar del av genom sociala medieplattformar eller youtubers/influencers avviker inte ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar från genomsnittet i den äldsta gruppen.

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



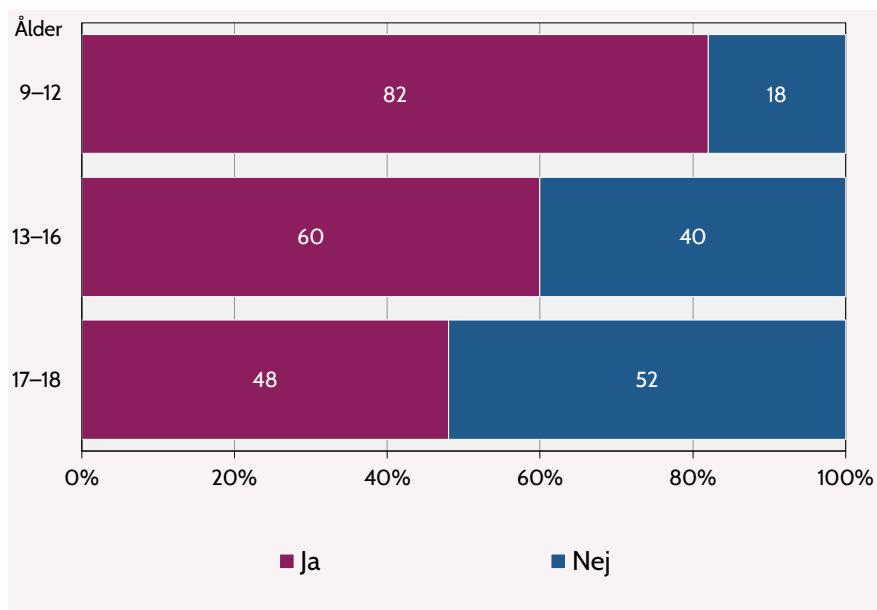
Det är få barn och ungdomar som brukar dela eller kommentera samhällsnyheter på daglig basis. Det är större andelar bland tonåringarna än bland yngre barn, men ändå inte mer än cirka 15 % som dagligen eller någon gång i veckan delar nyheter på sociala medieplattformar.

I åldersgruppen 13-16 finns inga könsskillnader, men i åldersgruppen 17-18 år är det en något större andel av pojkarna som *inte alls* delar nyheter. Om pojkar delar nyheter så sker det dock något mer frekvent än bland flickor som främst delar nyheter *mer sällan*.

I åldern 13-16 år finns det inga skillnader mellan barn med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, men i åldern 17-18 delar ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar nyheter i något högre grad – och mer frekvent – än genomsnittet. Totalt 24 % av ungdomarna med psykiska funktionsnedsättningar uppger att de brukar dela samhällsnyheter dagligen eller någon gång i veckan.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar och därför finns ingen jämförelsedata.

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



Drygt 80 % av barnen i åldern 9–12 spelar någon eller några former av digitala spel. Andelarna som spelar olika digitala spel minskar sedan med stigande ålder, men ändå spelar ungefär hälften av 17–18-åringarna.

I den yngsta gruppen finns det inga könsskillnader men bland tonåringarna är det fler pojkar än flickor som spelar olika digitala spel. Skillnaden är störst i åldern 13–16 där 71 % av pojkarna och 50 % av flickorna spelar.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar spelar i något högre grad än genomsnittet, men det är små skillnader.

## 16. 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 15) har fått en följdfråga om vilka spel de oftast spelar. Svartalternativen 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 (t.ex. 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 de som spelar som spelar just detta spel.

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

9–12 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Roblox 45 % (55 %)	Roblox 37 % (46 %)	Roblox 53 % (66 %)
Minecraft 22 % (27 %)	Minecraft 29 % (35 %)	Minecraft 14 % (17 %)
Fortnite 14 % (18 %)	Fortnite 26 % (32 %)	Toca Boca 12 % (15 %)
FIFA 9 % (11 %)	FIFA 15 % (19 %)	Subway Surfers 11 % (14 %)
Toca Boca 6 % (8 %)	Fall Guys 8 % (9 %)	Hay Day 5 % (6 %)

Som tidigare visades är det generellt populärt att spela digitala spel bland barn i åldersintervallet 9–12, och det gäller både pojkar och flickor. Tabell 16 b visar att det är några få spel som är avsevärt populärare än andra. *Roblox* spelas av nästan hälften av alla barn i 9–12, och över hälften av alla flickor i åldersintervallet. *Roblox* är dock inte 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 olika spel, inte bara ett spel, utvecklade av företaget med samma namn. Alla spel här har en pedagogisk ambition och passar även mindre barn. År 2022 var det särskilt populärt bland flickor i åldersgruppen 5–8 (se *Småungar & medier 2023*).

Frågan om vilka digitala spel som barnen helst spelar ställdes senast år 2018 (*Ungar & medier 2019*). Trots att fyra år passerat fanns fyra-fem av spelen på 2022 års topplista redan då. Det gäller *Fortnite*, som var populärast 2018, *Minecraft*, *Roblox* och *FIFA* (samt *Subway Surfers* bland flickor). *Fortnite* har sedan dess minskat något i popularitet (från 23 % till 14 % spelare i hela populationen 9–12 år). *Minecraft* och, i synnerhet, *Roblox* har tvärtom ökat i popularitet (från 13 % till 45 % spelare i hela populationen 9–12 år). *Roblox* har ökat kraftigt i popularitet bland både pojkar och flickor. På pojkarnas topplista är det bara *Fall Guy* som är ny sedan 2018 och bland flickorna är det *Toca Boca* och *Hay Day*.

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 334 olika spel i åldersintervallet 9–12.

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

13–16 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Roblox 11 % (19 %)	FIFA 18 % (25 %)	Roblox 14 % (29 %)
Minecraft 11 % (18 %)	Fortnite 16 % (23 %)	Minecraft 9 % (19 %)
Fortnite 9 % (15 %)	Minecraft 12 % (17 %)	Hay Day 8 % (15 %)
FIFA 9 % (15 %)	Overwatch 10 % (13 %)	Subway Surfers 6 % (12 %)
Hay Day 5 % (7 %)	Roblox 7 % (10 %)	The Sims 5 % (8 %)

I åldersintervallet 13–16 är det i stort sett samma spel som är populära som i åldern 9–12, vilket inte riktigt var fallet år 2018. Då var det större skillnad mellan åldersgrupperna gällande vilka spel som var populärast.

*Fortnite* fanns på topp-fem bland både flickor och pojkar 2018 men *Fortnite* finns inte längre med på flickornas topp-fem. *Minecraft* fanns bara på flickornas topp-fem men är nu bland de populäraste spelen bland både pojkar och flickor. *Roblox* fanns inte med alls på topp-fem i åldersintervallet 13–16 men är nu det populäraste spelet bland flickor och det femte på pojkarnas lista. *Roblox* och *Minecraft* har således stärkt sina positioner i åldersgruppen de senaste åren. Även *FIFA*:s popularitet har ökat märkbart bland pojkar. Tittar man lite längre tillbaka i tiden, till 2016, var *Counter-Strike: Global Offensive*, *Pokémon GO* och *Grand Theft Auto* (PEGI 18) bland de populäraste men ingen av dessa finns längre kvar bland topp-fem.

Totalt nämns 273 olika spel i åldersintervallet 13–16.

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

17–18 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Minecraft 7 % (15 %)	FIFA 11 % (18 %)	The Sims 7 % (17 %)
FIFA 6 % (11 %)	Fortnite 10 % (16 %)	Minecraft 7 % (16 %)
Fortnite 5 % (10 %)	Minecraft 7 % (13 %)	Hay Day 6 % (15 %)
The Sims 4 % (8 %)	Overwatch 6 % (12 %)	Candy Crush Saga 4 % (10 %)
Hay Day 4 % (7 %)	Counter-strike: Global Offensive 6 % (11 %)	Roblox 5 % (12 %)

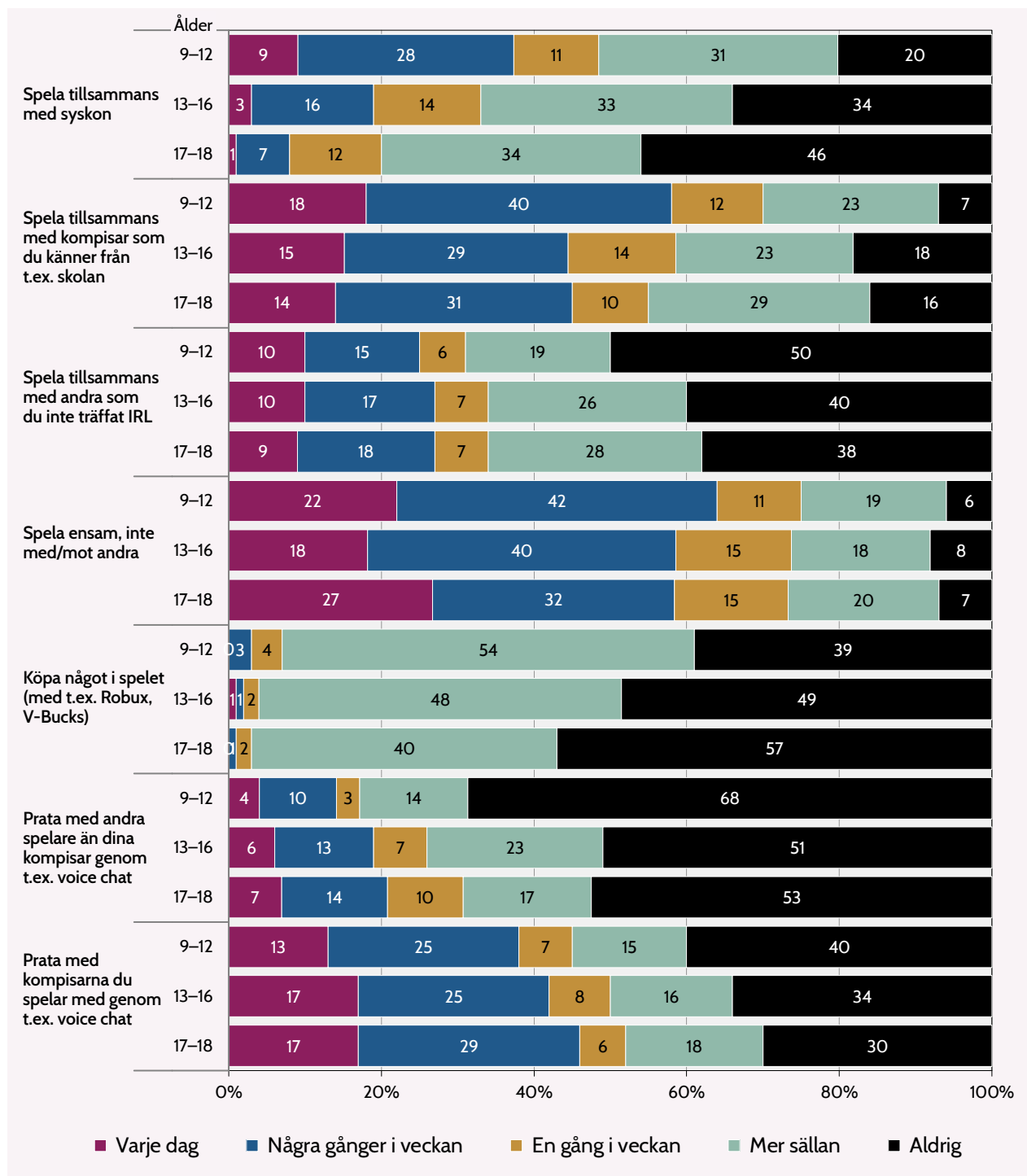
I åldersintervallet 17–18 är det nu *Minecraft* som är populärast i hela populationen, vilket är en stor förändring jämfört med 2018 då spelet inte fanns med alls på topp-fem. År 2018 var det *Fortnite* som toppade listan i hela populationen och bland pojkar. *Fortnites* popularitet har sedan dess minskat marginellt medan fotbollsspelet *FIFA*:s popularitet ökat. *The Sims* toppade flickornas lista 2018, precis som nu, men *Roblox* har inte tidigare varit med bland de populäraste spelen för flickor i åldersintervallet 17–18. En övergripande slutsats blir därmed att spelen *Roblox* och *Minecraft* har ökat sina "marknadsandelar" bland barn och unga från 9 till 18 års ålder de senaste fyra åren.



Vad gäller pojkar kan tilläggas att spelen *Grand Theft Auto V* och *League of Legends* ligger strax utanför topp-fem. Detta är spel som även under tidigare år spelats förhållandevis mycket av pojkar i tonåren.

Totalt nämns 150 olika spel i åldersintervallet 17–18. Antalet spel som nämns minskar därmed med stigande ålder, från totalt 334 olika spel i den yngsta åldersgruppen. Samtidigt som andelen ungdomar som spelar spel minskar med stigande ålder så minskar även antalet speltitlar.

## 17. 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 15).

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 få spela med kompisar eller syskon och kanske även kunna prata med dem genom t.ex. röstchatt (voice chat) medan man spelar är självklart positivt. 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 t.ex. möjligheter för vuxna att ta 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.

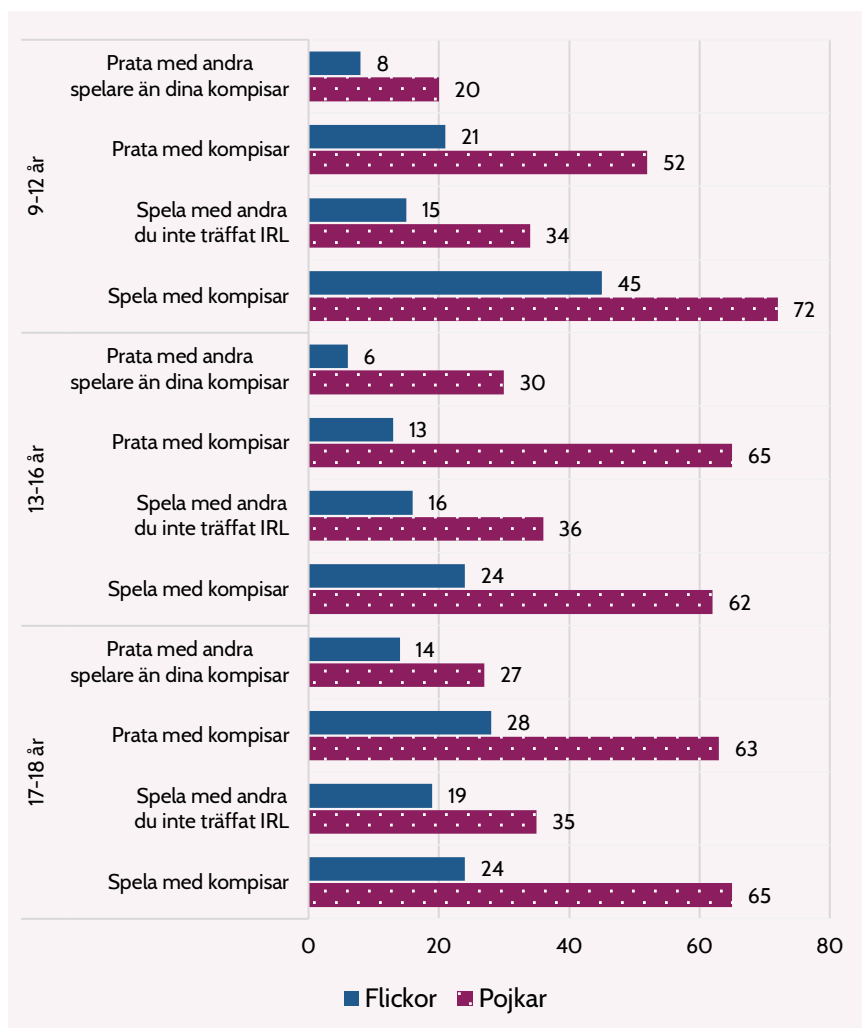
Resultaten visar att det i åldersintervallet 9–12 är ungefär lika vanligt att spela ensam som tillsammans med kompisar som barnet känner från t.ex. skolan. Nästan 60 % av dem i åldersgruppen som spelar, spelar dagligen eller några gånger i veckan med kompisar. 37 % i åldersgruppen spelar dagligen eller några gånger i veckan med syskon. Det är mindre vanligt att spela med syskon i de äldre åldersgrupperna och även spelandet med kompisar man känner från t.ex. skolan minskar något i tonåren. Trots detta spelar cirka 45 % av tonåringarna dagligen eller några gånger i veckan med kompisar. I alla åldersgrupper är alltså spelandet ett sätt att umgås med kompisar, men det vanligaste bland tonåringarna är att spela ensam, inte med/mot andra.

Ganska stora andelar av de som spelar digitala spel använder t.ex. röstchatt för att prata med kompisarna de spelar med. Från 38 % i åldern 9–12 till 46 % i åldern 17–18 pratar dagligen eller några gånger i veckan med kompisarna som man spelar med. Det är mindre vanligt att prata med andra spelare än sina kompisar genom t.ex. röstchatt och det är även mindre vanligt att spela tillsammans med andra som man inte har träffat utanför spelet (IRL). Det finns inga större skillnader mellan åldersgrupperna när det gäller regelbundet spelande med andra personer som man inte känner, däremot ökar andelarna som pratar med andra spelare än sina kompisar med stigande ålder. Sammantaget spelar således yngre barn i högre grad tillsammans med andra, men det är större andelar som regelbundet pratar med kompisar och andra spelare ju äldre barnen blir.

I många spel kan man köpa saker. Det kan t.ex. vara kläder och andra utseenderelaterade artiklar eller förmågor som förbättrar spelarens möjligheter att ta sig igenom spelet. Olika spel kan ha egna "valutor", t.ex. "Robux" i *Roblox* och "V-Bucks" i *Fortnite*. Det är främst i den yngsta åldersgruppen som dessa köp i spel sker, men de flesta (drygt hälften) köper något *mer sällan*. Detta kan delvis bero på att man mot betalning kan skaffa olika medlemskap eller "prenumerationer" i spelen som ger barnet en viss summa t.ex. en gång i månaden. Barnet kan alltså få en digital "månadspeng" i spelvaluta.

Köp i spel minskar med barnens stigande ålder. I åldersintervallet 9–12 är det ca 60 % av dem som spelar som ibland köper saker i spel, vilket minskar till drygt 40 % i den äldsta gruppen. Sammantaget kan köp i spel sägas vara relativt utbrett.

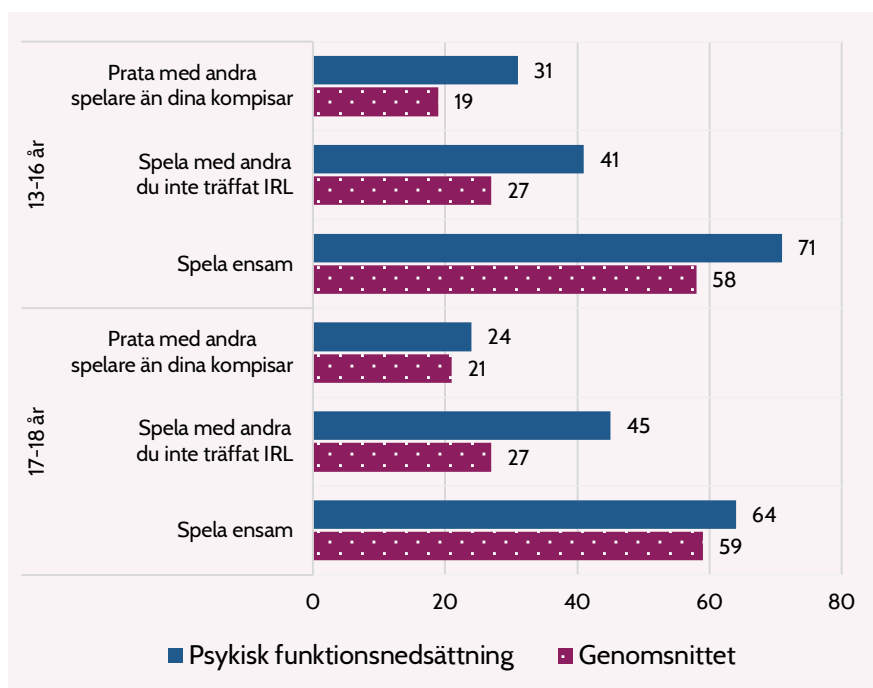
## 17 b. Brukar dagligen eller några gånger i veckan när de spelar, kön (%)



Det finns tydliga könsskillnader i samtliga åldersintervall. I åldersintervallet 9–12 år det större andelen av pojkarna som dagligen (25 %) eller några gånger i veckan (47 %) spelar tillsammans med kompisar från t.ex. skolan. Av de pojkarna som spelar är det således över 70 % som spelar med sina kompisar några gånger i veckan eller oftare. Motsvarande andel bland flickorna är 45 %. Pojkarna spelar också i högre grad tillsammans med personer som de inte träffat IRL (40 % av pojkarna och 62 % av flickorna svarar att det *aldrig* sker). Könsskillnaderna är ännu större när det gäller att prata med kompisar eller andra personer genom t.ex. röstchatt (voice chat). Pojkarna uppger i högre grad än flickorna att de dagligen eller några gånger i veckan pratar med andra, medan betydligt större andelen av flickorna *aldrig* pratar med andra när de spelar. Flickorna svarar även i högre grad än pojkarna att de *aldrig* köper något i spel.

Dessa mönster återkommer i de äldre åldersintervallen. Det blir på så sätt tydligt att pojkarna inte bara spelar oftare och fler timmar en vanlig dag jämfört med flickorna (diagram 10 h). När barnen spelar så interagerar pojkarna mer än flickorna med andra spelare, såväl kompisar man känner och träffar fysiskt i sitt vardagliga liv som personer man bara träffar i spelen.

### 17 c. Brukar dagligen eller några gånger i veckan när de spelar, psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet (%)



Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar spelar med syskon och kompisar som de känner från t.ex. skolan, samt gör köp i spel, i ungefär samma grad som genomsnittet. Samtidigt spelar de ensamma något mer frekvent än genomsnittet. De spelar även mer frekvent med personer som de inte träffat IRL och pratar med dessa genom t.ex. röstchatt (voice chat).

### 18. Har du en egen Youtubekanal? (%)

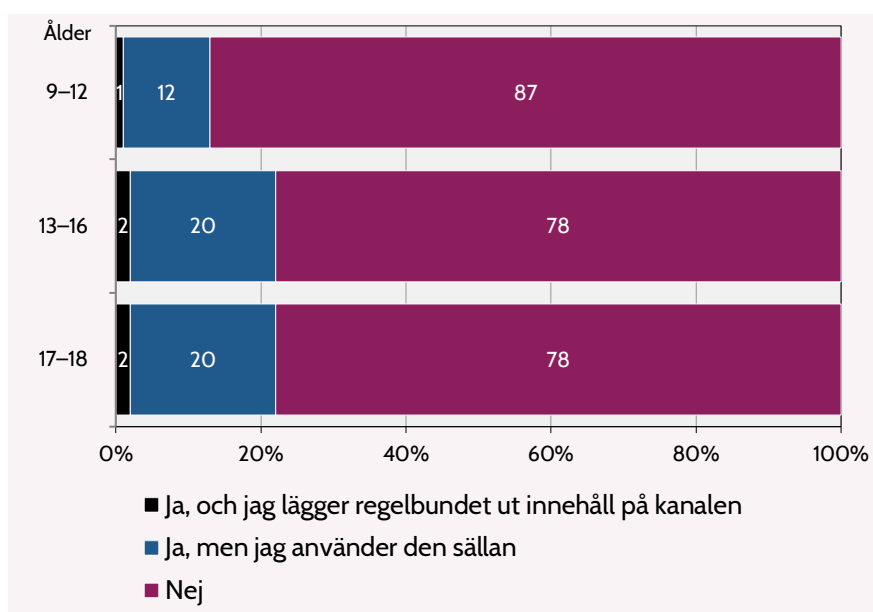
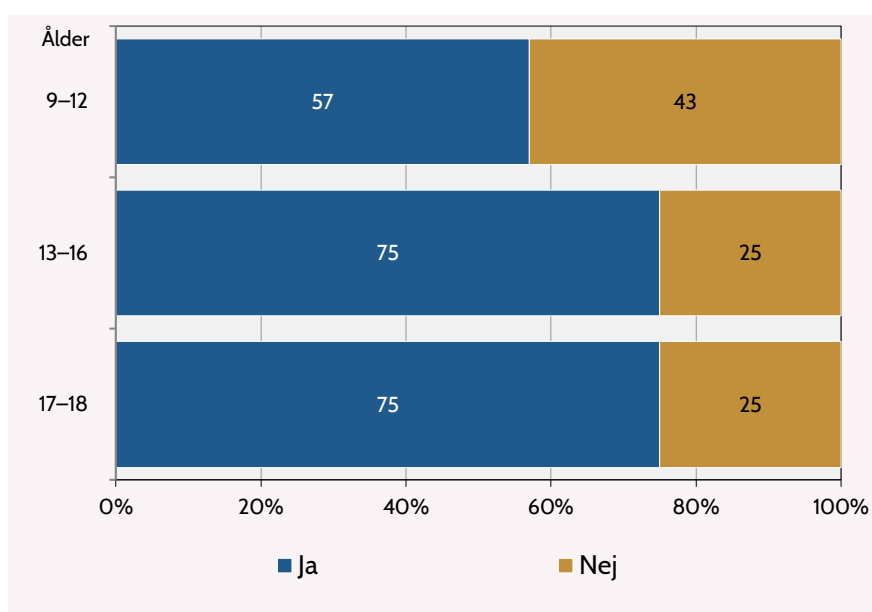


Diagram 18 visar att det är försvinnande få barn som har egna Youtubekanaler som de regelbundet lägger ut innehåll på. Däremot har 20 % av tonåringarna en egen kanal som de sällan använder. Den absoluta majoriteten har ingen egen kanal och det gäller i alla åldersgrupper. Barn och ungdomar i Sverige använder alltså inte Youtube för att lägga ut eget innehåll, utan för att titta på (och kanske kommentera) andras innehåll.

I åldersintervallet 9–12 har en större andel av pojkarna (18 %) än flickorna (9 %) en egen Youtubekanal, men den används sällan bland både pojkar och flickor. Samma mönster återfinns bland tonåringarna och det är i stort sett bara bland pojkarna som det finns några som regelbundet lägger ut innehåll på Youtube. Egna Youtubekanaler som man regelbundet lägger ut innehåll på förekommer således i princip inte alls bland flickor i åldern 9–18.

Barn med psykiska funktionsnedsättningar avviker inte från genomsnittet.

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



Över hälften av barnen i åldersintervallet 9–12 och tre fjärdedelar av ungdomarna följer någon eller några kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande. Jämfört med år 2020 är det ingen förändring i den yngsta gruppen men en minskning med 6–8 procentenheter i åldrarna 13–16 och 17–18.

