

# **Ungar & medier 2015**

**Fakta om barns och  
ungas användning  
och upplevelser  
av medier**

# **Ungar & medier 2015**

**Fakta om barns och  
ungas användning  
och upplevelser  
av medier**

# Innehållsförteckning

<b>Förord</b>	<b>4</b>
<b>Inledning, bakgrund, metod och läsanvisning</b>	<b>5</b>
<b>Sammanfattning</b>	<b>6</b>
<b>Resultatredovisning</b>	<b>13</b>
1. Är du pojke eller flicka?	<b>13</b>
2. Hur mycket fyller du i år?	<b>13</b>
3. Har du syskon?	<b>14</b>
4. Har du tillgång till något av följande ...?	<b>15</b>
5. Har du en mobiltelefon?	<b>19</b>
6. Vad brukar du använda mobiltelefonen till?	<b>20</b>
7. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du ...?	<b>23</b>
8. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid ...?	<b>27</b>
9. Vilka tv-program eller tv-serier brukar du titta på?	<b>34</b>
10. Några frågor om nyheter	<b>37</b>
11. Hur upplever du nyheterna du ser?	<b>41</b>
12. Brukar du spela datorspel/tv-spel/spel på surfplatta?	<b>42</b>
13. Vilka datorspel/tv-spel spelar du oftast?	<b>44</b>
14. Hur ofta brukar du göra följande på internet på din fritid?	<b>47</b>
15. Vilka sociala medier t.ex. Facebook använder du oftast?	<b>49</b>
16. Vilka sajter besöker du oftast?	<b>51</b>
17. Har du sett porr på nätet under det senaste året?	<b>54</b>
18. Om du kommit i kontakt med porr på nätet, hur gick det till?	<b>55</b>
19. Om du har kommit in på en sajt med porr, hur upplevde du det?	<b>56</b>
20. Känner du någon som råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året?	<b>57</b>
21. Har du själv råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året?	<b>58</b>
22. Har du själv gjort något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året?	<b>59</b>
23. Har du någon gång gjort en anmälan om något som inträffat på nätet?	<b>60</b>

24. Finns det något innehåll i tv, film, spel eller på internet som du blivit rädd, ledsen eller deppig av?	62
25. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om följande aktiviteter?	66
26. Brukar du och dina föräldrar bli osams om...?	67
27. Om du tänker på vardagar. Hur har ni regler i familjen för hur sent du får...?	69
28. Om du tänker på vardagar. Hur har ni regler i familjen för hur lång tid du får...?	71
29. Hur bra är du på att...?	73
30. På en skala från 1–5, hur mycket litar du på nyheter i...	75
31. Två sajter på internet beskriver samma sak. Du upptäcker att det de säger inte stämmer överens. Vad gör du då?	76
32. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt...?	77
<b>Bilaga 1. Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter</b>	<b>83</b>

Statens medieråd är en myndighet som bl.a. har i uppdrag att verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan. Myndigheten ska också följa medieutvecklingen när det gäller barn och unga samt sprida information och ge vägledning om barns och ungas mediesituation.

# Förord

För en majoritet av dagens unga i Sverige – och för många föräldrar – är digitala medier helt integrerade i vardagslivet. Både nya och traditionella medier är självklara källor till information och underhållning samt verktyg för att upprätthålla sociala kontakter. Vem hade för bara ett par decennier sedan kunnat föreställa sig att vi idag bär med oss nästan all världens information i fickan och kan nå den var och när vi vill? Att ”använda internet” handlar inte längre om skynda sig hem från skolan för att kunna sätta sig vid skrivbordet och slå på datorn. Skillnaden mellan att vara online eller offline är närmast uttraderad. Med rätt inställning i mobilen är du online dygnet runt.

När den första Ungar & medier-undersökningen genomfördes 2005 var den genomsnittliga debutåldern för internetanvändning nio år. Idag har en majoritet av barnen varit på nätet redan när de fyller tre år. Så sent som 2010 använde 7 % av 16-åringarna mobilen för att koppla upp sig mot internet. Nu gör 96 % detsamma. Den mobila internetanvändningen ökar fortfarande, men den mobila internetexplosionen ägde rum 2010–12. I årets undersökning är det istället teknik innehavet som står för de dramatiska förändringarna. Den smarta mobilen har nästan helt ersatt den traditionella, och barns innehav av surfplattor har mångdubblats sedan 2012/13. Surfplattan möjliggör för allt yngre barn att använda digitala medier. Därför har andelen barn under två år som spelar spel nästan fyrdubblats på två år: från 7 % 2012/13 till 26 % 2014. Men allt är inte nytt. Tv är fortfarande den medieform som barn ägnar mest tid åt fram tills de når tonåren. Då tar de internetrelaterade aktiviteterna över.

Ungar & medier har nu genomförts för sjätte gången sedan 2005. Rapporten är resultatet av den största nationella enkätundersökningen som kartlägger medievanor – och attityder om medier – hos barn mellan 0 och 18 år. Den publiceras i tre rapporter: *Småungar & medier 2015* om barn 0–8 år, *Ungar & medier 2015* om barn och unga 9–18 år samt *Föräldrar & medier 2015*, där vårdnadshavare till barn 9–18 år uttalar sig om barnens medievanor och upplevelser. Syftet är att tillhandahålla en kunskapsbank och faktakälla som är lättillgänglig för föräldrar, lärare och andra som arbetar med, eller intresserar sig för, barn och unga och deras medievardag. Rapporterna finns tillgängliga för nedladdning på [www.statensmedierad.se/ungarochmedier](http://www.statensmedierad.se/ungarochmedier).

Ewa Thorslund  
Direktör för Statens medieråd

# Inledning, bakgrund, metod och läsanvisning

Detta är en redovisning av resultaten från undersökningen av medievanor och attityder kring medier hos barn 9–18 år. Genomgående redovisas resultatet fördelat på tre åldersgrupper, vilka omnämns med siffror i löpande text: 9–12 (år), 13–16 (år) samt 17–18 (år). Kommittén Medierådet, som upphörde 2011 när myndigheten Statens medieråd bildades, genomförde Ungar & medier-undersökningar 2005, 2006, 2008 och 2010, medan Statens medieråd tog över stafettpippen med studien 2012/13. De första fyra studierna sträckte sig dock endast upp till 16 års ålder, varför resultaten från gruppen 17–18 år inte kan jämföras med de tidigare undersökningarnas resultat. 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 använts som jämförelsematerial. I de fall det finns jämförbara data från undersökningen 2010 redovisas dessa i löptext och tabeller. Parallellt med denna rapport publiceras också *Småungar & medier 2015*, där föräldrar till barn 0–8 år tillfrågats om barnens medievanor och deras egna attityder kring medier samt *Föräldrar & medier 2015* där föräldrar till barn 9–18 år tillfrågats om sina attityder till barnens medianvändning.

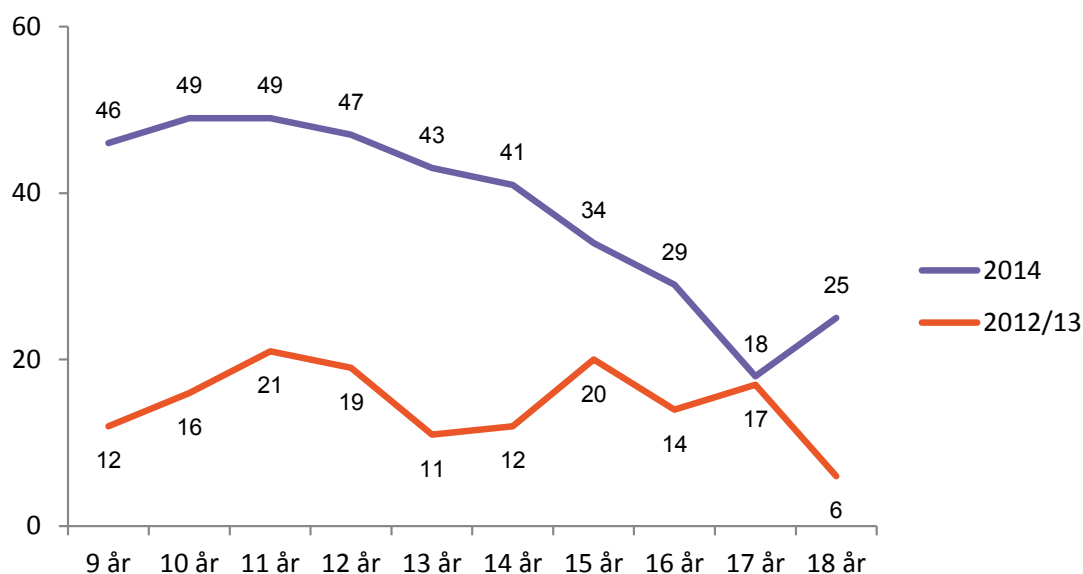
Underlaget för denna rapport består av två olika enkäter som sändes ut till 1 999 barn 9–12 år och 1 999 barn 13–18 år. Jämfört med studien 2012/13 är detta en fördubbling av urvalet och landets största statistiska undersökning av barns medievanor. För att kunna jämföra med tidigare studier har barnen i åldersintervallet 13–18 delats in i två åldersgrupper i analysen: 13–16 och 17–18. Frågorna gick att besvara både på webben och i traditionella postala enkäter. Statistiska centralbyrån genomförde datainsamlingen som pågick mellan 2 september och 17 november 2014. Urvalet av respondenterna är ett obundet slumpmässigt urval stratifierat på ålder: 9–12 år och 13–18 år. Svarsfrekvensen är 40,4 % för 9–12 år och 39,5 % för 13–18 år. Detta är aningen lägre jämfört med Ungar & medier-undersökningen 2012/13. Sjunkande svarsfrekvenser är inget unikt för Ungar & medier, eller ens för medievaneundersökningar, utan något som iakttagits under lång tid vid olika typer av enkätundersökningar med slumpvisa urval, både i Sverige och internationellt. Orsakerna till detta är inte helt klarlagda, men ett rimligt antagande är att ett generellt ökande antal undersökningar – såväl akademiska som marknadsundersökningar – lett till en obenägenhet att svara på enkäter hos allt fler. Framtiden får utvisa om det är möjligt att fortsätta med enkätundersökningar med obundna slumpmässiga urval eller om man får använda sig av alternativa metoder för datainsamling.

Mer detaljerad information om datainsamling och -bearbetning finns i bilaga 1.

# Sammanfattning

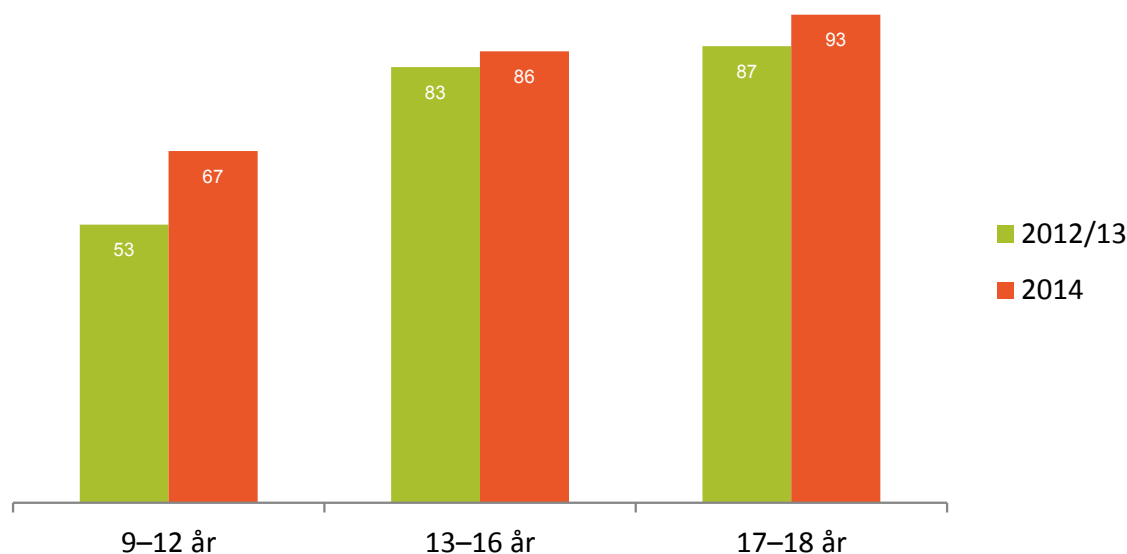
I detta avsnitt sammanfattas de resultat där skillnaderna är störst mellan olika grupper eller där det skett en påtaglig utveckling över tid jämfört med tidigare studier. Undersökningen visar att den medieteknik som tydligast gjort sitt intåg i barns medievardag är surfplattan.

## **Tillgång till helt egen surfplatta, 2012/13 och 2014 (%)**



Innehavet av surfplattor har ökat kraftigt sedan 2012/13, främst bland de yngre barnen. Bland nioåringarna har det nästan fyrdubblats, från 12 % till 46 %. Innehavet minskar med stigande ålder; surfplattor tycks alltså främst vara medieteknik som används av yngre barn snarare än lite äldre ungdomar. Sedan den första Ungar & medier-undersökningen genomfördes 2005 har barns och ungas datorinnehav ökat vid varje ny mätning. I föreliggande rapport minskar det för första gången. Detta gäller alla utom 17–18. Det finns emellertid en förklaring till denna minskning: surfplattan.

**Tillgång till en helt egen surfplatta och/eller helt egen dator, 2012/13 och 2014 (%)**

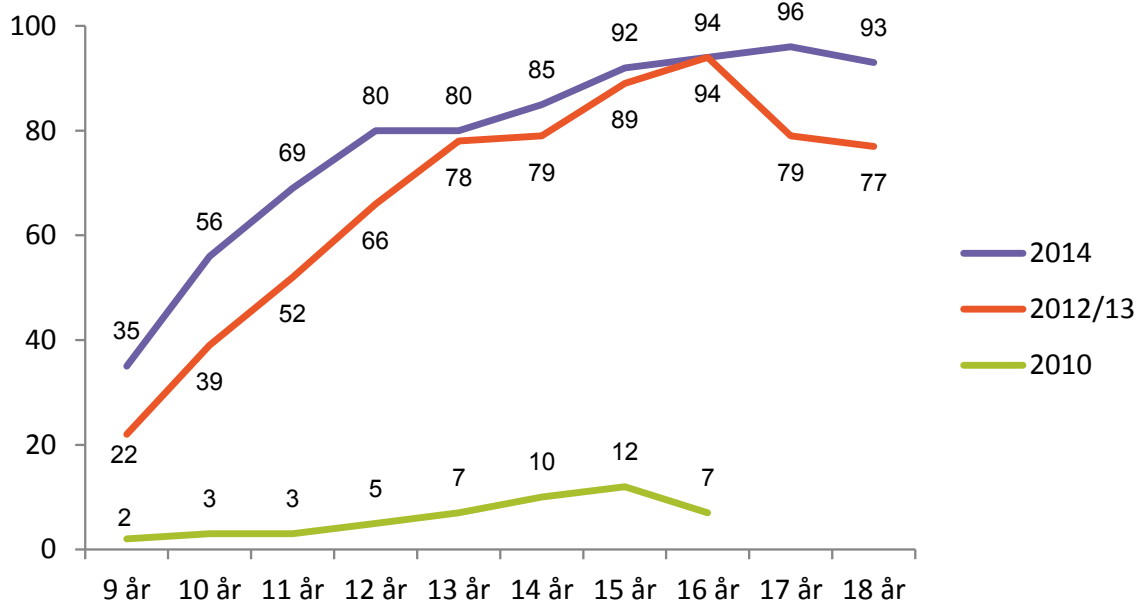


Om man slår samman innehav av egen surfplatta och egen dator framträder att det digitala teknikinnehavet (exklusive mobiltelefon) fortfarande ökar, trots att datorinnehavet inte stigit sedan 2012/13. Uppenbarligen har allt fler unga kommit att förlita sig uteslutande på en surfplatta, där man tidigare använde en dator. Datorinnehavet är dock fortfarande betydligt högre än surfplattaeägandet, bortsett från hos de allra yngsta.

Barns mobiltelefoninnehav fortsätter att ligga på höga nivåer, 86 % av alla 9-12-åringar har en egen mobiltelefon och 78 % har en egen smart telefon, 98 % av alla 13-18-åringar har en egen mobil. Den totala andelen barn som har en egen mobiltelefon har inte ökat jämfört med 2012/13, däremot har andelen smarta mobiler ökat med mellan 6 och 16 procentenheter. Den stora andelen smarta mobiler påverkar också barns internetanvändning.



**Vad brukar du använda mobilen till? Internet 9–18. 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Den explosionsartade utvecklingen av internetanvändning i mobilen mellan 2010 och 2012/13 har saktat av, men fortgår likväl. Som framgår av diagrammet ovan är ökningen i frågan om internetanvändning i mobilen 2012/13 och 2014 tydligast i åldrarna 10–12 år och 17–18 år – ökningen i dessa åldrar är mellan 14 och 17 procentenheter.

Att titta på film/videoklipp i mobilen är en aktivitet som blir allt vanligare i takt med att barnen blir äldre och det har också ökat sedan 2012/13. Denna utveckling är i stor utsträckning ett resultat av den ökade tillgången till mobilt internet och följer en snarlik utvecklingskurva som användandet av mobilt internet: en kraftfull ökning 2010–2012/13 och en fortsatt, men inte lika kraftig ökning 2012/13–2014. Hos de yngsta är dock ökningen mycket påtaglig, bland 9-åringar har andelen som tittar på film/videoklipp i mobilen fördubblats – från 16 % till 32 %, för övriga åldrar varierar ökningen mellan 5 och 19 procentenheter.

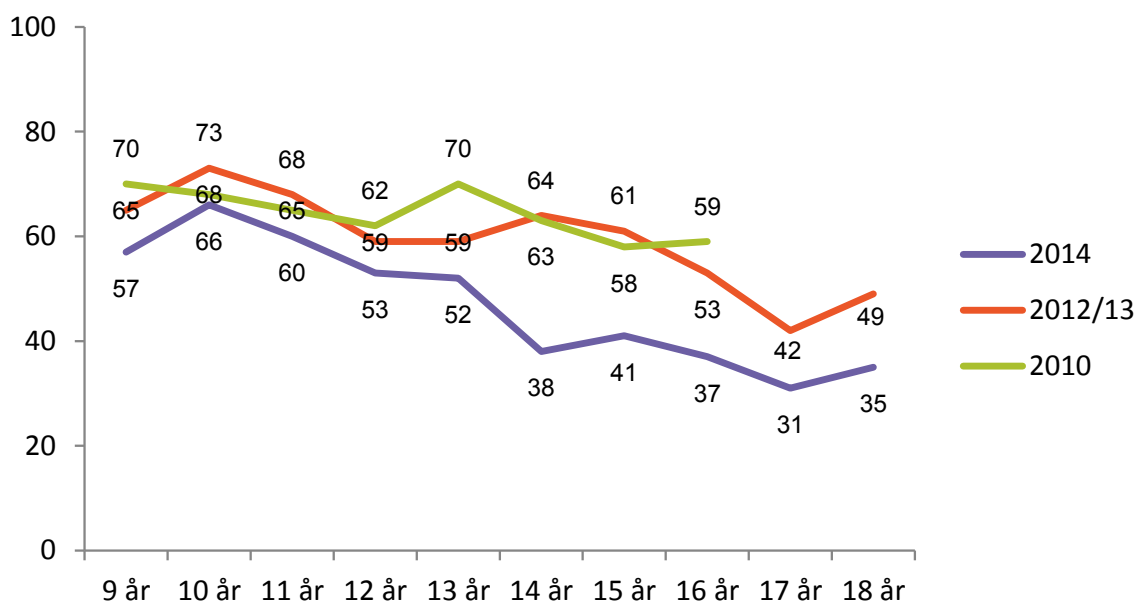
Som tidigare nämnts är en smart mobil betydligt mer lämpad för dessa aktiviteter än traditionella mobiler. Det gäller även mobilaktiviteter som fotografering, filmande och sociala medier. Även dessa har ökat jämfört med 2012/13.

Användningen av mobiltelefoner – oavsett vad man använder den till – har ökat bland 9–12-åringarna, bland 13–16 och 17–18 är förändringarna marginella.

Den dagliga användningen av internet har ökat bland 9–12-åringar, 65 % 2014 jämfört med 55 % 2012/13, i de äldre åldersgrupperna har andelen ökat från 93 % (2012/13) till 95 % (2014). Ökningen är troligen kopplad till den ökade tillgången av smarta mobiler och mobilt internet.

Det dagliga film- och tv-tittandet minskar i alla åldrar.

**Tittar på film eller tv-program varje dag. 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Medan tittandet på filmer och tv-program var i stort sett oförändrat mellan undersökningarna 2010 och 2012/13, minskar detta nu tydligt i samtliga åldersgrupper. Mest påtaglig är minskningen bland tonåringar. Det går också att urskilja en minskning i den dagliga läsningen av tidningar och böcker i åldersgruppen 17–18: 2012/13 läste 23 % av dessa dagligen, 2014 har siffran sjunkit till 13 %. Minskningen i de yngre åldersgrupperna inskränker sig till 1 % vardera.

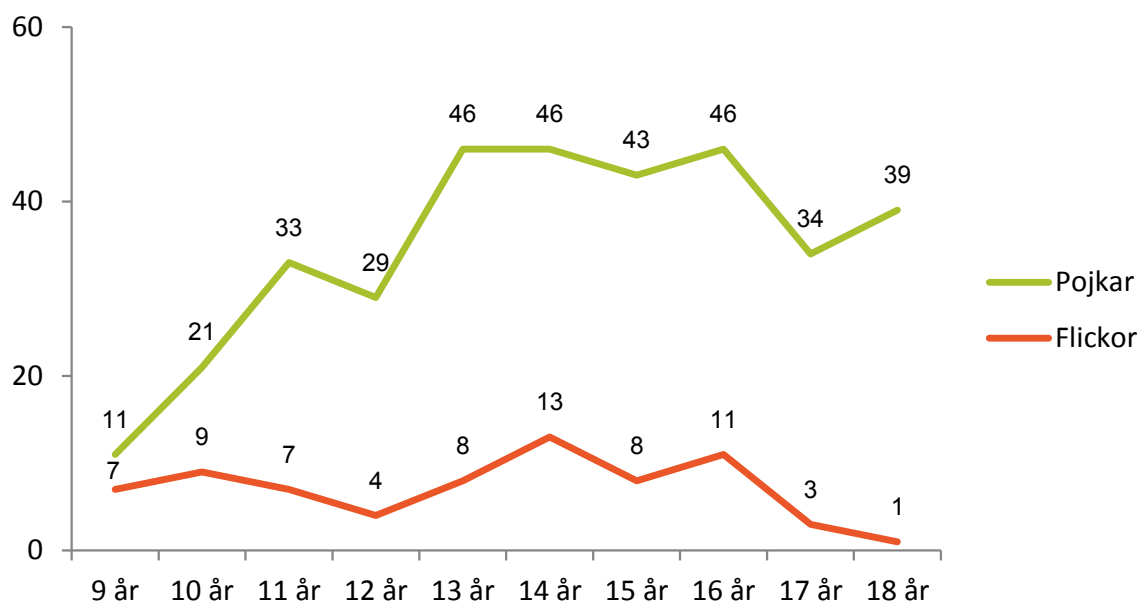
I tidigare undersökningar har kategorin högkonsumenter definierats som de individer som ägnar mer än tre timmar/dag åt en specifik medieform. Den kraftiga ökningen av internet- och mobilanvändning för med sig att begreppet har förlorat sin innebörd som en särskiljare av extrema mediekonsumenter. Idag är en majoritet av alla barn äldre än 12 år högkonsumenter av internet och alla över 13 år är högkonsumenter av mobiltelefoni. Gårdagens högkonsumenter är således dagens genomsnittsanvändare. Det är överhuvudtaget svårare att göra tidsmässiga distinktioner mellan att vara uppkopplad och nedkopplad (dvs. att använda internet),

den digitala mobiltekniken innebär att barn är potentiella internetanvändare hela tiden när de bär med sig sina smarta telefoner.

Andelen högkonsumenter av datorspel/tv-spel/spel på surfplatta har ökat bland de yngre (10–11 år) samt bland 13–14-åringarna, jämfört med 2012/13. I övriga åldrar är skillnaderna marginella (eller så har andelen minskat något), jämfört med 2012/13. Det finns således inga tydliga tendenser avseende högkonsumtion av spel.

Spelande är det medieområde där skillnaderna mellan pojkar och flickor är allra störst, både avseende hur mycket man spelar och vilka speltitlar man föredrar. Dock finns ingen skillnad mellan pojkar och flickor 9–12 avseende huruvida man spelar eller inte – 98 % av pojkarna och 97 % av flickorna spelar datorspel/tv-spel och/eller spel på surfplatta. Detta är en stor förändring jämfört med tidigare undersökningar, en större andel flickor som spelar spel på surfplatta har således utjämnat skillnaderna bland 9–12 och minskat dem bland 13–16 och 17–18. Könskillnaderna är dock mycket tydliga avseende hur lång tid barnet ägnar åt spel.

### **Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) dator-/tv-spel fördelat på kön (%)**



Andelen högkonsumenter av dator/tv-spel är konsekvent större bland pojkar än bland flickor. I nioårsåldern skiljer endast 4 procentenheter mellan pojkar och flickor, men denna skillnad ökar sedan snabbt. Nästan varannan pojke spelar mer än tre timmar/dag vid 13 års ålder, medan andelen flickor som spelar så mycket inte varierar i någon särskild utsträckning med ålder – den ligger i huvudsak mellan 5 %

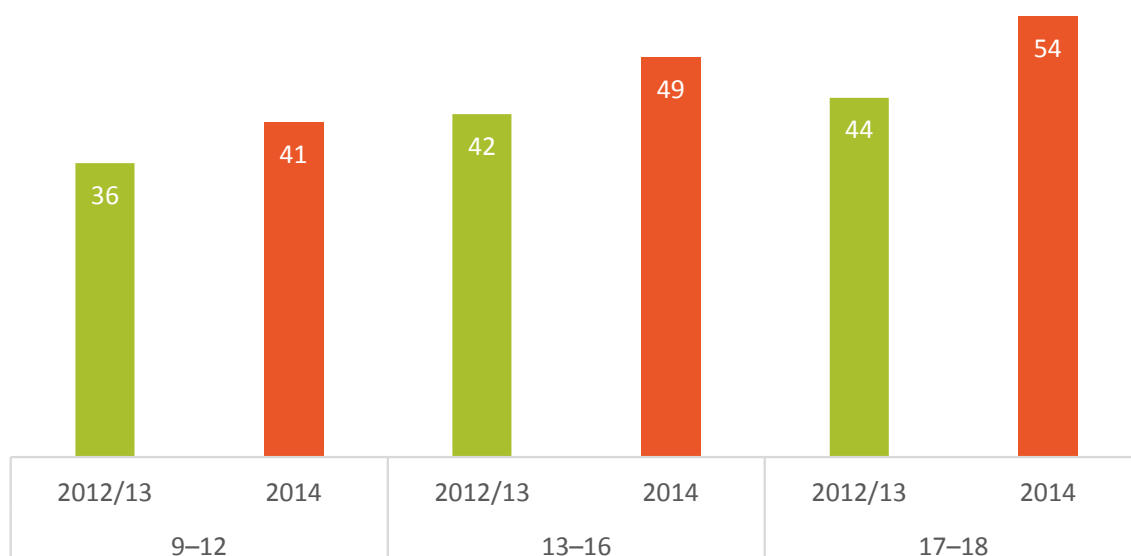
och 10 %. Samma tendens kunde iakttas i undersökningen 2012/13, men då var könsskillnaderna ännu större, mest beroende på att flickorna då spelade mindre. Andelen flickor som är högkonsumenter av spel har ökat i de flesta åldrarna, jämfört med 2012/13.

2012/13 kunde man se en tydlig könsskillnad i åldersgruppen 9–12 avseende internetanvändning: pojkar ägnade betydligt mer tid åt internet (22 % mer än 3 timmar/dag) jämfört med vad flickor gjorde (8 %). Denna skillnad är uttraderad i föreliggande undersökning.

Att könsskillnaderna ökar med stigande ålder, kan även skönjas avseende mobilanvändning, som flickor konsekvent ägnar mer tid åt från 10 års ålder än vad pojkar gör. Könsskillnaderna har ökat sedan 2012/13, främst beroende på att flickors mobilanvändning ökat mer än pojkars – bland 16–17-åringar är skillnaden mellan flickor och pojkar hela 30 procentenheter avseende högkonsumtion av mobiltelefon. Flickor använder också sociala medier längre tid än vad pojkar gör. Skillnaderna är inte så stora i åldersintervallet 9–12, men ökar sedan snabbt, bland 16–18-åringar är skillnaderna mellan 17 och 25 procentenheter.

Samtidigt som en relativt stor andel barn anser att de ägnar för mycket tid åt mobilen (37 % av 13–16 år), sociala medier (35 % av 17–18 år), internet (38 % av 17–18 år) och datorspel/tv-spel/spel på surfplatta (23 % 9–12 år), anser en mycket stor andel att de ägnar för lite tid åt böcker och tidningar – 41 % av 9–12, 49 % av 13–16 och 54 % av 17–18. Detta är också en påtaglig ökning jämfört med 2012/13.