I den yngsta gruppen är det en något större andel av pojkarna (62 %) än flickorna (51 %) som följer någon. Även i åldern 13–16 följer en större andel av pojkarna (82 %) än flickorna (68 %) några kanaler/användare/influencers, men i den äldsta gruppen finns inga könsskillnader.

Barn med psykiska funktionsnedsättningar följer kanaler/användare/influencers i högre grad än genomsnittet (88 % i 13–16 och 84 % i 17–18).

## 20. 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 19) 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 490 unika namn, i åldern 13–16 nämns 616 och i åldern 17–18 nämns 360. 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 s.k. ”Let’s play”-videor, vilket är filmer där en person spelar spel och samtidigt kommenterar det som sker (t.ex. *Duno*, *Keebabb*), till mode och livsstil (t.ex. *Therese Lindgren*), humorklipp (t.ex. *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 19 ovan som följer just denna influencer (dvs. andelen av de som följer några kanaler/användare/influencers).

### 20 a. Influencers/kanaler topp-fem, kön, 9–12 (%)

9–12 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Ijustwanttobecool 7 % (13 %)	MrBeast 11 % (17 %)	Ijustwanttobecool 7 % (15 %)
MrBeast 6 % (11 %)	Ijustwanttobecool 7 % (12 %)	Therese Lindgren 6 % (12 %)
Duno 4 % (7 %)	Duno 6 % (9 %)	The Swedish Family 4 % (9 %)
Therese Lindgren 3 % (6 %)	Matinbum 5 % (8 %)	Emil Hansius 4 % (9 %)
The Swedish Family 3 % (6 %)	Keebabb 3 % (5 %)	Tomu 3 % (6 %)

*Ijustwanttobecool* har ökat i popularitet bland både pojkar och flickor jämfört med 2020. Då fanns kanalen bara på pojkarnas topp-fem men nu är den bland de populäraste även bland flickorna. *Therese Lindgren* toppade listan år 2020 och är fortfarande populär, men hamnar lite längre ner i denna undersökning.

De flesta kanaler på listan följs av både pojkar och flickor i åtminstone någon grad, men t.ex. *Keebabb* följs inte av några flickor, medan *Therese Lindgren* knappt har några pojkar bland följarna.

## 20 b. Influencers/kanaler topp-fem, kön, 13–16 (%)

13–16 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Therese Lindgren 7 % (10 %)	MrBeast 9 % (11 %)	Therese Lindgren 13 % (20 %)
MrBeast 5 % (6 %)	Sidemen 6 % (8 %)	Emil Hansius 6 % (9 %)
Sidemen 4 % (6 %)	Markiplier 4 % (5 %)	Ijustwanttobecool 4 % (6 %)
Emil Hansius 4 % (5 %)	Pewdiepie 4 % (5 %)	Jocke & Jonna 3 % (5 %)
Ijustwanttobecool 4 % (5 %)	Sampev2 4 % (5 %)	Ribecka 3 % (4 %)

I åldersgruppen 13–16 är *Therese Lindgren* populärast totalt och bland flickorna, vilket även var fallet år 2016, 2018 och 2020. Bland pojkarna har *MrBeast* ersatt *Pewdiepie*, som toppade listan 2016, 2018 och 2020 och fortfarande är kvar på topp-fem. Även *Jocke & Jonna* återkommer bland de populäraste och skulle man lägga ihop deras olika kanaler (t.ex. *Familjen Lundell*) blir procentangivelsen något högre.

Vad gäller *MrBeasts* ökade popularitet kan nämnas att samma utveckling har skett på Youtube internationellt. *MrBeast* är för närvarande den individ vars kanal har flest prenumeranter på Youtube och har ersatt *Pewdiepie* som tidigare innehade den positionen. Förändringarna på pojkarnas topp-fem avspeglar således en internationell Youtube-trend. *MrBeast* ägnar sig framför allt åt att testa olika saker och genomföra utmaningar ("internet challenges", "stunts") på sin huvudkanal. Det kan t.ex. vara att testa och utvärdera extremt dyra privatflyg som en genomsnittlig konsument aldrig kan få tillgång till, eller genomföra svåra fysiska utmaningar och organisera tävlingar i samarbete med sponsorer. *MrBeast* kallar sig även filantrop och har samlat in och donerat stora summor till miljöorganisationer genom sina kanaler. Med tiden har flera personer involverats i videoproduktionen och som många andra youtubers har det blivit flera kanaler med något olika inriktningar som drivs parallellt under konceptet *MrBeast*. En av dessa är *Beast Reacts* där gruppen reagerar på och kommenterar olika samtida företeelser, på t.ex. sociala medier, Youtube eller annat medieinnehåll. "Reacts" har vuxit fram som en egen genre som många andra youtubers också gör, t.ex. svenska *Emil Hansius* (som finns med på topp-fem i alla åldersgrupper). Som nog framgått är alltså *MrBeast* inte en "vanlig kille som gör filmer hemma vid datorn" utan en industri med många olika delar och aktörer samt en blandning av traditionella affärsmodeller med reklam, merchandise, tävlingar etcetera men med inslag av välgörenhet i sponsorsamarbeten. Det är professionell underhållning.

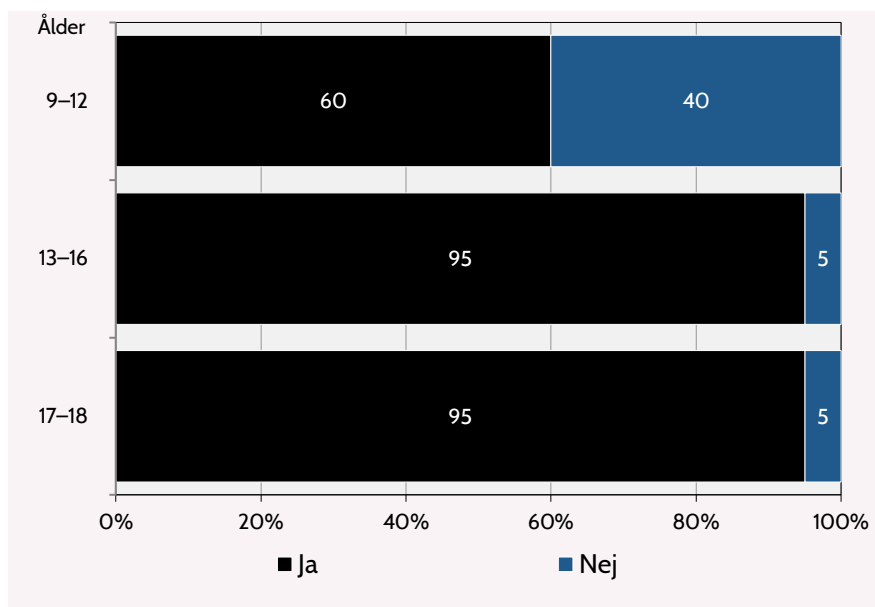
## 20 c. Influencers/kanaler topp-fem, kön, 17–18 (%)

17–18 år, samtliga	Pojkar	Flickor
Therese Lindgren 7 % (9 %)	Sidemen 10 % (13 %)	Therese Lindgren 12 % (16 %)
Sidemen 6 % (8 %)	Penguinzo 6 % (7 %)	Familjen Torsgården 7 % (9 %)
Familjen Torsgården 4 % (5 %)	KSI 5 % (7 %)	Filip Dikmen 4 % (6 %)
Pewdiepie 3 % (4 %)	Pewdiepie 4 % (5 %)	Emil Hansius 4 % (5 %)
Penguinzo, KSI 3 % (4 %)	MrBeast 4 % (5 %)	Ijustwanttobecool 4 % (5 %)

Även i åldersgruppen 17–18 är *Therese Lindgren* populärast totalt och bland flickor, på samma sätt som år 2016, 2018 och 2020. Bland pojkar har *Sidemen* ersatt *Pewdiepie*, som toppade listan 2016, 2018 och 2020 och fortfarande är kvar på topp-fem. *Sidemen* var med på pojkarnas topp-fem även år 2020, men något längre ner, i båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18. Det finns således några namn som återkommer år efter år.

*Sidemen* är en grupp brittiska Youtube-profiler som tillsammans skapar innehåll på huvudkanalen och några andra kanaler med olika inriktningar, t.ex. *Sidemenreacts*. Innehållet är en mix av utmaningar där medlemmarna testar olika saker ("internet challenges"), humor, gaming, tävlingar, sponsorsamarbeten och egenreklam för merchandise. Liksom *MrBeast* är den en av de större kanalerna på Youtube internationellt och kan karaktäriseras som en professionell underhållningsproducent.

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



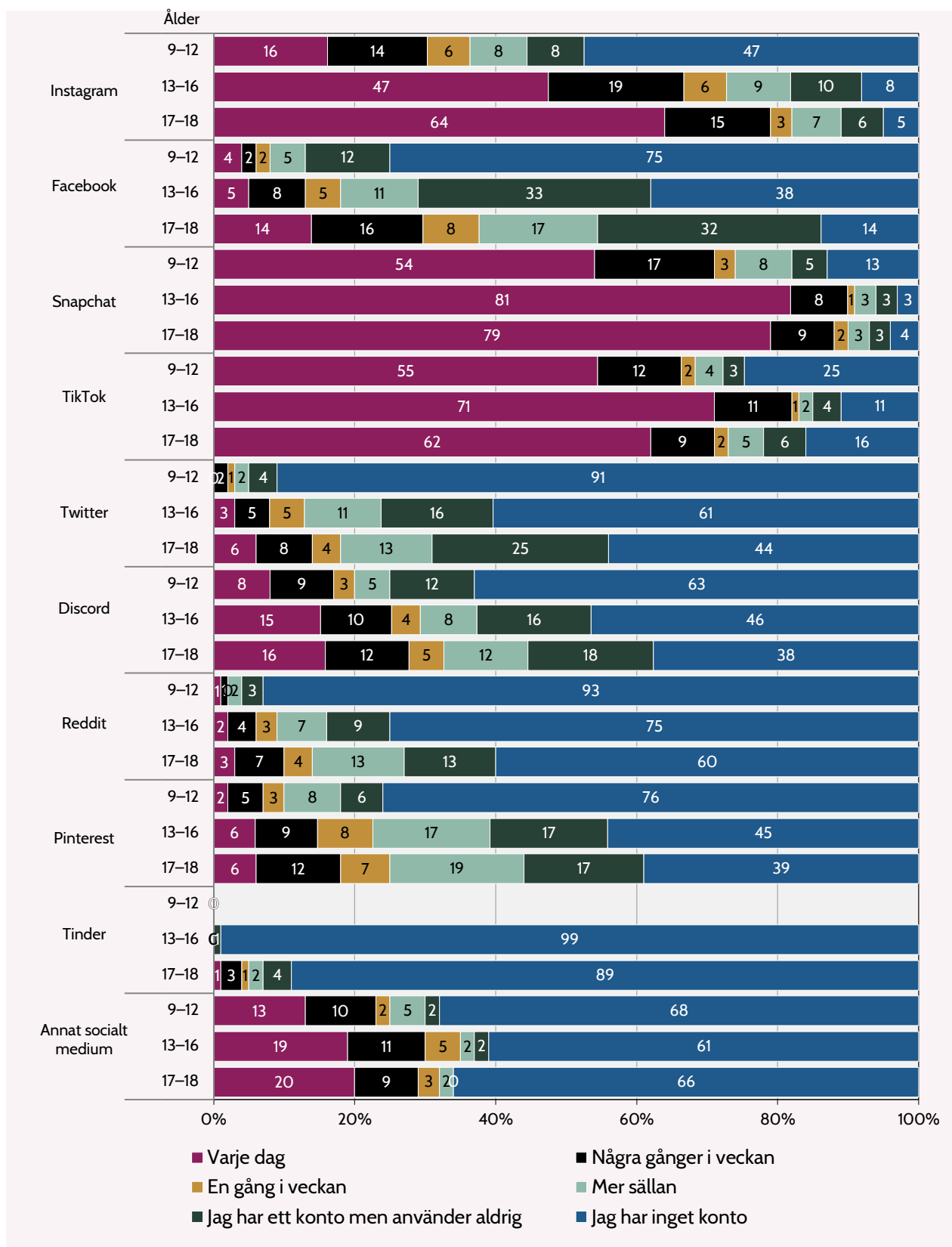




De flesta tonåringar använder sociala medier och så har det varit under flera år nu. Andelarna som använder sociala medier i åldersintervallen 13–16 och 17–18 har inte förändrats sedan 2016. I åldersintervallet 9–12 är det nu 6 av 10 som använder sociala medier, vilket är en minskning med 10 procentenheter sedan 2020. Då ökade användningen med 11 procentenheter jämfört med år 2018, så nu är alltså andelen användare tillbaka på 2018 års nivå.

I åldersintervallet 9–12 är det 10 procentenheter fler användare bland flickor (66 %) än bland pojkar (56 %). I båda intervallen 13–16 och 17–18 använder 92 % av pojkarna och 98 % av flickorna sociala medier. Det är ungefär samma resultat bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar.

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



Frågan har bara besvarats av de som uppgett att de använder sociala medier, dvs. ”ja” i diagram 21, vilket innebär de flesta tonåringar men bara 60 % av barnen i åldern 9–12.

Snapchat, Tiktok och Instagram är de mest använda sociala medieplattformarna i alla åldersintervall. Bland 9–12-åringarna använder drygt hälften Snapchat och Tiktok *dagligen*, men en betydligt mindre andel använder Instagram dagligen. I båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 använder ungefär 8 av 10 Snapchat dagligen, medan Tiktok används något mindre: 7 av 10 i åldern 13–16 och 6 av 10 i åldern 17–18. Användningen av Instagram ökar med stigande ålder.

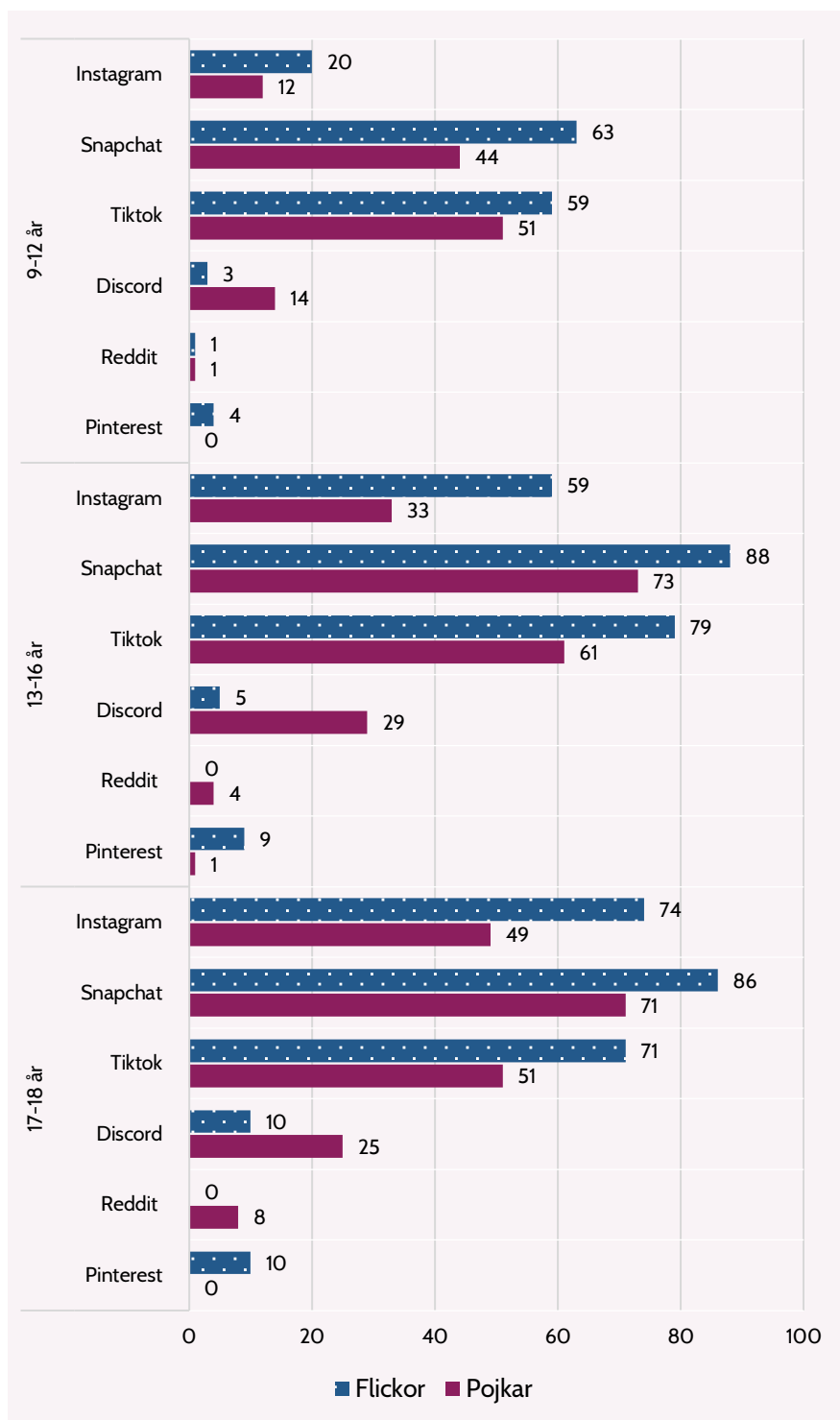
Dessa mönster fanns även år 2020. Den *dagliga* användningen av Instagram bland tonåringarna minskar dock med cirka 15 procentenheter i båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 jämfört med år 2020. Även den dagliga användningen av Facebook minskar något här. Samtidigt ökar den dagliga användningen av Tiktok med 10 procentenheter i båda grupperna. Tonåringarnas dagliga användning av sociala medier har således förskjutits något under åren, från Instagram och Facebook till Tiktok.

Vad gäller Twitter och Tinder finns inga nämnvärda förändringar jämfört med 2020. Discord, Reddit och Pinterest är nya i Ungar & medier så för dessa finns det inga jämförelsedata, men man kan notera att användningen av dessa ökar med stigande ålder. Användningen av Pinterest och, i synnerhet, Reddit är dock begränsad i alla åldersgrupper.

I frågan finns även ett öppet svarsalternativ där barnen själva kan fylla i om de använder något annat socialt medium än de listade. Användningen av andra sociala medier ökar med stigande ålder men förekommer bland både pojkar och flickor i alla åldersintervall. De som nämns är t.ex. Be Real, Messenger, Whatsapp, Tellonym, Telegram, Twitch, Viber, Wechat, Weverse, Tumblr, VSCO, Yubo och Youtube. Några har även nämnt spelen *Roblox* och *Fortnite* samt musiktjänsten Spotify. Det finns alltså en stor variation av appar och plattformar som ur barnens perspektiv är ”sociala” och som de använder med viss regelbundenhet. Eftersom det inte finns någon entydig definition av ”sociala medier” är det till stor del en tolkningsfråga vad som kan räknas in bland dessa. Spel med chatt-funktion och Youtube – där den som vill kan starta en kanal samt kommentera andra användares innehåll – kan givetvis betraktas som ”sociala”. Likaså meddelandetjänster som Whatsapp och Telegram. Gränserna är således flytande vilket man måste ha i åtanke vid tolkningen av alla resultat rörande sociala medier (som begrepp och kategori).

Man kan också notera att flera av de appar och sociala medie-plattformar som barnen och ungdomarna använder har åldersrekommendationer som 17+ eller ”använd i vuxens sällskap”.

## 22 b. Använder dagligen, kön (%)

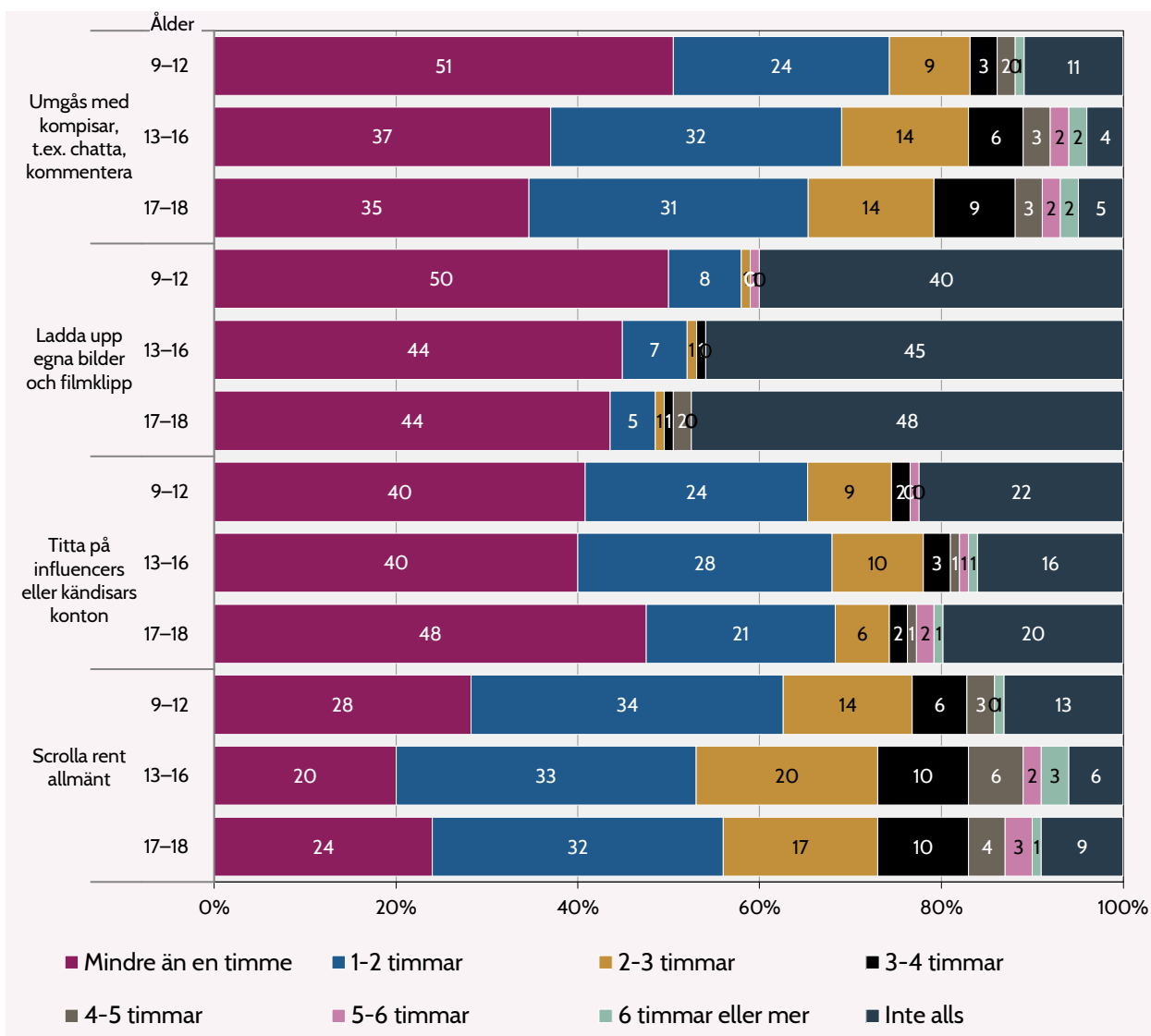


Snapchat och Tiktok är de populäraste plattformarna bland både pojkar och flickor i alla åldersgrupper, tillsammans med Instagram i den äldsta gruppen. Men för några av de sociala medier som frågan omfattar finns likväl tydliga könsskillnader i användningen. I alla åldersgrupper är det större andelar av flickorna som är dagliga användare av Instagram, Snapchat, Tiktok och Pinterest, medan större andelar av pojkarna är dagliga användare av Discord och (bland de äldsta) Reddit (diagram 22 b). Könsskillnaderna tar sig också uttryck på så sätt att större andelar av pojkarna uppger att de saknar konto, eller har ett konto som de inte använder, när det gäller Instagram, Tiktok och Pinterest medan motsvarande gäller flickor i fråga om Discord och Reddit.

Reddit är en USA-baserad nyhetsaggregator och forum för diskussion av många olika teman och frågor med särskilt fokus på gaming, sport, tv, ekonomi och kryptovalutor. Reddit har ett förhållandevis "vuxet" innehåll vilket kan förklara varför det endast är i det äldsta åldersintervallet som mer än 10 % använder appen en gång i veckan eller oftare (diagram 22). 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. Både Discord och Reddit har således kopplingar till datorspel, vilket intresserar pojkar mer än flickor (t.ex. diagram 9 h–j), och av de som brukar spela så är det större andelar av pojkarna än flickorna som regelbundet spelar med kompisar och andra spelare samt pratar med dessa genom röstchatt (voice chat, diagram 17 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.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar använder Discord i något högre grad än genomsnittet, men Instagram i något lägre grad än genomsnittet.

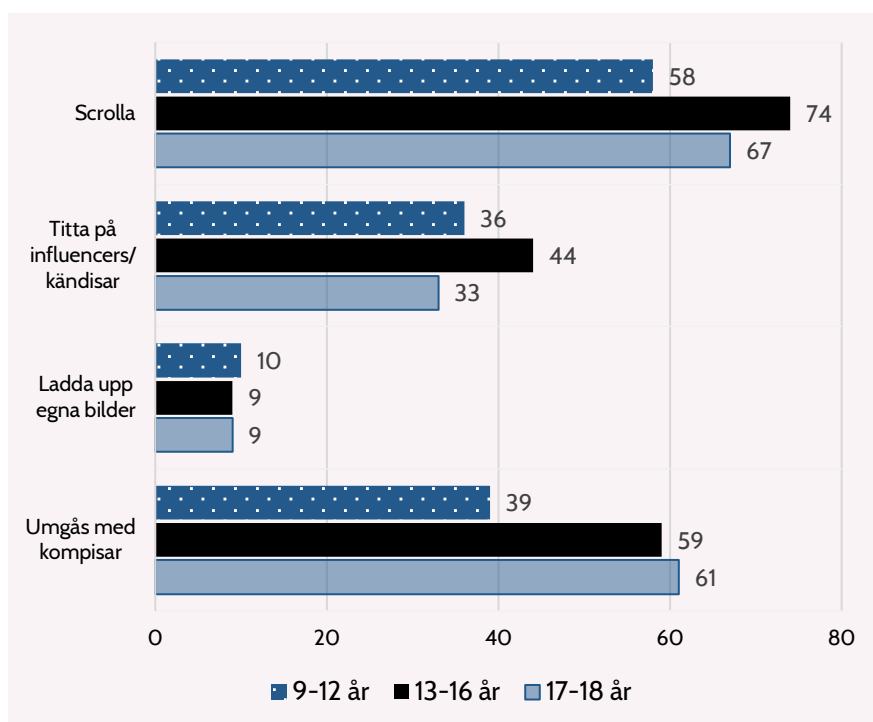
### 23. När du använder sociala medier en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du... (%)



Frågan har bara besvarats av de som svarat att de använder sociala medier, dvs. ”ja” i diagram 21, vilket innebär de flesta tonåringar men bara 60 % av barnen i åldern 9–12.