**Andel som anser sig ägna för lite tid åt böcker/tidningar, 2012/13 och 2014 (%)**



I samtliga åldersgrupper är man mest missnöjd med att man ägnar för lite tid åt böcker och tidningar. En relativt stor andel anser även att de ägnar för lite tid åt sport och träning och åt läxor/skolarbeten.

Att använda sociala medier är den vanligaste internetaktiviteten hos 13-16 och 17-18. 71 % av 13-16 och 81 % av 17-18 använder sociala medier dagligen. En majoritet i alla åldersgrupper är aktiva i sociala medier – 58 % av alla 9-12-åringar, 91 % av alla 13-16 och 95 % av alla 17-18 använder sociala medier. 2010 och 2012/13 var Facebook det populäraste sociala mediet, men är nu helt omsprunget av Instagram bland de yngsta, även bland 13-16-åringarna är Instagram populärare än Facebook. Förändringarna är omfattande, det näst populäraste sociala mediet bland 9-12, Kik, fanns inte med på listan 2012/13. Den tydligaste könsskillnaden – som gäller alla tre åldersgrupperna – är att flickor i högre grad använder Instagram än vad pojkar gör. Denna tendens syntes även i *Ungar & medier 2012/13*.

Jämfört med 2012/13 flyttar barns nyhetskonsumtion från traditionella nyhetsförmedlingskanaler som papperstidningar och tv-nyheter, till digitala plattformar via internet. Det är framförallt nyhetskonsumtion via mobiltelefonen som blir allt vanligare (detta gäller för varje enskild ålder 9-18). Det är bara bland 9-12-åringarna som det är vanligare att ta del av nyheter på tv, jämfört med nyheter via nätbaserade plattformar. Den traditionella papperstidningen tappar läsare i alla åldersgrupper.

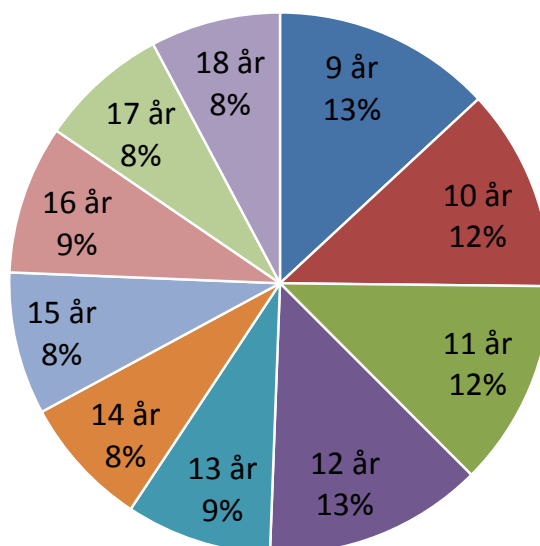
# Resultatredovisning

## 1. Är du pojke eller flicka?

	POJKAR	FLICKOR
9–12	51 %	49 %
13–16	48 %	52 %
17–18	42 %	58 %

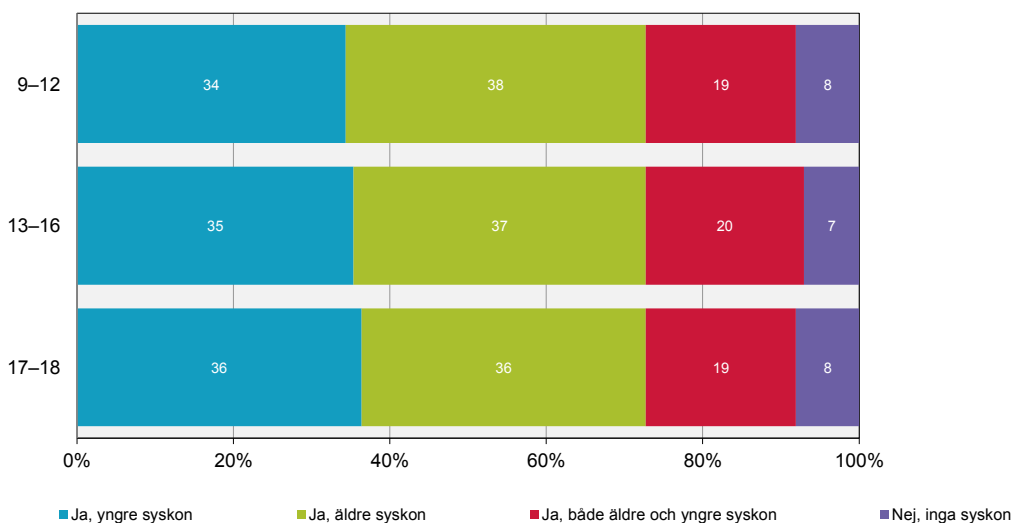
Könsfördelningen är i det närmaste jämn i de två lägre åldersgrupperna. Bland de äldsta är andelen pojkar som svarat lägre trots att urvalet bestod av lika många pojkar som flickor. Pojkar är ofta mindre svarsbenägna än flickor när det gäller den här typen av enkätundersökningar.

## 2. Hur mycket fyller du i år? (%)



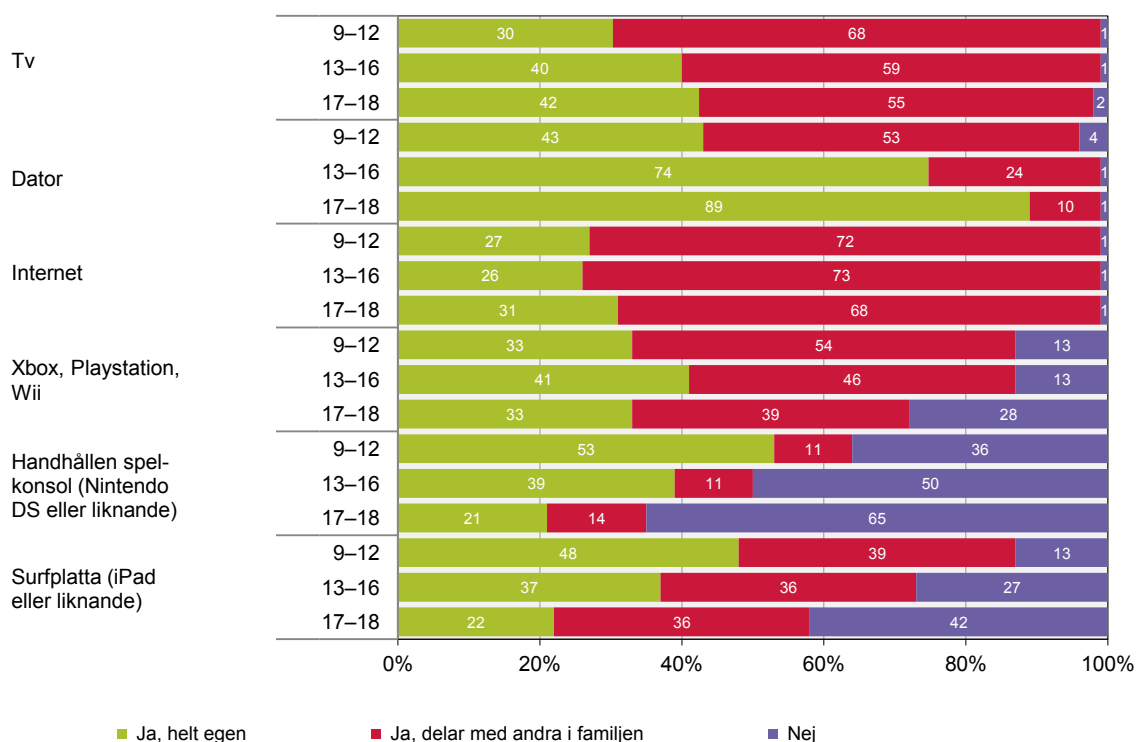
Även åldersfördelningen är jämn. De något större andelarna av respondenter i åldersintervallet 9–12 beror på att de 808 barn som besvarade enkäterna endast fördelas på fyra åldrar, medan de 789 individer som besvarade 13–18-enkäten fördelas på sex åldrar.

### 3. Har du syskon? (%)



Förekomst 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. Förekomsten av syskon är i princip identisk i samtliga tre åldersgrupper. Syskonvariabeln har använts i samtliga analyser i föreliggande rapport. 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 i betydligt högre grad barn 2-8 år, vilket behandlas i *Småungar & medier 2015*. Fortsättningsvis nämns endast syskonstatus om det föreligger några skillnader med avseende på detta i de olika analyserna. Om syskonstatus ej nämns, finns inga skillnader.

#### 4. Har du tillgång till något av följande ...? (%)

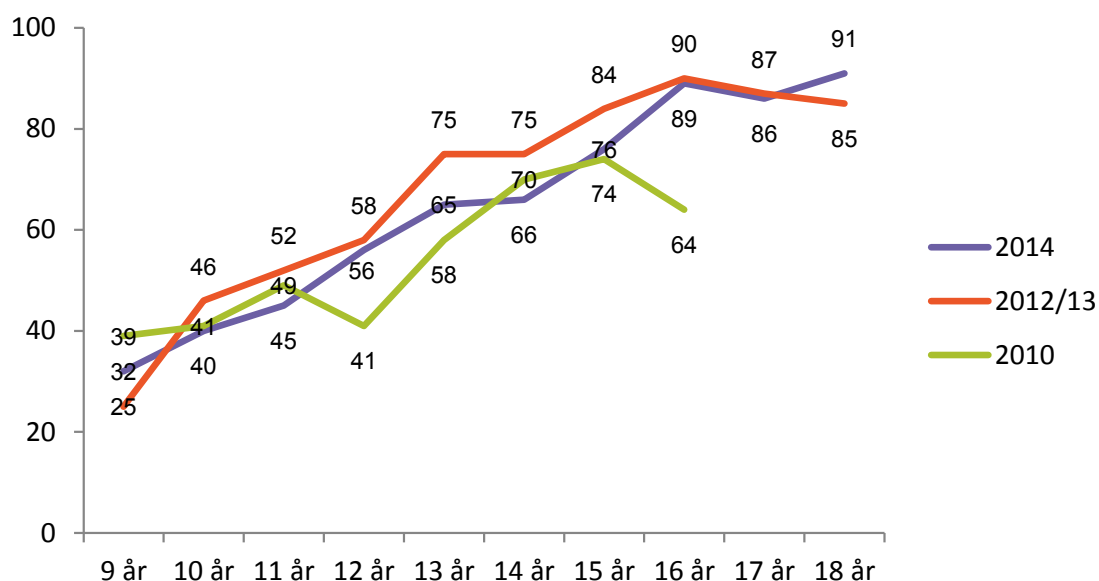


Generellt ligger 9-12 lägre än de äldre åldersgrupperna när det gäller att ha helt egen medieteknik. För handhållna spelkonsoler och surfplattor är förhållandet dock det omvända. Senare frågor visar att datorspel/tv-spel är en aktivitet som 9-12 ägnar sig åt i högre utsträckning än 13-16 och 17-18. De handhållna konsolerna är endast avsedda för att spela spel på, vilket kan förklara skillnaden här, där 53 % av 9-12 svarar att de har en egen handhållen spelkonsol jämfört med 21 % av 17-18. Diagrammet visar att tillgången till medieteknik är hög överlag: för tv, dator och internet närmar den sig 100 % i samtliga åldersgrupper – förutsatt att man räknar in dem som delar medieteknik med andra i familjen. Även innehavet av stationära spelkonsoler (Xbox, Playstation, Wii) är mycket stort, 87 % av alla 9-16 har tillgång till stationära spelkonsoler i hemmet. Jämfört med flickor är det i samtliga åldersgrupper mer än dubbelt så vanligt att pojkar har egna stationära spelkonsoler. Det är också vanligare att pojkar har egna tv-apparater, vilket möjligen kan förklaras med att man behöver en sådan för att kunna använda sin stationära spelkonsol. När det gäller handhållna spelkonsoler finns dock inga direkta könsskillnader avseende innehav. Ensambarn har oftare helt egna apparater än barn med syskon. Detta gäller särskilt stationära spelkonsoler och handhållna spelkonsoler, dvs. medieteknik som föräldrar sällan själva innehar.



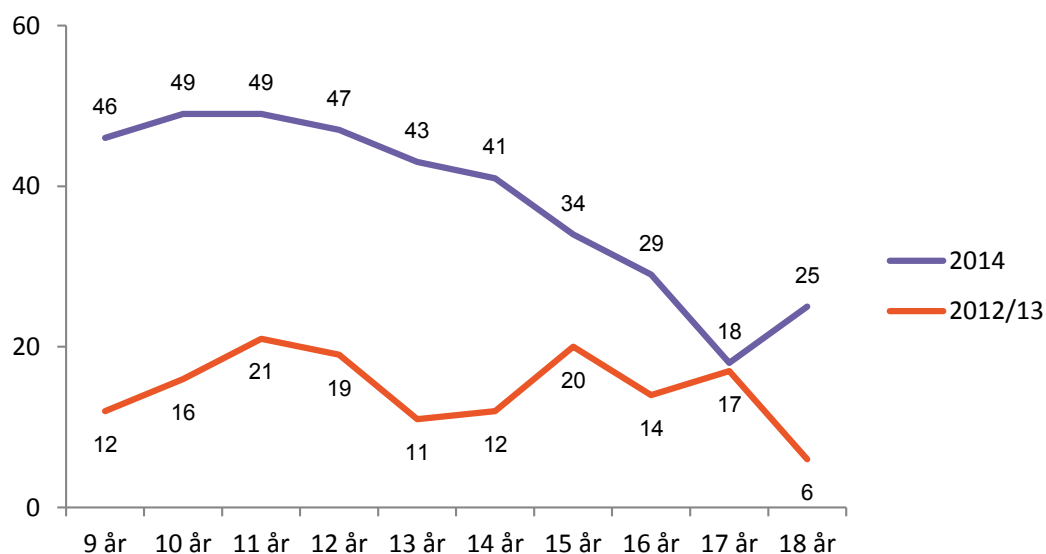
I 2010 års undersökning formulerades frågan "vad finns i ditt rum/rummet där du bor?" och svarsalternativen var inte identiska med de som använts från 2012/13 och framåt. Detta gör att exakta jämförelser inte kan göras. Man kan dock konstatera att föreliggande resultat visar att det är första gången som ungas egna innehav av datorer generellt minskar.

**4 b. Finns i rummet där jag bor (2010). Har du tillgång till något av följande: en helt egen dator, 2012/13 och 2014 (%)**



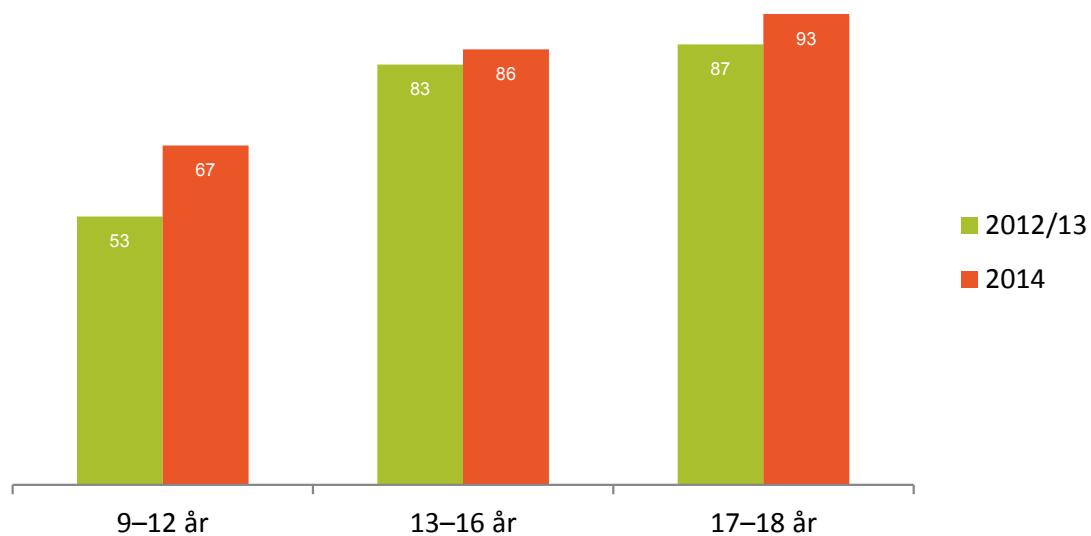
Beroende på ålder är det mellan 1 och 10 procentenheter färre som har en egen dator 2014 jämfört med 2012/13. Detta gäller dock inte nioåringar och artonåringar där innehavet snarare ökat en aning. Den totala tillgången till datorer – alltså inkluderat svarsalternativet "delar med andra" har dock inte förändrats sedan 2012/13, utan ligger alltjämt mellan 95 % till 100 %. Nedgången i datoräggande kan förklaras med den kraftiga ökningen av innehavet av surfplattor som i många avseenden fyller precis samma funktioner som datorer, fast med ett annat gränssnitt (se diagram 4 d).

**4 c. Har du tillgång till något av följande: En helt egen surfplatta, 2012/13 och 2014 (%)**



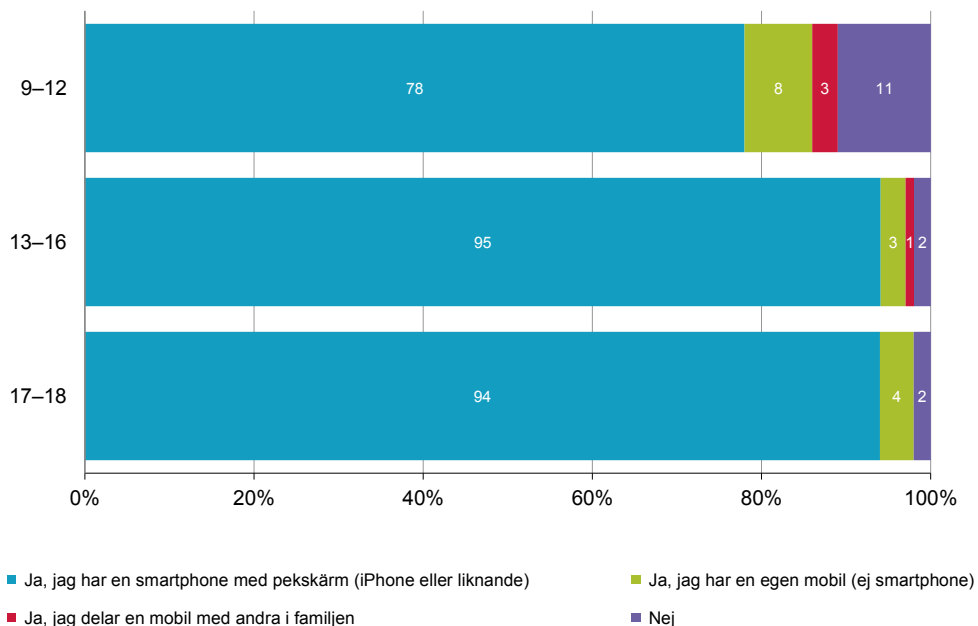
Innehavet av surfplattor har ökat kraftigt sedan 2012/13, främst bland de yngre. Bland nioåringarna har det nästan fyrdubblats, från 12 % till 46 %. Innehavet är lägre bland de äldre; surfplattor tycks alltså främst vara medieteknik för barn snarare än för ungdomar.

**4 d. Har tillgång till en helt egen surfplatta och/eller helt egen dator, 2012/13 och 2014 (%)**



Om man slår samman innehav av egen surfplatta och egen dator framträder att det digitala teknikinnehavet fortfarande ökar, trots att datorinnehavet har sjunkit hos alla utom 17-18 sedan 2012/13. Datorinnehavet är dock fortfarande betydligt högre än surfplattaägandet, bortsett från hos de allra yngsta.

## 5. Har du en mobiltelefon? (%)

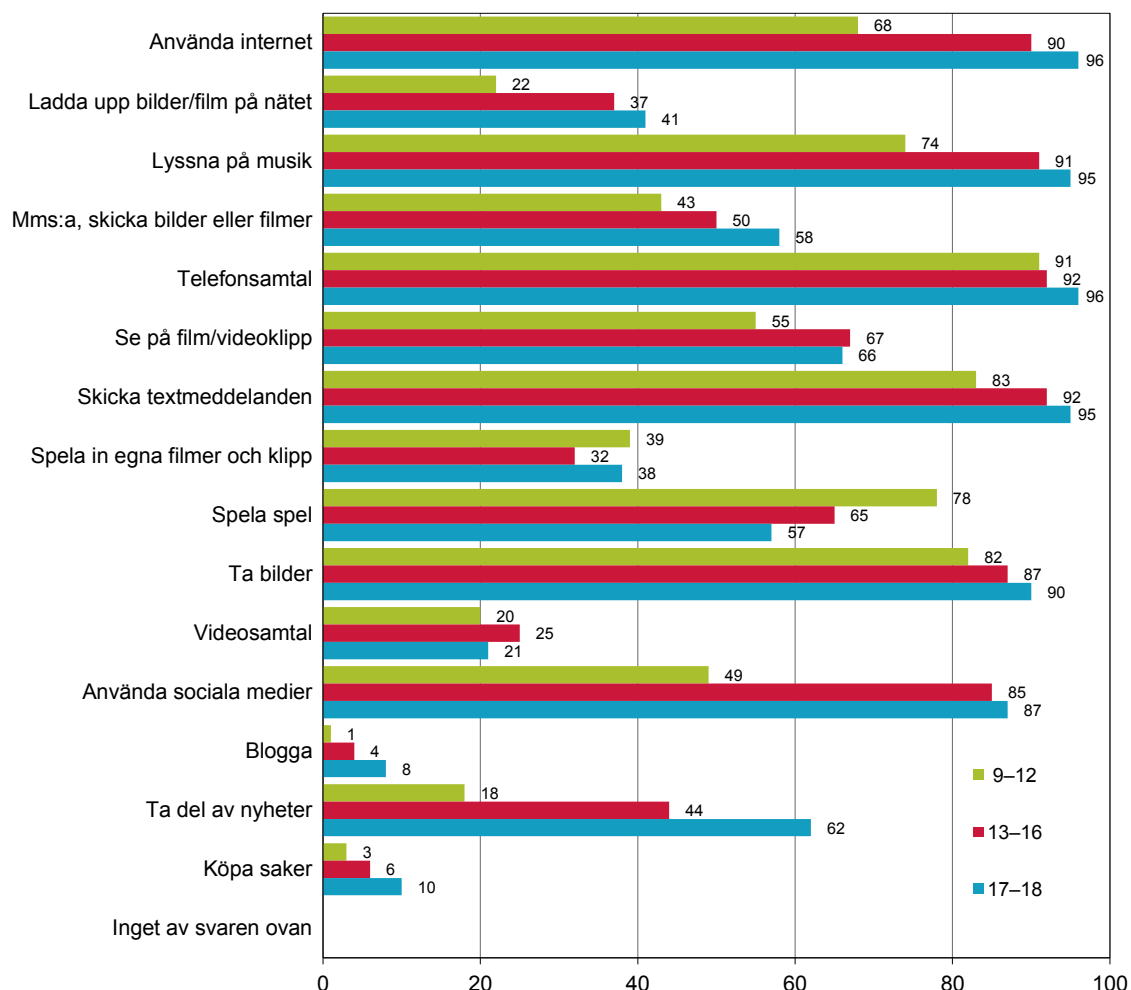


Bland 13–16 och 17–18 närmar sig mobilinnehavet 100 %. Smarta mobiler dominerar helt jämfört med äldre varianter av mobiltelefoner, också bland 9–12. Det är ovanligt att man delar mobiltelefon med andra i familjen, endast 3 % av 9–12 och 1 % av 13–16 uppger att de gör detta. Flickor i samtliga åldersgrupper har i något högre utsträckning än pojkar en smart mobil. Den totala tillgången till mobiltelefoner – smarta mobiler och traditionella sammanlagt – skiljer sig dock inte åt mellan könen.

Mobilinnehavet har inte ökat i någon av åldersgrupperna sedan 2012/13, bland tonåringarna är detta inte förvånande eftersom det redan i den äldre undersökningen var nära nog hundra procentigt.

## 6. Vad brukar du använda mobiltelefonen till? (%)

Du kan kryssa för flera svar.



Frågan har endast besvarats av de som angav att de har tillgång till en mobiltelefon i fråga 5, 89 % av 9-12, 99 % av 13-16 och 98 % av 17-18.

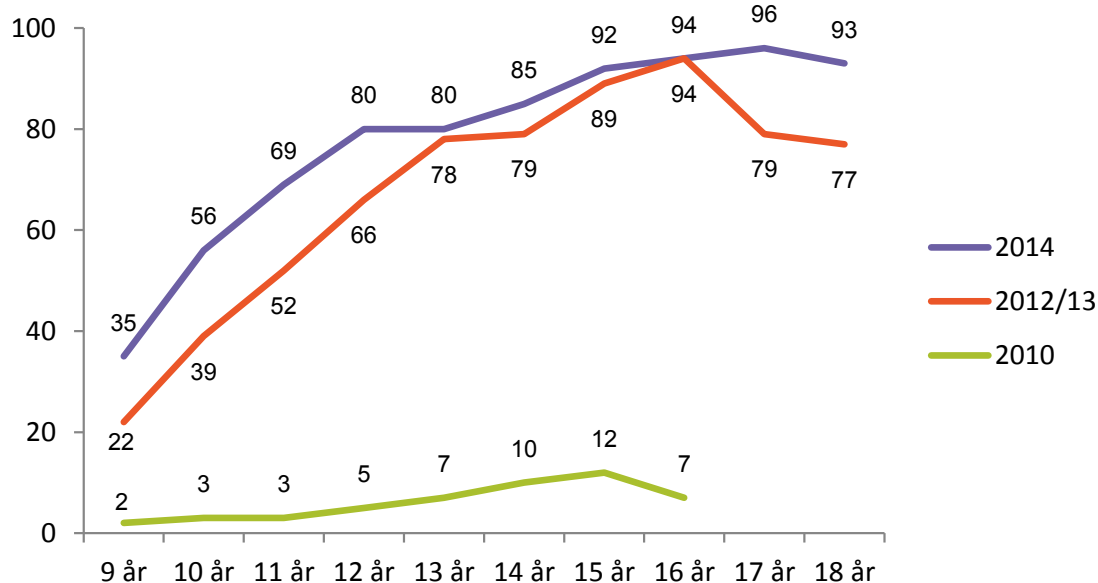
Att samtala och skicka textmeddelanden är de vanligaste användningsområdena i samtliga åldersgrupper. Generellt ligger 13-16 och 17-18 högre än 9-12 för samtliga användningsområden utom att spela spel. Det gäller i synnerhet att använda internet och sociala medier samt ta del av nyheter. Utvecklingen av smarta mobiler och mobilt internet har haft stor betydelse för internetanvändningen via mobiltelefon.

I samtliga åldersgrupper filmar och fotograferar flickor i betydligt högre utsträckning än pojkar (t.ex. ta bilder 13-16, flickor: 93 %, pojkar 75 %), vilket även var fallet 2010 och 2012/13. De skickar även bilder och filmer och laddar upp dem på nätet i

högre utsträckning. Bland 13–16 och 17–18 använder flickor också sociala medier i mobilen i högre utsträckning än vad pojkar gör (13–16 år pojkar: 74 %, flickor: 91 %, 17–18 år pojkar: 80 %, flickor: 90 %) och i de två lägsta åldersgrupperna skickar flickorna oftare textmeddelanden (9–12 år pojkar: 65 %, flickor: 82 %, 13–16 år pojkar: 83 %, flickor: 97 %). Det enda användningsområde där pojkar gör något i betydligt högre grad än flickor är spelande bland 13–16 (pojkar: 68 %, flickor: 59 %). Samtliga dessa tendenser känns igen från tidigare undersökningar.

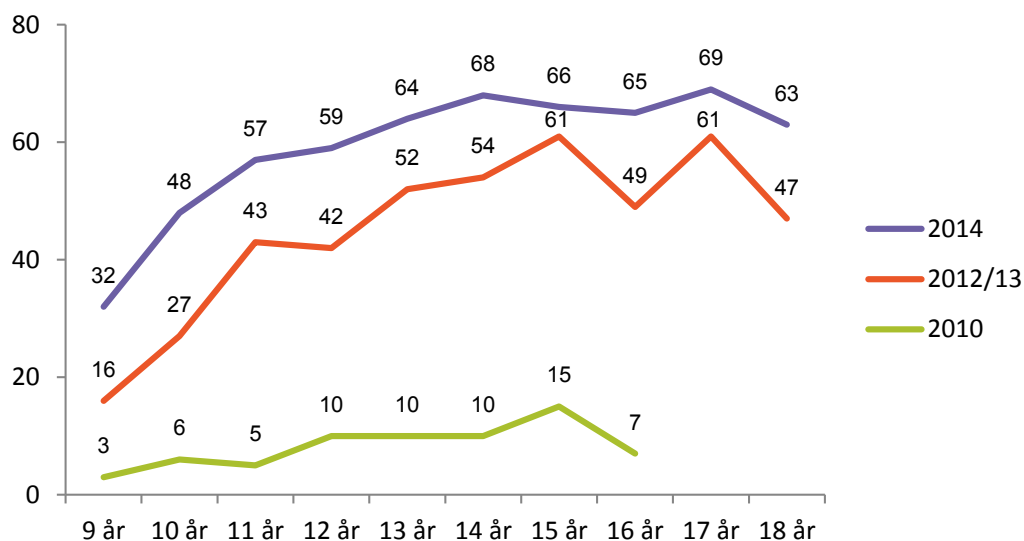
Jämfört med tidigare år ökar användningen eller så är användningen oförändrad. De enda användningsområden som minskat i omfattning är bloggande bland 13–16 (2012/13: 14 %, 2014: 4 %) samt spelande bland 13–16-åringar (2012/13: 77 %, 2014: 65 %) och 17–18-åringar (2012/13: 70 %, 2014: 57 %).

### 6 b. Vad brukar du använda mobilen till? Internet 9–18. 2010, 2012/13 och 2014 (%)



Den explosionsartade utvecklingen av internetanvändning i mobilen mellan 2010 och 2012/13 har saktat av. Som framgår av diagrammet ovan är skillnaderna mellan internetanvändning i mobilen 2010 och 2014 större ju äldre respondenterna är. Detta kan dels förklaras av att de äldre i något högre grad har en smart mobil – som är bättre lämpad för internetbruk än traditionella mobiler – dels av att internetabonnemang till mobilen trots prissänkningar sedan det började vara tillgängligt, fortfarande är en kostnadsfråga och de äldre har i regel mer pengar att röra sig med.

**6 c. Vad brukar du använda mobilen till? Titta på film/videoklipp 9–18. 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Även att titta på film/videoklipp i mobilen är en aktivitet som ökar med respondenternas ålder och aktiviteten har ökat kraftigt sedan 2010. Denna utveckling är i hög utsträckning ett resultat av den ökade tillgången till mobilt internet och följer en snarlik utvecklingskurva: en kraftfull ökning 2010–2012/13 och en fortsatt, men mindre ökning 2012/13–2014.

Som tidigare nämnts är en smart mobil betydligt mer lämpad för dessa aktiviteter än traditionella mobiler. Det gäller även mobilaktiviteter som spelande, fotografering och filmande. Även dessa har ökat – om än i mindre utsträckning – sedan 2010.

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





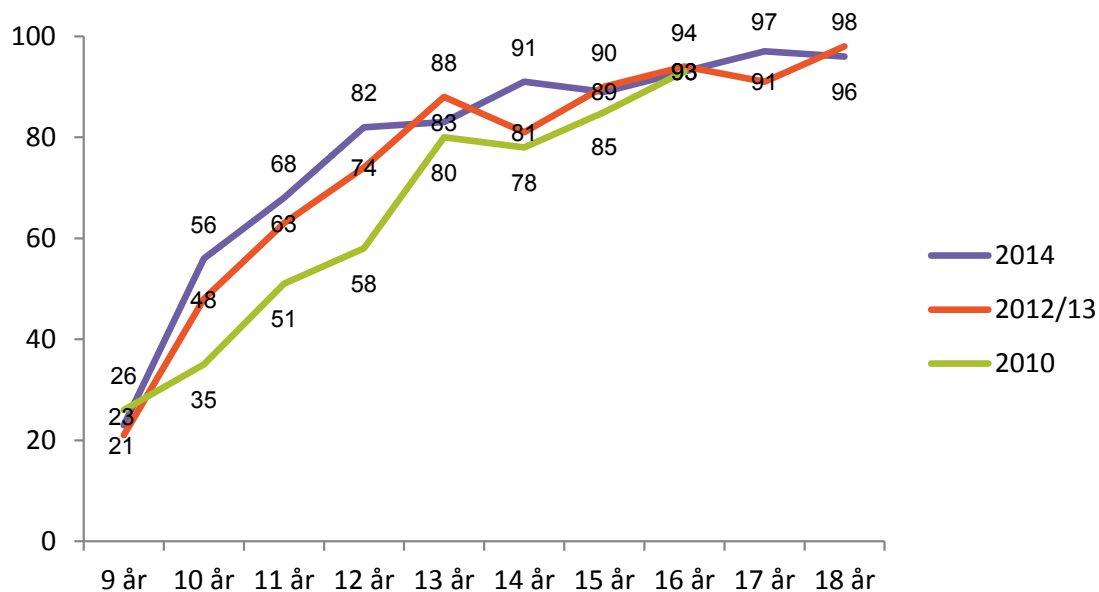
Frågan är tänkt att ge en bild av medieanvändningens frekvens i förhållande till andra aktiviteter utanför skoltid. Internetanvändning är en av de vanligaste dagliga aktiviteterna, liksom att lyssna på musik, vara med familjen och att använda mobilen. 9–12 ligger generellt lägre än de äldre åldersgrupperna – utom när det gäller att läsa böcker och tidningar, spela datorspel/tv-spel, spela spel på surfplatta, titta på film eller tv-program, träffa kompisar samt att vara med familjen. Den största skillnaden gäller användningen av sociala medier där 74 % (13–16) respektive 80 % (17–18) uppger att de gör detta varje dag jämfört med 30 % bland 9–12. Att använda internet (65 %) samt att se på film eller tv-program (59 %) är, näst att vara med familjen (85 %), de vanligaste dagliga sysselsättningarna bland 9–12. Film/tv-tittandet avtar med stigande ålder, vilket internetanvändningen inte gör.

I samtliga åldersgrupper hjälper barn med två eller fler syskon oftare till hemma, jämfört med andra. De ägnar dock inte mer tid åt detta.

Flickor i samtliga åldersgrupper hjälper oftare till hemma, gör oftare läxor (med undantag för åldersgruppen 9–12, där könsskillnaden är marginell), lyssnar oftare på musik, spelar oftare instrument eller sjunger, använder sociala medier oftare samt använder mobilen oftare än vad pojkar gör. Könsskillnaderna minskar dock med stigande ålder avseende musiklyssning. Pojkar sportar och tränar något oftare och spelar betydligt oftare spel i alla åldrarna. Skillnaden i spelande är störst bland 13–16 där 47 % av pojkarna spelar varje dag jämfört med 6 % av flickorna. Pojkar spelar också generellt oftare spel på surfplatta, men skillnaderna är betydligt mindre än avseende datorspel/tv-spel. Bland 9–12 finns det dock inga skillnader mellan pojkar och flickor avseende hur stor andel som spelar, 98 % av pojkarna och 97 % av flickorna spelar datorspel/tv-spel och/eller spel på surfplatta. Detta är en stor förändring jämfört med tidigare undersökningar, en större andel flickor som spelar spel på surfplatta har således utjämnat könsskillnaderna bland 9–12 och minskat dem bland 13–16 och 17–18.

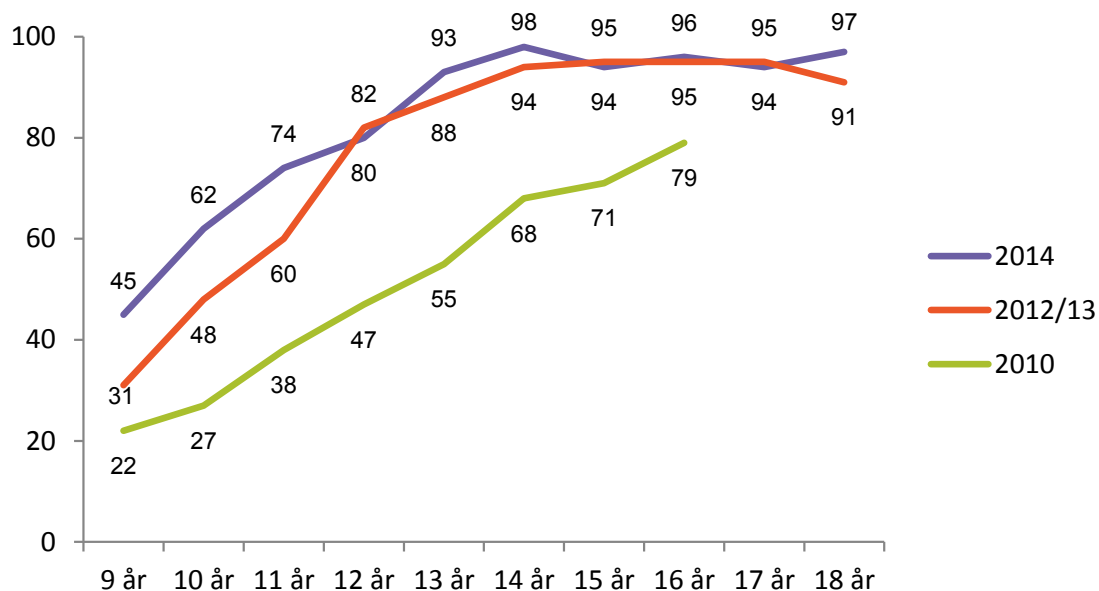
Användningen av sociala medier har endast ökat bland 9–12: från 25 % daglig användning 2012/13 till 30 % 2014. Jämfört med tidigare undersökningar kan man bland annat se att andelen som använder mobilen varje dag fortfarande ökar. Ökningen handlar om enstaka procentenheter i de båda äldre åldersgrupperna, men är mer påtaglig bland 9–12-åringar.

**7 b. Använder mobiltelefon varje dag 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Även den dagliga internetanvändningen ökar:

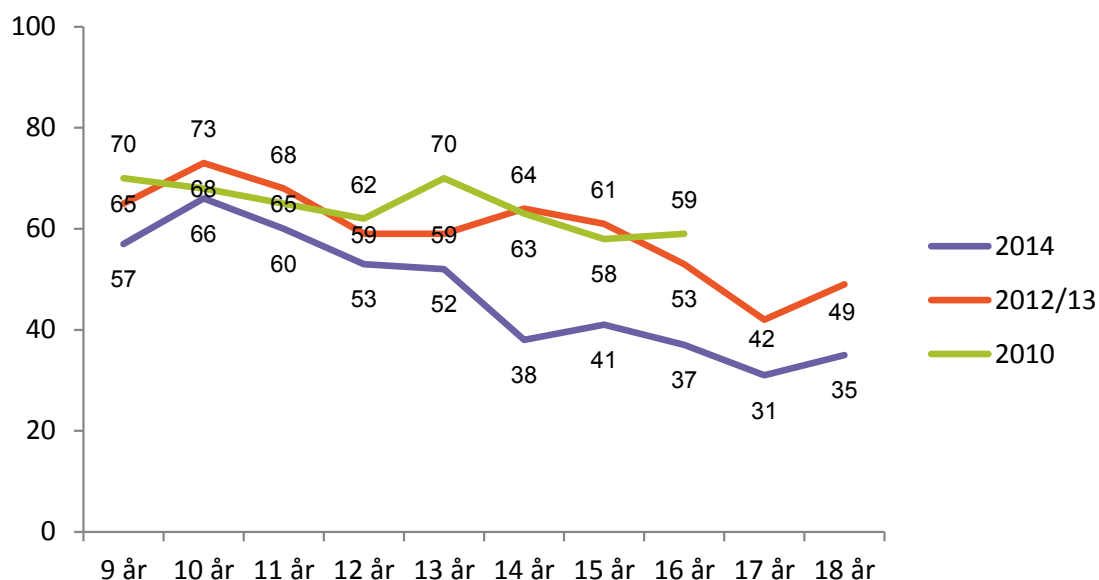
**7 c. Använder internet varje dag 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Ökningen är svag bland de äldre, men i åldersgruppen 9–12 har den dagliga internetanvändningen stigit från 55 % 2012/13 till 65 % 2014. Den dagliga inter-

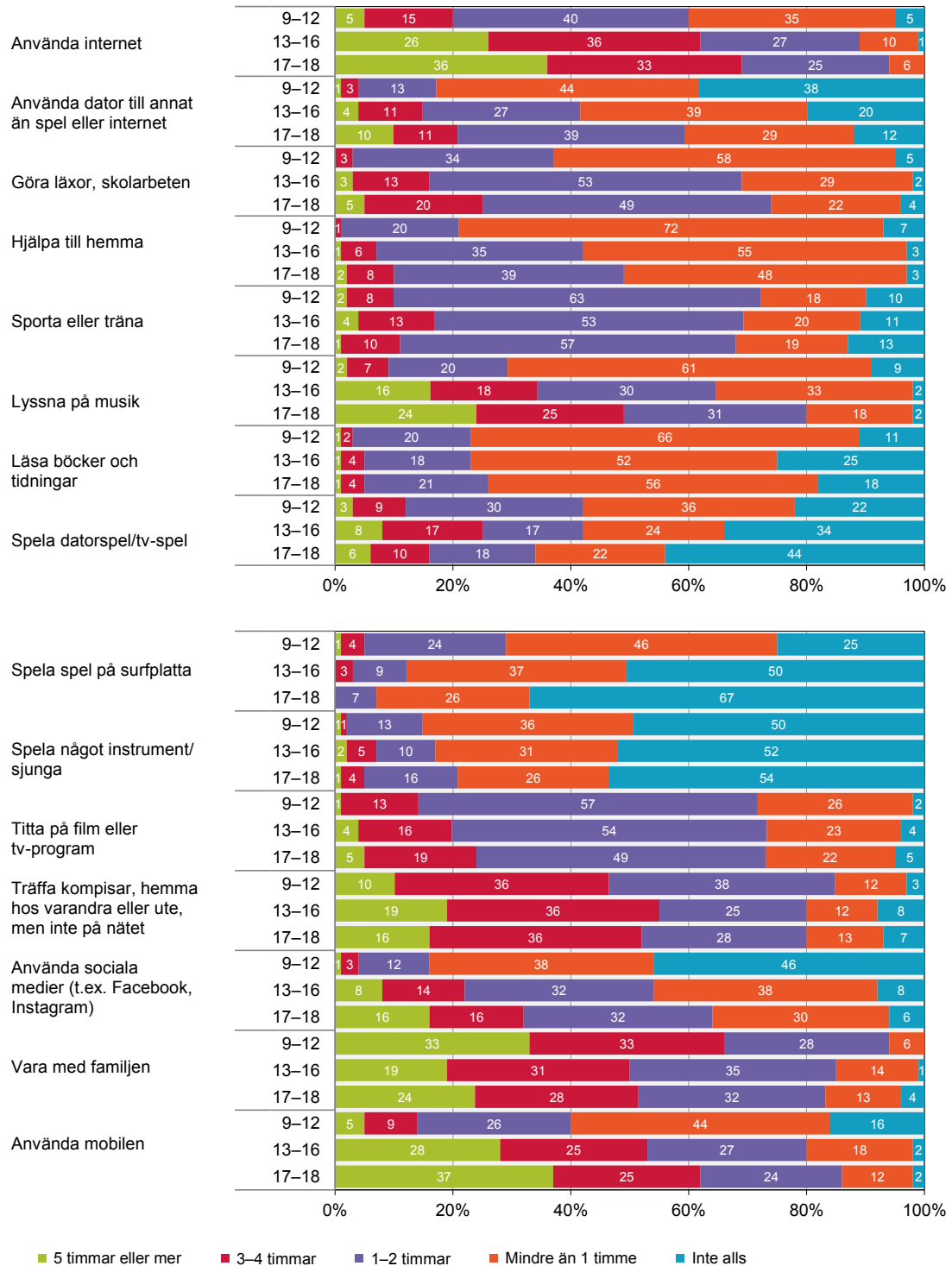
netanvändningen i denna åldersgrupp är den aktivitet som ökat mest jämfört med 2012/13. Ökningen kan sannolikt förklaras med den ökade tillgången till mobilt internet – idag kan man koppla upp sig i stort sett var som helst.

**7 d. Tittar på film och/eller tv-program varje dag 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Medan tittandet på filmer och tv-program var i stort sett oförändrat mellan undersökningarna 2010 och 2012/13, minskar detta nu tydligt i samtliga åldersgrupper. Mest påtaglig är minskningen bland tonåringar. Det går också att urskilja en minskning i den dagliga läsningen av tidningar och böcker i åldersgruppen 17–18: 2012/13 läste 23 % av dessa dagligen, 2014 har siffran sjunkit till 13 %. Minskningen i de yngre åldersgrupperna inskränker sig till 1 % vardera.

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



Dessa diagram beskriver omfattningen av barnens medieanvändning. Här ingår också icke medierelaterade aktiviteter som svarsalternativ, i syfte att ge en samlad bild av vad man ägnar tid åt under sin fritid. Det bör påpekas att flera av dessa aktiviteter kan äga rum samtidigt och att man därför inte bara kan addera siffrorna för att få en bild av hur lång tid den totala mediekonsumtionen tar i anspråk. T.ex. kan spelande, musikklyssning och användning av sociala medier ske samtidigt. Vidare inbegriper några av medieaktiviteterna varandra – att använda sociala medier förutsätter att man använder internet. På samma sätt kan musikklyssning och film- eller tv-tittande ske över internet, men likaväl genom eterburna medier eller cd/dvd. Digitaliseringen av allt fler medieformer har fört med sig att det blir allt mer komplicerat att mäta medieanvändning på ett rättvisande sätt.

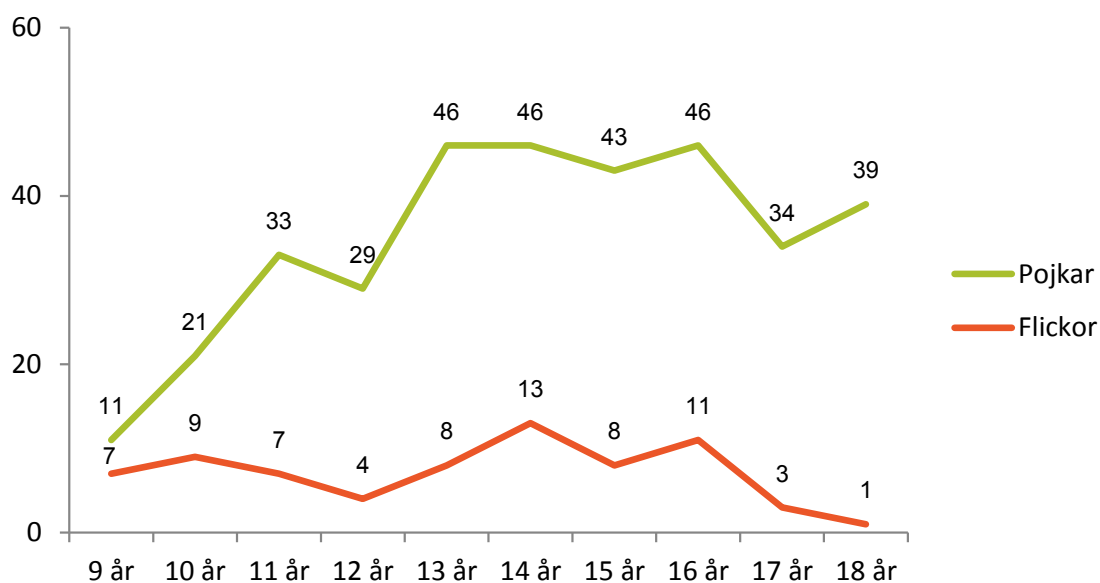
Det ovanstående diagrammet visar att begreppet högkonsument så som det definierats i *Ungar & medier 2010* och *2012/13*, vid det här laget har tappat relevans. Tittar man t.ex. på 13–16 och internetanvändning är andelen högkonsumenter 62 %, och sett till mobilanvändning är andelen 53 %. När andelen högkonsumenter närmar sig eller överstiger 50 % förlorar avgränsningen sin betydelse som markör mot genomsnittet. Nedbrutet på årskullar och kön kan andelen högkonsumenter bli ännu större, t.ex. använder 78 % av 16-åriga flickor mobiltelefonen mer än 3 timmar/dag och samma andel av de 18-åriga pojkarna använder internet mer än 3 timmar/dag.

Avseende de allra flesta aktiviteterna är förändringarna sedan 2012/13 minimala eller obefintliga. Det finns dock tre tydliga undantag. Den tid man ägnar åt internet ökar i samtliga åldersgrupper, exempelvis ägnar 52 % av 13-åringarna 3 timmar eller mer åt internet, jämfört med 32 % 2012/13. Samma tendens gäller tid ägnad åt mobilanvändning. Den tredje skillnaden över tid gäller tittande på filmer eller tv-program där den ägnade tiden minskar jämfört med 2012/13.

Barn 9–12 utan syskon spelar dator- och tv-spel något längre tid än övriga (18 % mer än 3 timmar/dag). Minst spelar de som har yngre syskon (7 % mer än 3 timmar/dag). Detta gäller även 13–16, dock är skillnaden mindre. Det föreligger inga skillnader beroende på syskonstatus när det gäller *hur ofta* man spelar.

De största könsskillnaderna gäller dator- och tv-spelande där pojkar spelar betydligt mer än flickor.

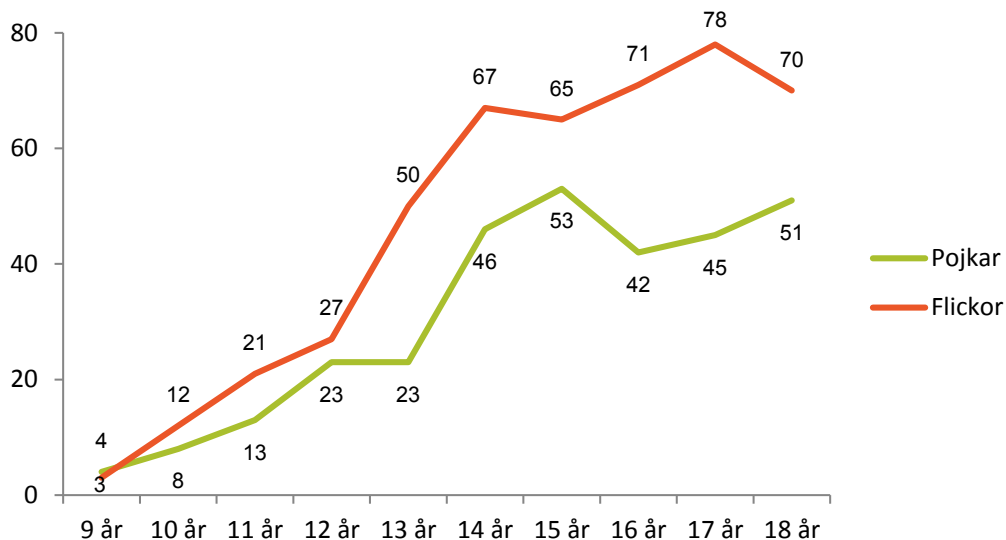
**8 b. Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) datorspel/tv-spel fördelat på kön (%)**



Andelen högkonsumenter av dator/tv-spel är konsekvent större bland pojkar än bland flickor. I nioårsåldern skiljer endast 4 procentenheter mellan pojkar och flickor, men denna skillnad ökar sedan snabbt. Nästan varannan pojke spelar mer än tre timmar/dag vid 13 års ålder, medan andelen flickor som spelar så mycket inte varierar i någon särskild utsträckning med ålder – den ligger i huvudsak mellan 5 % och 10 %. Samma tendens kunde iakttagas i undersökningen 2012/13, men då var könsskillnaderna ännu större, mest beroende på att flickorna då spelade mindre.

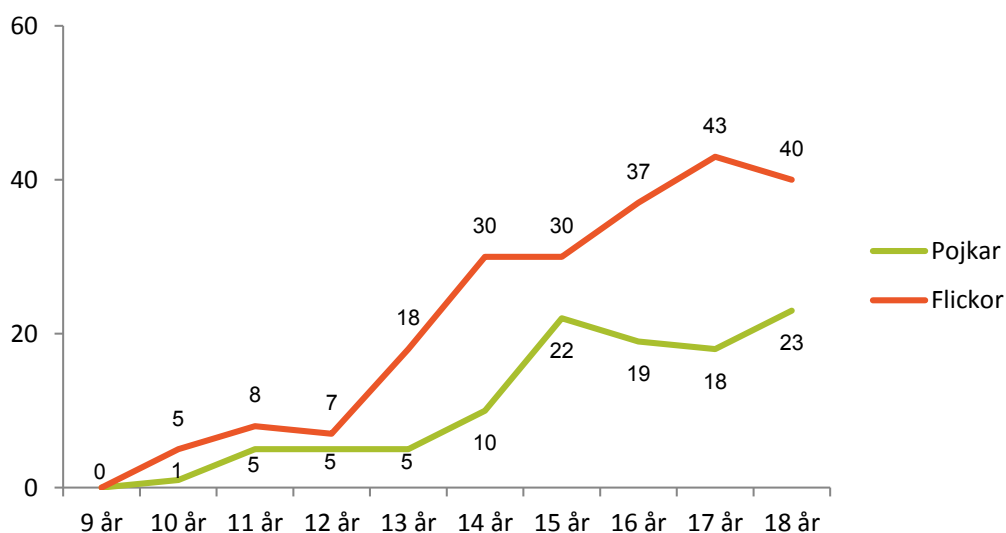
2012/13 kunde man se en tydlig könsskillnad i åldersgruppen 9–12 avseende internetanvändning: pojkar ägnade betydligt mer tid åt internet (22 % mer än 3 timmar/dag) jämfört med vad flickor gjorde (8 %). Denna skillnad är uttraderad i föreliggande undersökning.

### 8 c. Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) mobil fördelat på kön (%)



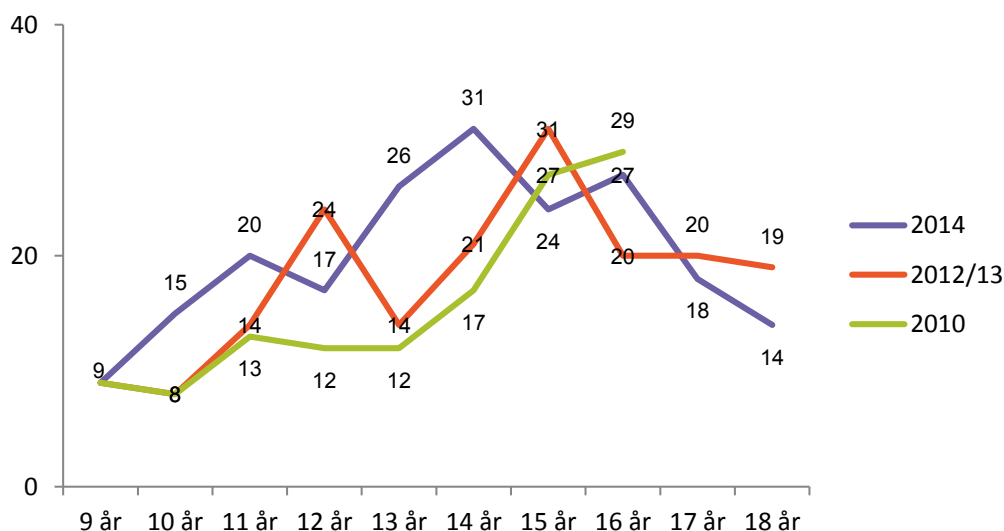
En liknande utveckling – att könsskillnaderna ökar med stigande ålder, kan skönjas avseende mobilanvändning, där flickor, från 10 års ålder, konsekvent ägnar mer tid åt mobilen, jämfört med vad pojkar gör. Könsskillnaderna har ökat sedan 2012/13, främst beroende på att flickors mobilanvändning ökat mer än pojkars.

### 8 d. Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) sociala medier fördelat på kön (%)



Flickor i använder också sociala medier längre tid än vad pojkar gör. Skillnaderna är inte så stora i åldersintervallet 9–12, men ökar sedan snabbt, bland 16–18-åringar är skillnaderna mellan 17 och 25 procentenheter.

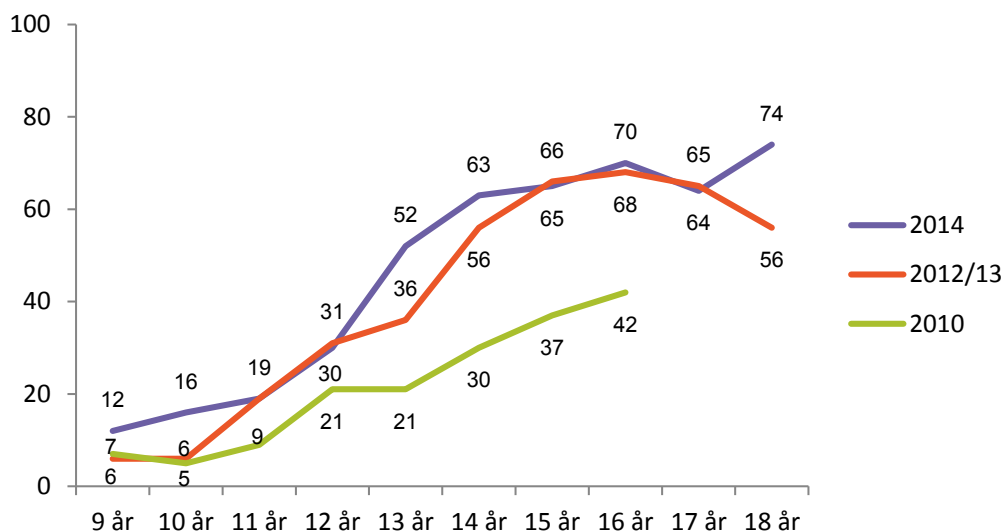
**8 e. Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) datorspel/tv-spel, 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Mellan 2010 och 2012/13 visar diagrammet en tydlig ökning av andelen unga som spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag. Data från 2014 är svårtolkade jämfört med de tidigare undersökningarna. Å ena sidan kan man ana en ökning bland de yngre, å andra sidan framträder en minskning av spelandet bland de äldre. Dessa tendenser är dock inte konsekventa för alla årskullar. Däremot ser man samma tendens som tidigare, att den tid man ägnar åt spel minskar efter 15–16-årsåldern.