Diagram 23 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. Det som barnen ägnar minst tid åt (mindre än en timme), eller inte gör alls, är att ladda upp egna bilder och filmklipp. Det är också relativt stora andelar som inte alls tittar på influencers eller kändisars konton. Däremot använder de flesta sociala medier för att umgås med kompisar och scrolla rent allmänt.

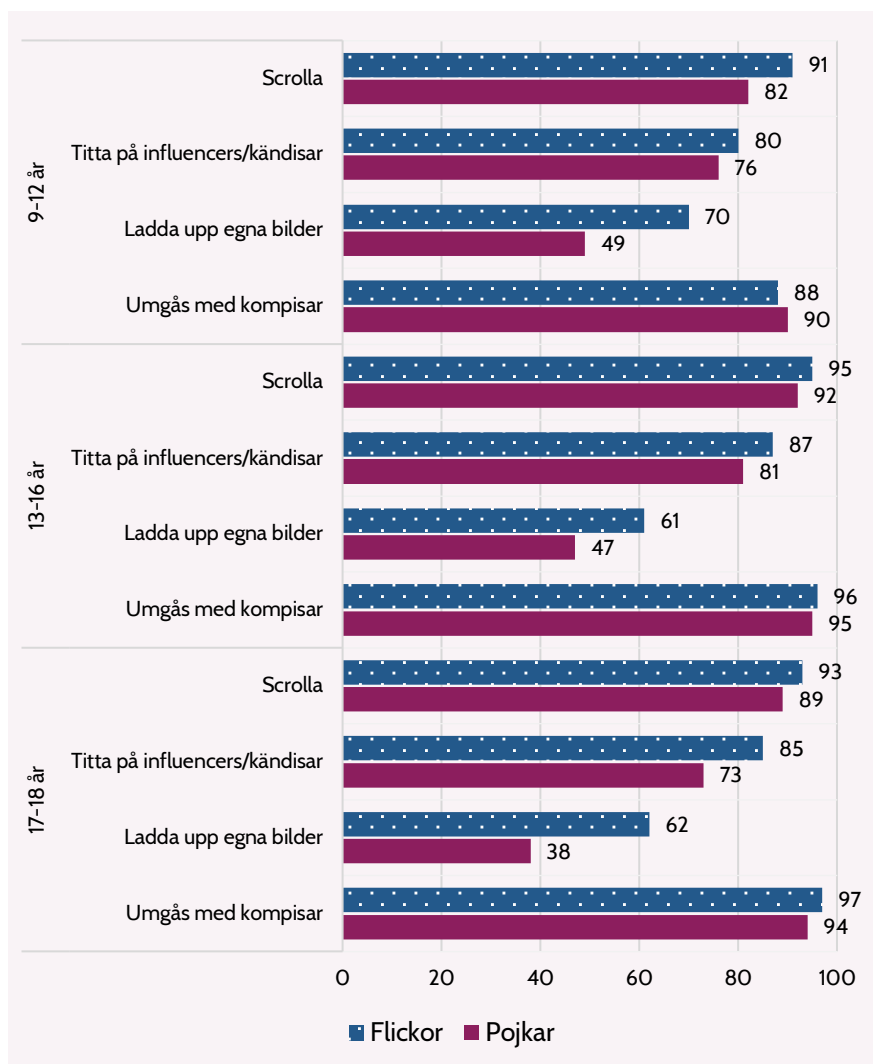
## 23 b. Brukar använda minst 1–2 timmar en vanlig dag på sociala medier åt... (%)



I diagram 23 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 det som flest i alla åldersintervall ägnar mer tid åt. Den största andelen finns i åldersintervallet 13–16 där tre fjärdedelar ägnar minst 1–2 timmar åt scrollande. I åldern 9–12 är det ungefär lika stora andelar som ägnar minst 1–2 timmar åt att umgås med kompisar och titta på influencers och kändisars konton. I åldersgruppen 13–16 ökar andelarna, men de som ägnar mer tid åt att umgås med kompisar ökar mer än andelarna som tittar flera timmar på influencers och kändisar. Att umgås med kompisar och scrolla rent allmänt blir på så sätt de aktiviteter som de äldsta ungdomarna främst ägnar tid åt.

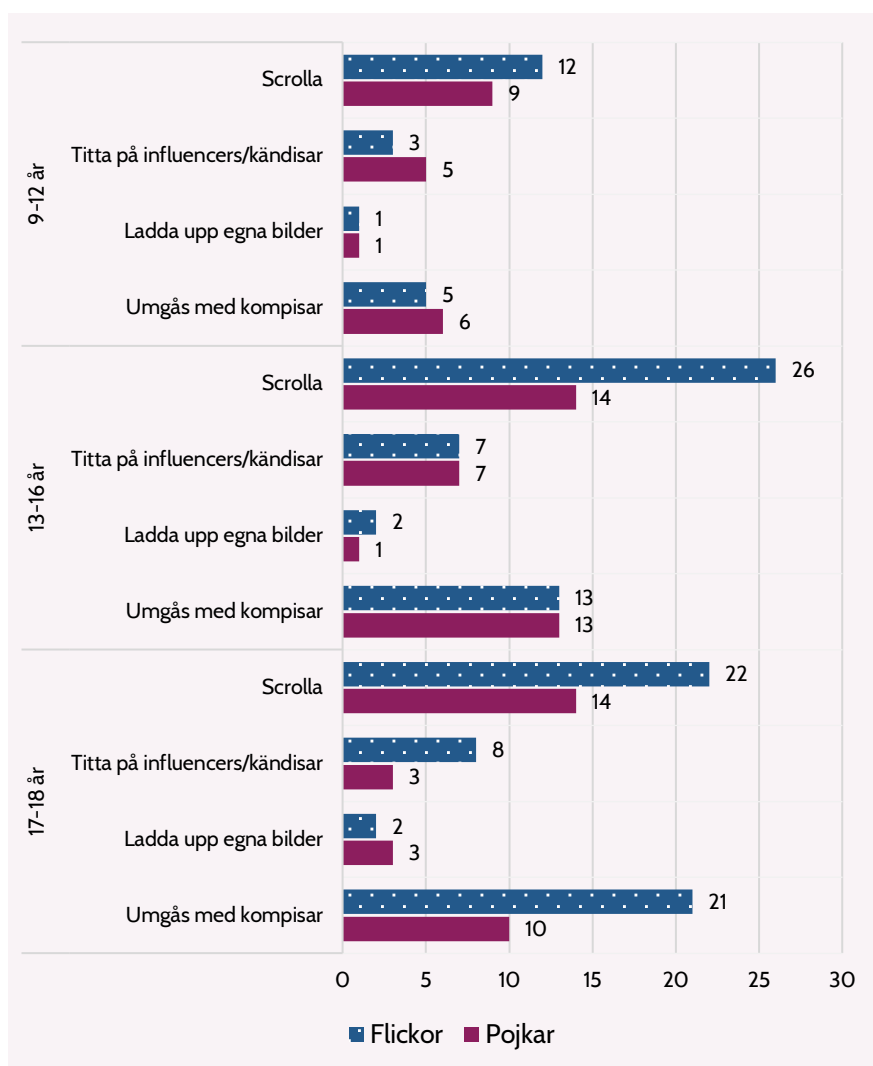
### 23 c. Brukar göra följande på sociala medier, kön (%)



Flickor använder sociala medier generellt mer än pojkar. Men flickor verkar också använda sociala medier till fler funktioner än pojkar. Åtminstone de funktioner eller aktiviteter som efterfrågas här. Diagram 23 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. Vad gäller att umgås med kompisar finns i princip inga könsskillnader, men övriga aktiviteter gör något större andelar av flickorna än pojkarna. Störst skillnad finns i fråga om att ladda upp egna bilder eller filmklipp på sociala medier.

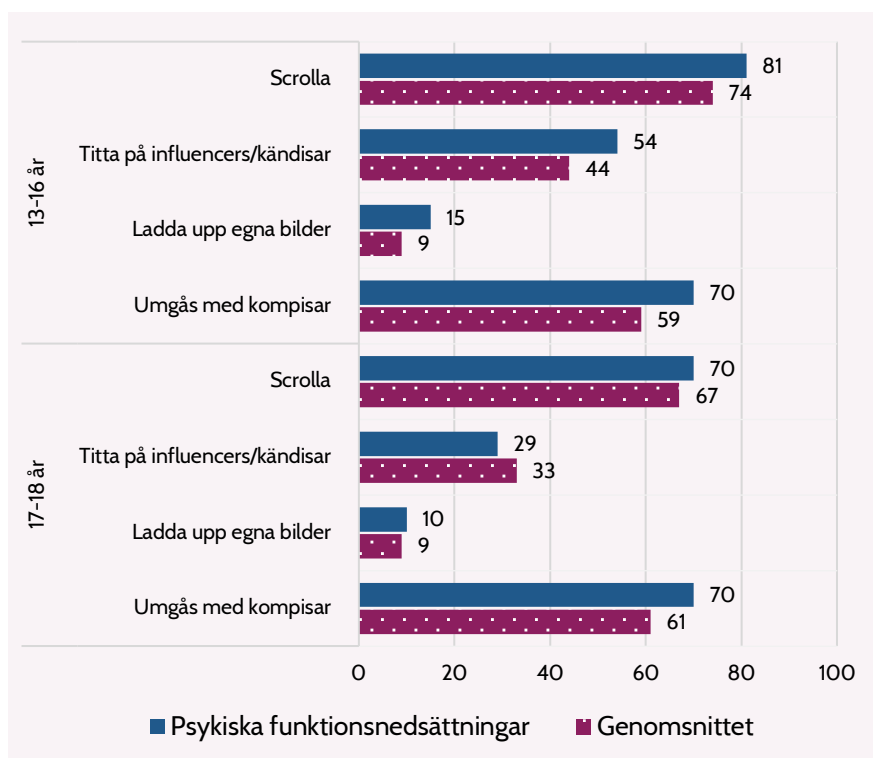


## 23 d. Brukar använda mer än 3 timmar en vanlig dag på sociala medier åt..., kön (%)



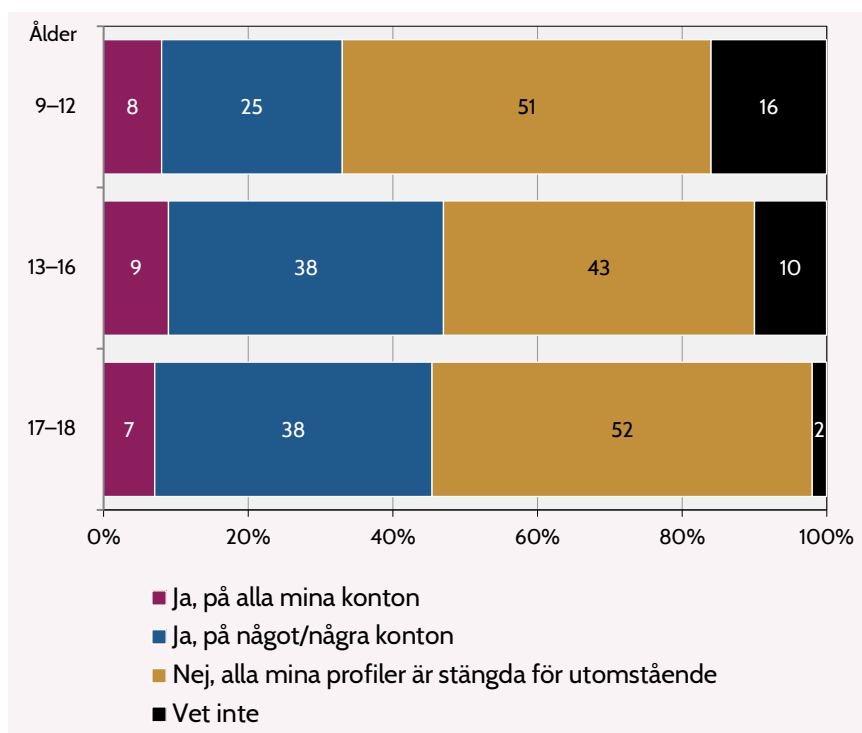
De flesta som använder sociala medier ägnar inte mer än tre timmar en vanlig dag åt någon av de aktiviteter eller funktioner som frågan omfattar. Bland tonårsflickor finns det dock några aktiviteter som drygt 20 % ägnar mer än tre timmar åt en vanlig dag: scrolla rent allmänt samt, i åldersgruppen 17–18, umgås med kompisar genom chatt och kommentarer. I åldern 13–16 ägnar ungefär en fjärdedel av flickorna mer än tre timmar en vanlig dag åt att scrolla, jämfört med 13 % som ägnar mer än tre timmar åt att umgås med kompisar via sociala medier.

### 23 e. Brukar använda minst 1–2 timmar en vanlig dag på sociala medier åt..., psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet (%)



Bland både 13–16-åringar och 17–18-åringar ägnar ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar något mer tid än genomsnittet åt att umgås med kompisar genom att chatta, kommentera etc. I intervallet 13–16 år är det även något större andelar av ungdomarna med psykiska funktionsnedsättningar som ägnar minst 1–2 timmar en vanlig dag på sociala medier åt att titta på influencers och kändisars konton, ladda upp egna bilder samt scrolla rent allmänt. Dessa skillnader finns inte i den äldsta åldersgruppen.

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



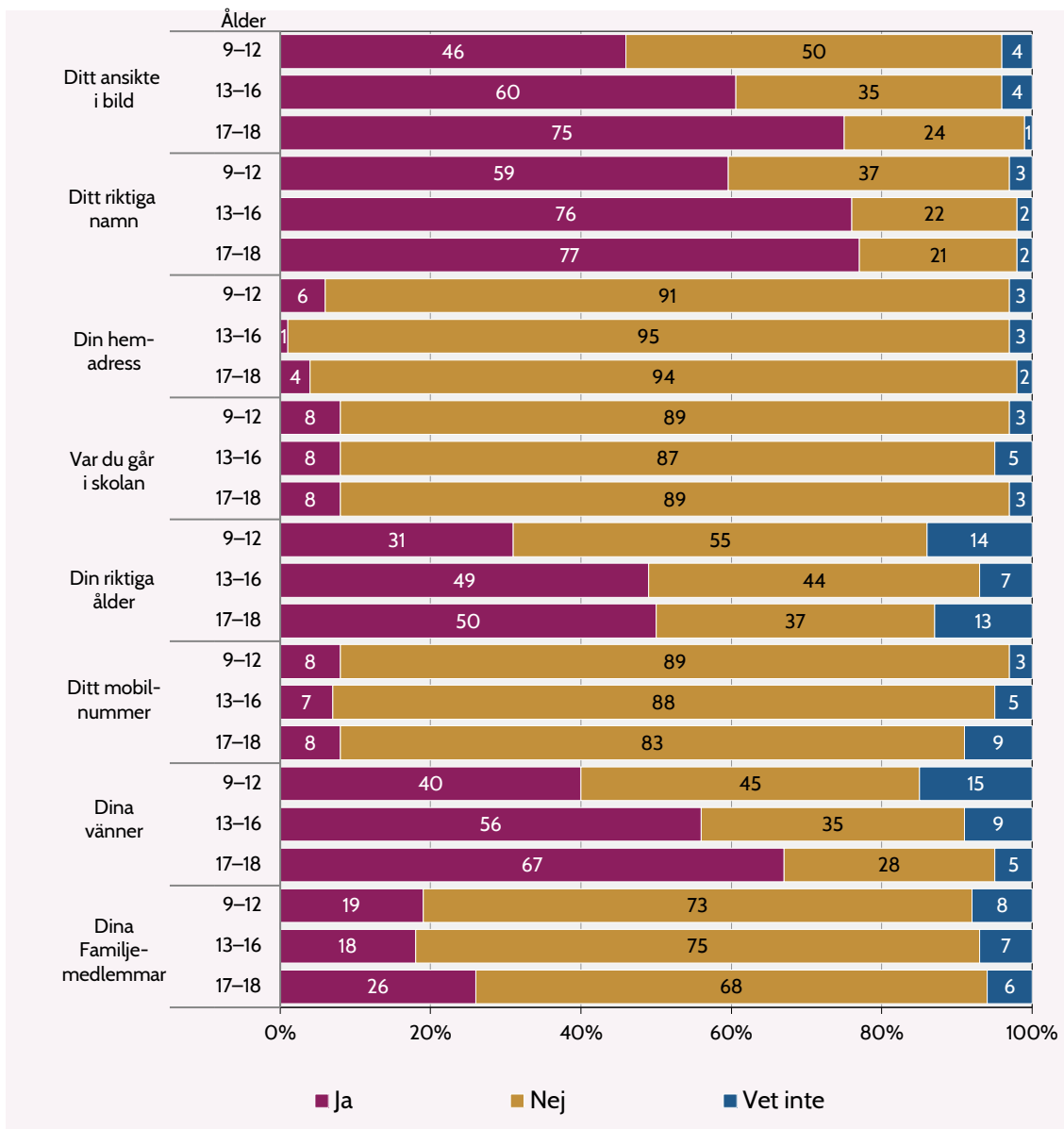
Frågan har bara besvarats av de som svarat att de använder sociala medier, dvs. ”ja” i diagram 21, vilket innebär de flesta tonåringar men bara 60 % av barnen i åldern 9–12.

Av de barn som använder sociala medier har mellan 7 % och 9 % öppna profiler på alla sina konton, vilket är samma resultat som år 2020. Andelarna med endast stängda profiler var tidigare störst bland de yngsta, men nu har andelarna med endast stängda profiler i åldersintervallet 17–18 ökat till samma nivå som bland de yngsta. Ungdomar i 17–18-årsåldern har alltså blivit något mer restriktiva när det gäller öppna profiler på sociala medier.

I alla åldersgrupper är det större andelar av pojkarna än flickorna som har öppna profiler. Minst hälften av flickorna i varje åldersgrupp har endast profiler som är stängda för utomstående.

I åldersintervallet 13–16 har ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar öppna profiler i något högre grad än genomsnittet, men skillnaden försvinner när ungdomarna blir äldre.

## 25. Om du har en öppen profil, visar du följande information där? (%)



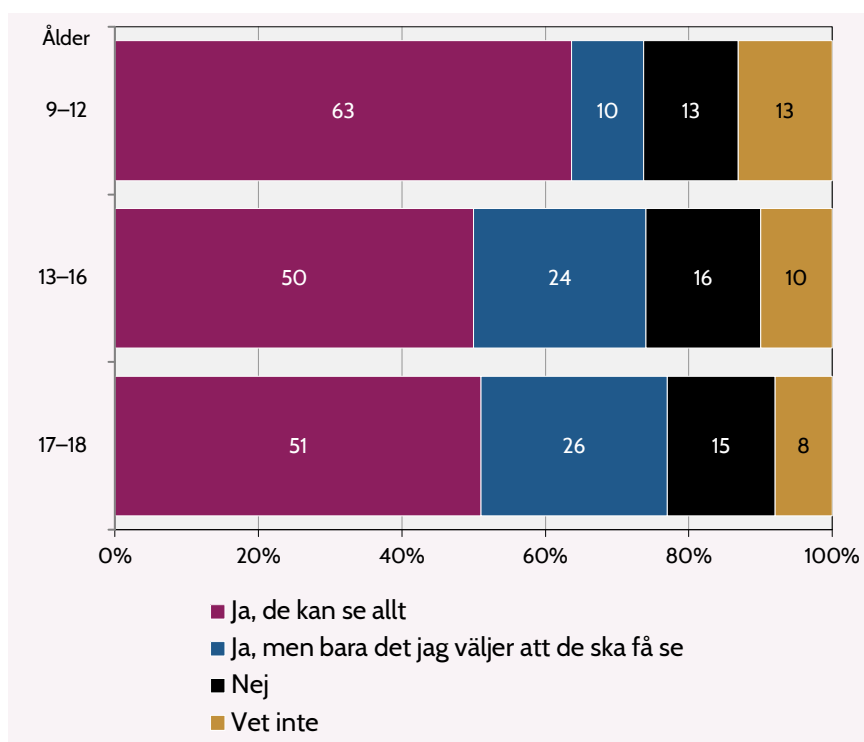
De som har svarat att alla, något eller några av deras konton på sociala medier är öppna (diagram 24) har svarat på en följdfråga om vilken information de visar där. Generellt ökar den öppna informationen med åldern och den information som flest visar öppet är ens riktiga namn, ansikte och vänner följt av ålder. Dessa mönster var desamma år 2020. De enda tydliga förändringarna mellan åren finns i den äldsta gruppen på så sätt att ungdomarna har blivit mer restriktiva med att visa sin riktiga ålder, vilken skola de går i och sina familjemedlemmar. Andelarna som visar denna typ av information i sina öppna profiler har minskat med 13-18 procentenheter bland ungdomar 17-18 år. Ungdomar i 17-18-årsåldern verkar alltså ha blivit något mer restriktiva med att över huvud taget ha öppna profiler på sociala medier och med vilken information de visar, om de ändå har valt att ha öppna profiler.

I åldersintervallet 9-12 är det större andelar av flickorna än pojkarna

som visar sitt ansikte i bild (52 % jämfört med 40 %) och sitt riktiga namn (68 % jämfört med 51 %). Detta gäller även i åldersintervallen 13–16 och 17–18. I åldern 13–16 visar flickor dessutom sin riktiga ålder, sina vänner och familjemedlemmar i högre grad än pojkar. Liknande könsskillnader fanns år 2020.

Ungdomar i åldersintervallet 17–18 med psykiska funktionsnedsättningar visar i något högre grad sitt ansikte i bild, sitt riktiga namn, sina vänner och familjemedlemmar.

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



Frågan har bara besvarats av de som svarat att de använder sociala medier, dvs. ”ja” i diagram 21, vilket innebär de flesta tonåringar men bara 60 % av barnen i åldern 9–12.

Föräldrar har störst insyn i den yngsta gruppens inlägg på sociala medier. Bland ungdomarna uppger hälften att deras föräldrar 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.

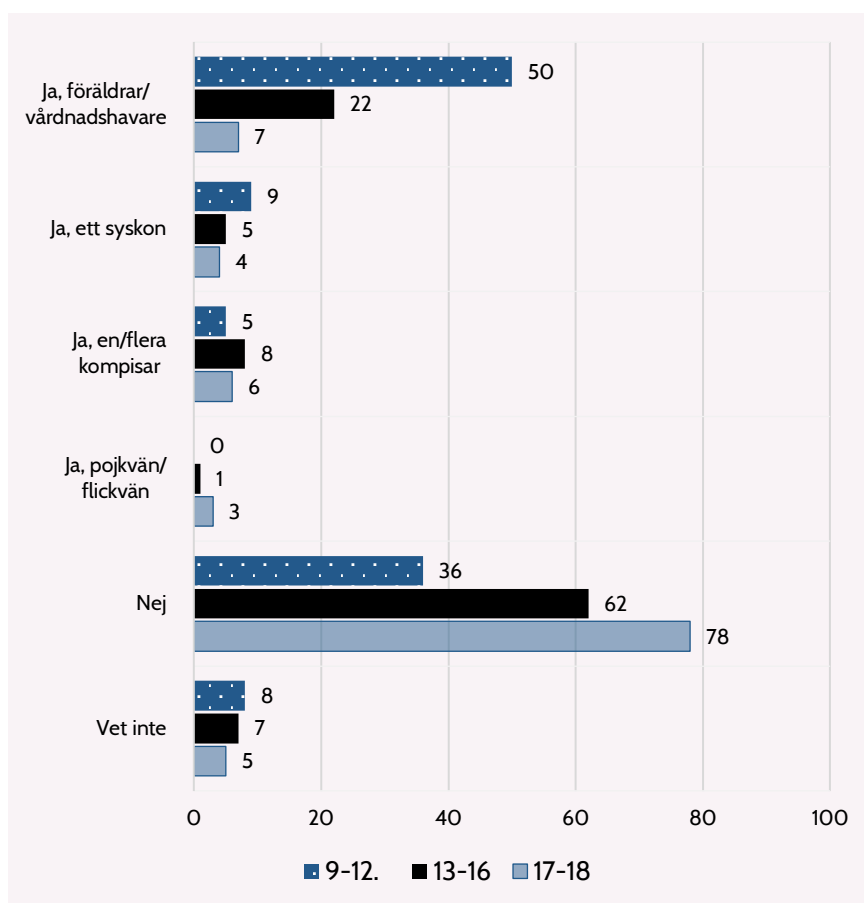
Jämfört med 2018, som var den senaste gången frågan ställdes, har andelarna som svarar att föräldrarna *kan se allt* minskat med cirka 5 procentenheter i samtliga åldersgrupper. Det är inget annat enskilt svarsalternativ som ökar i motsvarande grad. Tittar man ytterligare ett par år tillbaka, till år 2016, har andelen som uppger att föräldrarna kan se allt minskat med 10 procentenheter i åldersintervallet 9–12 och med 8 procentenheter i åldersintervallet 13–16. På längre sikt kan man således

skönja en tendens till att färre föräldrar har full insyn i de yngsta barnens inlägg på sociala medier, men trots detta är det fortfarande en majoritet.

Föräldrar har insyn i flickors inlägg i något högre grad än pojkars i alla åldersintervall. Könsskillnaden är störst i den äldsta gruppen.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar avviker inte från genomsnittet.

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



Frågan har bara besvarats av de som svarat att de använder sociala medier, dvs. ”ja” i diagram 21, vilket innebär de flesta tonåringar men bara 60 % av barnen i åldern 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.

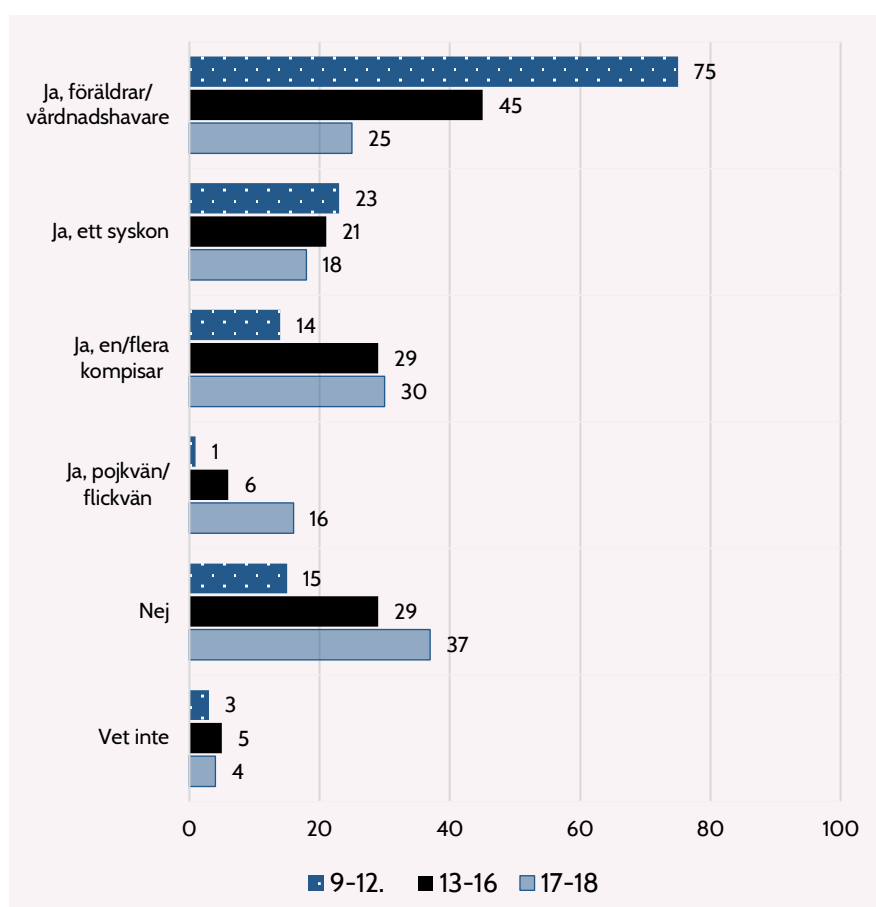
År 2018, vilket var den senaste gången som frågan ställdes, var det vanligare att kompisar till tonåringar hade tillgång till lösenord men detta har minskat från 17–18 % till 8 % i åldern 13–16 respektive 6 % i åldern 17–18. Det är även något färre som ger pojk- eller flickvänner tillgång till lösenord

år 2022 än 2018. Sammantaget har föräldrar tillgång till lösenord till barnens sociala mediekonton i samma grad år 2022 som 2018 men för övrigt verkar ungdomarna ha blivit mer restriktiva med att dela ut lösenord till andra, vilket skulle kunna tolkas som ett ökat säkerhetsmedvetande bland ungdomar.

I åldersgruppen 13–16 är det vanligare att flickor (12 %) än pojkar (3 %) har delat ut lösenord till kompisar.

Föräldrar/vårdnadshavare till ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 17–18 har tillgång till lösenord i högre grad än andra föräldrar (14 %, jfr 7 %).

## 28. Har någon annan än du lösenordet till din mobiltelefon? (%) (flera svar kan markeras)



Diagrammet visar att 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 något syskon, någon kompis, pojk- eller flickvän har lösenord till mobilen är ovanligare bland barn i åldern 9–12 och 13–16, men inte i den äldsta gruppen. Bland 17–18-åringarna är det kompisar, i högre grad än föräldrar, som har lösenord till mobilen. Medan föräldrarnas tillgång till lösenord minskar med barnets stigande ålder, ökar kompisarnas och pojk-/flickvännernas tillgång. Även andelarna som inte har lämnat ut sitt lösenord till någon ökar med åldern.

Jämfört med år 2018, vilket var den senaste gången som frågan ställdes, är det övergripande mönstret detsamma. Men det finns likväl några tydliga förändringar bland tonåringarna. I åldersintervallet 13–16 ökar andelen vars föräldrar har tillgång till mobilens lösenord med 9 procentenheter. Samtidigt minskar andelen vars kompisar har tillgång till lösenord lika mycket. I åldersintervallet 17–18 ökar andelen vars föräldrar har lösenord till mobilen med 10 procentenheter, samtidigt minskar andelen vars kompisar har kännedom om lösenord med 12 procentenheter. Även andelarna som har delat ut sitt lösenord till pojk-/flickvänner minskar något. Andelarna som svarar att ingen annan har lösenordet till mobilen eller att de inte vet om någon annan har det är i princip samma år 2022 och 2018. Det vill säga att andra personer har tillgång till barnens och ungdomarnas lösenord i samma utsträckning år 2022 som 2018, men det har skett en förändring på så sätt att föräldrar har tillgång till ungdomarnas lösenord i högre grad medan kompisar, pojk- och flickvänner har tillgång i lägre grad än 2018.

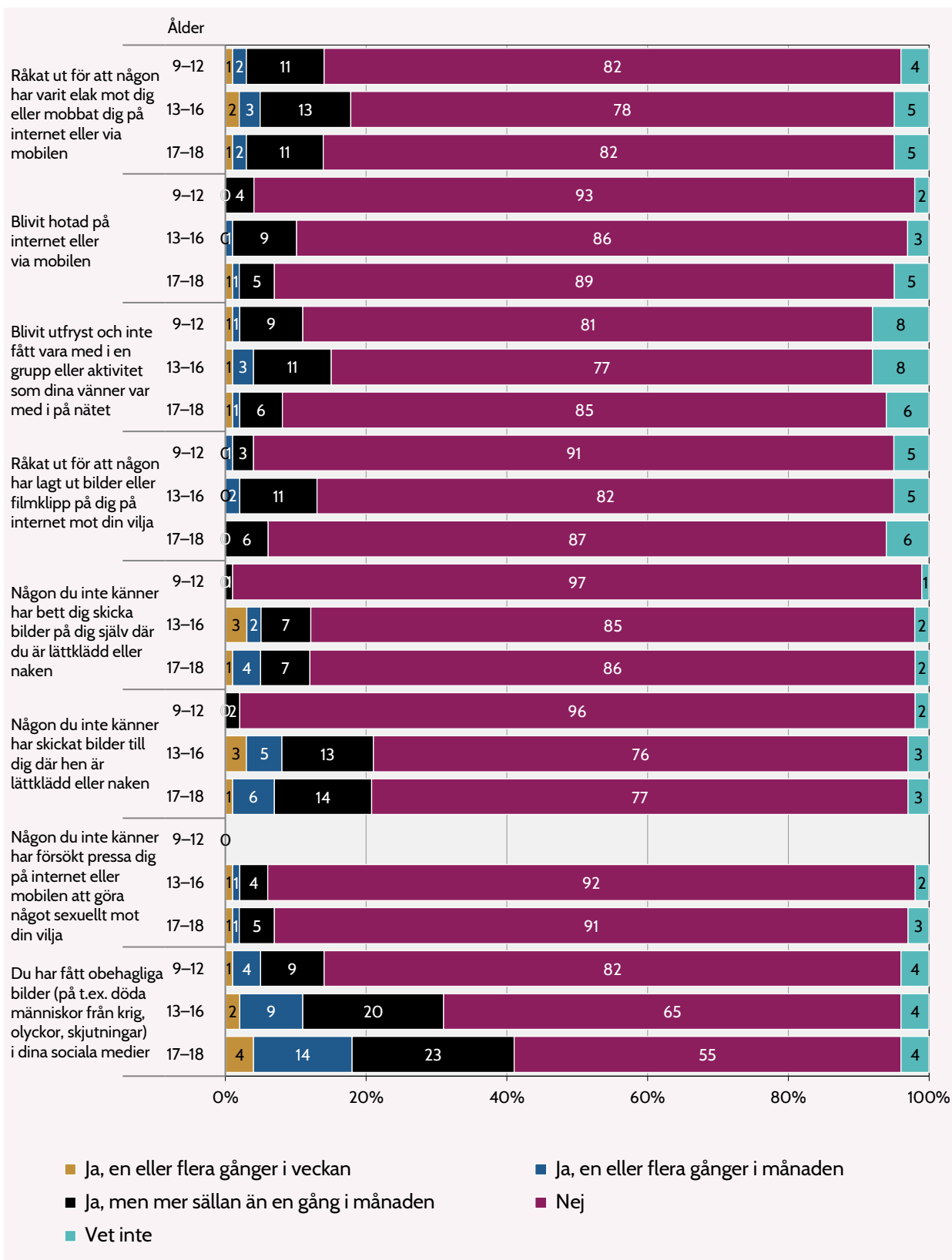
Tendensen är således densamma i fråga om lösenord till sociala medier och mobiltelefoner: ungdomarna förefaller ha blivit mer restriktiva med att dela ut lösenord till andra personer än föräldrarna/vårdnadshavarna. Som ovan påpekats kan detta tolkas som uttryck för en ökad medvetenhet om säkerhetsfrågor bland ungdomarna.

I åldersintervallet 13–16 har föräldrar och syskon tillgång till flickornas lösenord till mobilen i något högre grad än pojkarnas och en betydligt större andel av flickorna (41 %) än pojkarna (15 %) har delat ut sitt lösenord till en eller flera kompisar. Detta mönster återkommer i åldersintervallet 17–18 där 42 % av flickorna, jämfört med 14 % av pojkarna, har delat ut sitt lösenord till en eller flera kompisar. Flickorna har även delat ut sitt lösenord till pojk-/flickvänner i högre grad än pojkarna (20 %, jfr 10 %). År 2018 fanns dessa könsskillnader endast i det äldsta åldersintervallet.

Föräldrar/vårdnadshavare till ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 17–18 år har tillgång till mobillösenord i något högre grad än föräldrar i genomsnitt. Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 17–18 delar även ut mobillösenord till kompisar samt pojk-/flickvänner i något högre grad än genomsnittet.



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



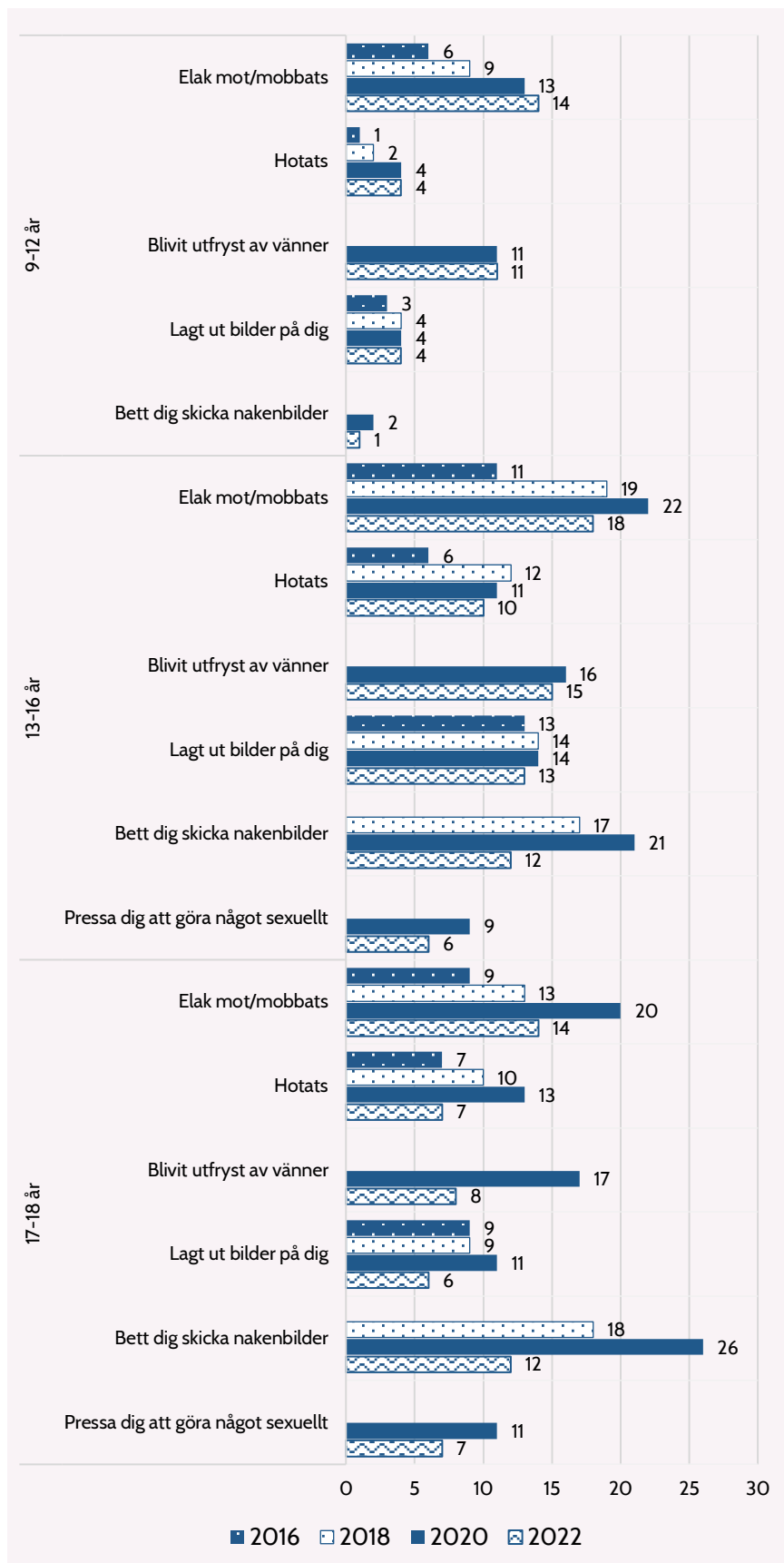
Ungar & medier frågar barnen och ungdomarna om de under det senaste året har råkat ut för totalt åtta olika negativa företeelser på nätet eller via mobilen, såsom mobbning, hot och olika former av sexuella närmanden. Av de åtta frågorna har sju ställts till barn i alla åldersintervall, medan en fråga – om någon har försökt pressa barnet att göra något sexuellt mot dess vilja – endast har ställts till tonåringarna.

Två av de åtta frågorna är nya: om någon som barnen inte känner har skickat bilder till dem där hen är lättklädd eller naken (s.k. "nudes") samt 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 det är just obehagliga bilder i sociala medier som är det som flest barn i alla åldrar har råkat ut för. I den äldsta gruppen har närmare 20 % råkat ut för detta en eller flera gånger i månaden eller oftare. Det näst oftast förekommande bland tonåringarna är att någon som barnet inte känner har skickat lättklädda bilder på sig själv till dem, det vill säga det som den andra nya frågan gäller. I åldersintervallen 13–16 och 17–18 har 7–8 % råkat ut för detta en eller flera gånger i månaden eller oftare.

Tonåringarna svarar i högre grad än de yngre barnen att de har råkat ut för samtliga företeelser som efterfrågas och för fyra av dessa företeelser är den upplevda utsattheten störst i åldersintervallet 13–16. Det vanligaste är dock – precis som tidigare undersökningsår – att barnen *inte* har råkat ut för de olika företeelser som efterfrågas. Förutom frågan om obehagliga bilder är det mellan 77 % och 97 % som svarar att det *inte* har hänt.

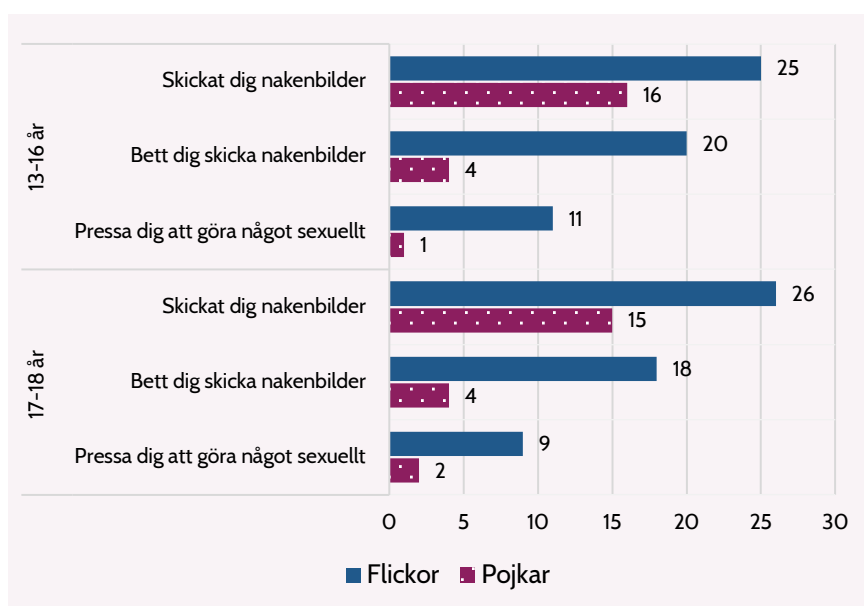
För sex av frågorna finns jämförelsedata från år 2020 eller längre tillbaka i tiden. Det mest anmärkningsvärda resultatet här är att *ingen* av dessa former av utsatthet har ökat mellan år 2020 och 2022. Tvärtom minskar den upplevda utsattheten i flera avseenden i den äldsta åldersgruppen (17–18 år): andelarna som svarar att de *inte* har råkat ut för mobbning eller elakheter, hot, blivit utfrysade av vänner, kontaktats av någon okänd som vill att de ska skicka bilder på sig själva där de är lättklädda eller nakna, eller att de ska göra något annat sexuellt, ökar i åldersintervallet 17–18 mellan år 2020 och 2022 (5–15 procentenheter). I åldersintervallet 13–16 ökar andelarna som *inte* har blivit ombudade av okända att skicka bilder på sig själva där de är lättklädda eller nakna (7 procentenheter). För övrigt är resultaten 2022 mycket näraliggande 2020 års resultat.

**29 b. Under det senaste året, har du råkat ut för att: andel ja-svar 2016–2022 (%)**



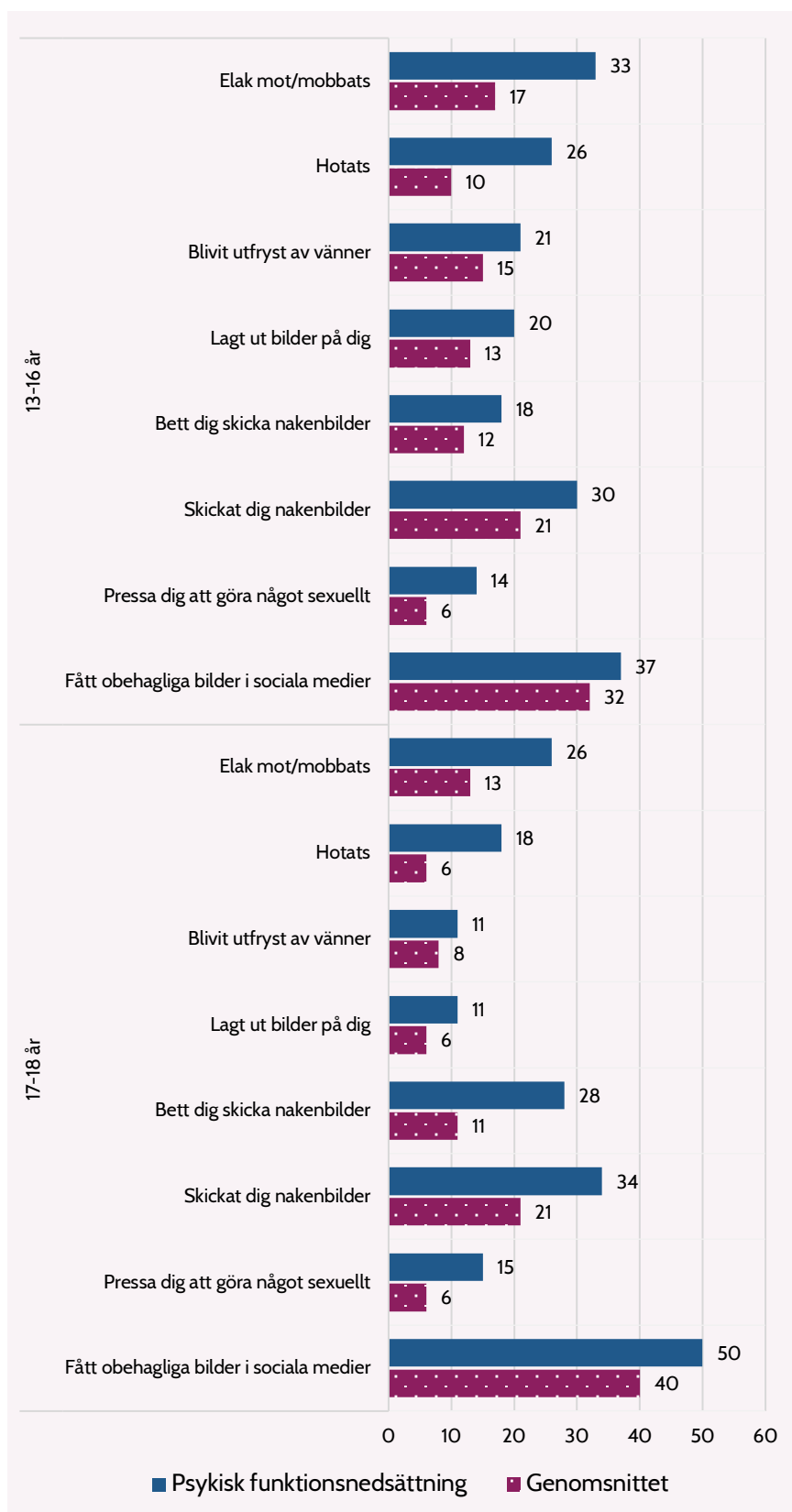
Frågorna om utsatthet på nätet eller via mobilen uppvisade endast marginella förändringar under tidigare års undersökningar, fram till år 2018. Mellan åren 2016 och 2018 ökade den upplevda utsattheten i alla åldersintervall och dessa förändringar bekräftades eller förstärktes i 2020 års undersökning. Men nu förefaller alltså tendensen mot ökad digital utsatthet ha avstannat (diagram 29 b).

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



I den yngsta åldersgruppen finns inga nämnvärda skillnader mellan pojkar och flickor vad gäller utsatthet på nätet. Bland tonåringarna finns det däremot tydliga skillnader när det gäller olika former av sexuella närmanden eller trakasserier, vilket flickor råkar ut för i betydligt högre grad än pojkar (diagram 29 c). 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 och har skickat flickorna bilder på sig själva där de är lättklädda eller nakna (s.k. ”nudes”). Det är nästan bara flickor i tonåren som har råkat ut för att någon har försökt pressa dem att göra något sexuellt på nätet eller via mobilen mot deras vilja. Dessa resultat är i linje med tidigare års undersökningar som också har visat att flickor råkar ut för olika former av sexuella närmanden och trakasserier från okända personer i högre grad än pojkar.

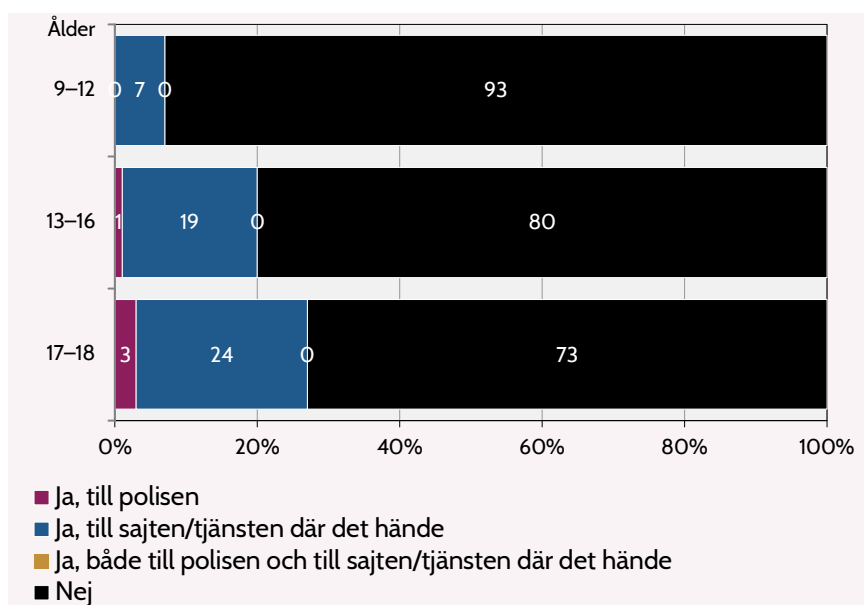
**29 d. Under det senaste året, har du råkat ut för att: andel ja-svar, psykisk funktionsnedsättning och genomsnittet (%)**



Tidigare års undersökningar har även visat att den upplevda utsattheten på nätet och via mobilen är generellt högre bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar, vilket bekräftas av resultaten år 2022. I båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 är det markanta skillnader mellan ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, på så sätt att de med psykiska funktionsnedsättningar upplever samtliga former av utsatthet på nätet i högre grad (diagram 29 d).

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 *Ungar & medier 2021* kan därmed konstateras att ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar är mer utsatta än andra på nätet och att flickor med psykiska funktionsnedsättningar i vissa avseenden är än mer utsatta.

### 30. 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 och inga barn har anmält till både sajten och polisen.

Före 2022 års undersökning ställdes frågan om barnen och ungdomarna har anmält något som hänt på internet senast år 2018, men både frågan och svarsalternativen har formulerats om mellan datainsamlingarna så resultaten kan inte jämföras exakt över tid.<sup>5</sup> På en övergripande nivå kan dock

<sup>5</sup> Frågan i 2018 års datainsamling löd "Har du någon gång anmält något som hänt på internet, t.ex. i sociala medier?". Observera att frågan år 2022 gäller "hot eller hat på internet".

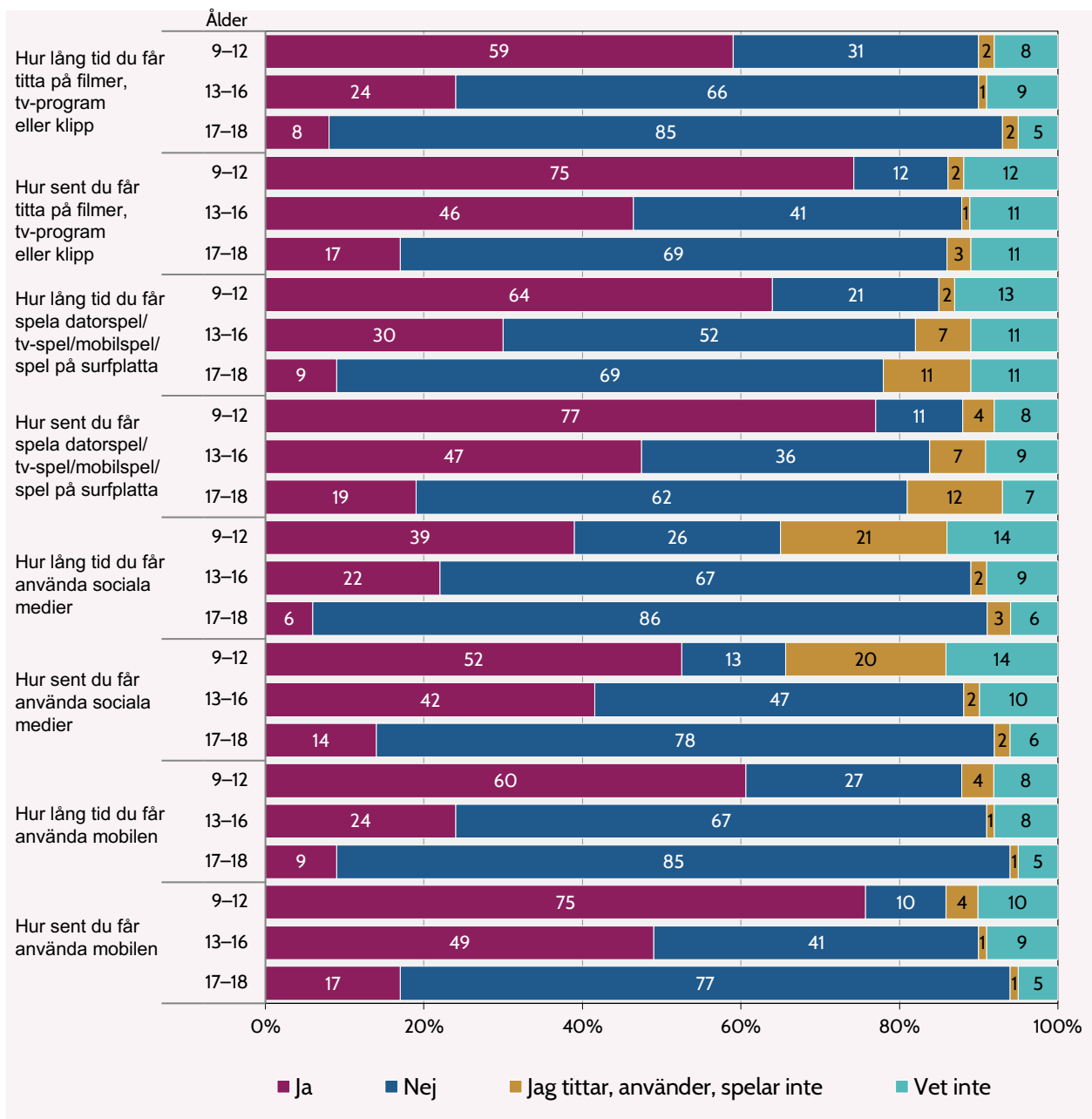


konstateras att mönstret är detsamma år 2018 och 2022: om barnen anmäler något så sker det till sajten, väldigt sällan till polisen. Man kan också notera att det var exakt lika stora andelar som *aldrig har anmält* något år 2018 och 2022 i den yngsta och äldsta åldersgruppen. I åldersintervallet 13–16 har andelen som aldrig anmält något ökat med 8 procentenheter. Det finns således inga tecken på att barns och ungdomars anmälningar på internet ökar.