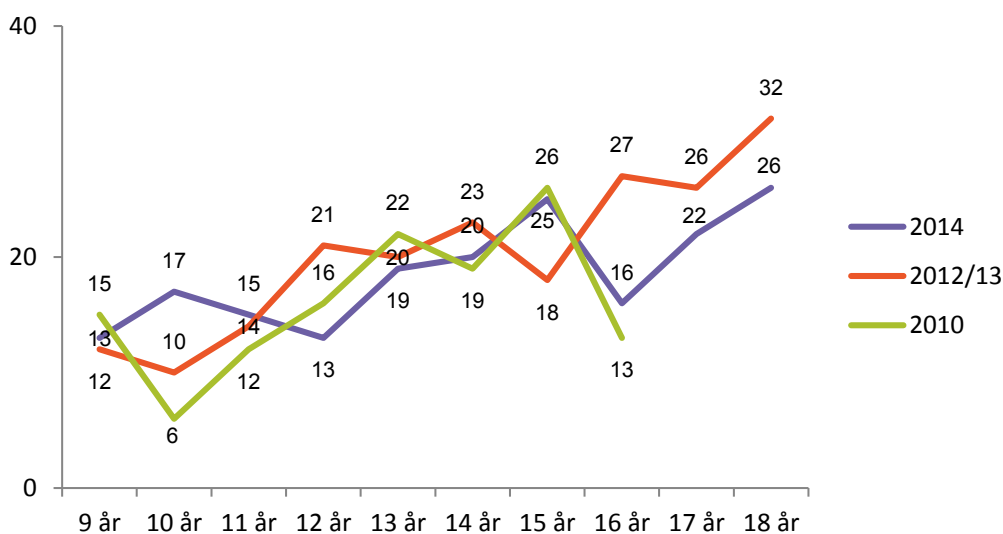


**8 f. Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) internet, 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



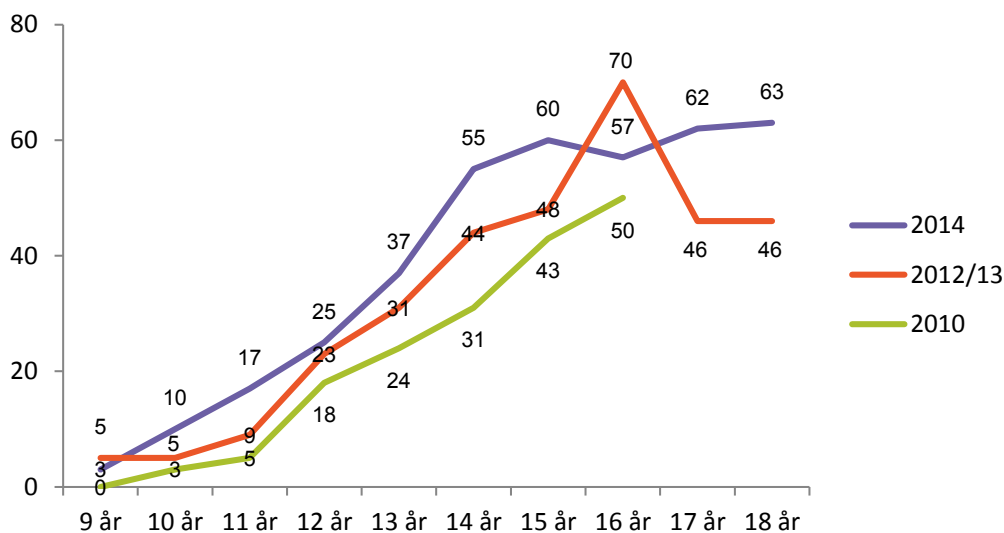
Andelen barn och unga som använder internet mer än 3 timmar/dag har ökat sedan 2012/13, dock inte i samma utsträckning som ökningen 2010–2012/13. Tidigare kunde man iaktta en avmattnings av internetanvändning i det äldsta åldersintervall, något som inte syns i föreliggande studie.

**8 g. Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) filmer eller tv-program, 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Även om nedgången i hur lång tid man tittar på film/tv inte är lika tydlig som avseende hur ofta man tittar (se diagram 7d), går det ändå att konstatera att allt färre ägnar mer än tre timmar/dag åt denna aktivitet.

**8 h. Högkonsumenter (mer än 3 timmar/dag) mobil 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Den tendens som kunde iakttagas redan 2012/13 – att allt fler unga använder mobilen mer än tre timmar/dag oavsett åldersgrupp – är tydlig också i föreliggande undersökning.

Som nämnts ovan börjar begreppet högkonsumenter, så som det definierats i *Ungar & medier 2010* och *2012/13*, bli inaktuellt eftersom andelen högkonsumenter avseende internet och mobiltelefoni överstiger respektive närmar sig hälften av den undersökta åldersgruppen. Detta är ett resultat i sig och ger en bild av hur medieanvändningen förändrats. I tidigare undersökningar kunde man mer tydligt se medieanvändningen som en avgränsad del av fritiden, medan den idag är en integrerad del av barnens vardag. Det visar också att begreppet medier blir alltmer svårdefinierat.

En stor del av barnens internetanvändning – där mobiltelefonanvändningen i och med utvecklingen av smarta mobiler och billigare och snabbare mobilt internet också ingår – utgörs av inslag av vad man kan kalla för traditionella medier. Det gäller exempelvis video/filmtittande på YouTube och play-tjänster från tv-kanaler. Samtidigt innefattar internet en mängd andra användningsområden som inte liknar det man tidigare kallade medier: telefoni, e-post, diskussionsforum och inte minst sociala medier.

## 9. Vilka tv-program eller tv-serier brukar du titta på?

Skriv högst tre stycken.

92 % av 9–12 har angett att de tittar på tv, 90 % av pojkarna och 94 % av flickorna. Frågan har endast besvarats av dessa.

### 9 b. Populäraste tv-programmen 9–12 år fördelat på kön

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Idol 18 %	Simpsons 12 %	Idol 23 %
Simpsons 9 %	Idol 12 %	Jessie 10 %
Barnkanalen 8 %	Family Guy 11 %	Barnkanalen 9 %
Disney Channel 7 %	Fotboll 8 %	Pretty Little Liars 9 %
Violetta 6 %	Barnkanalen 6 %	Violetta 9 %

I valet av program skiljer sig könen åt, förutom när det gäller tittande på *Idol* och Barnkanalen. Pojkar tittar oftare på tecknat som *Simpsons* och *Family Guy*, medan flickor i högre utsträckning föredrar drama och talangjakter. Hos yngre barn är könsskillnaderna betydligt mindre. Samtliga de populäraste programmen bland barn från 9 år och uppåt sänds, med undantag för Barnkanalen i kommersiella kanaler. Bland barn yngre än 9 år dominerar istället public service-kanalerna stort. *Simpsons* och *Family Guy* är liksom både 2010 och 2012/13 mycket populära bland pojkar, medan inga av de populäraste programmen bland flickor varit med i tidigare undersökningar. Det finns också en tendens till att barnen i föreliggande undersökning tittar på fler olika program. T.ex. sågs det populäraste programmet bland pojkarna, *Simpsons*, 2012/13 av 32 % av pojkarna. 2014 är det endast 12 % av dem som ser det, trots att det fortfarande är det mest populära programmet. Topplistorerna är givetvis i någon utsträckning resultatet av vad som sändes under den period då enkäterna besvarades. Program som *Idol* eller *Paradise Hotel* sänds under specifika perioder, medan t.ex. *Simpsons* och *Family Guy* under de senaste åren har sänts mer eller mindre året runt.

88 % av 13–16 har angett att de tittar på tv, 83 % av pojkarna och 93 % av flickorna. Frågan har endast besvarats av dessa.

**9 c. Populäraste tv-programmen 13–16 år fördelat på kön**

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Simpsons 17 %	Simpsons 32 %	Pretty Little Liars 32 %
Pretty Little Liars 16 %	Family Guy 30 %	Idol 27 %
Family Guy 16 %	Paradise Hotel 11 %	Paradise Hotel 18 %
Idol 16 %	How I met your Mother 9 %	The Vampire Diaries 12 %
Paradise Hotel 15 %	Idol 8 %	Teen Wolf 10 %

Könsskillnaderna är stora även bland 13–16-åringarna. *Paradise Hotel* och *Idol* finns på topp-fem bland både flickor och pojkar, men är populärare bland flickor. Även i denna åldersgrupp föredrar flickorna i större utsträckning drama, medan pojkarna liksom i tidigare undersökningar helst tittar på *Family Guy* och *Simpsons*. Jämfört med 2012/13 är tre av de fem populäraste programmen bland pojkarna de samma: *Simpsons*, *Family Guy* och *How I met your Mother*. Bland flickorna återfinns bara en programtitel i båda undersökningarna: *The Vampire Diaries*.

82 % av 17–18 har angett att de tittar på tv, 77 % av pojkarna och 86 % av flickorna. Frågan har endast besvarats av dessa.

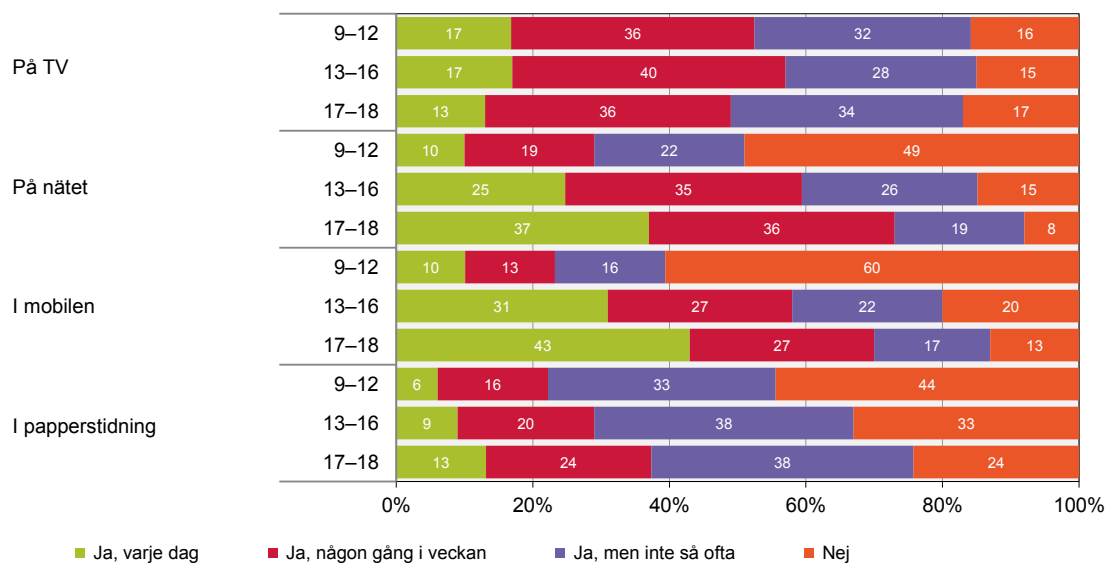
#### 9 d. Populäraste tv-programmen 17–18 år fördelat på kön

17–18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Paradise Hotel 24 %	Game of Thrones 16 %	Paradise Hotel 34 %
Idol 18 %	How I met your Mother 13 %	Idol 27 %
How I met your Mother 10 %	Family Guy 13 %	Pretty Little Liars 14 %
Game of Thrones 9 %	Simpsons 9 %	The Vampire Diaries 9 %
Pretty Little Liars 9 %	Paradise Hotel 8 %	How I met your Mother 8 %

Även bland 17–18 är könsskillnaderna stora. Pojkar tittar fortfarande mest på komedier, medan flickor i högre grad föredrar drama och realityprogram.

Det är svårt att jämföra tv-preferenserna över tid, då programtitlar kommer och går. Man kan dock notera att *The Simpsons* och *Family Guy* tillhört de populäraste programmen bland pojkar i samtliga åldersgrupper sedan 2010. De enda program som flickor angett som de populäraste både 2012/13 och 2014 är *The Vampire Diaries* samt *How I met your Mother*, i övrigt är samtliga programtitlar utbytta. Det finns också en tendens att fragmenteringen av tv-tittandet, att allt färre tittar på samma program, är längre framskriden bland pojkarna än bland flickorna.

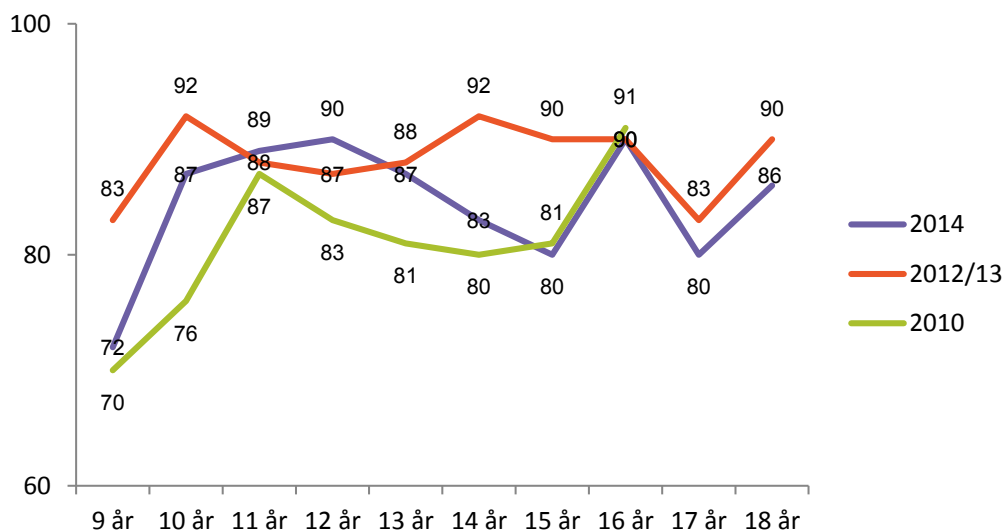
## 10. Några frågor om nyheter (%) *Brukar du ta del av nyheter...*



Andelen som tar del av nyheter är generellt lägre bland 9-12 jämfört med de äldre åldersgrupperna, med undantag för nyheter på tv där man ligger på samma nivå. I övrigt är det stora åldersbetingade skillnader, i synnerhet avseende att ta del av nyheter på nätet och i mobilen.

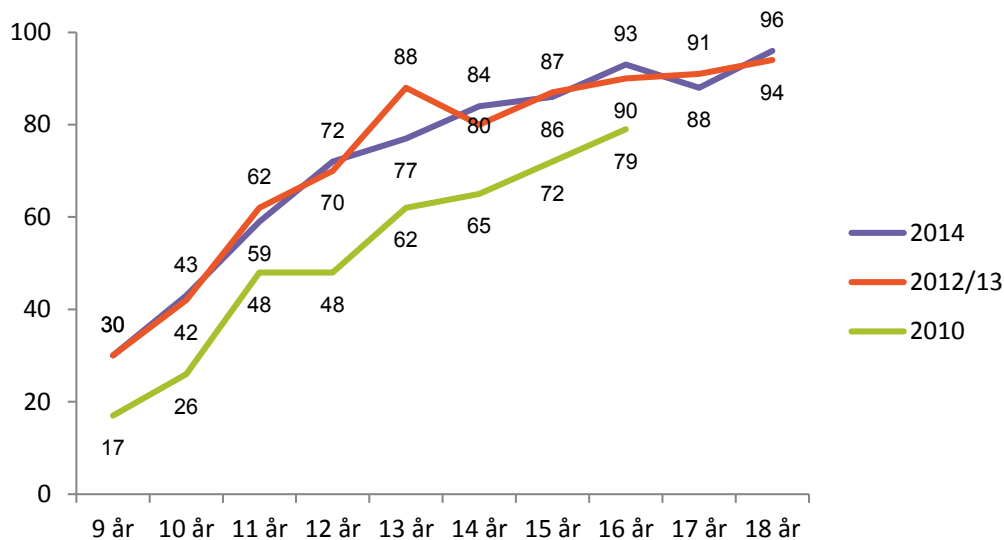
Den enda tydliga könsskillnaden avseende nyhetskonsumtion är att pojkar i åldersgrupperna 13-16 och 17-18 i högre utsträckning än flickor använder internet som nyhetskälla.

### 10 b. Tar del av nyheter via tv, 2010, 2012/13 och 2014 (%)



Mellan 2010 och 2012/13 ökade andelen som tar del av nyheter i någon form påtagligt för samtliga medieformer, utom när det gäller i form av papperstidning, där en liten minskning kan skönjas. I årets undersökning minskar andelen som tar del av nyheter via tv något.

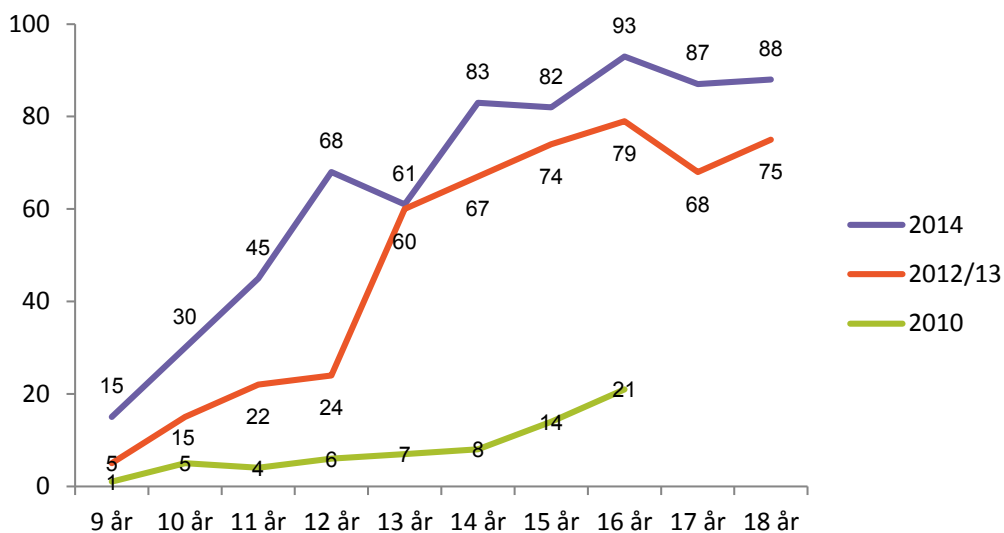
### 10 c. Tar del av nyheter via internet, 2010, 2012/13 och 2014 (%)



Nyhetskonsumtionen via internet ökade kraftigt mellan 2010 och 2012/13. Sedan dess har den inte förändrats avseende den totala nyhetskonsumtionen. Däremot

kan man se en liten ökning av andelen barn och unga som tar del av nyheter via internet varje dag. Detta gäller samtliga åldersgrupper.

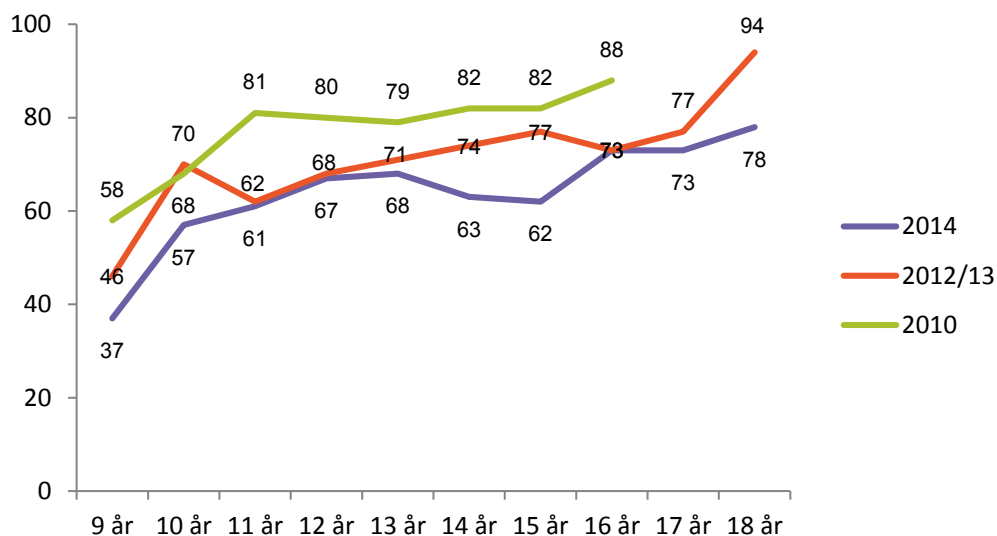
**10 d. Tar del av nyheter via mobilen, 2010, 2012/13 och 2014 (%)**



Det område där ökningen av nyhetskonsumention är störst gäller mobilen. Det gäller både den totala användningen av mobilen som nyhetskälla och att använda den varje dag i detta syfte. Bland 17–18-åringarna har den dagliga användningen av mobilen för att ta del av nyheter stigit från 24 % 2012/13 till 43 % 2014.



### 10 e. Tar del av nyheter via papperstidning, 2010, 2012/13 och 2014 (%)

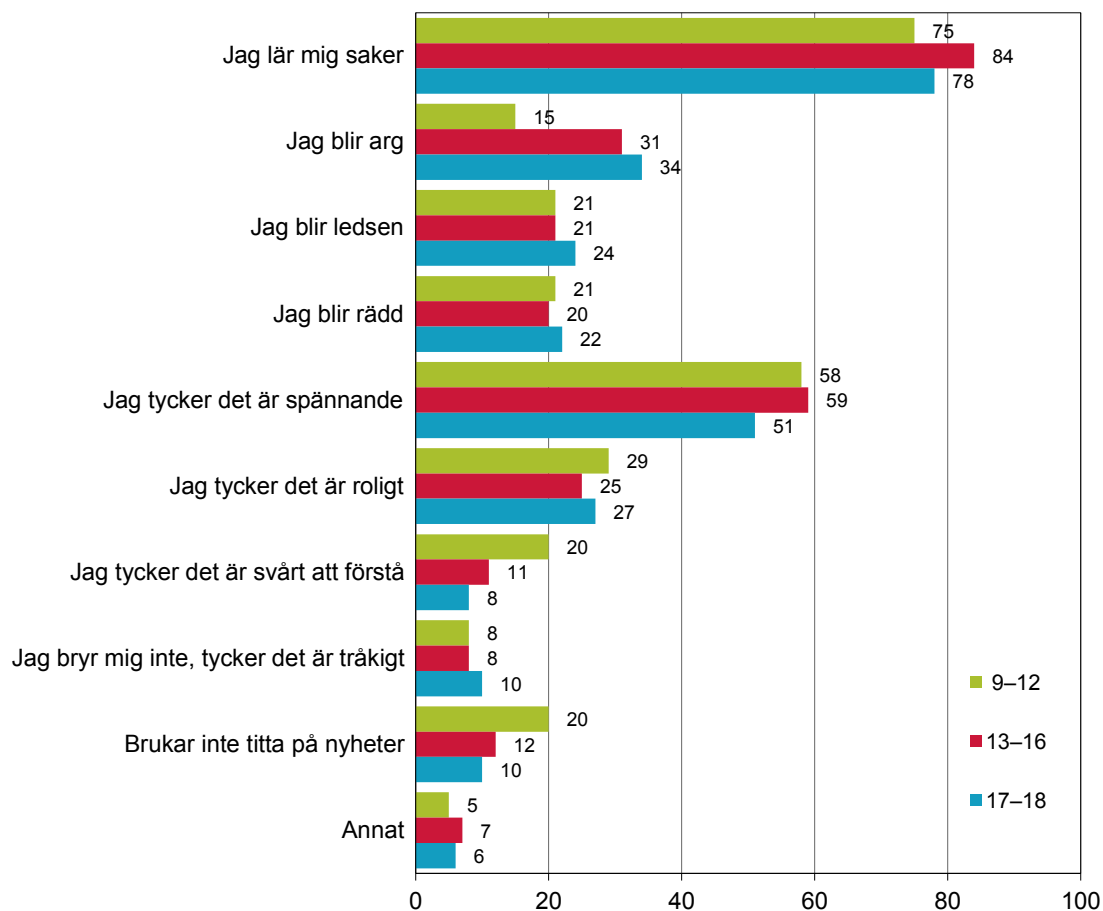


Läsningen av papperstidningar fortsätter att minska. Papperstidningsläsningen ökar fortfarande med respondenternas stigande ålder, men ligger generellt på lägre nivåer än tidigare. En rimlig tolkning är att internet- och mobilnyheter kommit att ersätta läsning av papperstidningar. Eftersom användningen av internet och internet i mobilen generellt har ökat kan detta vara en förklaring att nyhetskonsumtionen där ökat. En annan, spekulativ, förklaring till ökningen av nyhetskonsumtion på internet och i mobilen kan ligga i att stora delar av de inlägg användarna gör i sociala medier är länkar till olika former av nyhetsförmedlande inslag. Detta innebär att nyhetsmaterial "bäddas in" i flödet på de sociala medierna, och når användaren utan att denne aktivt behöver söka upp det. Nyhetsflöden kan också anpassas efter mobilanvändarens egna val och preferenser, vilket troligen också påverkar nyhetskonsumtionens fördelning över olika distributionsformer.

Trots ökningen av nyhetskonsumtion via internet och mobilen är tv fortfarande den vanligaste nyhetskällan bland 9–12-åringar och ligger på ungefär samma nivåer som internet och mobilen bland 13–16-åringar. Bland 17–18 är både internet och mobilen betydligt vanligare nyhetskanaler än tv. Om man enbart ser till dem som tar del av nyheter varje dag är både internet och mobilen betydligt viktigare nyhetskällor än tv för de båda äldre åldersgrupperna.

## 11. Hur upplever du nyheterna du ser? (%)

Kryssa för det som du tycker stämmer för dig. Du kan kryssa för flera svar.

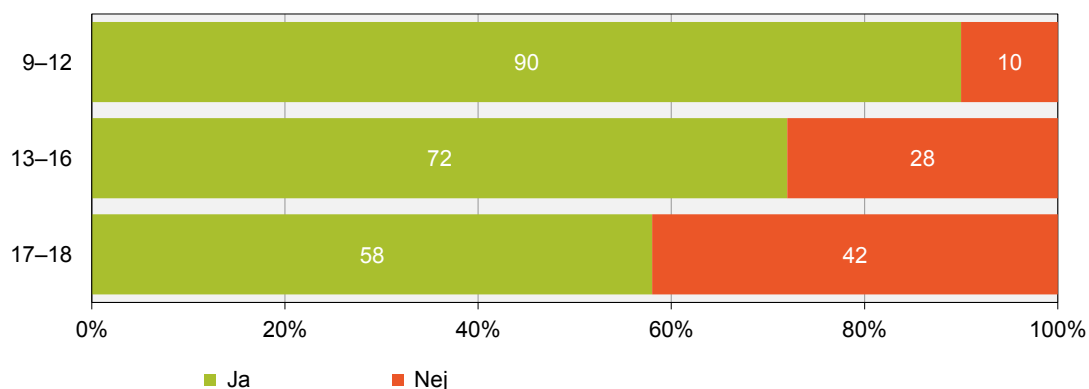


Diagrammet visar att det generellt är små skillnader mellan åldersgruppernas upplevelser av nyheter. De största skillnaderna är att 9–12 i högre grad upplever att nyheterna är svåra att förstå och att 13–16 och 17–18 i högre grad uppger att de blir arga av nyheterna. Det vanligaste svaret är att man lär sig saker av nyheterna, där skiljer endast några procentenheter mellan åldersgrupperna. Vidare upplever en majoritet i alla åldersgrupperna att nyheterna är spännande. De positiva upplevelserna av nyheter dominerar således: det är lärorikt, spännande och roligt att ta del av nyheter.

I samtliga åldersgrupper anger flickor i högre utsträckning än pojkar att de blir ledsna, rädda och arga av nyheterna.

Jämfört med tidigare år har inga tydliga förändringar skett, med undantag för att andelen 13–16-åringar som tycker att de lär sig saker av nyheter har ökat från 75 % till 84 %.

## 12. Brukar du spela datorspel/tv-spel/spel på surfplatta?<sup>1</sup> (%)



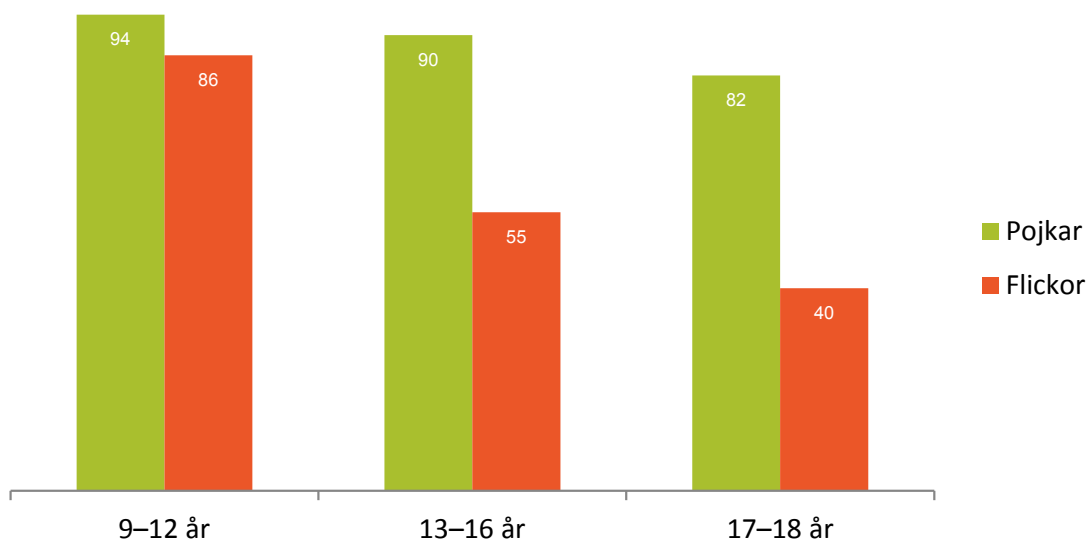
Liksom tidigare frågor visat spelar 9–12-åringar datorspel/tv-spel i betydligt högre utsträckning än barn i de äldre åldersgrupperna. Att andelen spelare minskar med stigande ålder efter 12 år kan ha en mängd olika förklaringar, en tänkbar orsak är att spelandet uppfattas som en lek som man drar ned på när det blir viktigt att inte uppfattas som barnslig. En annan trolig orsak är att spelandet får konkurrens av andra medierelaterade aktiviteter, t.ex. sociala medier.

Jämfört med 2012/13 är andelen spelare i stort sett oförändrad bland de yngsta och äldsta barnen, men bland 13–16-åringar har andelen som spelar ökat med 10 procentenheter från 62 % till 72 %. Detta beror på ett ökat spelande bland flickor i åldersgruppen 13–16.

Spelandet är ett av de områden där könsskillnaderna är mest påtagliga.

1) Denna fråga kan jämföras med fråga 7: "Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du spela datorspel/tv-spel?" Där anger betydligt färre att de "aldrig" spelar (9–12: 8 %, 13–16: 17 %, 17–18: 28 %). Förklaringen till detta kan ligga i att individer som egentligen inte ser sig som spelare, men som ändå spelar någon enstaka gång där valt svarsalternativet "mer sällan", medan de på denna fråga endast kan svara ja eller nej.

**12 b. Brukar spela datorspel/tv-spel/spel på surfplatta, kön. 2014 (%)**



Pojkar spelar i högre utsträckning än flickor oavsett åldersgrupp, men allra tydligast är skillnaden bland de äldsta. Det innebär att det framförallt är flickornas minskade spelande (i relation till ålder) som påverkar skillnaderna mellan åldersgrupperna.

Jämfört med 2012/13 är andelarna spelande pojkar närmast identiska i samtliga åldersintervall. Spelandet bland flickor har dock ökat i samtliga grupper: från 76 % till 86 % bland 9-12, från 36 % till 55 % bland 13-16 samt från 38 % till 40 % bland 17-18.

### 13. Vilka datorspel/tv-spel spelar du oftast?

Skriv högst tre spel.

Denna fråga besvarades endast av de som uppgett att de brukar spela datorspel. Detta innebär att de procenttal som syns under totalen endast avser andelen av dem som spelar. Exempelvis spelar 14 % av flickor 17–18 år *Candy Crush Saga*. Om man istället skulle kalkylera andelen av alla flickor i åldersgruppen (alltså även de som inte spelar spel) är det blott 6 % som spelar detta spel.

90 % av 9–12 har angett att de spelar spel. 94 % av pojkarna och 86 % av flickorna. Eftersom svarsalternativen på denna fråga var öppna innebär det att det kan vara svårt att veta vilken exakt titel som åsyftats när respondenterna nämnt spel som finns i en mängd olika versioner. I dessa fall har samtliga versioner slagits samman till en kategori.

#### 13 b. Populäraste datorspel/tv-spel 9–12 fördelat på kön

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Minecraft 35 %	Minecraft 41 %	Minecraft 27 %
Hay Day 20 %	FIFA 30 %	Hay Day 17 %
FIFA 16 %	Clash of Clans 10 %	The Sims 12 %
Subway Surfers 6 %	Call of Duty 9 %	Moviestar Planet 10 %
Clash of Clans 6 %	Grand Theft Auto 8 %	Subway Surfers 9 %

Det är svårt att i text ge rättvisande beskrivningar av dessa spel. Ett sätt att kategorisera dem är att utgå från de åldersrekommendationer som ges med PEGI-systemet. Dessa rekommendationer specificerar inte till vilken ålder de är särskilt lämpade, utan vilken ålder man bör ha uppnått för att spela dem utifrån innehåll som våld, sex, grovt språk etc. De mest populära spelen i denna åldersgrupp rör sig mellan PEGI 3 och 12.

Fotbollsspelet *FIFA* finns i en mängd olika versioner, samtliga med åldersrekommendationen PEGI 3. *Minecraft* kan spelas på flera olika sätt, ensam eller i multiplayerläge. Mest känt är det för de legoliknande bygginslagen. Det har åldersrekommendationen PEGI 7. Simulatorspelet *The Sims* finns i flera olika versioner, som alla går ut på att skapa individer och styra deras omgivningar och vardagsliv

så att de blir så lyckliga som möjligt. Det har åldersrekommendationen PEGI 12. Tittar man på de olika köns preferenser finns dock spel som ligger över detta spann. Det gäller bland annat *Call of Duty* och *Grand Theft Auto* som är bland de populäraste spelen bland pojkar. *Call of Duty* är en serie av actionspel i krigsmiljö vars olika titlar har PEGI 16 respektive PEGI 18 på grund av våldsinnehåll och grovt språk och *Grand Theft Auto* är ett våldsamt spel i (modern) gangstermiljö med PEGI 18.

*Hay Day*, *Clash of Clans* och *Subway Surfers* är alla speltitlar som uteslutande finns som appar för mobiltelefoner eller surfplattor och saknar PEGI-märkning.

*Movie Star Planet* som är det mest populära spelet bland flickor är en webbaserad virtuell värld där man skapar olika karaktärer och använder dem i filmer, spel och i interaktion med andra användare. Även detta spel saknar PEGI-märkning.

*Minecraft* är det enda spelet som både pojkar och flickor har gemensamt bland de fem populäraste.

Jämfört med 2012/13 behåller *Minecraft* sin popularitet hos både pojkar och flickor, *FIFA* och *Call of Duty* är fortsatt populära bland pojkar och *Moviestar Planet* och *The Sims* bland flickor.

72 % av 13–16 angav att de spelar, 90 % av pojkarna och 55 % av flickorna.

### 13 c. Populäraste datorspel/tv-spel 13–16 fördelat på kön

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
FIFA 14 %	League of Legends 22 %	The Sims 22 %
League of Legends 14 %	FIFA 21 %	Minecraft 8 %
Minecraft 12 %	Counter-Strike 18 %	Grand Theft Auto 7 %
Counter-Strike 11 %	Grand Theft Auto 16 %	Candy Crush Saga 7 %
Grand Theft Auto 11 %	Minecraft 15 %	Call of Duty 6 %

Bortfallet var stort bland flickor 13–16, 49 % angav inget spel och endast 21 % av angav det maximala antalet tre spel.

Notervärt är att de fem totalt sett populäraste spelen är samma titlar som är pojkarnas fem populäraste. Eftersom betydligt färre flickor än pojkar besvarat frågorna får deras spelpreferenser inte samma genomslag i fem-i-topp för samtliga. *League of Legends* är ett lagbaserat onlinespel där man ur ett fågelperspektiv strider mot andra spelare. Det har PEGI 12. *Counter-Strike* är likt *Call of Duty* ett actionspel med PEGI 16.

Favoritspelen bland pojkar är de samma som i åldersgruppen 9–12, med undantag för *League of Legends* (PEGI 12), som ersatt app-spelet *Clash of Clans*. Flickornas spelpreferenser i denna åldersgrupp påminner mer om pojkarnas, även om det är betydligt färre som spelar samma spel. *The Sims* är fortfarande populärast och ett spel som nästan bara spelas av flickor. Jämfört med 2012/13 är tre titlar de samma på topplistan för pojkar (*FIFA*, *Minecraft* och *League of Legends*) och två på flickornas fem-i-topp (*The Sims* och *Minecraft*).

58 % av 17–18 angav att de spelar, 82 % av pojkarna och 41 % av flickorna.

### 13 d. Populäraste datorspel/tv-spel 17–18 fördelat på kön

17–18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Counter-Strike 17 %	Counter-Strike 31 %	The Sims 23 %
League of Legends 13 %	League of Legends 20 %	Candy Crush Saga 14 %
FIFA 13 %	FIFA 19 %	
World of Warcraft 8 %	Grand Theft Auto 16 %	
Grand Theft Auto 8 %	World of Warcraft 12 %	

Även bland de äldsta är bortfallet stort bland flickorna. 29 % av de tillfrågade flickorna angav något spel och endast 13 % angav maximala 3 spel. Det är inte meningsfullt att redovisa fler speltitlar än två hos flickor 17–18, då övriga titlar aldrig angavs av fler än tre individer.

*World of Warcraft* är ett onlinerollspel med PEGI 12.

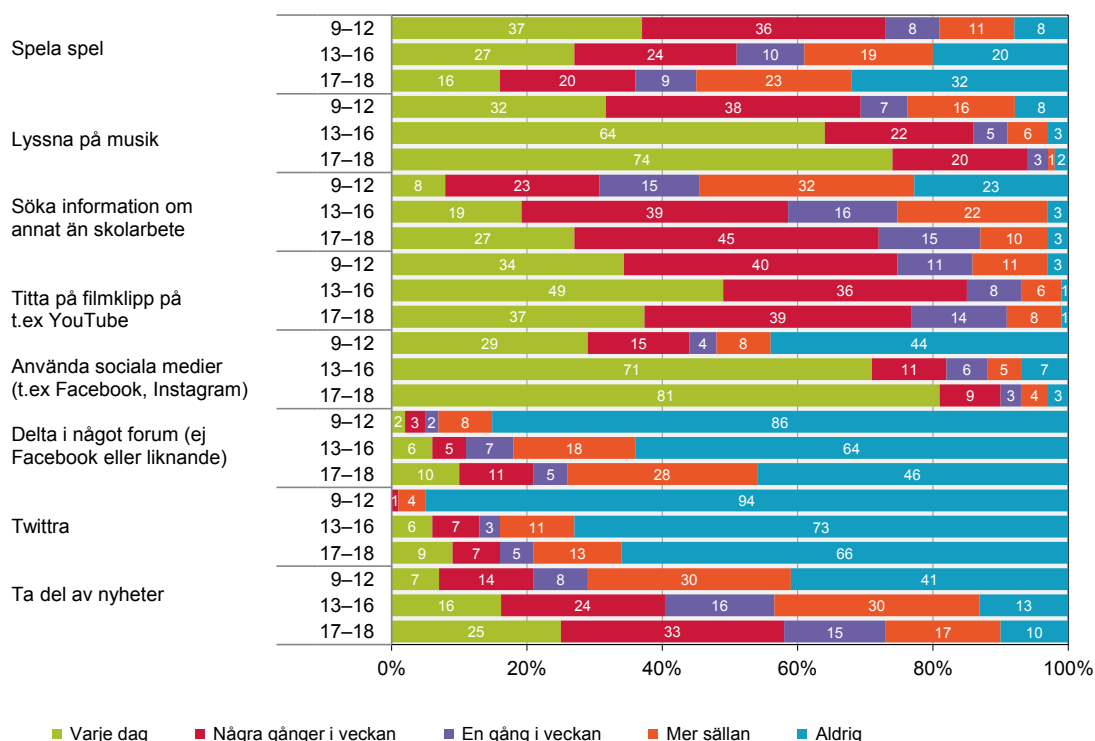
Bland 17–18 är *Counter-Strike* det mest populära spelet totalt sett. En av anledningarna är att så få flickor har svarat på denna fråga varför pojkars preferenser får ett starkare genomslag. Populärast bland flickorna är även i denna åldersgrupp

app-spelet *Candy Crush Saga*. Bland pojkarna återfinns inga appar bland de populäraste spelen.

Sammantaget visar resultatet att flickor generellt inte är intresserade av sportspel eller av spel av actionkaraktär där våldsinnehållet är framträdande, medan pojkar föredrar just dessa typer av spel.

Spelvalen är starkt könssegregerade – det enda spel som både pojkar och flickor spelar i någon högre utsträckning är *Minecraft* (9–12 och 13–16).

#### 14. Hur ofta brukar du göra följande på internet på din fritid? (%)



96 % av 9–12 och 99 % av 13–18 har angett att de använder internet på sin fritid och besvarar denna fråga.

Bland 13–16 och 17–18 är de överlägset vanligaste internetaktiviteterna att använda sociala medier och att lyssna på musik. För 9–12 är det spela spel och titta på filmklipp som är de vanligaste dagliga internetaktiviteterna, sedan följer "lyssna på musik" och "använda sociala medier". Den minst vanliga aktiviteten för alla åldersgrupper är att spela om riktiga pengar, men inte heller bloggande, twittrande eller att delta i forum utanför sociala medier är särskilt vanligt.



Flera påtagliga könsskillnader avseende internetbruk har redan konstaterats och de framträder även tydligt i denna fråga. Oavsett åldersgrupp tittar pojkar oftare på filmklipp och spelar spel betydligt oftare än flickorna. Bland de båda äldre åldersgrupperna tittar pojkarna också betydligt oftare på porr (26 % av pojkar 17–18 anger att de aldrig tittar på porr jämfört med 84 % av flickorna i samma åldersgrupp). I samtliga åldersgrupper läser flickor bloggar oftare än pojkar (i åldersintervallet 13–16 läser 80 % av pojkarna aldrig bloggar jämfört med 30 % av flickorna).

I de båda yngre åldersgrupperna lyssnar flickor något oftare på musik än vad pojkar gör, men bland 17–18 är det ingen skillnad mellan flickor och pojkar.

I de båda äldre åldersgrupperna chattar flickor oftare än pojkar och använder betydligt oftare sociala medier (13–16: flickor 83 % varje dag, pojkar 58 % varje dag, 17–18: flickor 90 % varje dag, pojkar 68 % varje dag).

Slutligen bloggar flickor 17–18 något oftare än pojkar (samtidigt som 75 % av flickorna aldrig bloggar). De gör också oftare läxor på internet än vad pojkar gör. Samtliga dessa svarsmönster känns igen från studien 2012/13.

Om man ser till hur internetanvändningen förändrats jämfört med 2012/13 kan man konstatera att bloggandet och mejlandet minskar i de båda yngre åldersgrupperna. Detta kan möjligen bero på att sociala medier idag fyller de funktioner som bloggar och mejl tidigare hade. I de båda äldre åldersgrupperna har chattandet också ökat. Att se på filmklipp är den aktivitet som ökat mest (bland 9–12 gjorde 23 % det dagligen 2012/13 jämfört med 34 % 2014). Användningen av sociala medier har också ökat bland de yngsta.

### **15. Vilka sociala medier t.ex. Facebook använder du oftast?**

Skriv högst tre som du använder.

58 % av de tillfrågade 9–12 använder sociala medier, 55 % av pojkarna och 61 % av flickorna. Av de som angivit vilka sociala medier de använder fördelar sig de fem populäraste svaren enligt nedan.

#### **15 b. Populäraste sociala medier 9–12 fördelat på kön**

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Instagram 73 %	Instagram 70 %	Instagram 75 %
Kik 25 %	Facebook 29 %	Kik 31 %
Facebook 22 %	Kik 18 %	Snapchat 21 %
Snapchat 16 %	Twitter 6 %	Facebook 14 %
Twitter 4 %	Skype 5 %	Videofy.me 7 %

2012/13 använde 61 % i denna åldersgrupp sociala medier. Facebook var både 2010 och 2012/13 det populäraste sociala mediet, men är nu helt omsprunget av Instagram bland de yngsta. Förändringarna är omfattande, det näst populäraste sociala mediet, Kik, fanns inte med på listan 2012/13 och MSN, som var näst populärast 2010 får idag bara enstaka svar.

91 % av de tillfrågade 13–16 använder sociala medier, 86 % av pojkarna och 96 % av flickorna. Av de som angivit vilka sociala medier de använder fördelar sig de fem populäraste svaren enligt nedan.

### **15 c. Populäraste sociala medier 13–16 fördelat på kön**

<b>13–16, SAMTLIGA</b>	<b>POJKAR</b>	<b>FLICKOR</b>
Instagram 75 %	Facebook 67 %	Instagram 85 %
Facebook 61 %	Instagram 64 %	Facebook 57 %
Snapchat 29 %	Snapchat 25 %	Snapchat 33 %
Kik 19 %	Kik 17 %	Twitter 23 %
Twitter 17 %	Twitter 10 %	Kik 21 %

2012/13 använde 86 % i denna åldersgrupp sociala medier. Facebook toppade då statistiken med 96 % av besökarna och har sedan dess tappat kraftigt i popularitet, istället är Instagram nu det totalt sett mest använda sociala mediet. De fem populäraste sociala medierna är de samma för både pojkar och flickor, det är bara den inbördes rangordningen som skiljer sig något åt. Nya på fem-i-topp är Kik och Snapchat som petat ut YouTube och Skype från listan.

95 % av de tillfrågade 17–18 använder sociala medier, lika stora andelar av båda könen. Av de som angivit vilka sociala medier de använder fördelar sig de fem populäraste svaren enligt nedan.

### **15 d. Populäraste sociala medier 17–18 fördelat på kön**

<b>17–18, SAMTLIGA</b>	<b>POJKAR</b>	<b>FLICKOR</b>
Facebook 85 %	Facebook 88 %	Facebook 82 %
Instagram 68 %	Instagram 52 %	Instagram 80 %
Twitter 20 %	Twitter 21 %	Snapchat 22 %
Snapchat 19 %	Snapchat 15 %	Twitter 20 %
Tumblr 5 %	Kik 5 %	Tumblr 7 %

2012/13 använde 91 % i denna åldersgrupp sociala medier. Bland de äldsta är Facebook fortfarande det populäraste sociala mediet, även om det tappat några användare (2012/13 använde totalt 93 % Facebook mot 85 % 2014). Instagrams popularitet har ökat kraftigt, särskilt bland flickor (2012/13, flickor: 35 %; 2014, flickor: 80 %). Den tydligaste könsskillnaden – som gäller alla tre åldersgrupperna – är att flickor i högre grad använder Instagram än vad pojkar gör. Denna tendens syntes även i Ungar & medier 2012/13. Instagram existerade inte vid datainsamlingen 2010. Den då populära bilddelningstjänsten Bilddagboken uppvisade samma skillnad mellan pojkar och flickor. Då som nu är det alltså betydligt vanligare bland flickor än bland pojkar att fotografera och lägga ut bilderna på internet.

### **16. Vilka sajter besöker du oftast?**

96 % av 9–12 angav minst en sajt på denna fråga, 96 % av pojkarna och 97 % av flickorna. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

#### **16 b. Populäraste sajter 9–12 fördelat på kön**

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
YouTube 59 %	YouTube 69 %	YouTube 51 %
Spelsajter 22 %	Spelsajter 25 %	Spelsajter 20 %
Google 16 %	Google 17 %	SVT/SVT Play 17 %
Spel 12 %	Spel 9 %	Spel 16 %
SVT/SVT Play 12 %	SVT/SVT Play 7 %	Google 15 %

YouTube är den mest besökta sajten i denna åldersgrupp, både bland pojkar och bland flickor. YouTube är dock mer populär bland pojkar. Flickor besöker istället SVT/SVT Play oftare än pojkarna. Med "spelsajter" avses sajter som samlar en stor mängd enklare spel som spelas direkt i webbläsaren. "Spel" avser istället namngivna spel, inga av dessa titlar var dock så spridda att de på egen hand hade hamnat på topp fem. 2012/13 var resultatet mycket likt detta, den mest påtagliga förändringen är att Facebook tappat i popularitet i denna åldersgrupp.

99 % av 13–16 besvarade frågan, 100 % av pojkarna och 99 % av flickorna. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

### 16 c. Populäraste sajter 13–16 fördelat på kön

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
YouTube 50 %	YouTube 60 %	YouTube 40 %
Facebook 26 %	Facebook 27 %	Facebook 25 %
Google 17 %	Google 19 %	Swefimer.com 19 %
Swefilmer.com 13 %	Aftonbladet.se 8 %	Google 16 %
Aftonbladet.se 8 %	Swefilmer.com 7 %	Instagram 10 %

YouTube är den överlägset mest populära sajten bland både pojkar och flickor, mer bland de förra. Den har dock tappat något i popularitet jämfört med tidigare studier. Facebook har tappat betydligt mer i popularitet, 2012/13 angav 80 % av samtliga 13–16-åringar att de ofta besökte Facebook, motsvarande andel i föreliggande rapport är 26 %. Könsskillnaderna inskränker sig i övrigt till att pojkar besöker Aftonbladet.se medan flickor använder Instagram. Ny på listan är swefilmer.com, en sajt som utan tillstånd från upphovsrättsinnehavare tillhandahåller streamad film och tv-serier gratis. Det är dock ännu inte prövat enligt svensk lag om den som ser dessa filmer gör sig skyldig till något lagbrott. I *Ungar & medier 2012/13* nämndes ett antal s.k. torrent-sajter där användaren laddar ner materialet och därmed bryter mot upphovsrätten. Dessa sajter är i princip helt försvunna i årets undersökning. Swefilmer.com är mer populärt bland flickor än bland pojkar. Jämfört med 2012/13 har kategorierna "bloggar" och Twitter försvunnit från topp fem.

99 % av 17–18 har angett åtminstone en sajt, lika stora andelar pojkar och flickor. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

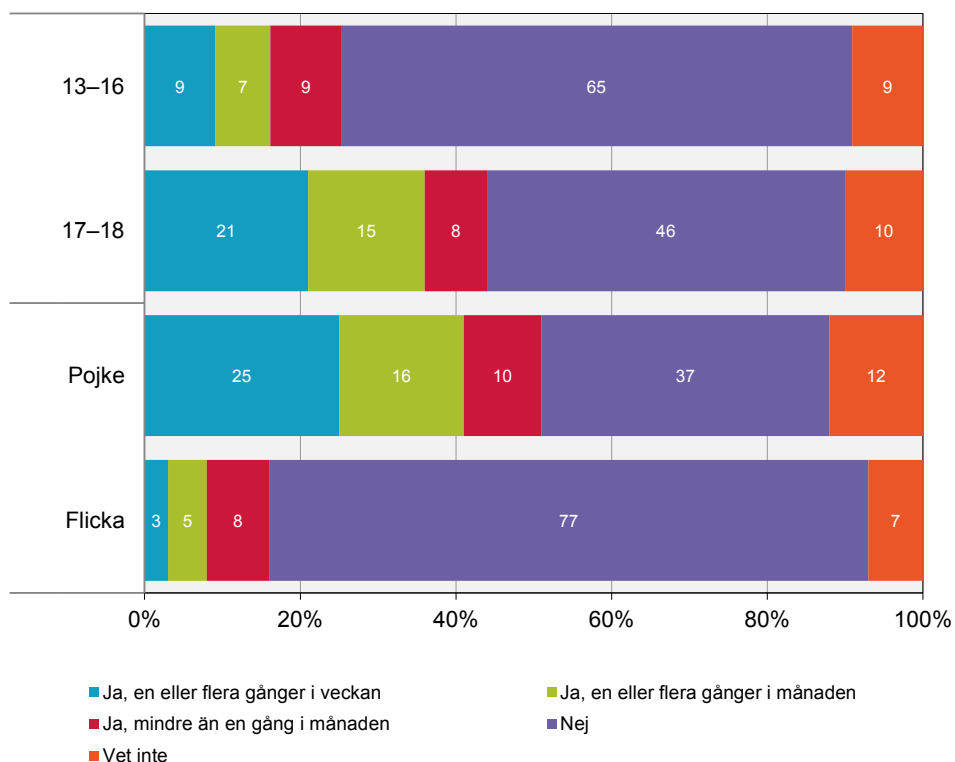
#### **16 d. Populäraste sajter 17–18 fördelat på kön**

<b>17–18, SAMTLIGA</b>	<b>POJKAR</b>	<b>FLICKOR</b>
Facebook 59 %	YouTube 61 %	Facebook 33 %
YouTube 41 %	Facebook 45 %	YouTube 26 %
Google 19 %	Google 18 %	Google 19 %
Swefilmer.com 11 %	Blocket.se 14 %	Swefilmer.com 15 %
Aftonbladet.se 10 %	Aftonbladet.se 8 %	Aftonbladet.se 10 %

I likhet med 13–16-åringar är YouTube, Facebook och Google populära sajter hos 17–18-åringarna. Facebook toppar, men har tappat jämfört med tidigare studier, dock inte lika mycket som bland 13–16. Även i denna åldersgrupp är YouTube mer populärt bland pojkar än bland flickor. Swefilmer.com är populär bland flickor, dock något mindre än i åldersgruppen 13–16. Jämfört med 2012/13 har också Instagram och Twitter försvunnit från den totala topplistan och "bloggar" från flickornas fem-i-topp, medan swefilmer.com är ny på topplistan. Att fotodelningsnätverket Instagram försvunnit från topp 5-listan beror till största del på att den framförallt används genom en så kallad mobilapplikation (app) och inte genom webben.

### 17. Har du sett porr på nätet under det senaste året? (%)

(endast 13-18)

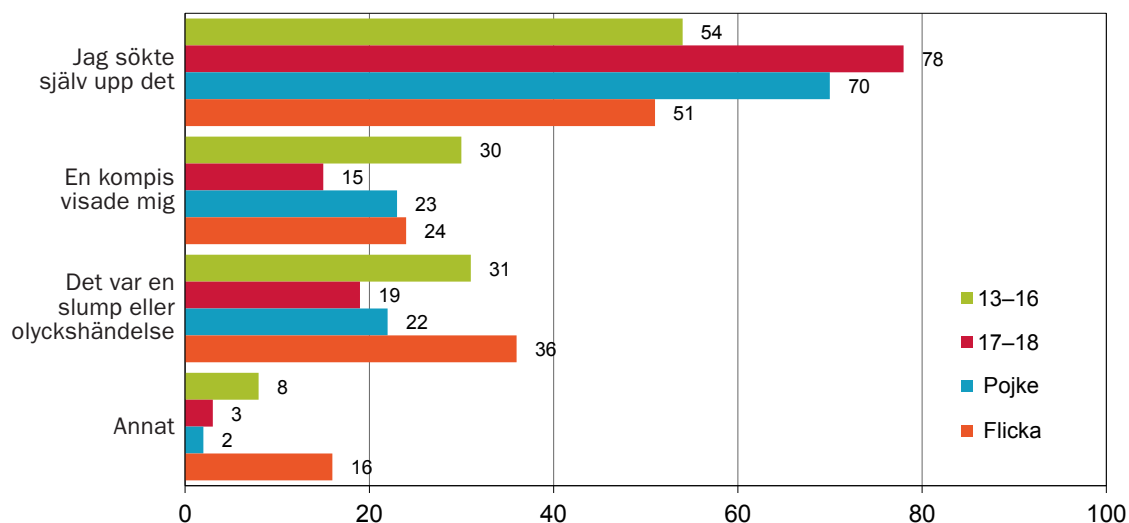


Bland 13-16 uppger en majoritet att de inte sett porr på nätet. Bland 17-18 svarar 45 % nej och 10 % vet inte. Könsskillnaderna är påtagliga, detta syns bl.a. när det gäller en eller flera gånger i veckan, pojkar 25 %, flickor 3 %, men också för svarsalternativet "nej". Betydligt fler pojkar än flickor har sett porr. Flickor är dock inte nollrepresenterade, 16 % anger att de sett porr.

Jämfört med 2012/13 märks en svag ökning av andelarna som sett porr bland både pojkar och flickor i båda åldersgrupperna.