I den yngsta gruppen finns inga könsskillnader, men bland tonåringarna anmäler flickor generellt mer än pojkar. I åldersintervallet 13–16 har totalt 26 % av flickorna och 13 % av pojkarna anmält hot och hat. Motsvarande siffror i åldern 17–18 är 32 % respektive 22 %. Liknande könsskillnader fanns även år 2018.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar har anmält hat och hot något mer än genomsnittet: totalt 31 % i åldersintervallet 13–16 och 32 % i åldersintervallet 17–18. Könsskillnaderna finns även bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar, på så sätt att flickor har anmält mer än pojkar. Flickor med psykiska funktionsnedsättningar är den grupp som totalt har anmält mest: 36 % i åldern 13–16 och 41 % i åldern 17–18.

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



Hälften, eller mer än hälften, av barnen i åldersintervallet 9–12 har regler för *hur lång tid* och *hur sent* de får använda olika medier (undantaget hur lång tid de får använda sociala medier: 39%). 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 tre fjärdedelar av barnen har regler för.

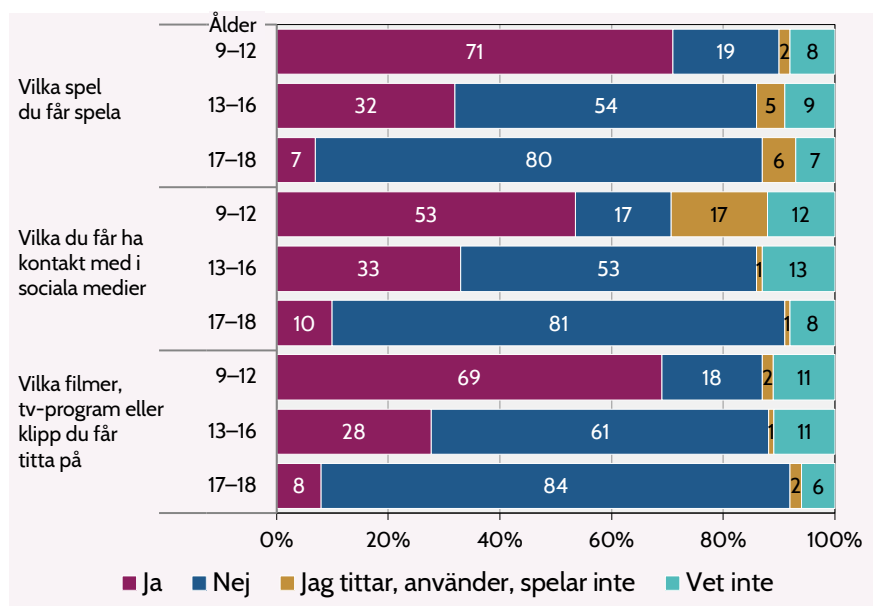
En förändring i årets frågeformulär är att "sociala medier" har ersatt "internet" i en delfråga. Anledningen till att internet har tagits bort är att internet används till så mycket att det blir oklart vad familjens regler egentligen avser. Även "sociala medier" är förvisso en oklar kategori, men den är åtminstone mer avgränsad än "internet".

Övriga delfrågor och svarsalternativ är formulerade på samma sätt sedan 2018 och under dessa år har det endast skett marginella förändringar. Mellan år 2020 och 2022 finns inga nämnvärda förändringar alls och går man tillbaka till 2018 är det endast tre små förändringar som kan vara reella: något fler barn i den yngsta gruppen har nu regler för hur lång tid de får använda mobilen (6 procentenheter) och något färre barn i åldersintervallet 13–16 har regler för hur sent de får titta på filmer och tv-program samt spela datorspel/tv-spel/mobilspel/spel på surfplatta (5 procentenheter).

I åldersintervallet 9–12 har pojkar regler för medieanvändningen i högre grad än flickor, förutom gällande sociala medier. I åldersintervallet 13–16 har pojkar regler för samtliga medier i högre grad än flickor och så har även varit fallet tidigare, både 2018 och 2020. I den äldsta gruppen jämnas könsskillnaderna ut och det är endast i fråga om spel som pojkar har regler i högre grad än flickor. Även detta har iakttagits i tidigare undersökningar.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 13–16 har regler för hur sent de får använda mobilen i något högre grad än genomsnittet. I åldersintervallet 17–18 har ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar regler för hur lång tid de får använda sociala medier i något lägre grad än genomsnittet.

### 32. Har din familj regler för... (%)

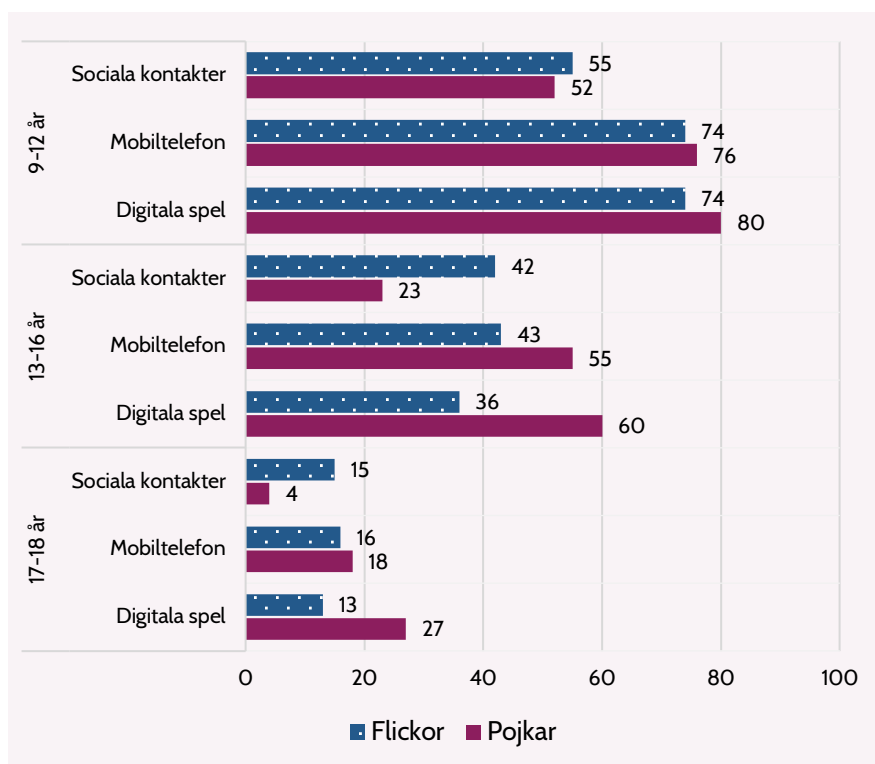


I frågeformuläret år 2022 infogades ytterligare tre delfrågor om regler i familjen, men som inte handlar om tiden för medieanvändning utan om medieinnehåll och sociala kontakter. Resultaten uppvisar liknande mönster som i diagram 31 ovan, på så sätt att det är betydligt vanligare med regler i den yngsta åldersgruppen än i den äldsta. Hälften, eller mer än hälften, av barnen i åldern 9–12 har regler för vilka spel de får spela, vilka de får ha kontakt med i sociala medier och vilka filmer, tv-program eller klipp de får titta på. I den äldsta gruppen är det som mest 1 av 10 som har dessa regler.

Jämförs diagram 31 och 32 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 gruppen. I övriga åldersintervall är regler för *hur sent* sociala medier används vanligare än regler för *vilka* personer ungdomarna får ha kontakt med där. Sammantaget framstår därmed frågan om vilken tid på kvällen som medieanvändningen ska avslutas vara det som vårdnadshavare främst reglerar.

I båda åldersintervallen 9–12 och 13–16 år har pojkar regler för vilka spel de får spela i högre grad än flickor. I den yngsta gruppen har pojkar även regler i högre grad än flickor för vilka filmer, tv-program och klipp de får titta på. Bland tonåringarna (i båda åldersintervallen) har flickor i högre grad än pojkar regler för vilka de får ha kontakt med i sociala medier.

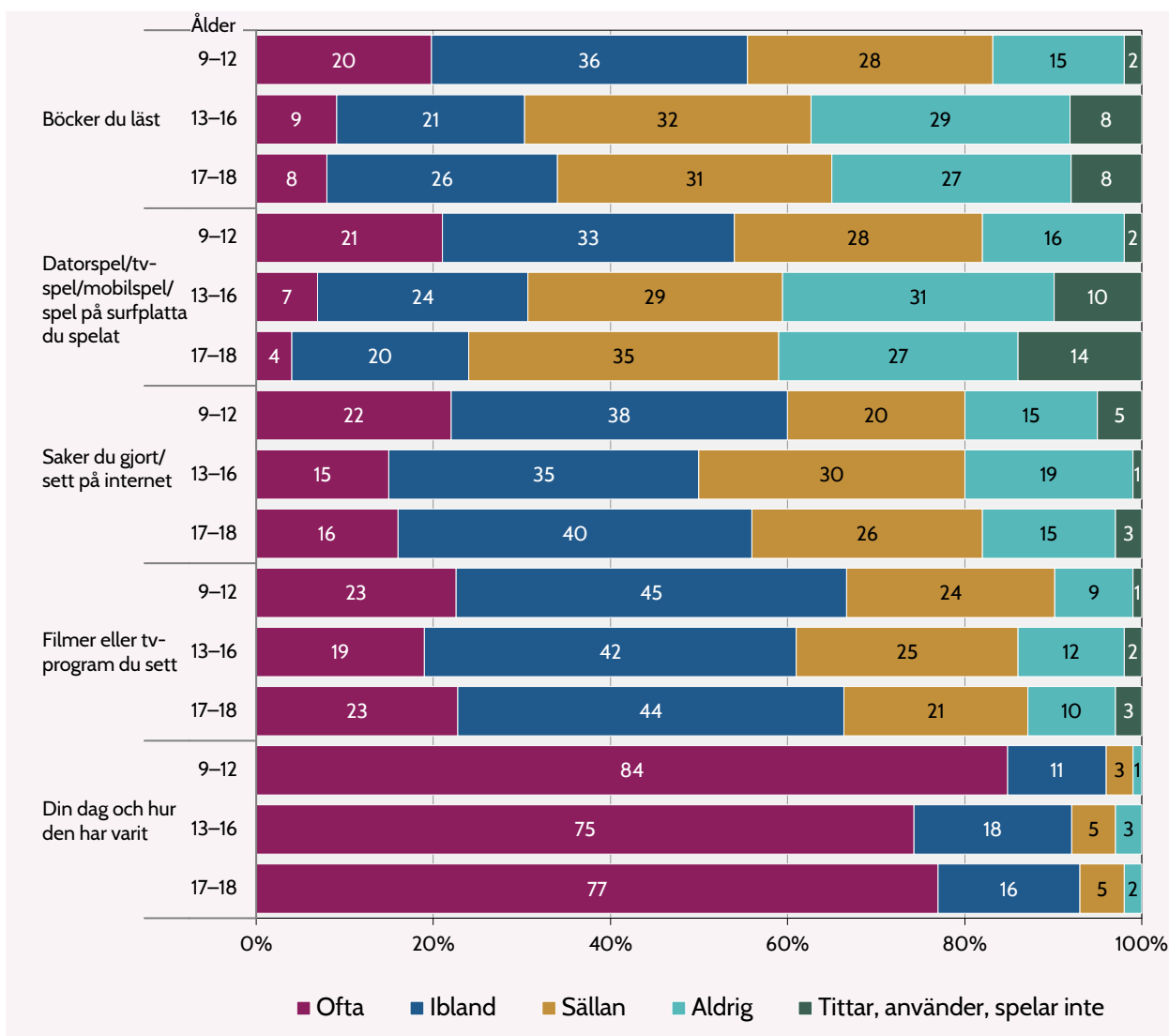
### 32 b. Har regler för hur sent de får spela spel, hur sent de får använda mobiltelefon samt vilka de får ha kontakt med i sociala medier, kön (%)



Sammantaget gäller de vanligaste reglerna för pojkar i samtliga åldersintervall hur sent de får spela digitala spel. Även flickor i yngre år har i hög grad regler för hur sent de får spela spel, men regler för hur sent de får använda mobilen är lika vanligt – och det blir vanligare än regler för spel när flickorna kommer upp i tonåren (diagram 32 b).

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar avviker inte från genomsnittet.

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

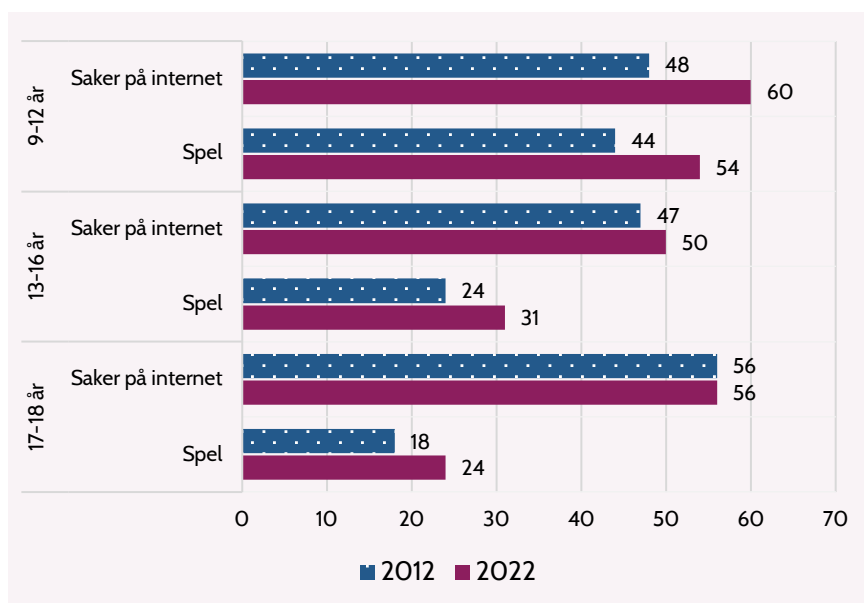


Diagrammet beskriver i vilken utsträckning barn och föräldrar, eller andra vuxna som barnet bor med, brukar prata om medier som barnet har använt. Här finns också en fråga om hur ofta de brukar prata om barnets dag och hur den har varit och resultaten visar att det är det vanligaste samtalsämnet i samtliga 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. Mellan 50 % och 60 % 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, spel de har spelat och saker de sett eller gjort på internet.

Jämfört med år 2018, vilket var den senaste gången som frågan ställdes, är svaren i princip desamma. De enda nämnvärda förändringarna finns i den äldsta gruppen, på så sätt att andelen ungdomar som ofta pratar med sina föräldrar om sin dag och hur den har varit ökar med 9 procentenheter, samtidigt minskar andelarna som sällan eller aldrig pratar med sina föräldrar om sin dag. Även andelen som aldrig pratar om spel de har spelat minskar något (7 procentenheter) i den äldsta gruppen.

### 33 b. Pratar ofta eller ibland med sina föräldrar om spel som barnet har spelat, om saker som barnet har sett eller gjort på internet, 2012 och 2022 (%)

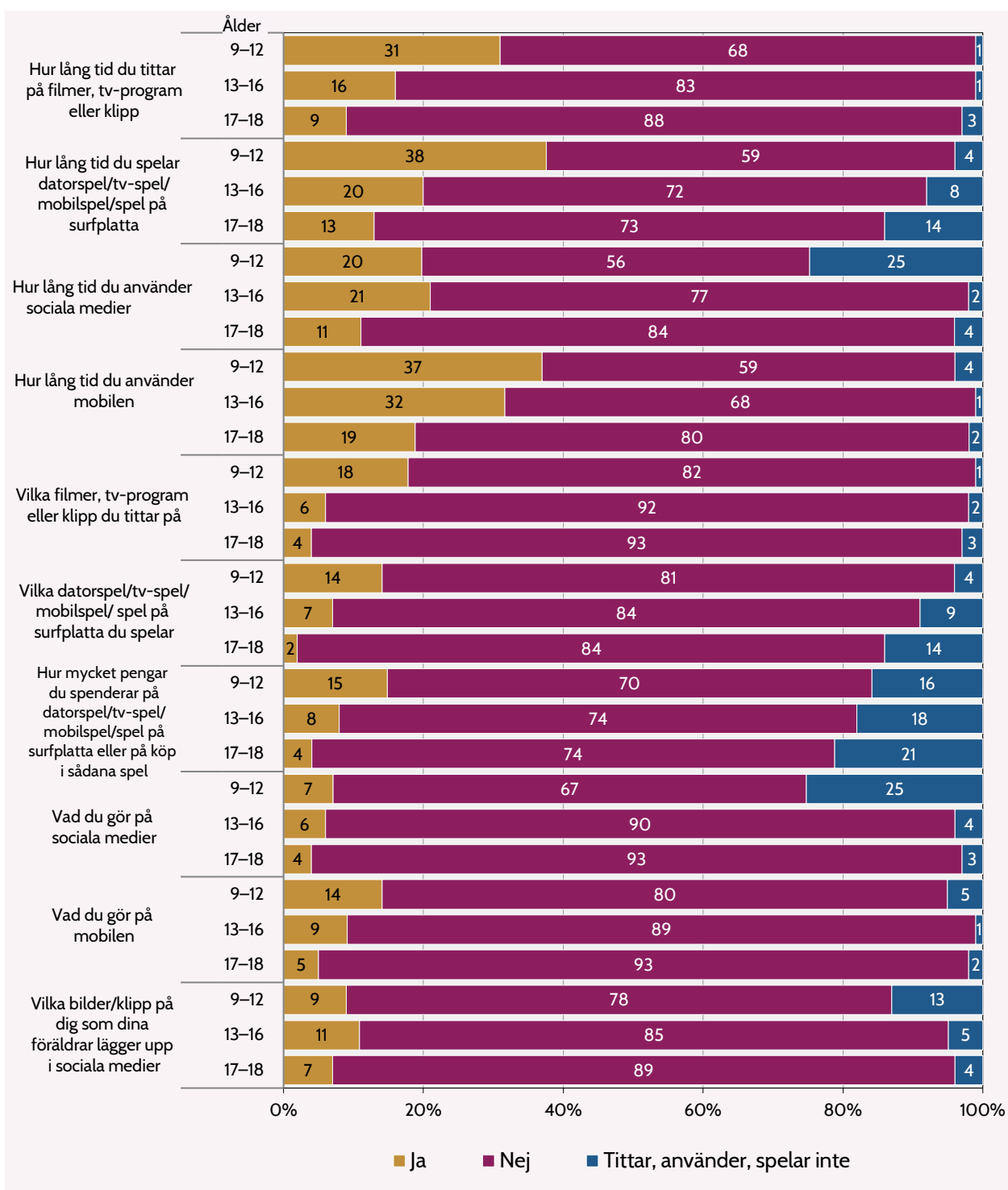


Frågan om hur ofta barnet brukar prata med sina föräldrar om olika medier ställdes första gången år 2012, och under dessa år har ganska lite förändrats. De enda tydliga skillnaderna är att barn och föräldrar pratar om digitala spel i högre grad år 2022 än 2012 och i den yngsta gruppen pratar man alltmer över tid om saker som barnet har sett och gjort på internet (diagram 33 b).

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 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 samt om saker de har sett eller gjort på internet, men i något lägre grad om böcker de har läst.

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



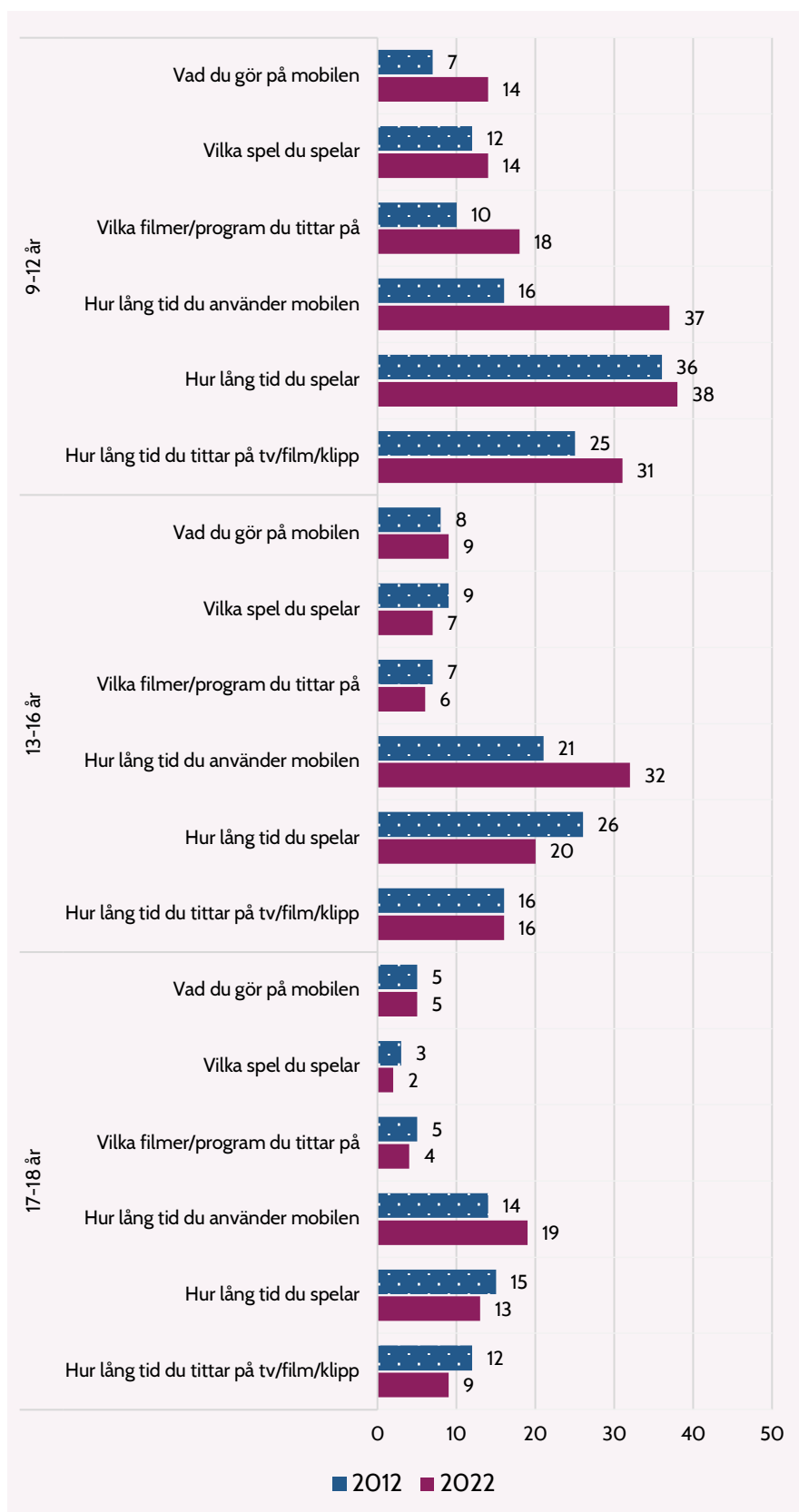
De flesta barn brukar *inte* bli osams med sina föräldrar om sin medieanvändning, men när konflikter förekommer är de generellt vanligare i den yngsta gruppen och minskar ju äldre barnen blir. Konflikterna rör oftare *hur lång tid* barnen ägnar åt medierna än mediernas innehåll, eller vad barnen gör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

Frågan om konflikter rörande ”vilka bilder/klipp på dig som dina föräldrar lägger upp i sociala medier” är ny i undersökningen. Frågorna om sociala medier (hur lång tid de används respektive vad barnet gör på sociala medier) ersätter frågor om hur lång tid barnet använder internet, respektive vad barnet gör på internet. Frågorna om filmer och tv-program respektive spel har ställts sedan 2012, men med några mindre justeringar. Frågan om spel omfattade bara datorspel/tv-spel 2012 men har efterhand kompletterats med spel på surfplatta (datainsamlingen 2014) och mobilspel (2016). I frågorna om film och tv-program har ”klipp” lagts till i frågeformuläret år 2022. Flera frågor har således förändrats något mellan åren vilket påverkar jämförbarheten över tid. Det ska dock tilläggas att anledningen till förändringarna i frågeformulären är att nya medieformer har tillkommit i barns och ungas liv. Förändringarna i frågeformulären avspeglar förändringar i medielandskapet.

Resultaten visar att konflikterna om *hur lång tid* barnen i åldersgruppen 9–12 tittar på filmer, tv-program eller klipp samt spelar digitala spel ökar jämfört med 2020. Eftersom ”klipp” har lagts till i frågan om film och tv-program kan förändringen vara en effekt av detta.

Vad gäller frågan om hur mycket pengar barnen spenderar på digitala spel eller köp i sådana spel är den största förändringen sedan år 2020 att andelen som *inte alls* gör detta i åldersgruppen 13–16 minskar med 8 procentenheter. Andelen som spenderar pengar på och i spel har alltså ökat något i åldersgruppen, men konflikterna har för den skull inte ökat. För övrigt är det marginella förändringar mellan år 2020 och 2022.

### 34 b. Brukar bli osams med föräldrarna om..., 2012 och 2022 (%)



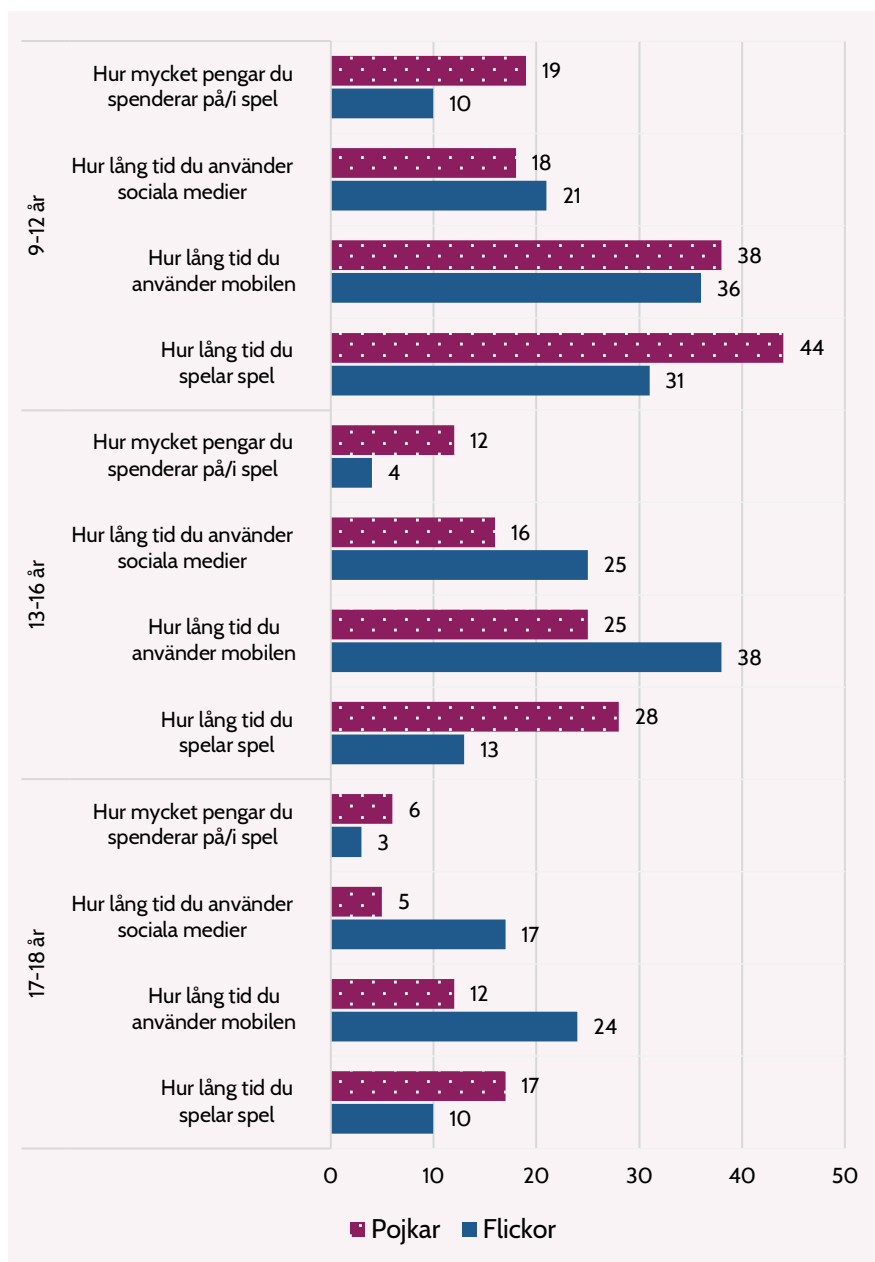
Jämförs resultaten längre tillbaka i tiden, med år 2012, gällande de medietyper som frågan omfattat sedan dess finns det några få större förändringar (diagram 34 b). I alla åldersgrupper har konflikter om *hur länge* barnen och ungdomarna använder mobilen ökat. Den största ökningen finns i åldersgruppen 9–12 (21 procentenheter). Även konflikter om *vad* barnen gör på mobilen samt hur länge de tittar på filmer, tv-program och klipp samt vad de tittar på har ökat i den yngsta åldersgruppen. Förekomsten av medierelaterade konflikter har således ökat generellt i familjer med barn i åldersintervallet 9–12.

Endast en konflikttyp har minskat nämnvärt, nämligen konflikter om hur länge barnen i åldern 13–16 spelar spel (6 procentenheter). För övrigt är det små eller inga förändringar under decenniet (diagram 34 b).

Man kan också notera att det under åren har skett en successiv förskjutning gällande konflikter om spelande jämfört med mobilanvändning. År 2012 var konflikter om hur länge ungdomarna i åldern 17–18 spelade och använde mobilen lika vanliga, men i de båda yngre grupperna var konflikter om hur länge barnen spelade vanligast. År 2014 var konflikter om hur länge ungdomarna i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 använde mobilen lika vanliga, eller vanligare, än konflikter om speltiden. År 2018 var konflikter om hur länge barnen använde mobilen lika vanliga som konflikter om speltiden även i åldern 9–12.



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



I alla åldersgrupper har pojkar fler konflikter om spel med sina föräldrar, i synnerhet konflikter om hur lång tid som pojkarna spelar digitala spel. Flickor i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 har fler konflikter än pojkar om hur lång tid de använder mobilen och sociala medier. Även i den förra undersökningen år 2020 var könsskillnaderna tydliga i fråga om konflikter rörande spel och mobilanvändning.

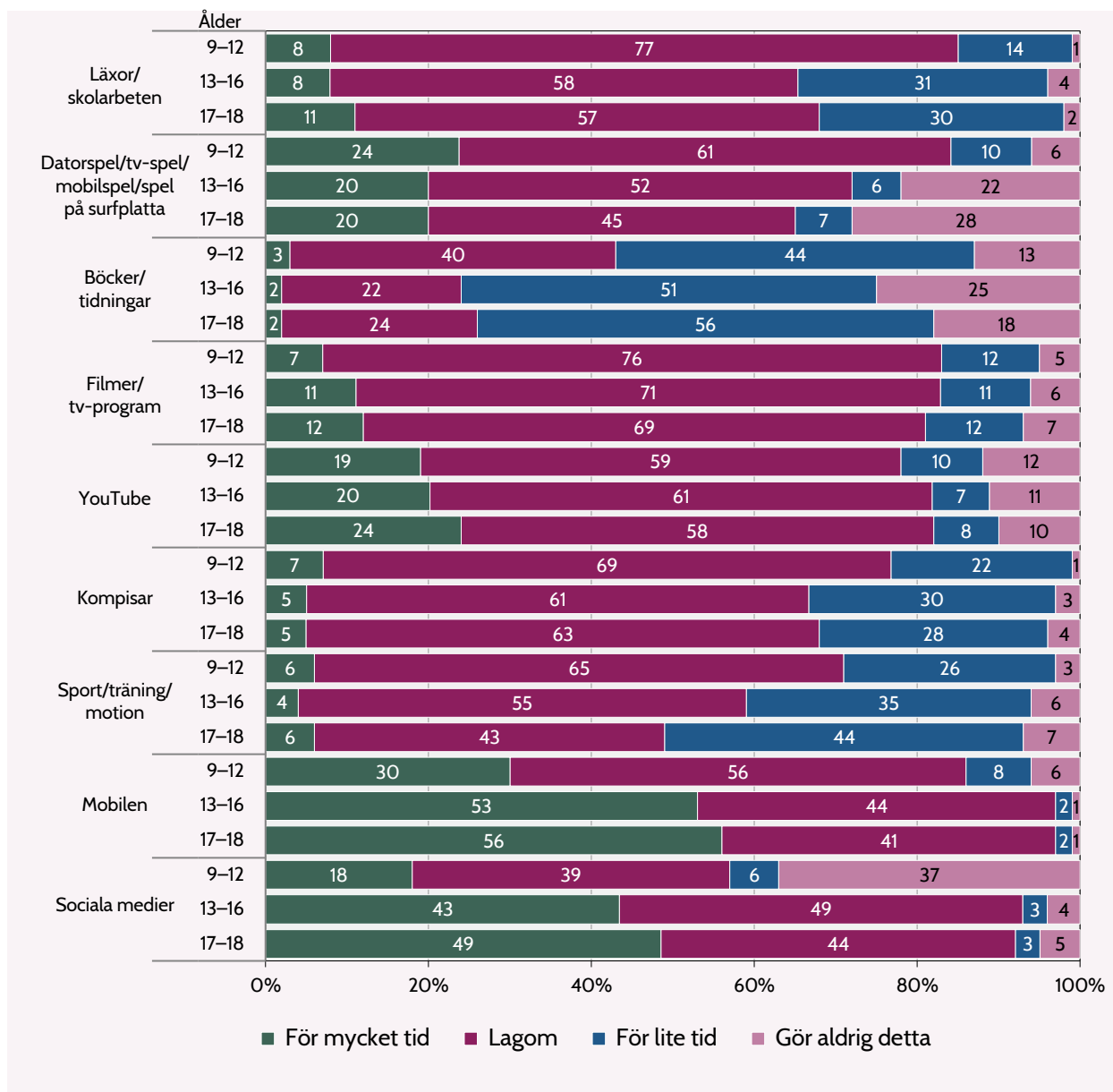
En annan tendens som återkommer från år 2020 är att det finns kopplingar mellan konflikter och mer omfattande spelande. Barn och ungdomar som spelar datorspel/spel på konsol (tv-spel) mer än tre timmar en vanlig dag har konflikter om hur länge de spelar i högre grad än andra. I åldersgruppen 9–12 har 52 % av de som spelar mer än tre timmar

per dag konflikter om speltiden, jämfört med 38 % i genomsnitt. Bland tonåringarna har cirka 30 % av de som spelar mer än tre timmar per dag konflikter om speltiden (jfr 20 % respektive 13 % i diagram 34).

I åldersintervallen 9–12 och 13–16 finns även tydliga samband mellan ”högkonsumtion” av mobilen och sociala medier och konflikter om hur länge dessa används. I den yngsta gruppen är dessutom konflikter om hur länge barnen tittar på film/tv-program/klipp vanligare bland de som är ”högkonsumenter” av film och tv-program eller Youtube. I den äldsta gruppen är sambanden mellan konflikter och omfattningen av medieanvändningen generellt svagare.

Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar avviker inte nämnvärt från genomsnittet.

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



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

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 använder *för mycket tid* åt mobilen och sociala medier. Mer än hälften av ungdomarna i åldersintervallen 13–16 och 17–18 anser 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. Detta är dock inget nytt, utan bekräftar föregående års resultat. Och liksom tidigare år ökar andelarna som tycker sig använda olika medier för mycket med stigande ålder, förutom i fråga om spel som barn i åldern 9–12 är något mer missnöjda med.

De övergripande mönstren är således bekanta, men det finns några förändringar jämfört med den förra datainsamlingen år 2020. Andelarna som svarar att de *inte alls* läser böcker/tidningar minskar i båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 med cirka 5 procentenheter. Samtidigt ökar andelen som tycker att de läser *lagom* med 6 procentenheter i åldersintervallet 17–18. Även andelarna som svarar att de *inte alls* spelar spel minskar, samtidigt som andelarna som tycker att de spelar *lagom* ökar i båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 (5–7 procentenheter).

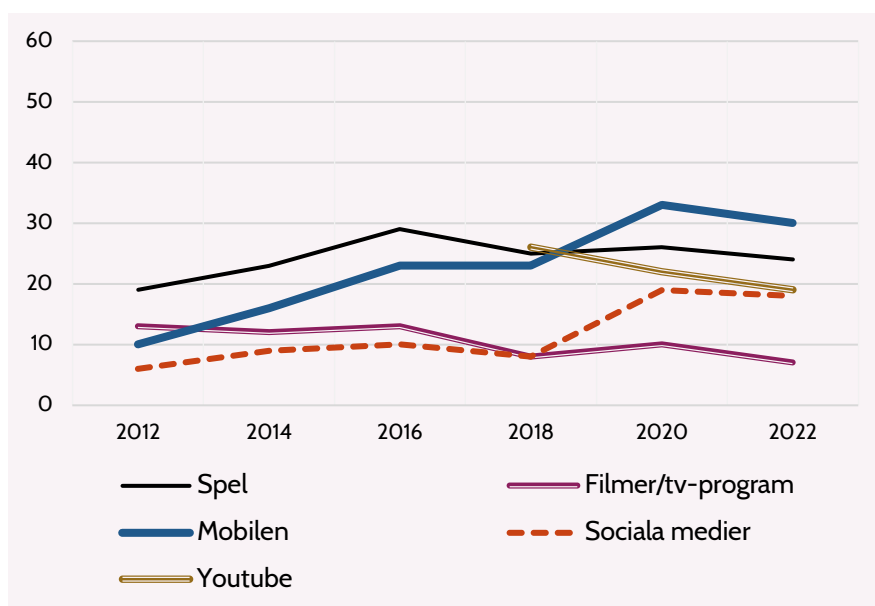
Andelarna som tycker att de tittar *för mycket* på filmer och tv-program minskar, samtidigt som andelarna som tycker att de tittar *för lite* ökar något i alla åldersintervall. Den största förändringen finns i den äldsta gruppen (cirka 9 procentenheter). Andelarna som tycker att de tittar *för mycket* på Youtube minskar med 7 procentenheter i åldrarna 13–16 och 17–18. Samtidigt ökar andelarna som *inte alls* tittar på Youtube något i dessa grupper.

Vad gäller uppfattningarna om användningen av mobilen och sociala medier är förändringarna mycket små. (Den största skillnaden jämfört med 2020 är att andelen som *inte alls* använder sociala medier i åldersintervallet 9–12 ökar med 9 procentenheter.) När det gäller andra aktiviteter än medier – träffa kompisar, sport/träning/motion samt läxor/skolarbeten – finns inga nämnvärda förändringar.

Betraktas dessa förändringar i förhållande till de förändringar i barnens medievanor som beskrevs i diagram 9–10 e finns paralleller. T.ex. ökar den dagliga läsningen något i alla åldrar samtidigt som andelarna som *inte alls* läser minskar. Andelarna som spelar spel på dator/konsol ökar något bland tonåringarna, medan andelarna som *inte alls* spelar minskar. Tittandet på såväl filmer och tv-program som Youtube minskar jämfört med år 2020, liksom andelen användare av sociala medier i den yngsta åldersgruppen. De sätt som barnens uppfattningar om medieanvändningen har förändrats på är således i linje med förändringarna i barnens faktiska medieanvändning.

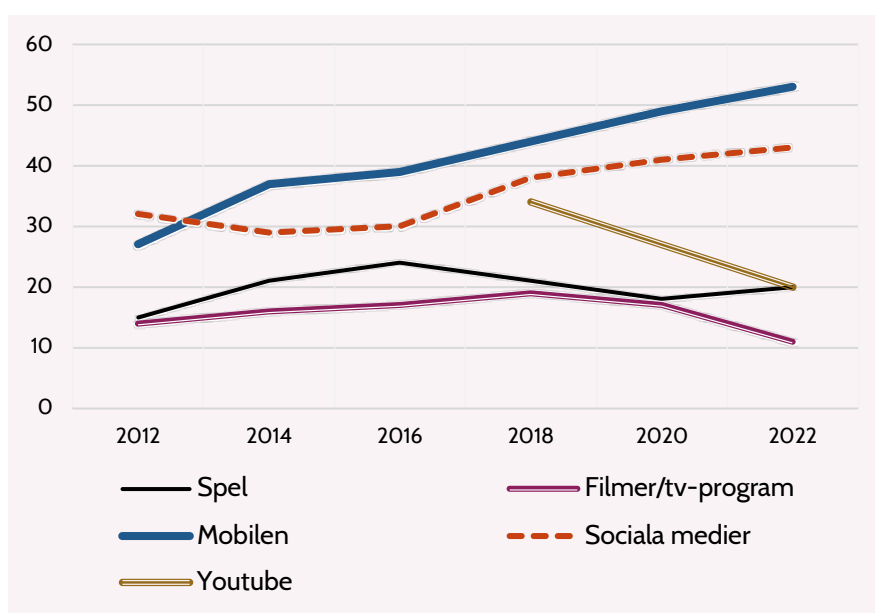
Jämförs uppgifterna med resultaten lite längre tid tillbaka, med 2012, kan några trender urskiljas (diagram 35 b-d).

### 35 b. Tycker att de ägnar för mycket tid åt... 2012–2022, 9–12 år (%)



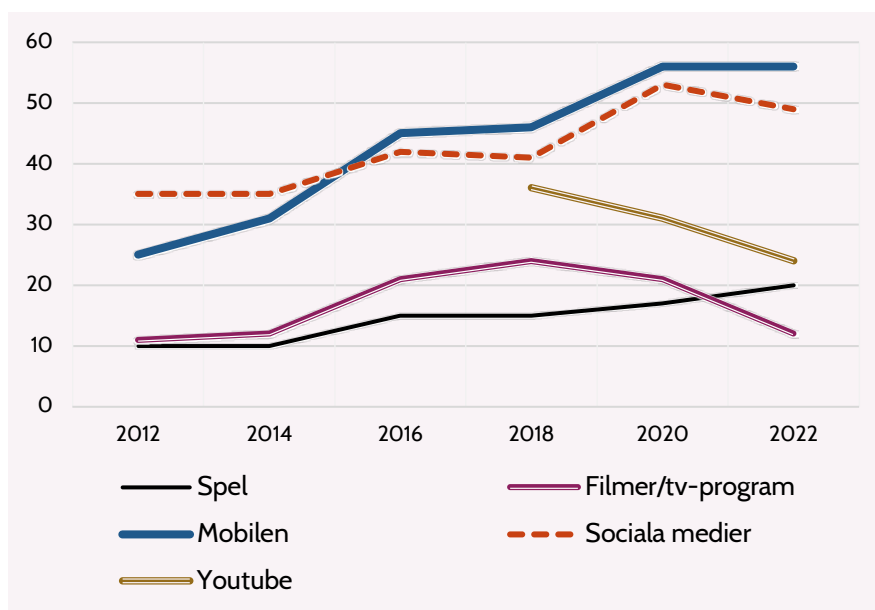
Bland barn i åldersintervallet 9–12 kulminerade uppfattningarna att man ägnar för mycket tid åt spel samt filmer och tv-program år 2016. Därefter minskar dessa uppfattningar. Även uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt Youtube har minskat sedan frågan ställdes första gången år 2018. Uppfattningarna att man ägnar för mycket tid åt mobilen och sociala medier har tvärtom ökat med åren och är betydligt oftare förekommande under år 2020 och 2022, än 2018 och tidigare.

### 35 c. Tycker att de ägnar för mycket tid åt... 2012–2022, 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.

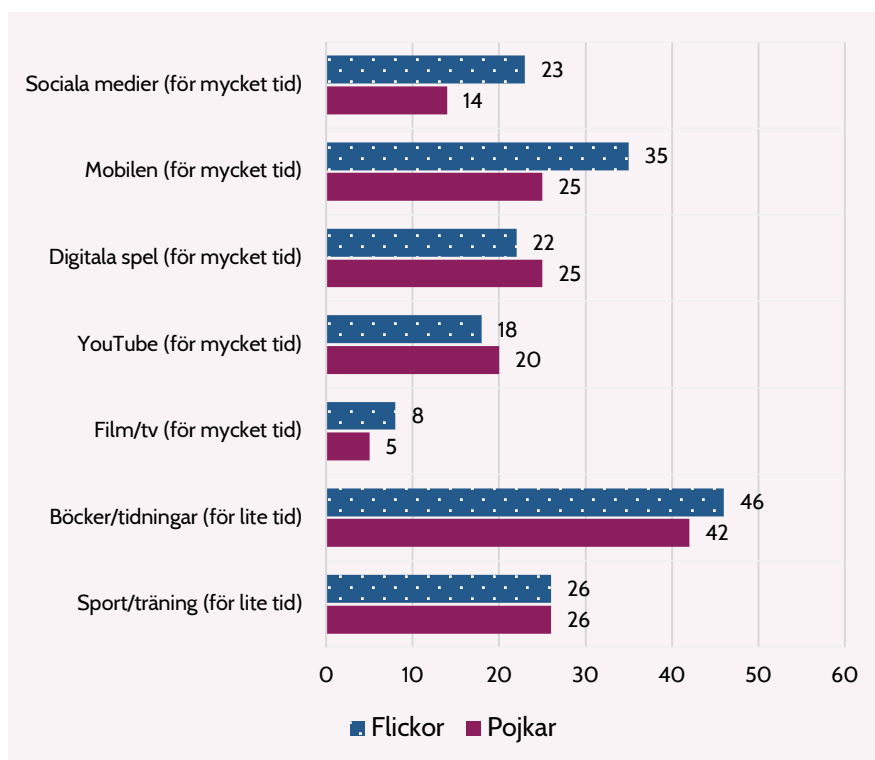
### 35 d. Tycker att de ägnar för mycket tid åt... 2012–2022, 17–18 år (%)



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 använda mobilen samt sociala medier (ökar under 2020-talet). Men andelen som anser sig ägna för mycket tid åt spel har ökat något över tid i denna grupp, i motsats till vad som är fallet i de yngre grupperna.

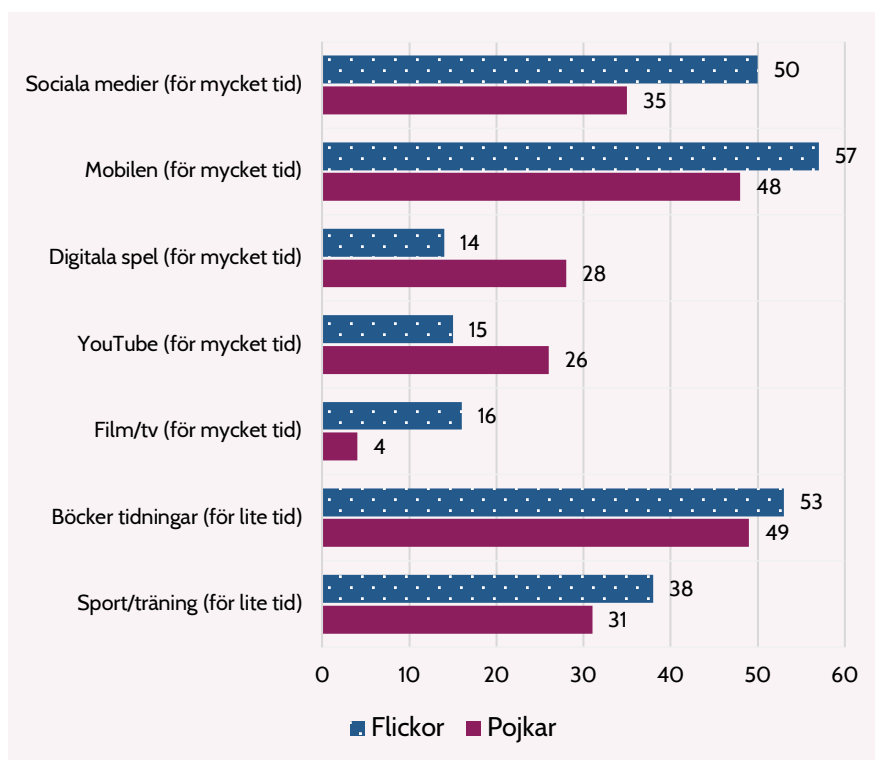
Könsskillnaderna har under tidigare år varit påtagliga och det finns flera markanta skillnader även år 2022:

### 35 e. Tycker att de ägnar för mycket eller för lite tid åt... kön, 9–12 år (%)



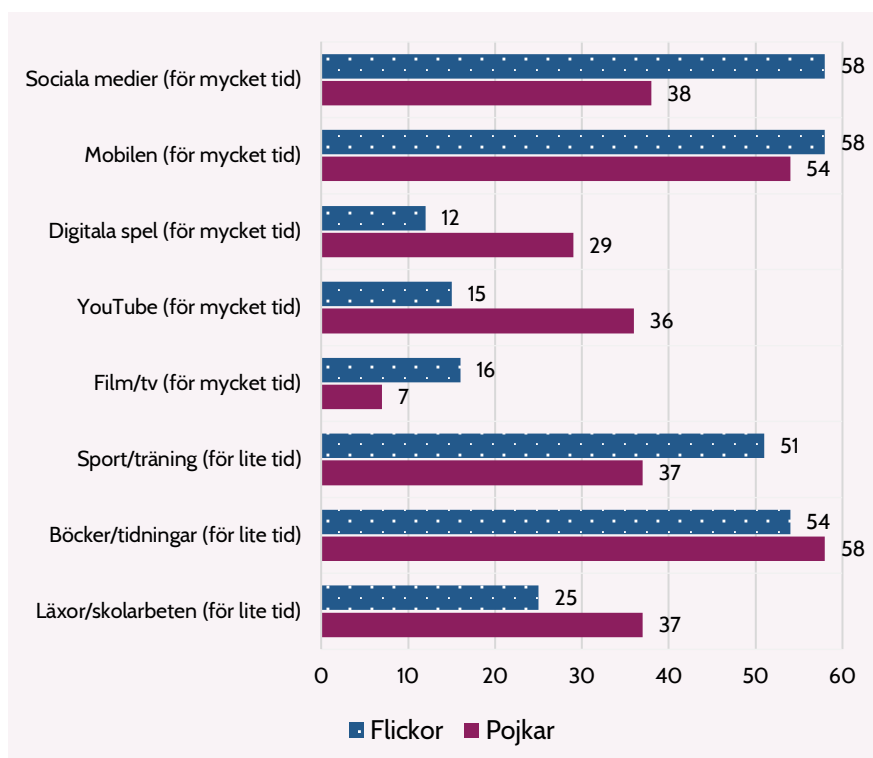
Diagrammet beskriver andelarna flickor och pojkar i åldern 9–12 som anser att de ägnar *för mycket tid* åt sociala medier, mobilen, digitala spel, Youtube samt filmer och tv-program, men *för lite tid* åt böcker och tidningar samt sport/träning/motion. Flickor anser i högre grad än pojkar att de ägnar för mycket tid åt sociala medier, mobilen samt filmer och tv-program, men för lite tid åt böcker och tidningar. Flickor har generellt varit mer självkritiska, eller missnöjda med sin tidsanvändning, än pojkar under alla år som undersökningen gjorts, men könsskillnaderna tenderar att minska. Flickor var t.ex. betydligt mer självkritiska än pojkar i fråga om sport/träning/motion föregående år men nu finns ingen skillnad alls. Pojkar ansåg under tidigare år i högre grad än flickor att de ägnade för mycket tid åt spel och Youtube men nu är könsskillnaderna marginella.

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



I åldersintervallet 13–16 år könsskillnaderna generellt större än i den yngre åldersgruppen. Pojkar är mer missnöjda, eller självkritiska, än flickor endast i fråga om digitala spel och Youtube. Så har det sett ut även i tidigare undersökningar men könsskillnaderna minskar i vissa avseenden. Andelarna som anser att de ägnar för mycket tid åt filmer och tv-program minskar bland både flickor och pojkar, men mer bland flickorna vilket innebär att deras uppfattning närmar sig pojkarnas. Pojkarnas och flickornas uppfattningar närmar sig även varandra gällande sociala medier och mobilen, men här förklaras det av att pojkarnas uppfattningar närmar sig flickornas. Uppfattningen att man använder sociala medier och mobilen för mycket ökar alltså bland pojkarna, men inte bland flickorna.