### 18. Om du kommit i kontakt med porr på nätet, hur gick det till? (%)

Kryssa för det som du tycker stämmer för dig. Du kan kryssa för flera svar. (endast 13-18)



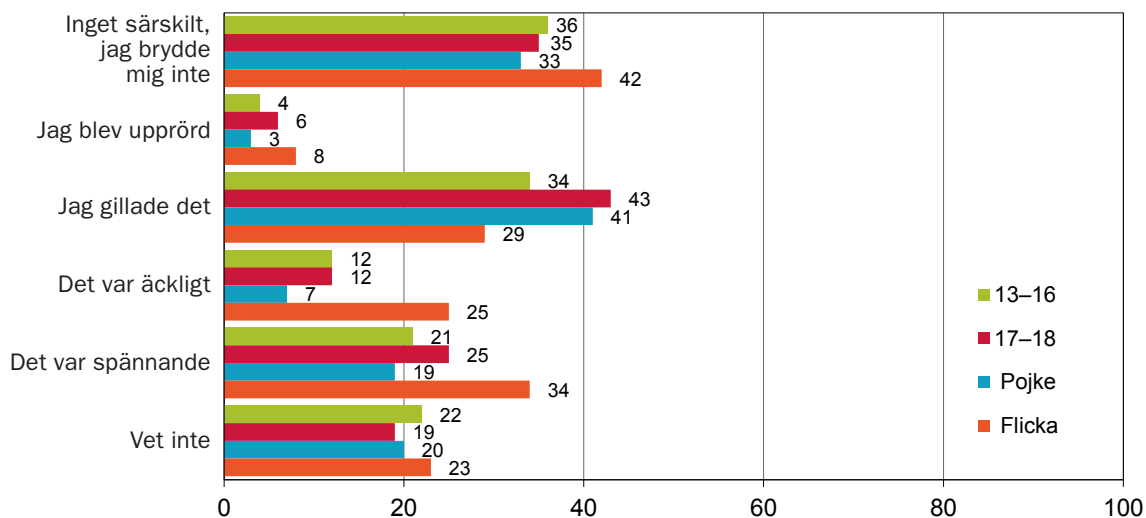
Det visar sig att kontakten med porr på nätet sällan sker av en slump eller olyckshändelse, 31 % av 13-16 och 19 % av 17-18 uppger detta. Här är dock könsskillnaden påtaglig, 36 % av flickorna uppger att det hände av en slump eller olyckshändelse jämfört med 22 % av pojkarna. Det vanligaste är att man själv sökte upp det, vilket en majoritet uppger både bland flickor och bland pojkar.

Jämfört med tidigare insamlingar framträder inga skillnader avseende hur man kommit i kontakt med porr.



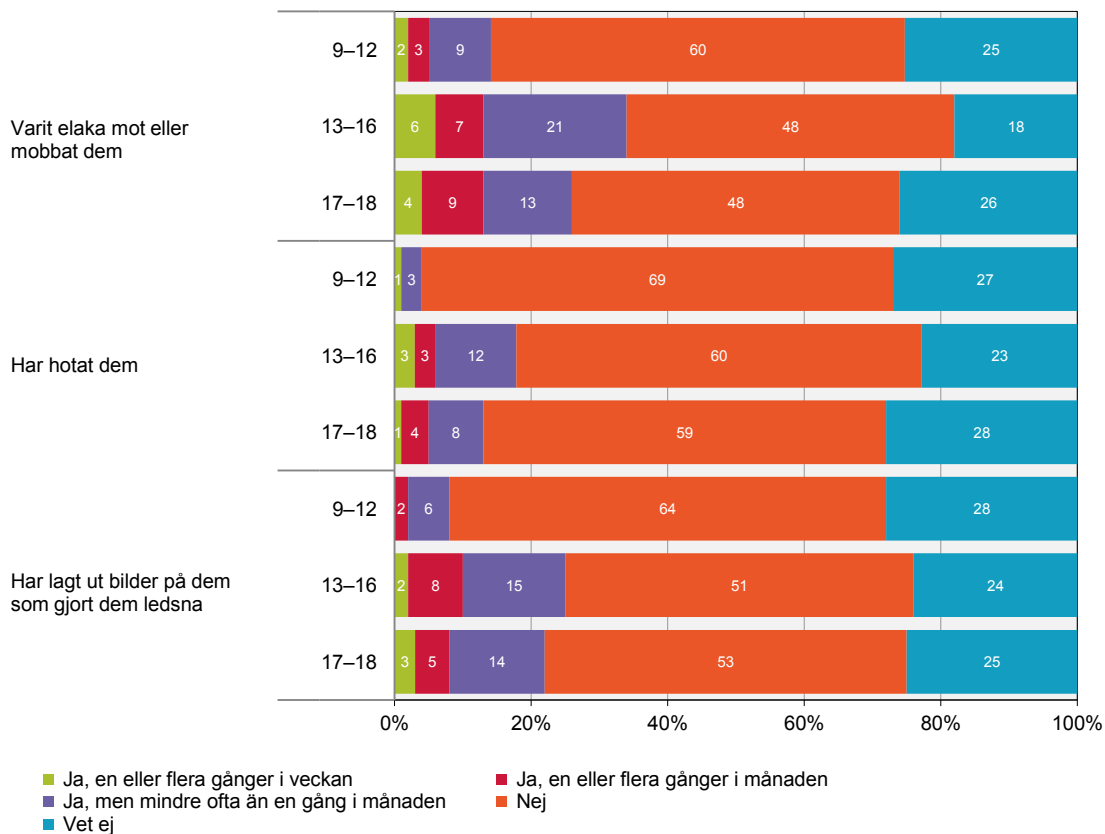
### 19. Om du har kommit in på en sajt med porr, hur upplevde du det? (%)

Du kan kryssa för flera svar. (endast 13–18)



Skillnaderna mellan åldersgrupperna är små, med undantag för dem som gillade det, där 17–18 ligger högre än 13–16. Även i denna fråga är könsskillnaderna framträdande. Flickor uppger i högre grad att de blev upprörda eller att de tyckte det var äckligt och i lägre grad att de gillade det. Men det är samtidigt relativt små skillnader mellan könen avseende svarsalternativet ”Inget särskilt, jag brydde mig inte”. Pojkar gillade det i betydligt högre utsträckning än flickor. Andelen flickor som gillade det har dock ökat sedan 2012/13, från 15 % till 29 %. Det är flest flickor som tycker att det var spännande. 2012/13 låg båda könen på samma nivå på denna fråga, men i föreliggande studie tycker betydligt färre pojkar att det var spännande, medan flickorna ligger kvar på samma nivå. Det är samtidigt aningen fler som tycker att det var äckligt, med undantag för flickor som ligger kvar på samma, relativt sett höga, nivå som 2012/13. Generellt tycks dock attityden till porr blivit något mer polariserad avseende attityderna, en annan skillnad är att porr uppfattas mer positivt bland flickorna i föreliggande studie jämfört med 2012/13.

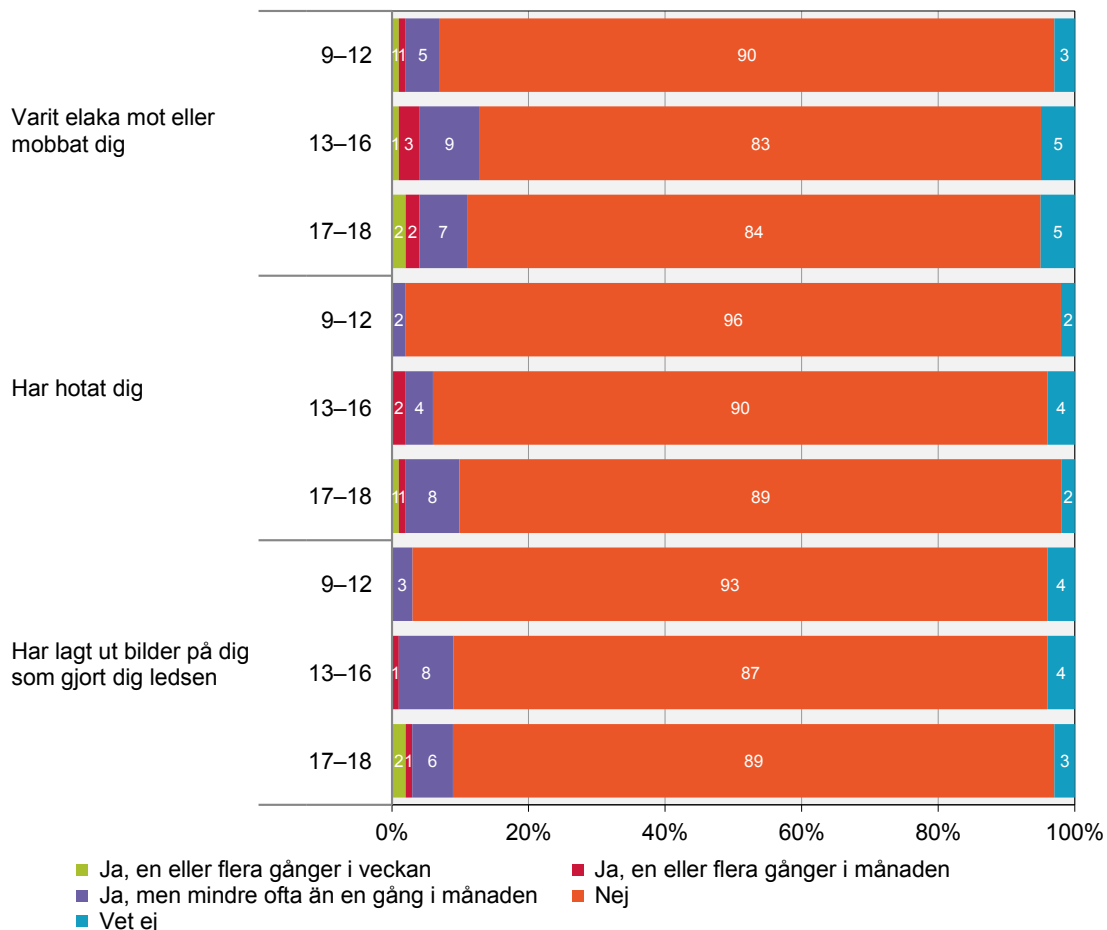
**20. Känner du någon som råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året? (%)**  
**Att någon eller några ...**



På denna fråga är det vanligaste svaret att man inte känner någon som utsatts för detta. Andelarna som svarat "vet ej" är också höga. Bland dem som känner någon som utsatts är det vanligaste att det skett mindre ofta än en gång i månaden. Det är framförallt de äldre som uppger att de känner någon som utsatts för detta flera gånger i månaden eller flera gånger i veckan. Det är vanligare att man känner någon som råkat ut för detta än att man råkat ut för det själv. Könsskillnaderna är påtagliga i de båda äldre åldersgrupperna. Medan 21 % av pojkarna 13-16 och 22 % av pojkarna 17-18 känner någon som blivit mobbat någon gång är motsvarande siffror för flickor 45 % och 29 %. Majoriteten gäller i samtliga fall mindre ofta än en gång i månaden. Skillnaderna mellan pojkar och flickor är störst i åldersintervallet 13-16.

Jämfört med undersökningen 2012/13 är det generellt något färre som känner någon som utsatts för dessa saker. Det rör sig dock om enstaka procentenheter, varför några entydiga slutsatser inte kan dras.

**21. Har du själv råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året? (%)**  
**Att någon eller några ...**



Det är få som anger att de utsatts för dessa företeelser. Andelarna som svarar "nej" är stora, mellan 84 % och 96 %. Diagrammet visar också att andelen "vet ej" är betydligt lägre jämfört med förra frågan. Det är naturligt eftersom man har lättare att veta om man själv råkat ut för något än om någon annan gjort det. I den mån man uppger att något har hänt är det framförallt att någon varit elak eller mobbat.

Om man slår samman de tre alternativen ovan för att kalkylera hur många individer som utsatts för något av ovanstående, visar det sig att 9 % av 9-12, 18 % av 13-16 och 19 % av 17-18 råkat ut för detta. För majoriteten av dessa har detta hänt mindre ofta än en gång i månaden.

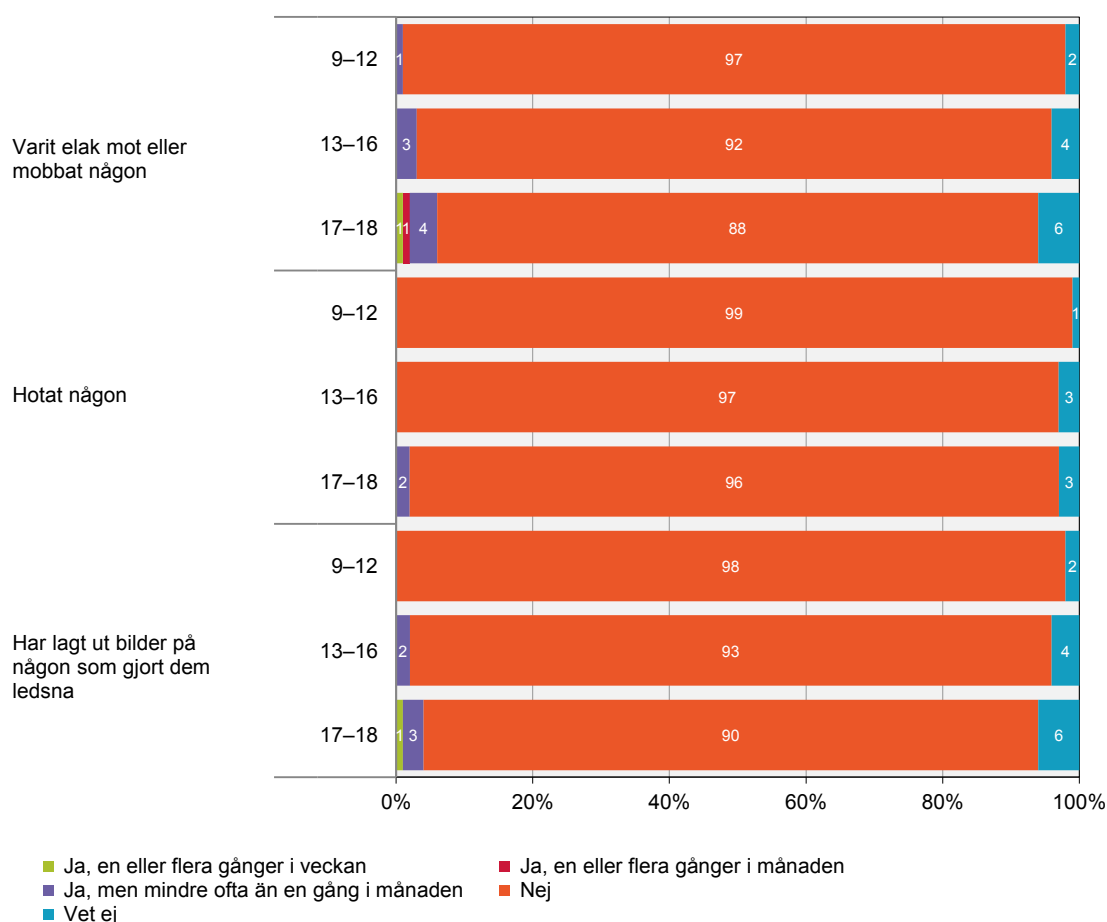
Bland 9-12 är könsskillnaderna obefintliga utom när det gäller att någon lagt upp bilder på dem som gjort dem ledsna, där detta är något vanligare bland flickorna. Könsskillnaderna är dock påtagliga bland 13-16. Avseende om någon varit elak

mot eller mobbat har 6 % av pojkarna 13–16 och 18 % av flickorna sådana erfarenheter. Även att någon lagt ut bilder som gjort respondenten ledsen är vanligare bland flickor än pojkar: 13–16 pojkar 6 %, flickor 12 %. Könsskillnaderna bland 17–18-åringar är i princip obefintliga.

Skillnaderna mot 2012/13 är små, och rör sig om enstaka procentenheter utan urskiljbar tendens.

## 22. Har du själv gjort något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året? (%)

### Har du själv...



Diagrammet visar att det är ett närmast 100-procentigt nekande svar på denna fråga. Bland barn 13–16 år och 17–18 år anger ett fåtal, mellan 2 % och 6 %, att de varit elaka eller mobbat och då i regel mindre ofta än en gång i månaden. Det finns tre tänkbara förklaringar till de stora skillnaderna mellan att uppleva sig mobbad och att mobba själv. För det första kan det vara ett fåtal individer som mobbar

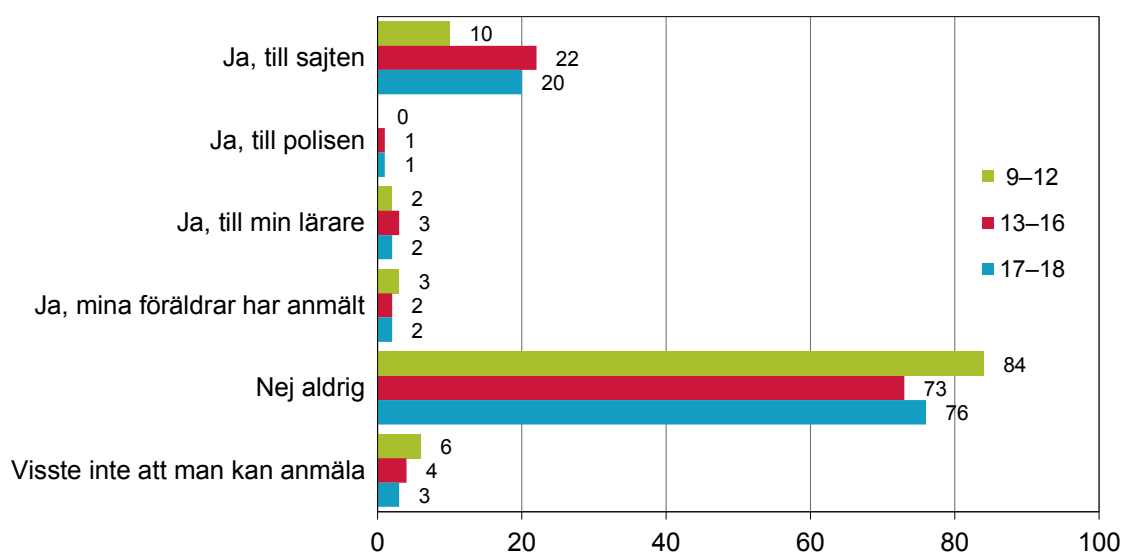
ett stort antal. Om detta är fallet är ovanstående siffror rättvisande. För det andra är det långt ifrån säkert att den som av offret uppfattas som mobbare, själv uppfattar det egna beteendet som mobbning. Att man inte ser konsekvenserna av det egna handlandet kan dessutom antas vara vanligare när det rör sig om medierad kommunikation via internet eller mobiltelefon då man inte är öga mot öga med den man agerar mot och kan se dennes reaktioner. För det tredje finns det ofta en benägenhet att svara mindre sanningsenligt på frågor som rör beteenden man skäms för. Det går inte att urskilja några könsskillnader i detta avseende.

Det går inte att urskilja några skillnader mot 2012/13.

Sammantaget kan man konstatera att dessa former av kränkningar och trakasserier är relativt ovanliga och de har inte ökat sedan de första jämförbara data samlades in 2010.

### **23. Har du någon gång gjort en anmälan om något som inträffat på nätet? (%)**

*Du kan kryssa för flera svar.*



En klar majoritet har aldrig anmält något som inträffat på nätet. Diagrammet visar att i den mån man anmäler något är det direkt till den aktuella sajten man vänder sig. Den enda påtagliga åldersskillnaden är att 9–12-åringar mindre ofta har anmält något.

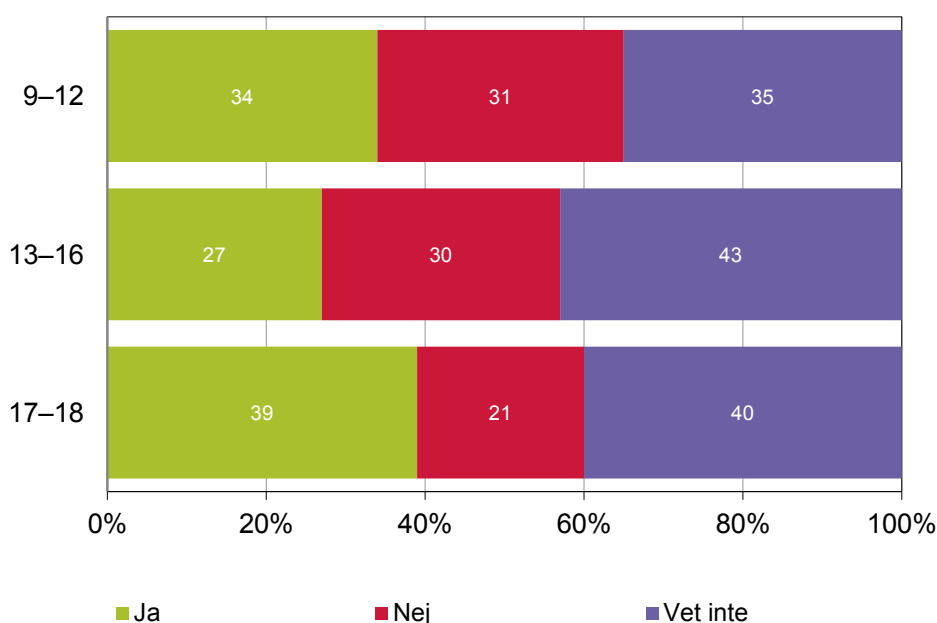
Bland flickor 13–16 är det vanligare att anmäla till sajten, 26 % flickor och 16 % pojkar har gjort det. I övrigt framträder inga könsskillnader.

Jämfört med tidigare undersökningar har anmälningar till sajten blivit något vanligare, bland 13–16 från 15 % 2012/13 till 22 % i föreliggande undersökning och bland 17–18 från 9 % till 22 %. 2012/13 hade ingen anmält något till polisen. Nu har ett mycket litet fåtal (1 %) gjort detta bland de båda äldsta åldersgrupperna.

### **23 b. Vad gällde anmälan?**

Denna fråga var öppen, dvs. informanterna fick själva beskriva vad som hänt. Endast ett fåtal har svarat (9–12: 5 %, 13–16: 14 %, 17–18: 12 %) och svaren är ofta otydliga (t.ex. "de skrev konstiga saker") och därmed svårkategoriserade. De flesta anmälningar tycks dock gälla att andra personer blivit mobbade eller trakasserade i text eller bild, stötande bilder, rasism eller hets mot folkgrupp samt allmänt elaka kommentarer. Mycket få (totalt tre individer ur samtliga åldersgrupper) nämnde sexuella kontaktförsök som anledning till anmälan.

### **23 c. Fick du någon hjälp av den du anmälde till? (%)**



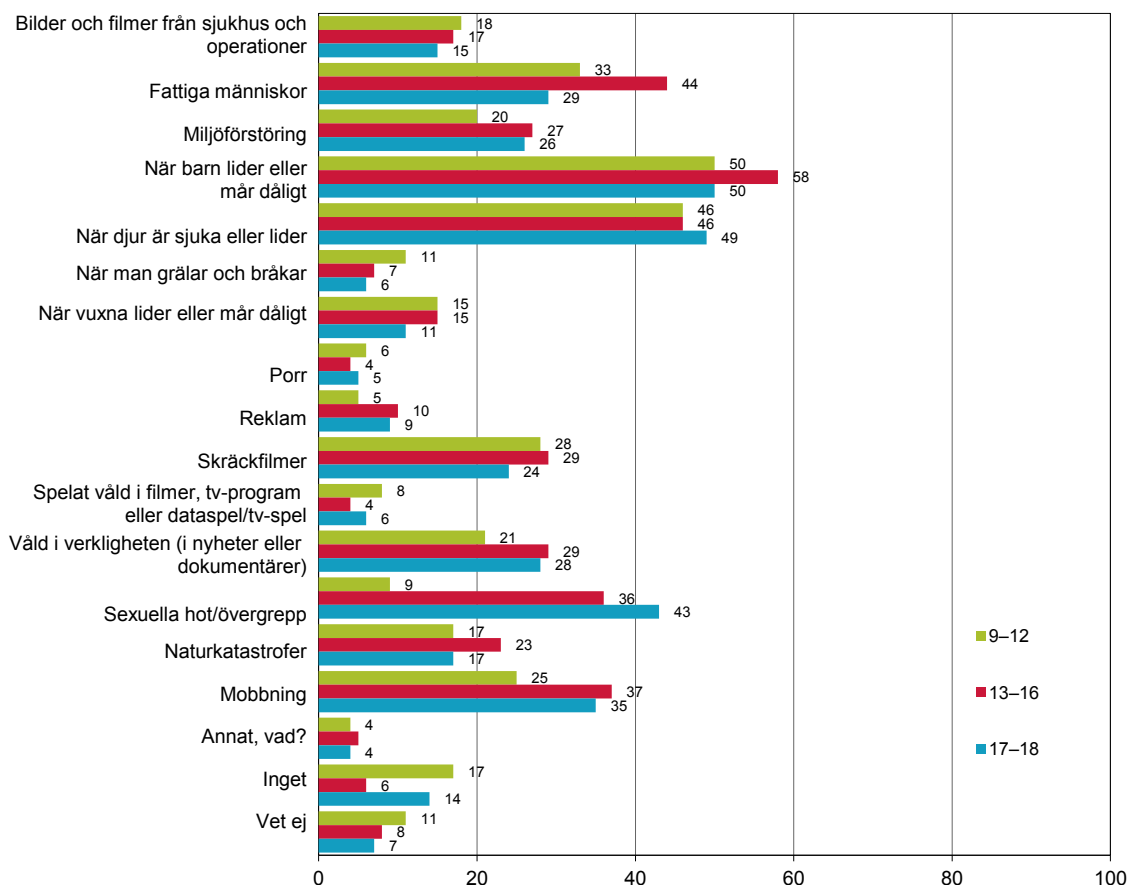
Denna fråga har endast besvarats av de som svarat "ja" på något av alternativen i fråga 23.

Diagrammet visar på svårtolkade resultat. Bland 9–12 svarar 34 % att de fått hjälp, samtidigt svarar en större andel – 35 % – att de inte vet. Det är anmärkningsvärt att så få upplever att de inte fått hjälp. I samtliga åldersgrupper är det

en majoritet som antingen inte fått hjälp eller som inte vet om de fått det (66 % bland 9–12, 73 % bland 13–16 och 61 % bland 17–18). Det har heller inte blivit bättre jämfört med tidigare undersökningar. Andelen barn och unga som upplever att de fått hjälp fortsätter att sjunka i båda de yngre åldersgrupperna, medan den är oförändrad bland de äldsta.

## 24. Finns det något innehåll i tv, film, spel eller på internet som du blivit rädd, ledsen eller deppig av? (%)

Välj högst fem alternativ.

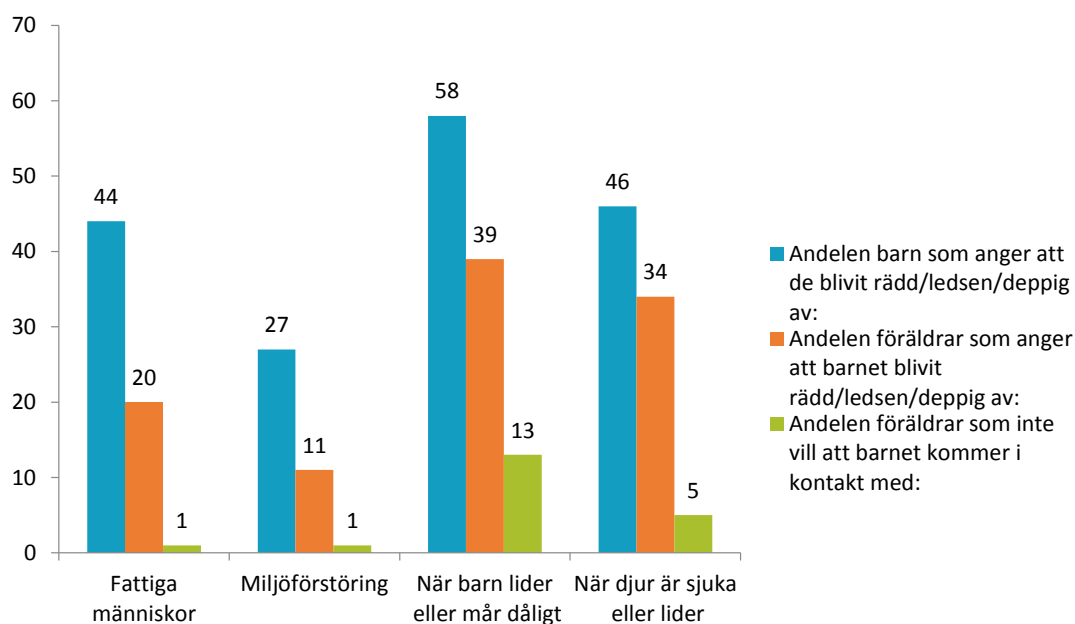


Barn och unga har främst blivit rädda, ledsna eller deppiga av medieinnehållen "När barn lider eller mår dåligt" samt "När djur är sjuka eller lider". Detta gäller samtliga åldersgrupper. Det finns överlag inte några dramatiska skillnader mellan åldersgrupperna, med några undantag. Undantagen gäller t.ex. "Sexuella hot/övergrepp", "Våld i verkligheten" samt "Mobbning" där 9–12 ligger lägre än de äldre åldersgrupperna. Man kan anta att de yngre barnen inte i samma utsträckning kommit i kontakt med skildringar av sådant, eftersom sådant i regel förekommer i medieinnehåll riktat till äldre.

I samtliga åldersgrupper anger flickor i högre utsträckning än pojkar att de blivit rädda, ledsna eller deppiga i de flesta kategorierna. De enda undantagen återfinns i de båda äldre åldersgrupperna där pojkar i högre grad uppgett detta när det gäller reklam. Avseende "Miljöförstöring" samt "När vuxna lider eller mår dåligt" saknas könsskillnader.