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



Även i den äldsta åldersgruppen är pojkarna mer missnöjda, eller självkritiska, än flickorna i fråga om digitala spel och Youtube, men dessutom gällande läxor och skolarbeten (för lite tid). Flickorna är mer missnöjda eller självkritiska i fråga om mobilen, sociala medier, filmer och tv-program samt sport/träning/motion. Dessa mönster fanns även år 2020. Men för två medietyper minskar könsskillnaderna markant: mobilen samt böcker och tidningar. Pojkarna anser i ökande grad att de använder mobilen för mycket, men ägnar för lite tid åt böcker och tidningar. Samtidigt minskar dessa uppfattningar något bland flickorna.

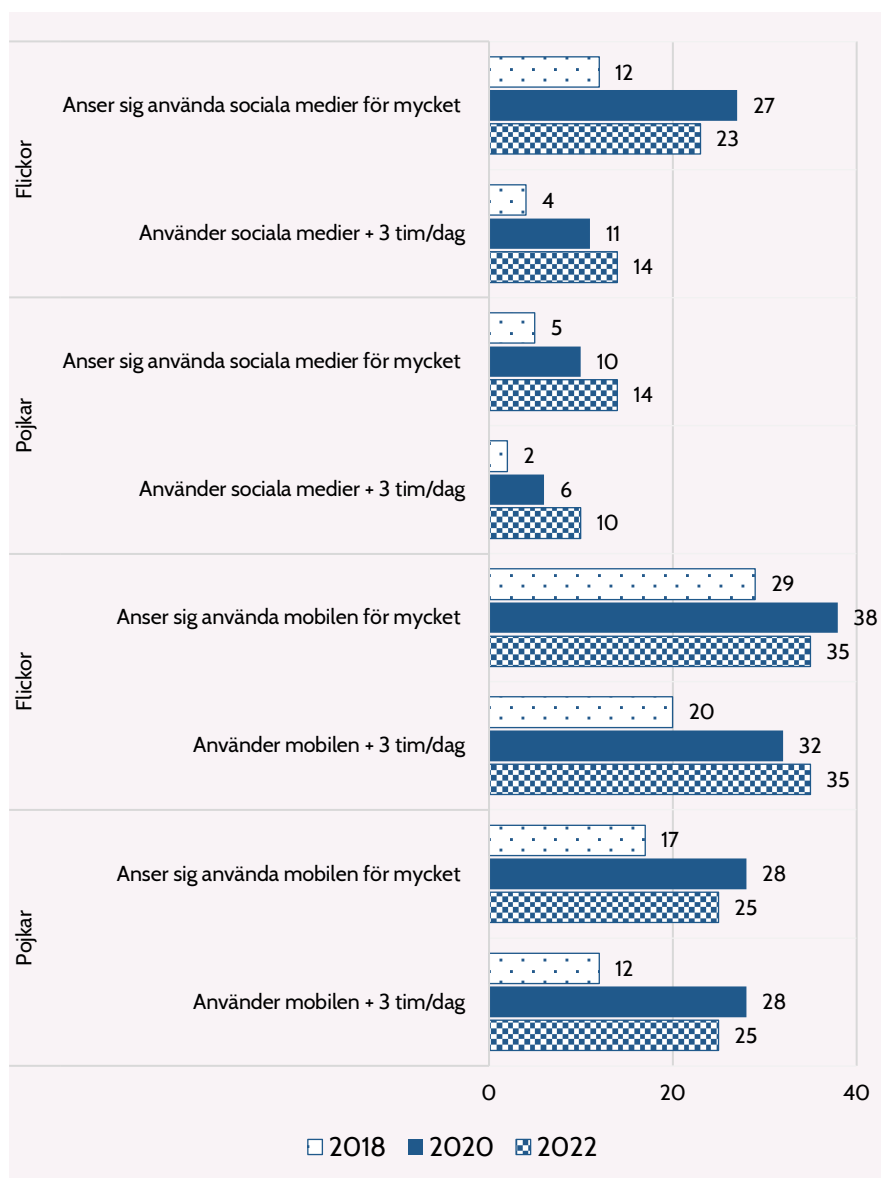
Barn i åldersintervallet 13–16 med psykiska funktionsnedsättningar anser i högre grad än genomsnittet att de ägnar för mycket tid åt digitala spel och Youtube, men för lite tid åt sport/träning/motion. I båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 uppger ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar att de inte alls läser böcker och tidningar i betydligt högre grad än genomsnittet. I åldersintervallet 17–18 anser de med psykiska funktionsnedsättningar i högre grad att de ägnar för mycket tid åt digitala spel, men för lite tid åt sport/träning/motion samt kompisar. Samtidigt är de mer nöjda än genomsnittet med hur mycket tid de ägnar åt sociala medier och mobilen: ungefär hälften svarar *lagom med tid*.

Som tidigare nämnts förändras barnens uppfattningar om medieanvändningen generellt i linje med förändringarna i deras faktiska medieanvändning. Analyseras uppfattningarna om medieanvändningen i förhållande till den faktiska medieanvändningen finns oftast en logisk koppling: de som t.ex. använder sociala medier mer än tre timmar per dag

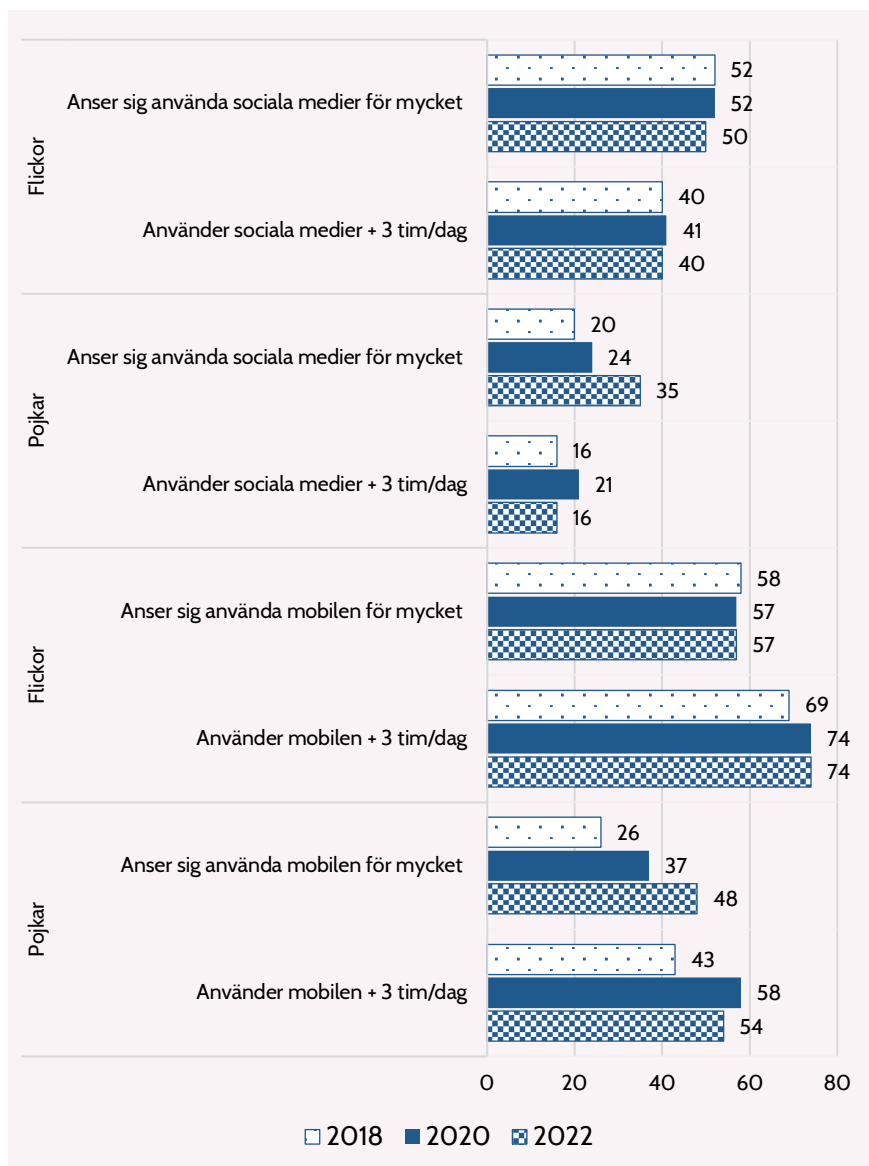


anser i högre grad än ”låganvändarna” att de ägnar för mycket tid åt sociala medier. Men uppfattningarna om medieanvändningen förändras inte alltid i takt med den faktiska användningen, så det verkar finnas fler faktorer som påverkar uppfattningarna. Betraktas utvecklingen mellan åren 2018 och 2022 finns det några skillnader mellan könen och mellan åldersgrupperna (diagram 35 h-j).

### 35 h. Faktisk användning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt sociala medier och mobilen, kön, 2018–2022, 9–12 år (%)



**35 i. Faktisk användning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt sociala medier och mobilen, kön, 2018–2022, 13–16 år (%)**



### 35 j. Faktisk användning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt sociala medier och mobilen, kön, 2018–2022, 17–18 år (%)

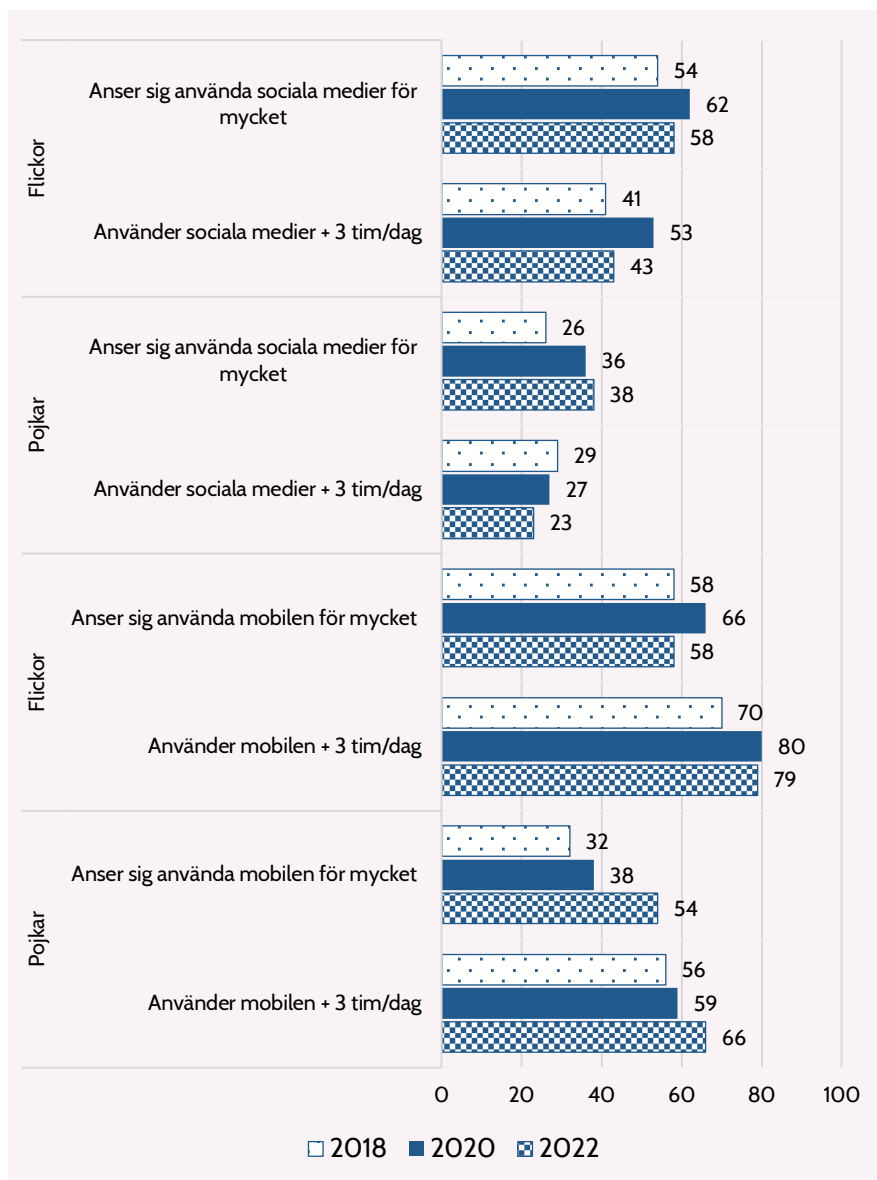
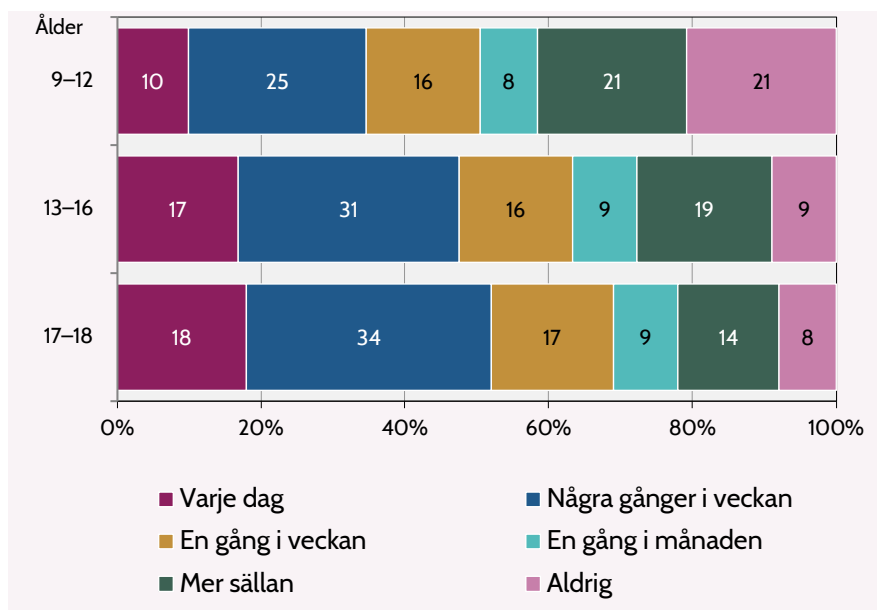


Diagram 35 h–j beskriver andelarna pojkar och flickor i respektive åldersintervall som använder mobilen och sociala medier mer än tre timmar per dag (så kallade "höganvändare") samt andelarna som anser att de använder mobilen och sociala medier *för mycket* under 2018, 2020 och 2022. I de flesta fall förändras uppfattningarna i samma riktning som andelen höganvändare. Tittar man t.ex. på pojkar i åldern 9–12 ökar både andelen höganvändare av sociala medier och andelen som anser sig ägna för mycket tid åt sociala medier successivt. Vad gäller mobilen förändras uppfattningarna bland pojkar och andelen höganvändare på nästan exakt samma sätt (diagram 35 h). Bland flickor i åldern 13–16 finns i princip inga förändringar alls mellan åren, varken gällande uppfattningarna eller användningen av sociala medier och mobilen (diagram 35 i).

Om man däremot betraktar hur tonårspojkarnas uppfattningar om sociala medier förändras går de inte i samma riktning som den faktiska användningen. Medan andelen pojkar som använder sociala medier mer än tre timmar per dag minskar i båda åldersgrupperna 13–16 och 17–18, så ökar andelarna som anser sig använda sociala medier för mycket. Trots att ”höganvändarna” blir färre så anser alltså allt fler tonårspojkar att de använder sociala medier *för mycket*. Detta indikerar att uppfattningarna om huruvida medierna används lagom, för mycket eller för lite inte bara handlar om tid utan även påverkas av andra faktorer.<sup>6</sup>

En annan reflektion är att missnöjet med den egna användningen av mobilen och sociala medier bland flickor i åldersintervallet 17–18 var högst under år 2020. Detta skulle kunna förklaras av den då pågående covid-19-pandemin och därmed sammanhängande smittskyddsrestriktioner, såsom fjärr- och distansundervisning på gymnasienivå, som kanske innebar att mer förströelse och socialt umgänge än önskat behövde ske via mobil och sociala medier.

### 36. 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? (%)



<sup>6</sup> I Statens medieråds rapport *Unga, medier och psykisk ohälsa* (2020) utvecklas resonemangen kring barnens uppfattningar om sin medieanvändning relaterat till andra faktorer. Här framgår att barn med nedsatt psykiskt välbefinnande generellt är mer missnöjda med sin tidsanvändning än barn som mår förhållandevis bra.

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 52 %. Bland tonåringarna är det alltså omkring hälften som flera gånger i veckan upplever att medieanvändningen går ut över andra saker de ska göra.

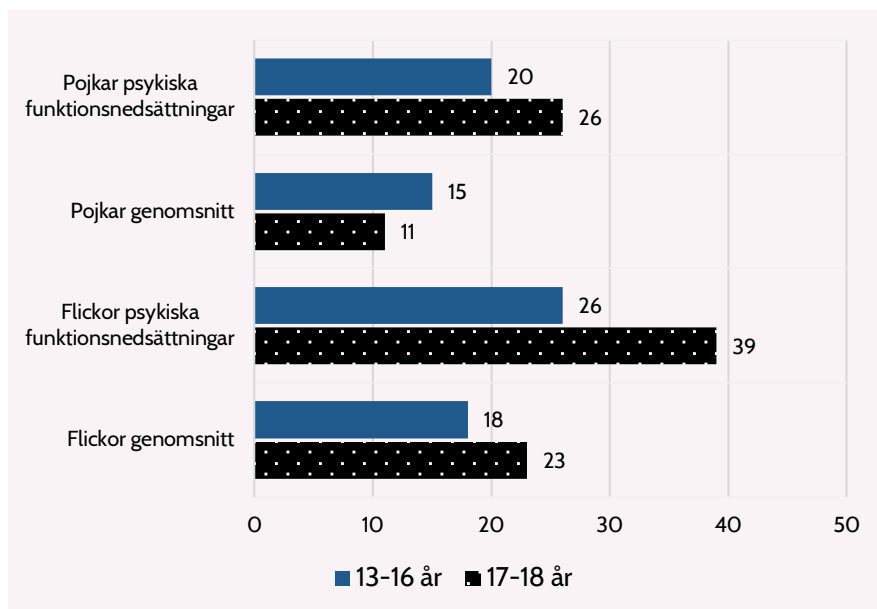
Frågan ställdes första gången år 2018 och mellan 2018 och 2020 fanns endast små förändringar. Den största förändringen då var att andelen som svarade *varje dag* i åldersintervallet 17–18 ökade med 6 procentenheter, vilket tolkades som en eventuell följd av distansundervisningen då undervisning i hemmet ökar risken för att medieanvändningen går ut över skolarbetet. År 2022 minskar andelen som svarar *varje dag* lika mycket som den ökade under 2020, vilket stärker antagandet att ökningen år 2020 var en pandemieffekt. För övrigt är förändringarna mellan åren marginella. Att medieanvändningen leder till att barnen inte gör andra saker som de ska göra sker således i princip i samma grad år 2022 som 2018.

I den yngsta gruppen finns inga nämnvärda könsskillnader. I båda åldersintervallen 13–16 och 17–18 är det dock vanligare bland flickor än pojkar att medieanvändningen varje dag eller några gånger i veckan leder till att andra saker inte blir gjorda. I den äldsta gruppen svarar 59 % av flickorna och 41 % av pojkarna att det sker varje dag eller några gånger i veckan.

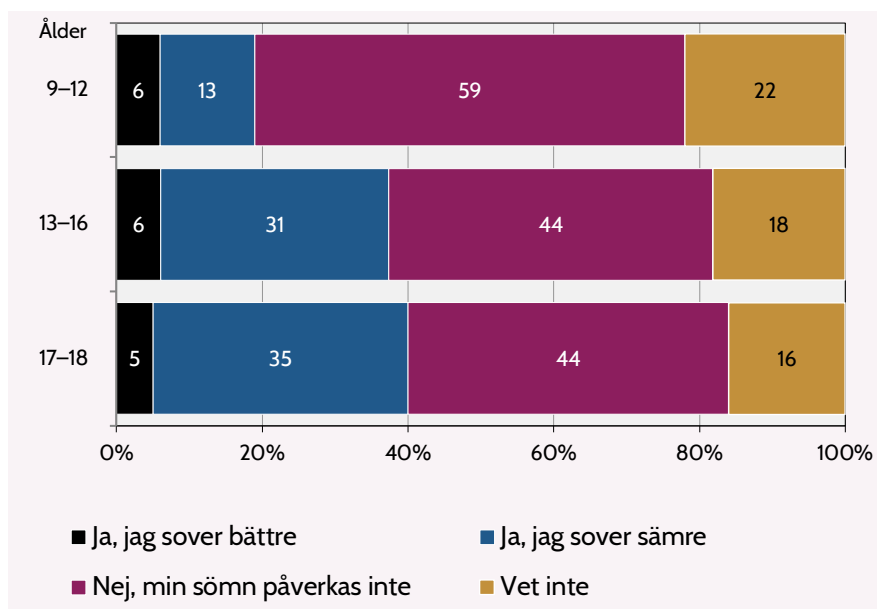
Bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 13–16 svarar totalt 55 % att medieanvändningen varje dag eller några gånger i veckan leder till att de inte gör andra saker de ska göra. Motsvarande siffra bland ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 17–18 är 57 %. Att medieanvändningen går ut över andra saker ungdomarna ska göra är således något vanligare bland de med psykiska funktionsnedsättningar.

Både kön och psykiska funktionsnedsättningar inverkar således på resultaten, vilket är ett mönster som förekom även under år 2020. Flickor med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 17–18 är den grupp som i högst grad rapporterar att medieanvändningen varje dag leder till att de inte gör andra saker som de ska göra (39 %, diagram 36 b).

### 36 b. Händer varje dag att medieanvändningen leder till att ungdomarna inte gör vad de ska, psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, kön (%)



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



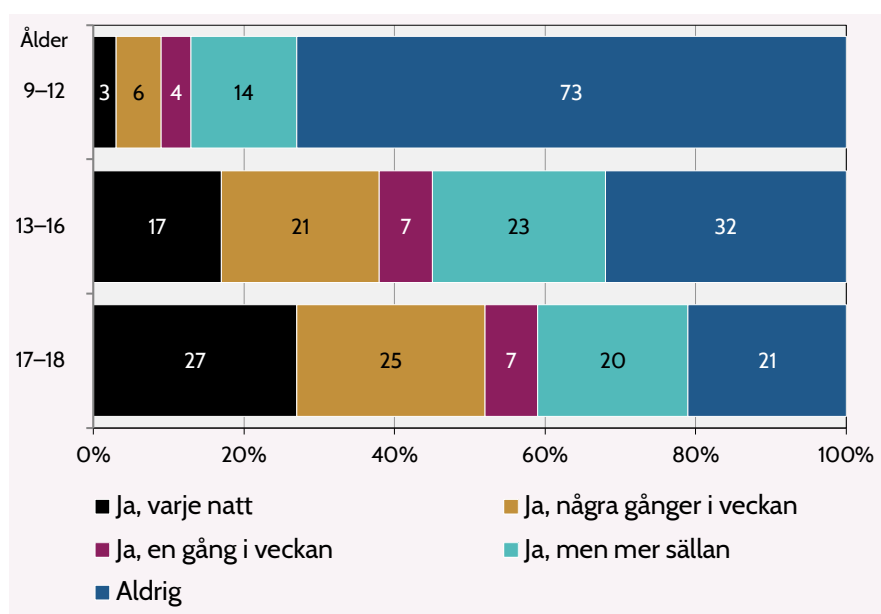
Det vanligaste svaret i alla åldersgrupper är att sömnen *inte* påverkas av medieanvändningen. Det är få barn som tror att deras medieanvändning påverkar deras sömn till det *bättre*. Andelarna som tror att deras sömn påverkas till det *sämre* ökar med barnens stigande ålder, från 13 % i den yngsta gruppen till 35 % i åldersintervallet 17-18. Bland tonåringarna tror således ungefär en tredjedel att de sover sämre till följd av sin medieanvändning.

Frågan har ställts två gånger tidigare, år 2018 och 2020, och i åldersintervallen 9–12 och 13–16 finns i stort sett inga förändringar mellan åren. I åldersintervallet 17–18 ökade däremot andelarna som trodde att deras sömn påverkades till det sämre med 10 procentenheter mellan 2018 och 2020. Men år 2022 är resultaten tillbaka på samma nivå som 2018. Eftersom ökningen under år 2020 verkar ha varit tillfällig finns skäl att anta att den var en pandemieffekt. Ungdomarna på gymnasienivå hade huvudsakligen distansundervisning och var, som så många andra under perioden, hänvisade till digitala medier för socialt umgänge och förströelse vilket kan ha medfört att medieanvändningen påverkade sömnrutiner i större utsträckning än annars.

I åldersintervallet 13–16 tror pojkar (35 %) i något högre grad än flickor (29 %) att deras sömn påverkas till det sämre, men i den yngsta respektive äldsta gruppen finns inga nämnvärda könsskillnader.

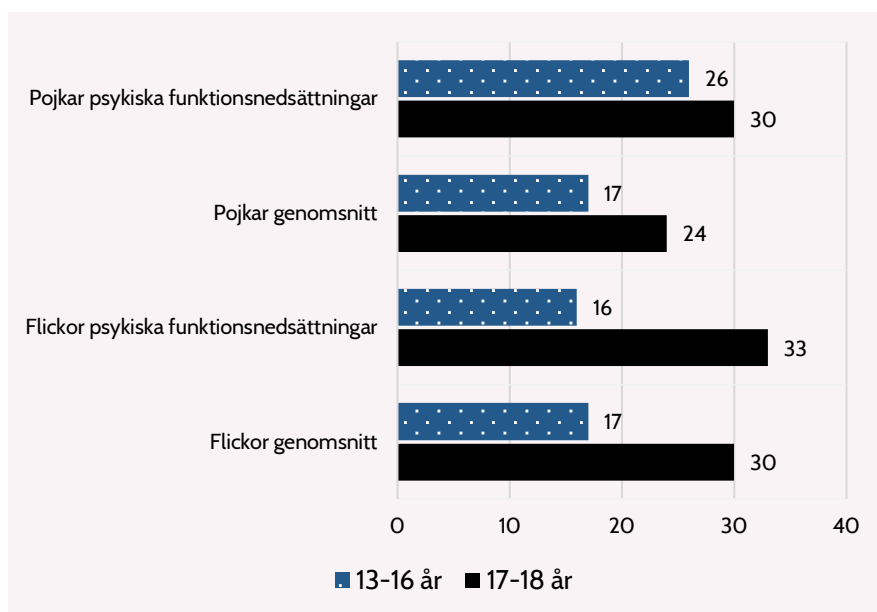
Pojkar och flickor med psykiska funktionsnedsättningar i åldersintervallet 13–16 svarar i något högre grad att de inte vet om deras sömn påverkas. Detta gäller även pojkar med psykiska funktionsnedsättningar i den äldsta gruppen samtidigt som dessa, i lägre grad än andra pojkar, tror att deras sömn påverkas till det sämre. Flickor med psykiska funktionsnedsättningar i åldern 13–16 tror, tvärtom, i något högre grad att deras sömn påverkas till det sämre.

### 38. Använder du mobilen på natten? (%)



Barn i åldersintervallet 9–12 använder sällan mobilen på natten, men det sker i ökad utsträckning ju äldre barnen blir. I den äldsta gruppen använder drygt en fjärdedel mobilen varje natt och cirka 60 % använder mobilen minst en natt i veckan. Det finns inga könsskillnader i någon av åldersgrupperna.

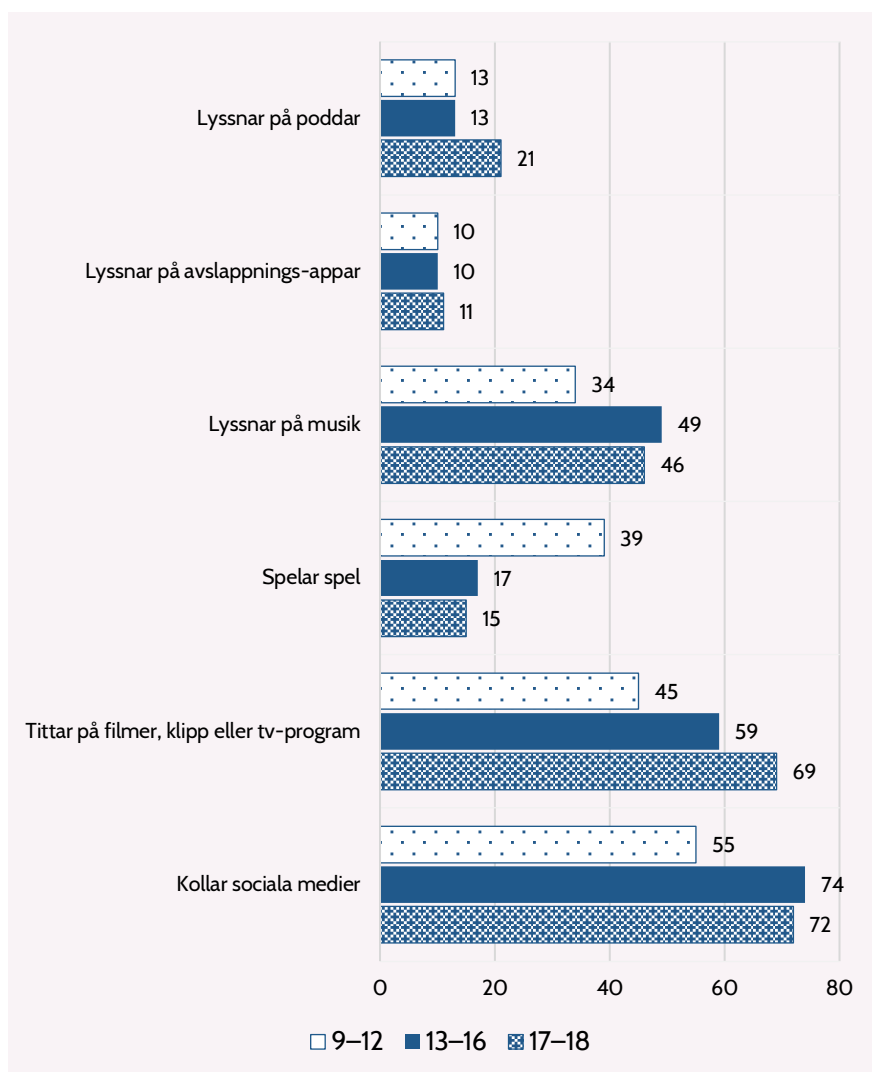
### 38 b. Använder mobilen varje natt, psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet, kön (%)



Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar i åldersintervallen 13–16 och 17–18 svarar i något högre grad än genomsnittet (5–6 procentenheter) att de använder mobilen varje natt eller några gånger i veckan, och i något lägre grad att det *aldrig* sker.



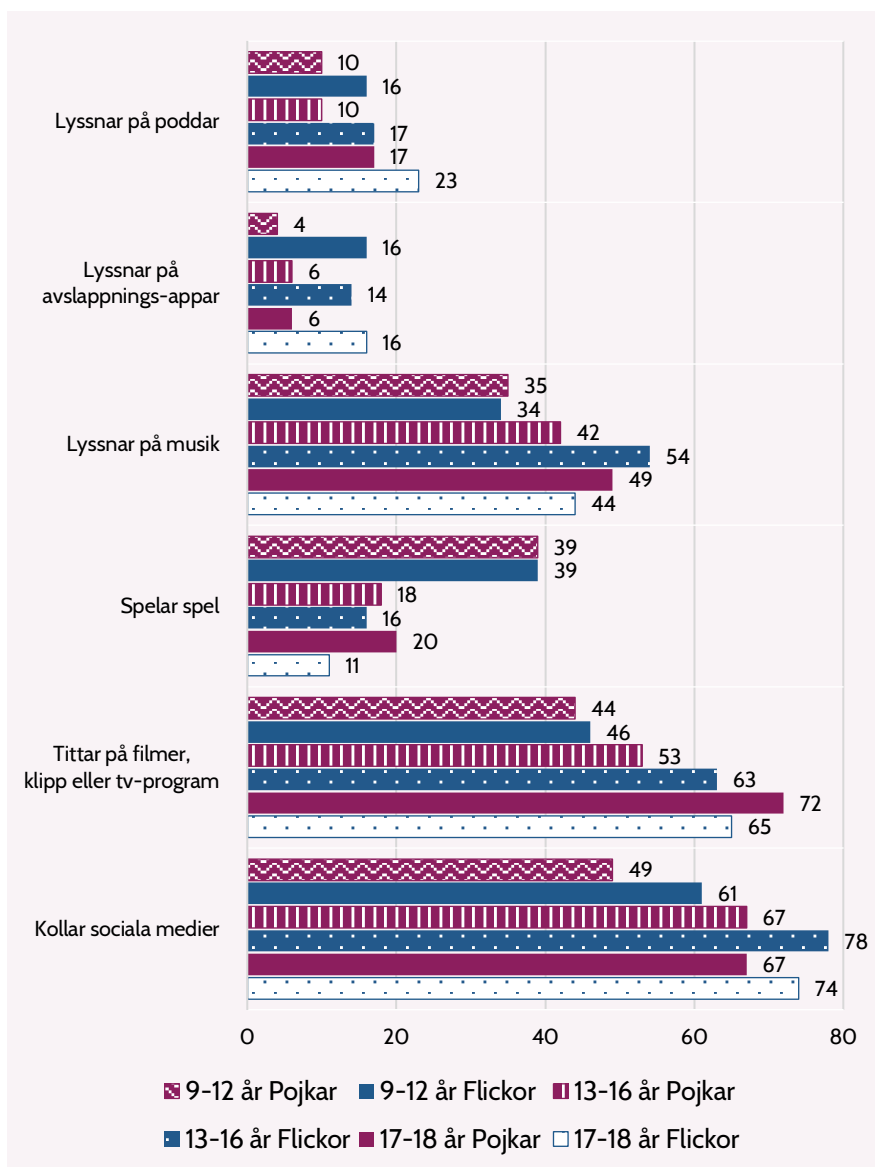
### 39. Vad använder du mobilen till på natten? (%) (Flera svar kan markeras)



Frågan i diagram 39 har endast besvarats av dem som på den föregående frågan svarat att de använder mobilen på natten (diagram 38). Det vill säga 27 % i åldern 9–12, 68 % i åldern 13–16 och 79 % i åldern 17–18. Barnen kunde markera flera svarsalternativ varför resultaten i diagram 39 inte summerar till hundra procent.

Om barnen och ungdomarna använder mobilen på natten så är det vanligaste i alla åldersgrupper att man kollar sociala medier, följt av 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. I den yngsta gruppen är även att spela spel populärt. Att lyssna på avslappnings-appar eller poddar förekommer i betydligt lägre grad.

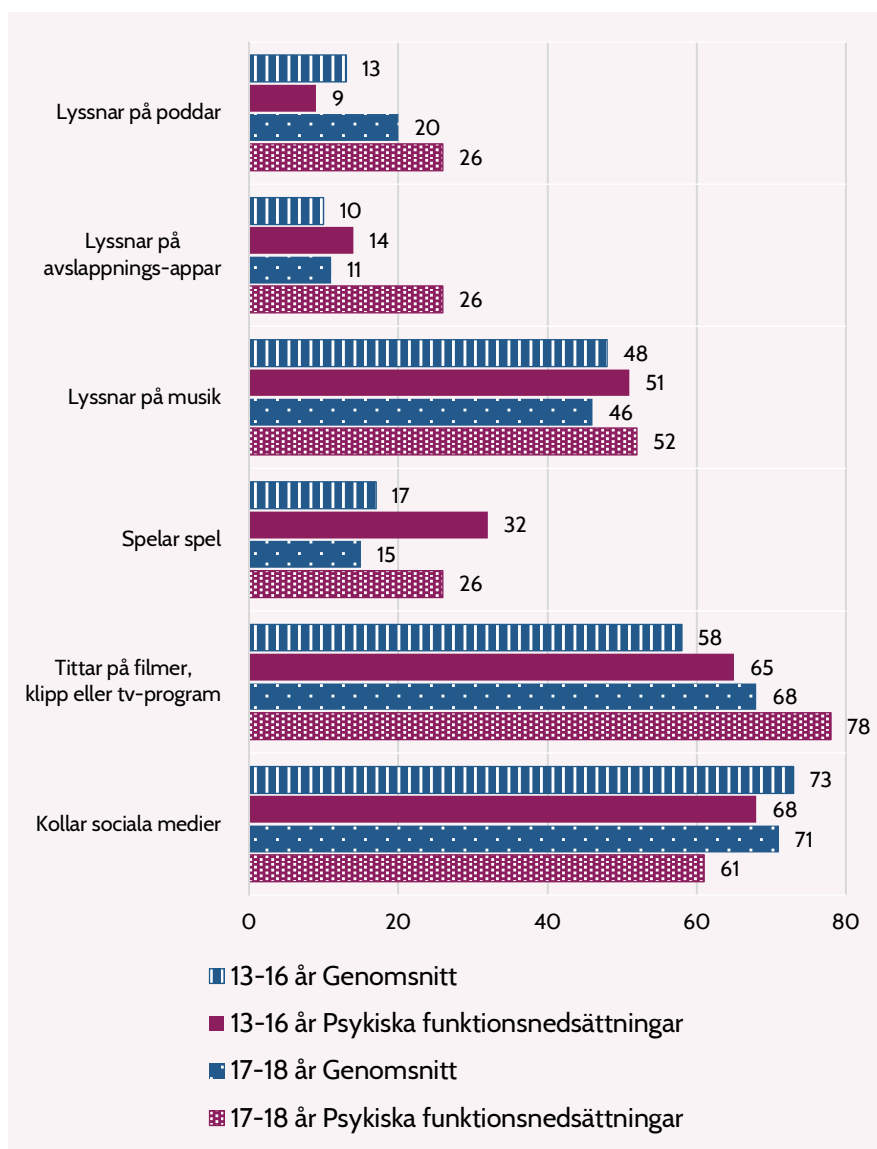
### 39 b. Vad använder du mobilen till på natten? Kön (%)



I alla åldersgrupper är det vanligare bland flickor än pojkar att kolla sociala medier, lyssna på avslappnings-appar samt poddar nattetid. Det finns ingen medieaktivitet som genomgående är vanligare bland pojkar än flickor. Att spela spel på mobilen nattetid är vanligast i den yngsta gruppen och det förekommer i samma utsträckning bland pojkar och flickor. I tonåren minskar spelandet på natten, men mer bland flickor än pojkar.

(Observera att frågan endast har besvarats av dem som uppgett att de använder mobilen på natten, se diagram 38. I diagram 39 b kunde flera svarsalternativ markeras varför resultaten inte summerar till hundra procent.)

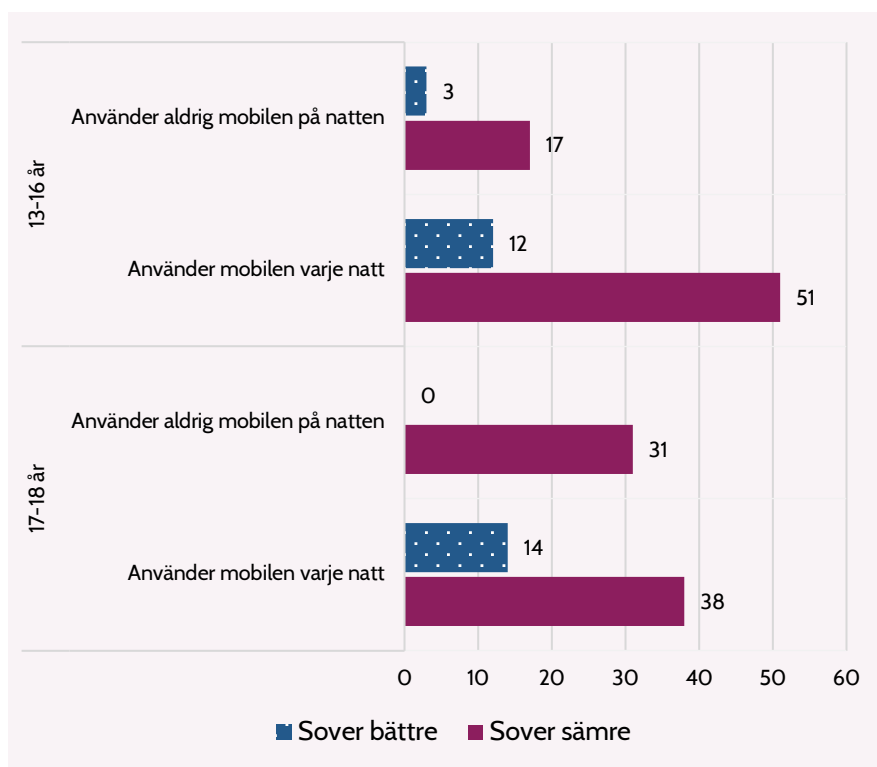
### 39 c. Vad använder du mobilen till på natten? Psykiska funktionsnedsättningar och genomsnittet (%)



Ungdomar med psykiska funktionsnedsättningar kollar sociala medier på natten i något lägre grad än genomsnittet, men de tenderar att ägna sig åt andra medieaktiviteter i något högre grad än genomsnittet. I synnerhet spela spel, men de lyssnar även i högre grad på avslappnings-appar.

(Observera att frågan endast har besvarats av dem som uppgett att de använder mobilen på natten, vilket i åldersgruppen 13–16 med psykiska funktionsnedsättningar är 75 % och i åldersgruppen 17–18 är 86 %. I diagram 39 c kunde flera svarsalternativ markeras varför resultaten inte summerar till hundra procent.)

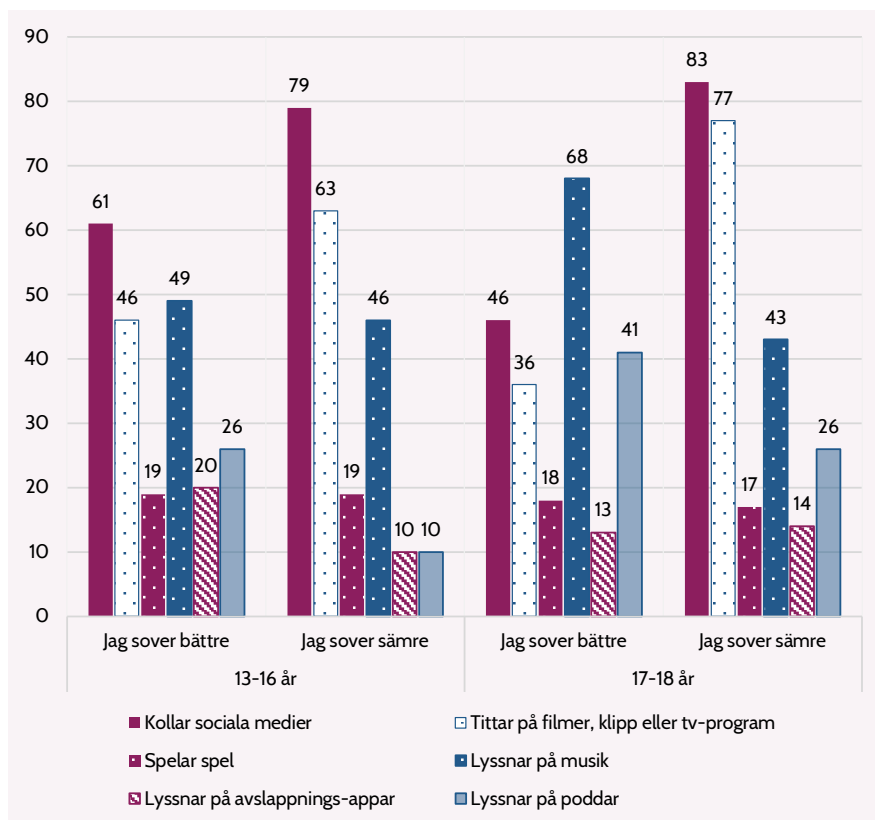
#### 40. Använder mobilen på natten, tror att medieanvändningen påverkar sömnen (%)



Det är rimligt att anta att mobilanvändning nattetid kan påverka sömnen. I diagram 37 visades att de flesta tror att deras sömn *inte* påverkas av deras medieanvändning, men om man tror att den påverkas är det betydligt vanligare att det är negativt än positivt. Diagram 40 beskriver andelarna som tror att deras sömn påverkas till det sämre respektive bättre, bland de som använder mobilen *varje natt* respektive *aldrig* använder mobilen på natten. Resultaten visar att det finns tydliga samband mellan att använda mobilen på natten och uppleva att ens sömn påverkas till det *sämre* av medieanvändningen.

Men det finns faktiskt även samband mellan att använda mobilen på natten och uppleva att man sover *bättre* till följd av sin medieanvändning. Det är nästan bara bland de ungdomar som använder mobilen nattetid som det finns några som tror att deras medieanvändning påverkar sömnen till det bättre. Andelarna som tror att deras sömn påverkas till det sämre är dock betydligt större. Resultaten gäller bland både pojkar och flickor.

**40 b. Tror att medieanvändningen påverkar deras sömn till det bättre respektive sämre, vad använder de mobilen till på natten (%)**

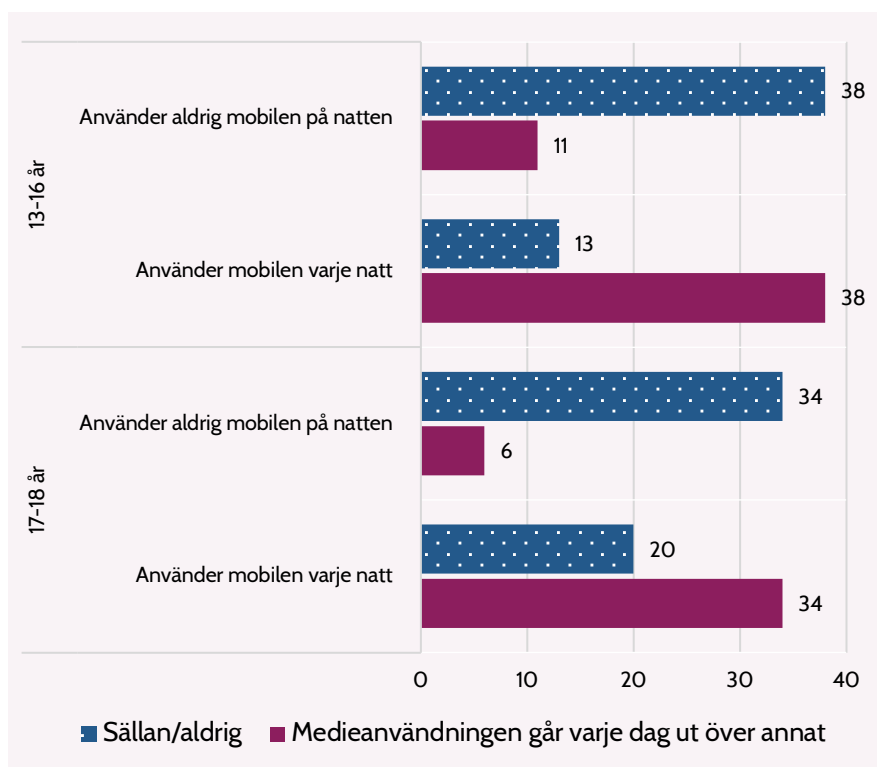


Att kolla sociala medier eller titta på filmer, klipp eller tv-program konstaterades vara de vanligaste aktiviteterna på natten, om barnen alls använder mobilen nattetid (diagram 39). I diagram 40 b jämförs ungdomar som tror att deras medieanvändning påverkar deras sömn till det *sämre* respektive *bättre*, med avseende på vad de använder mobilen till på natten.

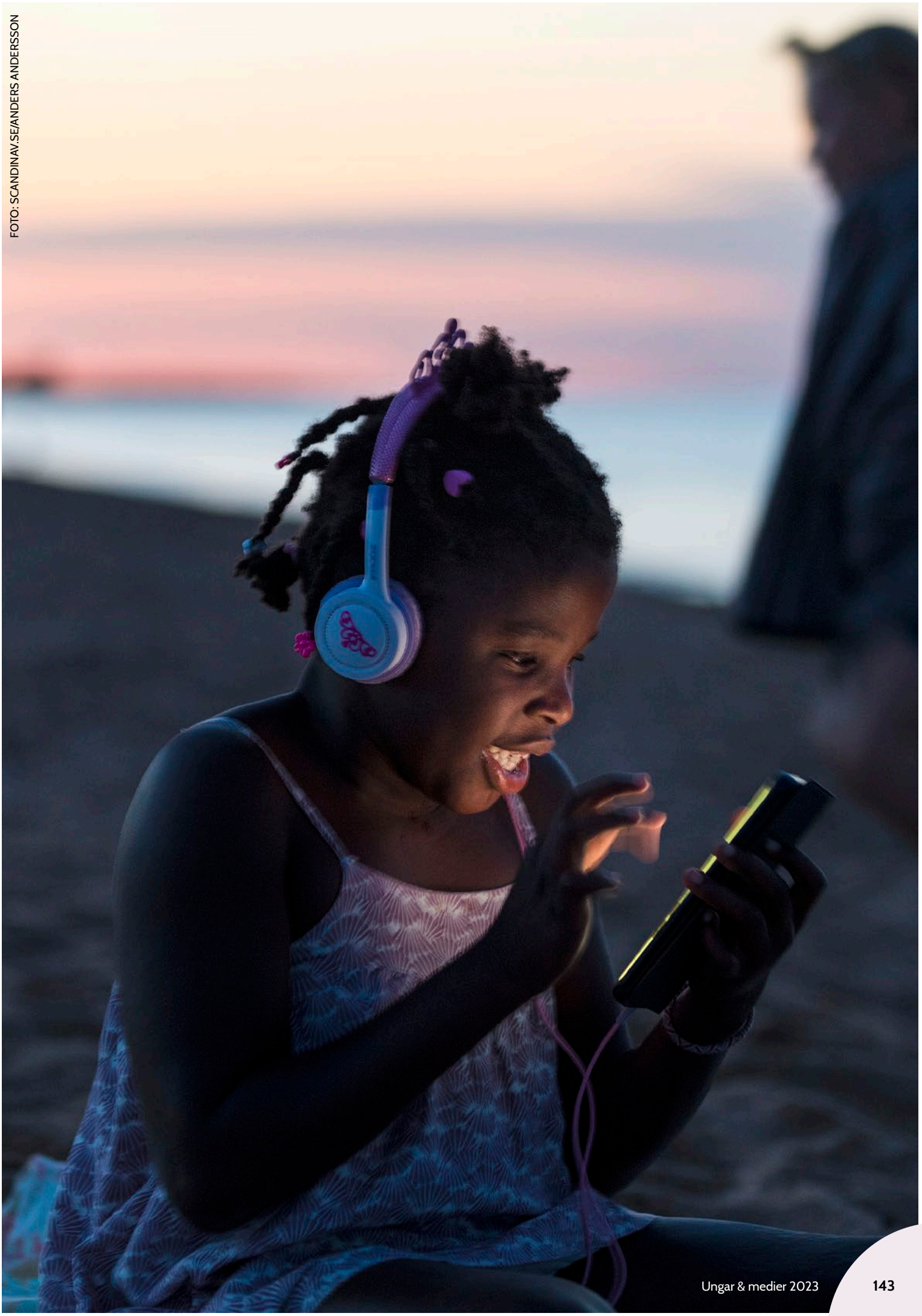
I åldersgruppen 13–16 år är att kolla sociala medier vanligast både bland dem som tror att deras sömn påverkas till det bättre och till det sämre av medieanvändningen. Det är dock en större andel av dem som tror att deras medieanvändning påverkar sömnen till det *sämre* som kollar sociala medier på natten (79 %). Det är även en större andel av dem som tror att deras medieanvändning påverkar sömnen negativt som tittar på filmer, klipp eller tv-program på natten (63 %). Omvänt är det större andelar av dem som tror att de sover *bättre* till följd av sin medieanvändning som lyssnar på avslappnings-appar (20 %) och poddar (26 %). I den äldsta gruppen är det betydligt större andelar som kollar sociala medier samt tittar på filmer, klipp eller tv-program bland dem som tror att de sover *sämre* till följd av sin medieanvändning. Bland dem som tror att de sover *bättre* är att lyssna på musik och poddar vanligare.

Upplevelsen att medieanvändningen påverkar ens sömn negativt har således kopplingar till att *använda mobilen på natten* – men också till *vad* man i så fall använder mobilen till. Som framgår av diagrammen 40 och 40 b är resultaten inte entydiga och givetvis kan även annan medieanvändning än den som sker nattetid påverka sömnen.

#### 41. 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 på natten 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. Mobilanvändning nattetid är således en betydande faktor bakom de negativa konsekvenser av medieanvändningen som ungdomar själva uppger.



# 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 innebär att dessa inte kunde medverka i undersökningen. Urvalet i varje åldersgrupp (stratum) när dessa personer räknats bort blev 2 980 barn i åldern 9–12 och 3 989 barn i åldern 13–18.

Som konstaterats är svarsfrekvensen i föreliggande rapport relativt låg, 27,8 % för barn 9–12 år och 26,9 % för 13–18 år. Det är ganska exakt 5 procentenheter lägre svarsfrekvens än år 2022. 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 äldre Ungar & Medier-undersökningar har antalet respondenter i flera fall varit så få att resultat varit statistiskt signifikanta på 0,05-nivån. 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. 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. 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 9–12 år samt 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 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. 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 2010–2022

2010	2012/2013	2014	2016	2018	2020	2022
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
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

I åldersgruppen 9–12 år har genomsnittsåldern ökat något mellan undersökningarna, från 10,31 år 2010 till 10,6 år 2022. 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 t.ex. 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.

SCB har också kalkylerat kalibreringsvikter för varje respondent. Syftet med detta är att kunna redovisa resultat för hela populationen, inte bara för de barn som besvarat enkäten. Vid bortfall kan det vara så att vissa grupper av urvalet svarar i större utsträckning än övriga, t.ex. 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 urvalsosäkerhet och bortfallsrisk 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. 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.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 barn 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**