Jämfört med 2012/13 är tendensen att det framför allt är "När barn lider eller mår dåligt" som barnen blivit rädda, ledsna eller deppiga av, följt av "När djur är sjuka och lider". Värt att uppmärksamma – även i insamlingen 2012/13 – är att respondenterna reagerar i betydligt högre grad på barns lidande än på vuxnas. 2014 års insamling skiljer sig också från den tidigare i det att de yngsta reagerar betydligt mindre än tidigare på flera av kategorierna, t.ex. "Fattiga människor" (2012/13: 48 %, 2014: 33 %), "När barn lider eller mår dåligt" (2012/13: 62 %, 2014: 50 %) samt "Mobbning" (2012/13: 35 %, 2014: 25 %).

#### **24 b. Innehåll i tv, film, spel eller på internet, jämförelser mellan barn 9–12 år och föräldrar (%)**



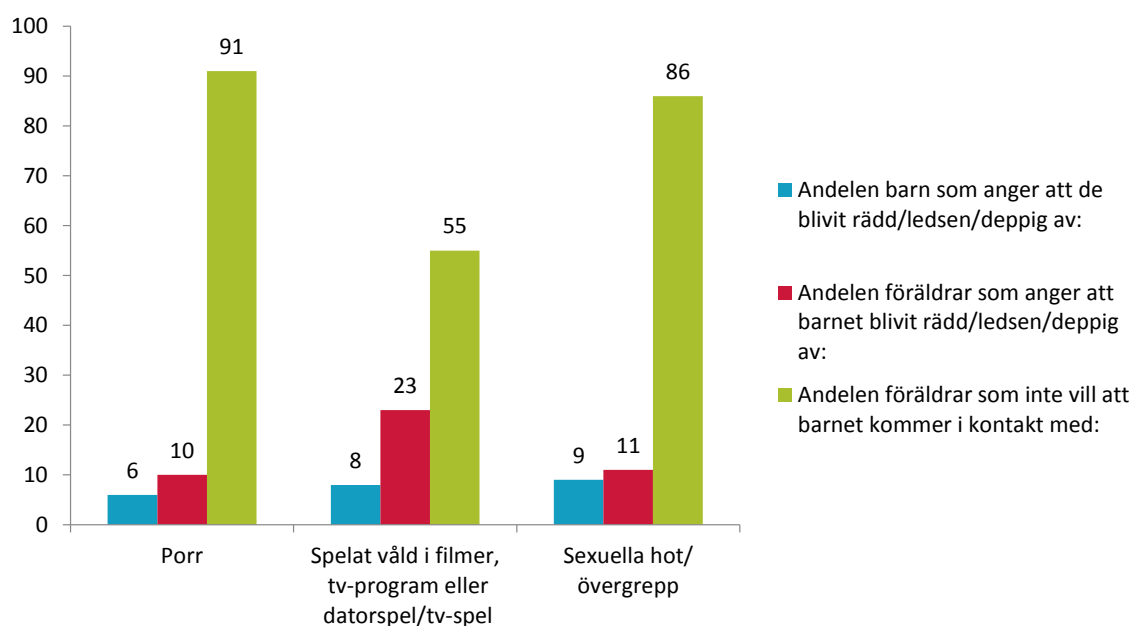
Barn och unga har, som angetts ovan (se diagram 24), tagit ställning till om de blivit "rädda, ledsna eller deppiga" av olika typer av medieinnehåll. Motsvarande fråga har också ställts till föräldrar (se *Föräldrar & medier 2015*). Föräldrar har också fått ange vilken typ av medieinnehåll de inte vill att barnet ska komma i kontakt med, en fråga som indikerar vilken typ av medieinnehåll man vill skydda sina barn ifrån.



Det framträder några intressanta skillnader mellan barns och föräldrars uppfattning om vad barnen blivit rädda, ledsna eller deppiga av. Det finns också stora skillnader mellan sådana upplevelser av medieinnehåll och vad föräldrar inte vill att barn ska komma i kontakt med. Exempelvis anger en större andel barn än föräldrar att de blivit rädda, ledsna eller deppiga av att se medieinnehåll med "Fattiga människor", "När barn lider eller mår dåligt", "När djur är sjuka och lider" samt "Miljöförstöring". En mycket liten andel föräldrar anger att de inte vill att barnet kommer i kontakt med denna typ av medieinnehåll. De typer av medieinnehåll som barn i högst utsträckning blivit "rädda, ledsna eller deppiga" av är alltså sådant som de flesta föräldrar anser vara acceptabelt för barnet att komma i kontakt med. En trolig förklaring till den höga andelen föräldrar som accepterar sådant innehåll är att de ser dem som verkliga samhälleliga problem/fenomen som barn inte ska hindras från att möta i medierad form.

Den lägre andelen föräldrar som anger att de sett barnet bli "rädd, ledsen eller deppig" tyder också på att barnens negativa upplevelser av dessa typer av medieinnehåll inte alltid uppmärksammas av föräldrarna. Diagrammet 24 b visar andelarna för 9–12-åringar (och föräldrar 9–12), men samma tendens, om än inte lika stark återfinns i åldersgrupperna 13–16 och 17–18.

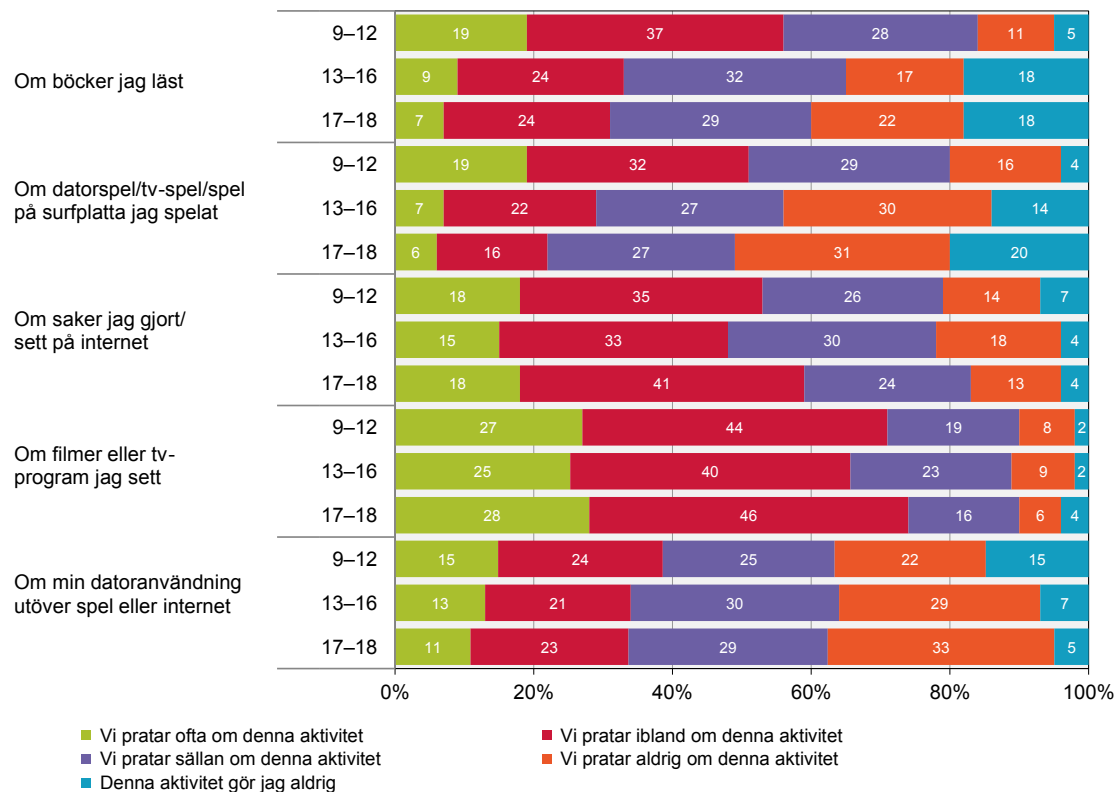
### 24 c. Innehåll i tv, film, spel eller på internet, jämförelser mellan barn 9–12 år och föräldrar (%)



Föräldrar anger i högre utsträckning än barn själva att barnen blivit rädda, ledsna eller deppiga av exempelvis porr, spelat våld samt skildringar av sexuella hot/övergrepp, även om skillnaderna avseende porr och skildringar av sexuella hot/övergrepp är tämligen små. Detta är samtidigt de typer av medieinnehåll som störst andel föräldrar inte vill att barnet ska komma i kontakt med.

Diagrammet visar också att andelen föräldrar som inte vill att barnet ska komma i kontakt med en viss typ av medieinnehåll korrelerar med huruvida barnet blivit "rädd, ledsen eller deppig", samt om föräldrarna märkt att barnet blivit detta – ju högre andel föräldrar som inte vill att barnet ska komma i kontakt med en viss typ av medieinnehåll, desto lägre andel barn (och föräldrar) uppger att barnet blivit "rädd, ledsen eller deppig". Således påvisas ett starkt negativt samband mellan föräldrars attityder till olika typer av medieinnehåll och huruvida barn blivit "rädd, ledsen eller deppig". En rimlig förklaring till detta samband är att ju större andel föräldrar som inte vill att barnet kommer i kontakt med en viss typ av medieinnehåll, desto lägre andel barn kommer faktiskt i kontakt med denna typ av medieinnehåll. Man kan anta att föräldrarna aktivt försöker förhindra åtkomsten till sådant material. Detta är tydligast hos 9–12-åringar, eftersom föräldrar till äldre barn har svårare att kontrollera vilket medieinnehåll barnet tar del av.

**25. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om följande aktiviteter? (%)**

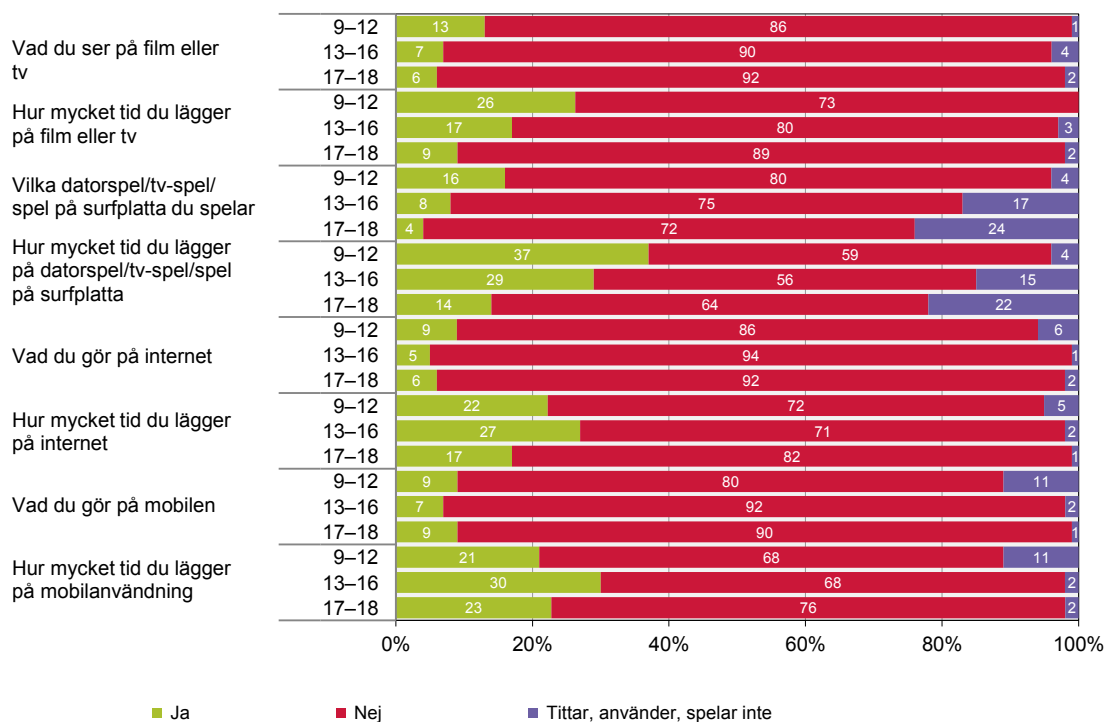


I samtliga åldersgrupper pratar man mest med föräldrarna om filmer eller tv-program. Generellt talar de yngsta mer med föräldrarna än de äldre. I de båda äldre åldersgrupperna är böcker man läst och spel man spelat de minst vanliga samtalsämnen. För de övriga medieaktiviteterna är svaren relativt jämnt fördelade.

I samtliga åldersgrupper talar föräldrarna mer om datorspel med pojkar, vilket beror på att pojkar spelar mer. I övrigt går det inte att urskilja några könsskillnader.

Jämfört med 2012/13 talar barn generellt något mer med föräldrar och vuxna om dessa fem medieområden 2014.

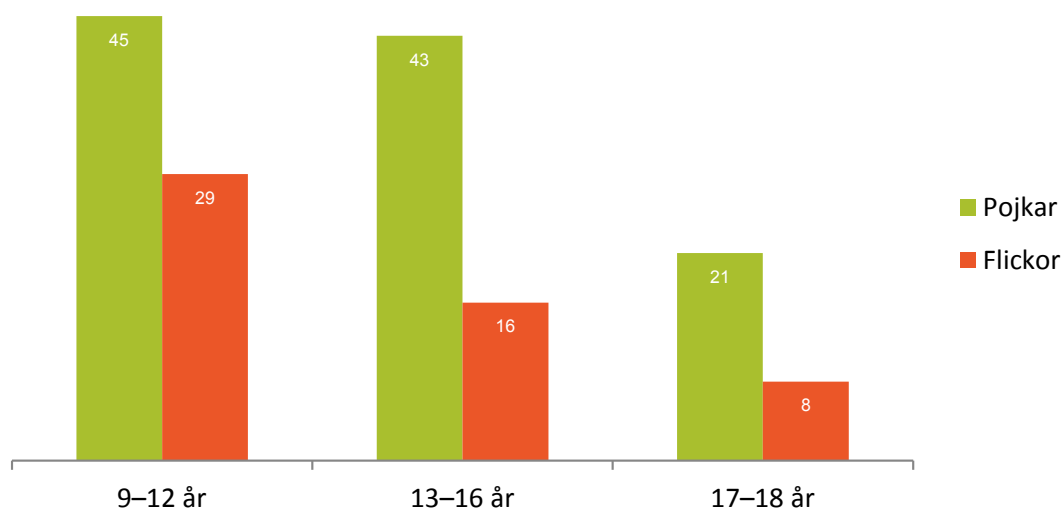
## 26. Brukar du och dina föräldrar bli osams om...? (%)



Det överlägset vanligaste svaret i samtliga åldersgrupper är att man *inte* blir osams med sina föräldrar om medieanvändning. När konflikter förekommer är det betydligt vanligare att det är tidsåtgången som är källan till konflikt, snarare än vad man ser eller gör i olika medier. Konflikter är vanligast i åldersintervallet 9–12 med två undantag: när det gäller tidsåtgång på internet och mobilen, är det i åldersgruppen 13–16 som det uppstår flest konflikter.

Den mest framträdande konfliktkällan bland 9–12-åringar är tiden man ägnar åt spel: 37 % uppger att detta är något man blir osams om. För 13–16 är mobilanvändning (30 %) och spelande (29 %) de största konfliktkällorna och för 17–18 handlar det om mobilanvändning (23 %).

**26 b. Brukar bli osams med föräldrarna om hur mycket tid som ägnas åt spel (%)**

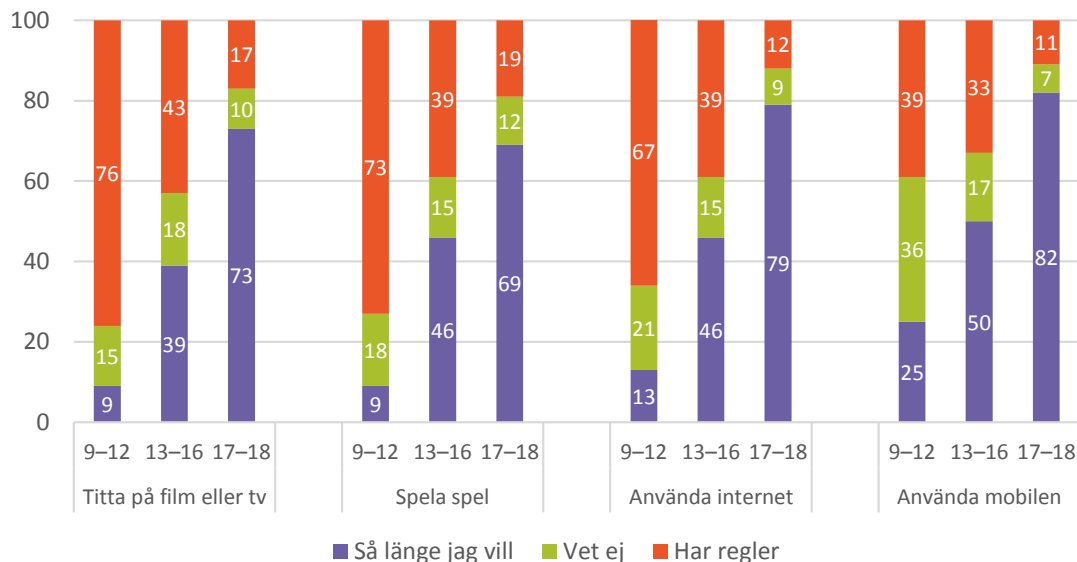


I diagrammet ovan framträder tydligt att pojkar betydligt oftare än flickor hamnar i konflikt med föräldrarna om hur mycket tid de ägnar åt spelande. Detta beror med all säkerhet på att de spelar betydligt mer än flickor. Inte bara tidsåtgången i spelandet uppvisar könsskillnader; i de båda yngre åldersintervallen är det också vanligare att pojkar har konflikter angående vilka spel man spelar (9-13: 23 %, 13-16: 14 %) än att flickor har det (9-13: 9 %, 13-16: 3 %). Bland de äldsta framträder det också en skillnad mellan könen avseende den tid som ägnas åt mobilanvändning: flickor hamnar oftare i konflikt (27 %) om detta än vad pojkar gör (16 %).

Den enda tydliga skillnaden mot tidigare undersökningar är att konflikter kring tidsåtgång ökar avseende mobilanvändning. Beroende på åldersgrupp har dessa ökat med 5-9 procentenheter sedan 2012/13.

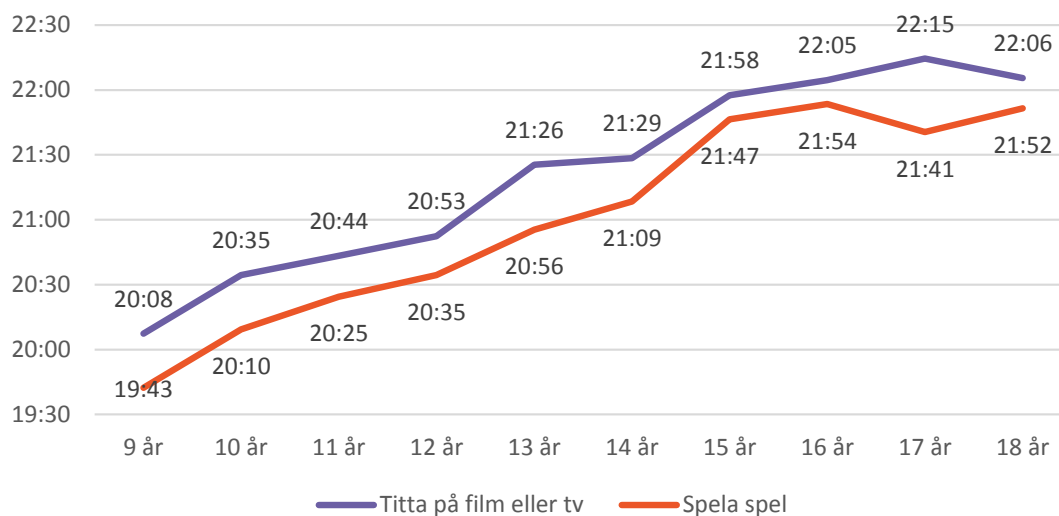
## 27. Om du tänker på vardagar. Hur har ni regler i familjen för hur sent du får...? (%)

(endast användare)



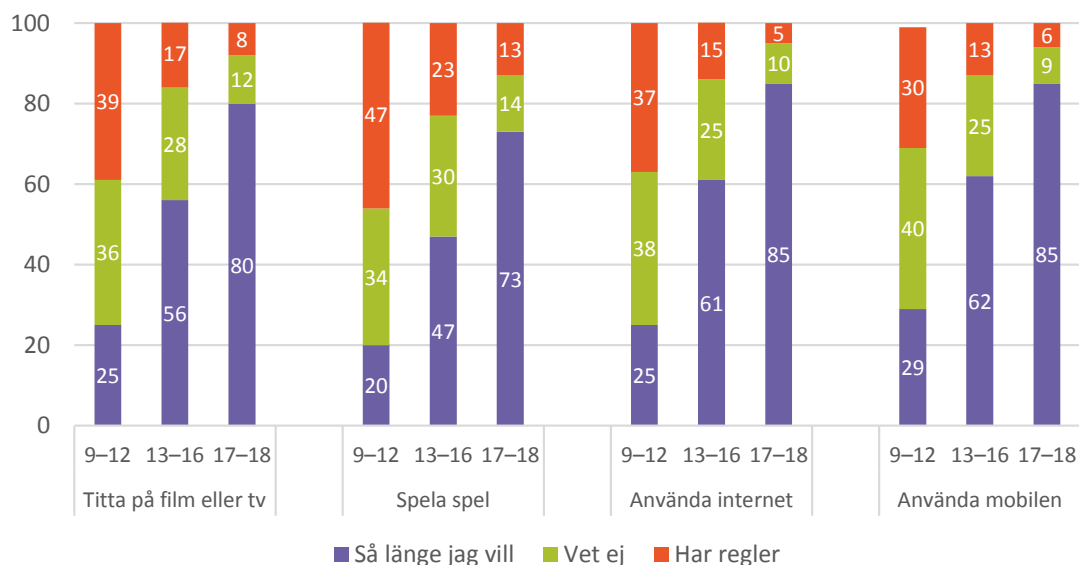
Diagrammet visar att ju äldre respondenterna är, desto fler får själva bestämma hur sent de får göra saker. Medan en majoritet av 9–12 har regler för hur sent de får använda samtliga medier utom mobilen, är det en stor majoritet 17–18 som saknar fasta tider för när de ska stänga av. Mobilen är generellt den minst regelomgärdade medieaktiviteten, medan det är flest som har regler gällande film/ tv och spel. Det är dock dessa två medier som skiljer sig mest åt avseende hur sent man får använda dem. Flickor i åldersintervallet 13–16 har mindre ofta fasta tidsgränser än vad pojkar har. I de övriga åldersgrupper syns inga könsskillnader.

**27 b. Om du tänker på vardagar. Hur sent får du ...? (medelvärden)**



Av läsbarhetsskäl har mobil och internet uteslutits ur ovanstående diagram, men de placerar sig båda mellan film/tv-tittande och spelande. Det är en konsekvent skillnad mellan de båda medierna avseende hur sent man får använda dem – att titta på film/tv tillåts genomsnittligt 11–34 minuter senare än spelande. Det visar sig också att ju äldre man blir, desto senare får man hålla på med sin medieaktivitet. Det finns inga skillnader mellan hur sent pojkar och flickor får använda medier. Jämfört med undersökningen 2012/13 framträder inga tydliga skillnader.

**28. Om du tänker på vardagar. Hur har ni regler i familjen för hur lång tid du får...? (%)**

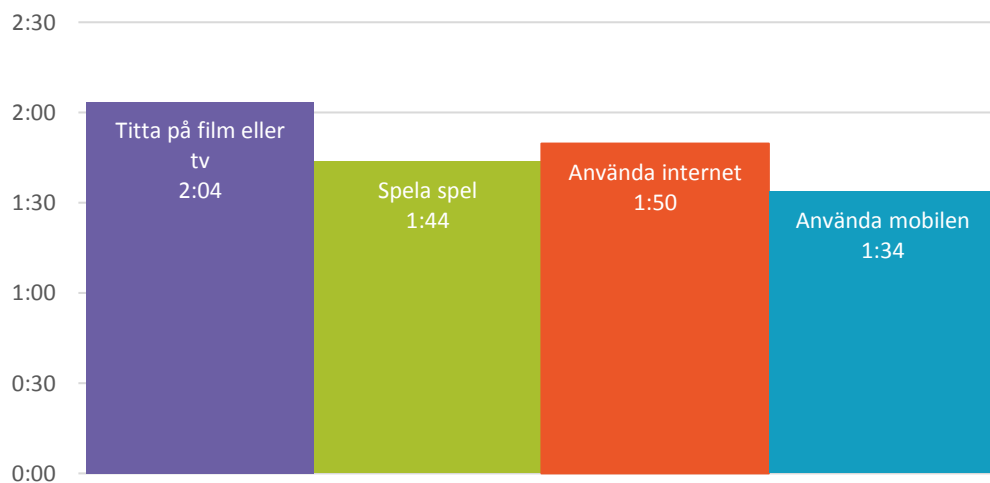


Det är betydligt färre som har regler för hur länge man får använda de olika medierna. Möjligen har detta att göra med att detta är betydligt svårare för vårdnadshavaren att kontrollera än att ha ett bestämt klockslag då man ska ha stänga av eller gå och lägga sig. Samma tendens som i den förra frågan framträder också här; ju äldre man blir, desto mindre vanligt blir det med tidsregler. Flickor i åldersintervallet 13–16 har mindre ofta begränsningar för hur lång tid de får använda medier än vad pojkarna har. Denna fråga har inte ställts i tidigare undersökningar.



### **28 b. Om du tänker på vardagar. Hur lång tid får du ...?**

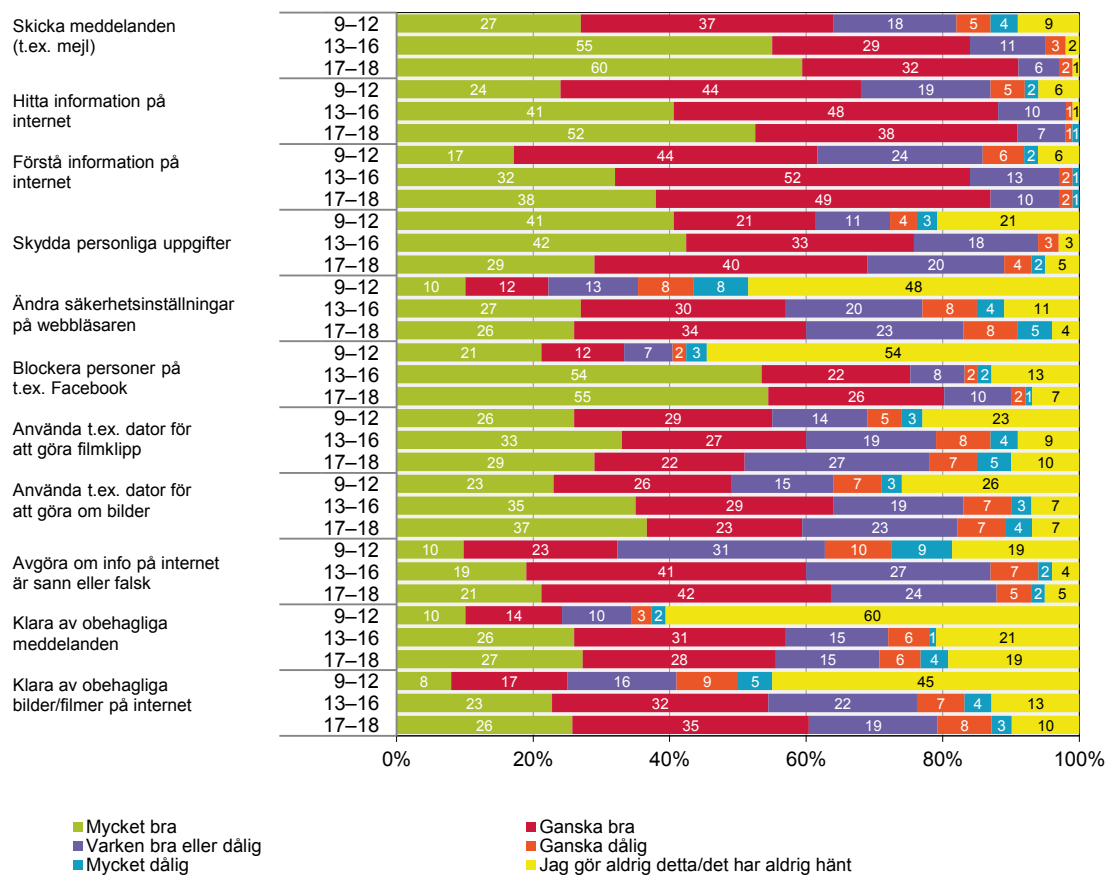
(medelvärden i timmar och minuter, endast 9–12)



Det är så få individer som har regler för hur lång tid de får använda medier, att det inte går att redovisa medelvärden för enskilda årskullar. Det går heller inte att kalkylera medelvärden för barn äldre än 12 år. Därför redovisas endast medelvärdena för hela gruppen 9–12. Det som barnen får hålla på med längst tid är film-/tv-tittande, och mobilen är den aktivitet som har snävast tidsgränser. Det finns inga urskiljbara könsskillnader avseende denna fråga.

Denna fråga har inte ställts i tidigare undersökningar.

## 29. Hur bra är du på att...? (%)



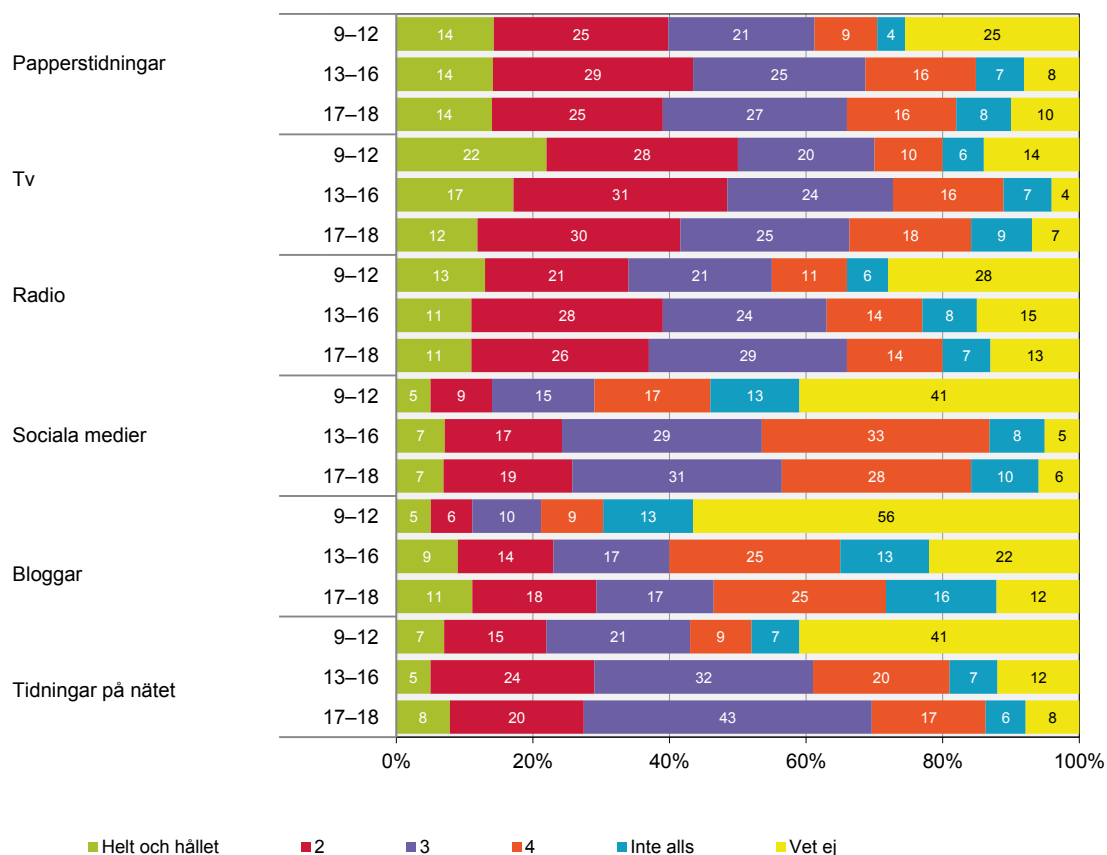
Frågan är avsedd att mäta olika färdigheter relaterade till internetanvändning. Eftersom det handlar om självskattningar innebär detta att det bara handlar om hur respondenterna själva uppfattar sina färdigheter – det är alltså inget objektiva mått på förmåga. En individ som uppfattar sig som mycket bra på något, kan mycket väl göra detta för att hen inte förstått hur svårt det egentligen är att bemästra detta. Generellt tycker en majoritet av respondenterna att de är mycket bra eller ganska bra på nästan alla färdigheter. Undantagen finns uteslutande bland de yngsta och gäller kategorierna ”ändra säkerhetsinställningar på webbläsaren”, ”blockera personer på t.ex. Facebook”, ”avgöra om info på internet är sann eller falsk”, ”klara av obehagliga meddelanden” samt ”klara av obehagliga bilder/filmer på internet”. Med stigande ålder ökar också andelen som anser att de är mycket bra eller ganska bra på de flesta färdigheterna. De färdigheter barnen oavsett åldersgrupp tycker att de är bäst på är att skicka meddelanden, blockera personer på Facebook samt hitta information på internet.

De enda kategorier som mer än 15 % menar att de är ganska eller mycket dåliga på är ”ändra säkerhetsinställningar på webbläsaren” samt ”avgöra om info på inter-

net är sann eller falsk” (i båda fallen endast bland 9–12). Det är också dessa båda kategorier som minst andelar anser sig vara mycket bra på, tätt följt av ”klara av obehagliga meddelanden” samt ”klara av obehagliga bilder/filmer på internet”.

En större andel pojkar anser sig generellt vara bättre på de flesta färdigheter jämfört med flickorna. Om detta speglar deras faktiska kompetenser är omöjligt att säga, men pedagogisk forskning har visat att pojkar i jämförelse med flickor har en tendens att överskatta sin kompetens. Störst skillnad mellan könen är det när det gäller att ”klara av obehagliga meddelanden och filmer”. I de båda äldre åldersgrupperna anser sig dock flickorna vara något bättre än pojkarna på att skicka meddelanden samt ”blockera personer på t.ex. Facebook”, vilket sannolikt är en följd av att de använder sociala medier i högre utsträckning än pojkarna. Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

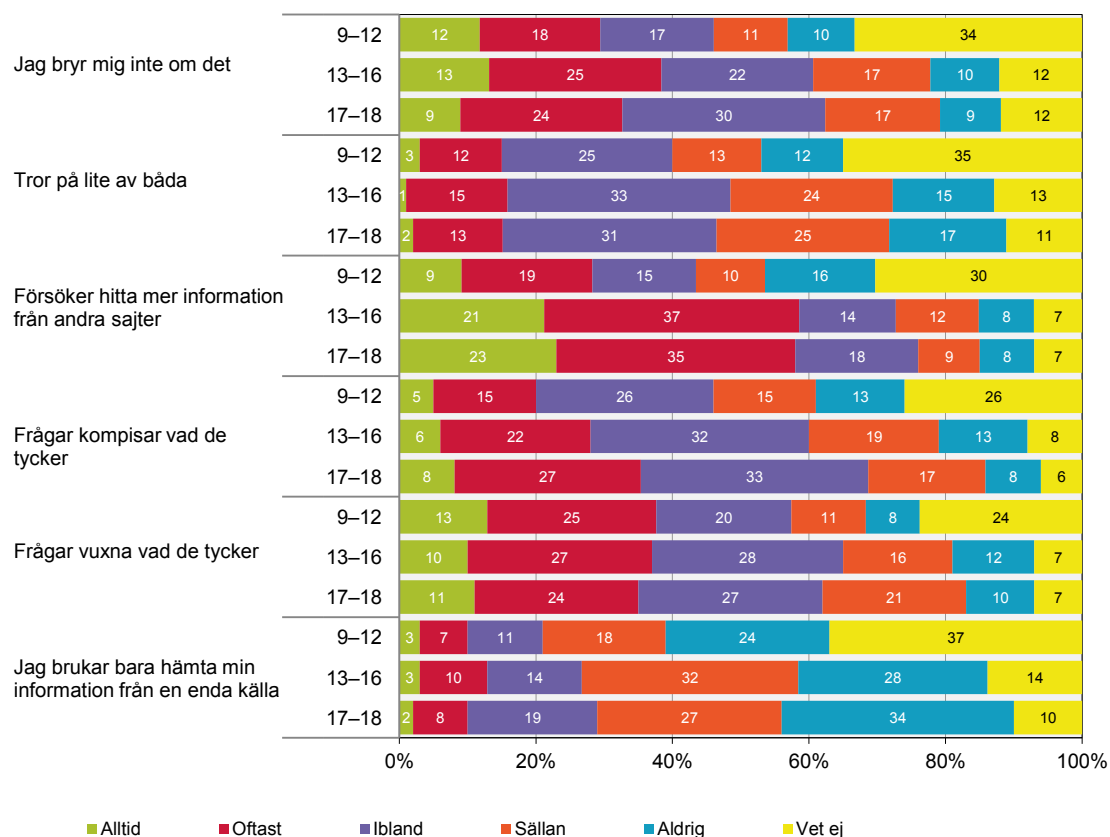
**30. På en skala från 1–5, hur mycket litar du på nyheter i ...  
(1=Helt och hållet, 5=Inte alls) (%)**



Vad det gäller de traditionella nyhetsmedierna: papperstidningar, tv och radio – är skillnaderna mellan de olika åldersgrupperna små. Tv är den medieform som generellt bedöms vara trovärdigast. Respondenterna litar något mindre på sociala medier, bloggar och tidningar på nätet. Bland dessa internetmedier märks en tendens att man litar allt mer på dem med stigande ålder. Andelen som svarat ”vet ej” bland 9–12-åringar är mycket hög. Bland de yngsta finns inga könsskillnader, men i de båda äldre åldersgrupperna framträder en svag tendens att flickor litar mer än pojkar på traditionella medier, medan förhållandet är det omvända när det gäller internetmedier.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

**31. Två sajter på internet beskriver samma sak. Du upptäcker att det de säger inte stämmer överens. Vad gör du då? (%)**

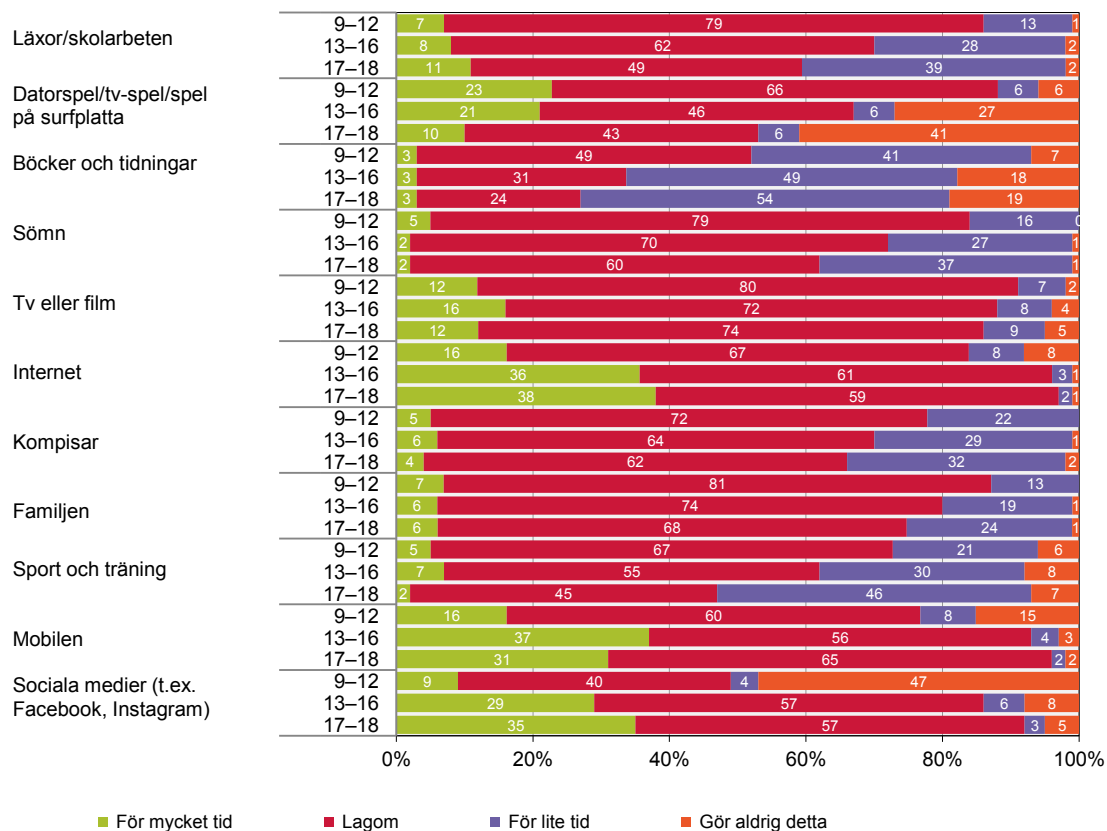


Även på denna fråga har en stor andel 9–12 svarat ”vet ej”. Den generellt vanligaste strategin för att handskas med motstridiga uppgifter är att söka mer information, följt av att fråga vuxna eller kompisar eller att helt enkelt inte bryr sig om det. Förhållandevis få av respondenterna anger att de bara hämtar information från en enda källa.

Könsskillnaderna inskränker sig till att flickorna, oavsett ålder, är mer benägna att fråga såväl kompisar som vuxna, än vad pojkarna är.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

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



Diagrammet visar att barnen överlag anser att de har en bra balans mellan olika aktiviteter. Alternativet "lagom" är det vanligaste med få undantag. De enda kategorier där "för lite tid" får fler svar än "lagom" är avseende "böcker och tidningar" (samtliga åldersgrupper) samt "sport och träning" (bland 17-18). Det är dock tydligt att det i samtliga åldersgrupper är digitala medier som är det man anser sig ägna för mycket tid åt och att detta – med undantag för spel – ökar med stigande ålder. Bland 13-16 och 17-18 upplever 29-37 % att de ägnar för mycket tid åt sociala medier, åt internet generellt samt åt mobilen. Samtidigt upplever dessa grupper att de ägnar för lite tid åt framför allt böcker och tidningar, läxor och skolarbeten samt åt sport och träning. Vidare syns återigen att spelandet av datorspel/tv-spel avtar med stigande ålder efter 12 år. I de flesta fall minskar andelen som tycker att de gör lagom mycket av aktiviteterna med stigande ålder.

Det finns några påtagliga skillnader mellan pojkar och flickor avseende dessa frågor: Avseende datorspel/tv-spel är det något fler pojkar än flickor bland 9-12 som tycker att de spelar för mycket (26 % jämfört med 22 %). Könsskillnaden är större bland de

äldre: bland 13–16 tycker 30 % av pojkarna och 13 % av flickorna att de spelar för mycket. Bland de äldsta rör det sig om 20 % av pojkarna och endast 2 % av flickorna.

I samtliga åldersgrupper anser flickor i högre utsträckning än pojkar att de ägnar för mycket tid åt samtliga medier utom datorspel. Skillnaderna ökar i regel med stigande ålder. I åldersgruppen 9–12 anser 18 % av flickorna att de tittar för mycket på tv (pojkar 7 %). Även äldre flickor tycker i högre utsträckning än pojkar att de tittar för mycket på tv (flickor 13–16: 23 %, pojkar 13–16: 8 %, flickor 17–18: 14 %, pojkar 17–18: 10 %). Störst är skillnaderna avseende sociala medier och mobilen: bland 17–18 tycker 18 % av pojkarna och 41 % av flickorna att de använder mobilen för mycket och 21 % av pojkarna tycker att de använder sociala medier för mycket jämfört med 46 % av flickorna.

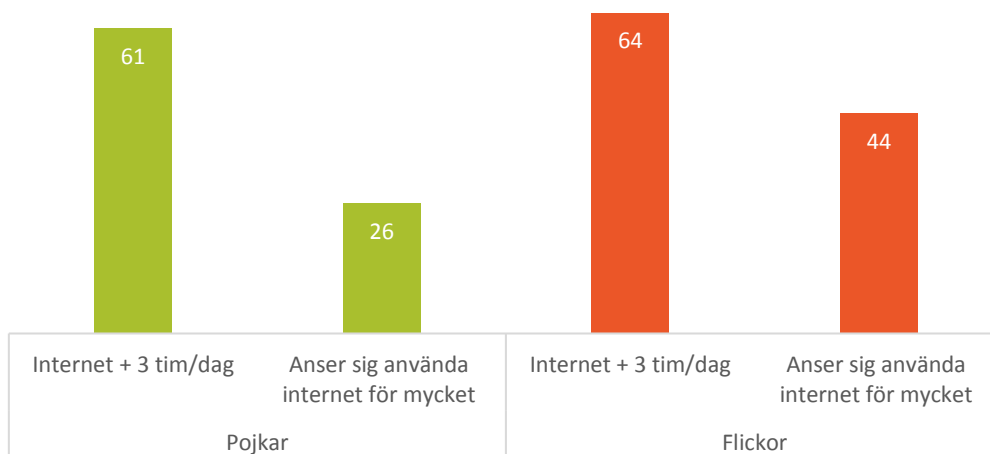
Om man ser till hur mycket tid man ägnar åt de olika medieaktiviteterna finner man att flickor är mer benägna att anse de ägnar för mycket tid åt dem, i proportion till den faktiska användningen. Nedan presenteras några diagram över den faktiska medieanvändningen och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta för gruppen 13–16.

### **32 b. Flickor och pojkar 13–16: Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta: spel (%)**



Diagrammet visar på en könsmässigt mycket ojämnt fördelad medieaktivitet: spelande. Betydligt fler pojkar spelar mer än 3 timmar/dag. Det är också en större andel pojkar än flickor som anser sig spela för mycket. Däremot är det färre pojkar som tycker att de spelar för mycket än som spelar mer än 3 timmar/dag. Tvärtom förhåller det sig med flickorna: fler flickor anser sig spela för mycket än som spelar 3 timmar/dag.

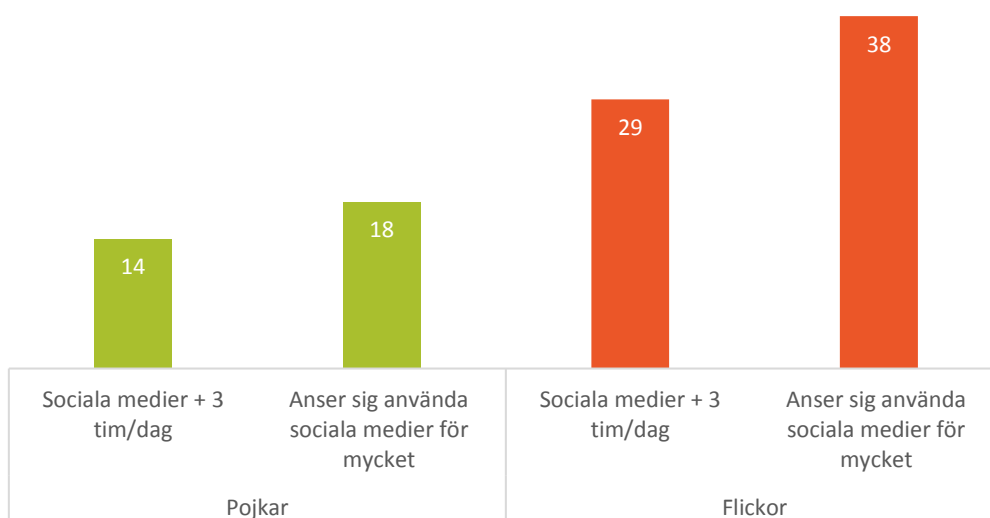
**32 c. Flickor och pojkar 13–16: Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta: internet (%)**



Andelarna flickor och pojkar som använder internet mer än 3 timmar/dag är ungefär desamma. Trots detta är det betydligt fler flickor som tycker att de använder internet för mycket.



**32 d. Flickor och pojkar 13–16: Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta: sociala medier (%)**

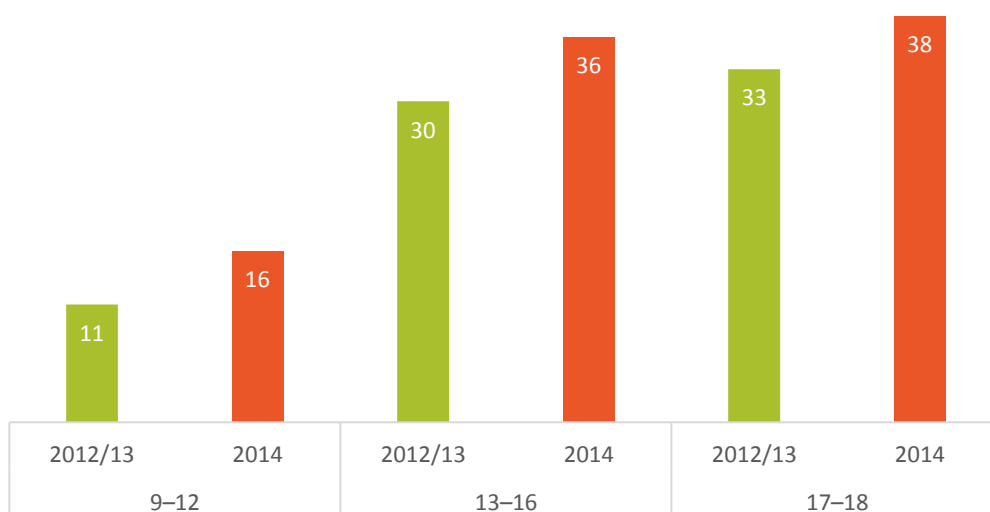


Slutligen ett exempel där flickor använder mediet ifråga mer än pojkarna: sociala medier. Även om skillnaderna inte är lika påtagliga är det även här så att flickorna i något högre utsträckning anser sig ägna för mycket tid åt detta, än vad pojkarna gör.

Generellt är flickor i högre utsträckning än pojkar missnöjda med sin medieanvändning, särskilt i relation till hur mycket tid man faktiskt lägger ner på mediet. Detta gäller även i åldersgrupperna 9–12 och 17–18. Om man ser till vilka som tycker att de ägnar lagom med tid åt olika aktiviteter är flickor bara mer nöjda än pojkar med hur de fördelar sin tid på tre områden: att läsa läxor (samtliga åldersgrupper), att läsa böcker och tidningar (endast 13–16) samt att umgås med familjen (endast 17–18). I samtliga andra kategorier är svarsandelen "lagom" lägre för flickor, oavsett åldersgrupp.

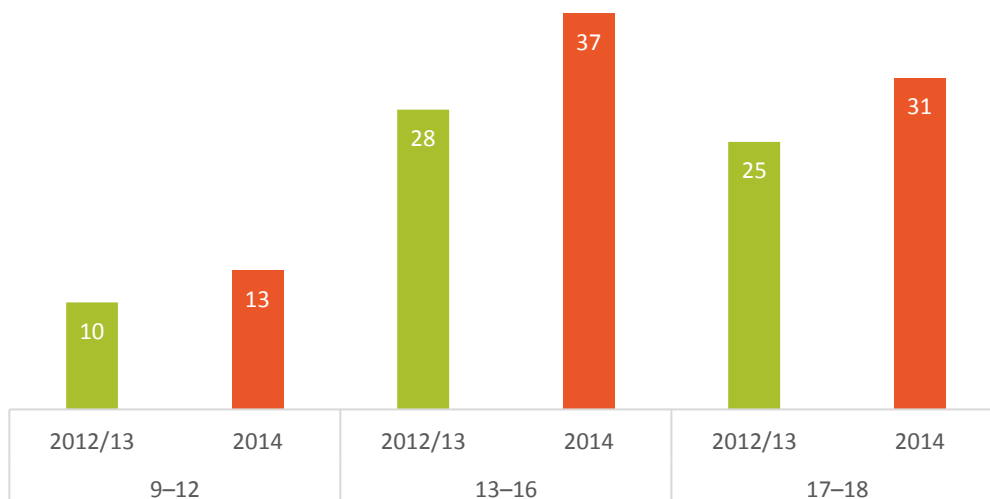
Jämfört med undersökningen 2012/13 finns endast tre påtagliga skillnader i hur man anser sig fördela sin tid, se följande tre diagram.

**32 e. Anser sig ägna för mycket tid åt internet, 2012/13 och 2014 (%)**



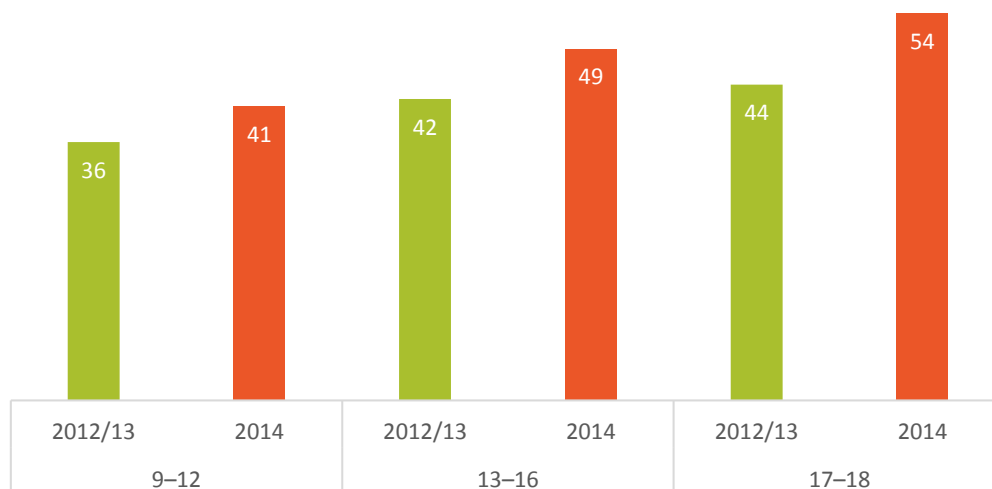
Den första skillnaden jämfört med 2012/13 gäller uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt internet. Det är 5–6 procentenheter vanligare i samtliga åldersgrupper 2014. Detta speglar en reell ökning av internetanvändningen.

**32 f. Anser sig ägna för mycket tid åt mobilanvändning, 2012/13 och 2014 (%)**



Den andra gäller mobilanvändning, där svarsalternativet "För mycket tid" 2014 ligger 6–9 procentenheter högre än 2012/13. Detta speglar en reell ökning av mobilanvändningen.

**32 g. Anser sig ägna för lite tid åt böcker/tidningar, 2012/13 och 2014 (%)**



Den tredje skillnaden gäller uppfattningen att man läser för lite böcker och tidningar, denna har ökat med upp till 10 procentenheter sedan 2012/13. Det är nu den enskilda kategori där flest är missnöjda med hur man disponerar sin tid (jämfte för lite sport och träning bland 17-18). I vilken utsträckning detta beror på att respondenterna faktiskt själva upplever att de vill läsa mer, eller att det även beror på de senaste årens omfattande debatt om ungas sjunkande läsförmåga går inte att uttala sig om, men det rör sig sannolikt om en kombination av de båda. Även om den reella dagliga läsningen avtagit i de båda yngre grupperna, är denna minskning för liten (1 %) för att ensam kunna förklara det ökade missnöjet med den egna läsningen av böcker och tidningar. Bland 17-18-åringarna har dock det dagliga läsandet av böcker och tidningar minskat med 10 % sedan 2012/13, lika mycket som missnöjet ökat under samma period.

# Bilaga 1.

## **Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter**

Som konstaterats är svarsfrekvensen i föreliggande rapport relativt låg, 40,4 % för 9–12 år och 39,4 % för 13–18 år. Detta är på inget sätt anmärkningsvärt låga siffror utan ganska normalt för enkäter med ett stratifierat obundet slumpmässigt urval. En låg svarsfrekvens medför en ökad risk för bortfallsproblematik – 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 tidigare Ungar & Medier-undersökningar har antalet respondenter i flera fall varit så få att få 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 att resultaten inte påverkats av slumpen. I föreliggande rapport ingår i runda tal dubbelt så många respondenter som 2012/13, och i princip samtliga av de jämförelser och förändringar som redovisas i den löpande texten uppnår 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 att mycket små förändringar över tid eller skillnader mellan olika grupper är statistiskt signifikanta. Det blir då frestande att redovisa även triviala resultat bara för att de är signifikanta. Små skillnader (under 5 procentenheter) har inte redovisats i det följande om de inte ingår i ett tydligt mönster (t.ex. att användningen av ett medium ökat i samtliga årskullar som undersökts). Av läsbarhetsskäl redovisas inte signifikansnivåerna vidare i rapporten.

Den tidigare kommittén Medierådet använde sig fram till och med Ungar & medier 2010 av överlappande åldersgrupper, t.ex. 9–12 år och 12–16 år. Anledningen är att man betraktade de respondenter som fyllde år under den tid datainsamlingen pågick som ett år äldre än de som fyllde senare på året. En tolvåring som fyllde tretton innan enkätinsamlingen var avslutad betraktades således som en trettonåring i tidigare material. Då tidigare insamlingar har varit åldersmässigt snedfördelade har vi i denna datainsamling valt ut åldersgrupperna utifrån hur mycket respondenterna fyller under året – som ömsesidigt uteslutande kategorier.

2012/13 års enkäter utformades för att kunna jämföra resultaten med de datainsamlingar som genomfördes parallellt av de norska och finska motsvarigheterna till Statens medieråd och då ändrades åldersintervallen till de nuvarande, mer konsekventa 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 2010–2014**

2010	2012/13	2014
–	0-1 (M=0,73 år)	0-1 (M=0,66 år)
2-5 (M=3,8 år)	2-4 (M=3,08 år)	2-4 (M=2,97 år)
5-9 (M=7,32 år)	5-8(M=6,56 år)	5-8(M=6,48 år)
9-12 (M=10,31 år)	9-12 (M=10,50 år)	9-12 (M=10,50 år)
12-16 (M=13,9 år)	13-16 (M=14,50 år)	13-16 (M=14,52 år)
–	17-18 (M=17,53 år)	17-18 (M=17,50 år)

I åldersgruppen 9–12 år skiljer sig genomsnittsåldern marginellt åt mellan undersökningarna. För 12–16 år i insamlingen 2010 respektive 13–16 år insamlingarna 2012/13 och 2014, skiljer sig genomsnittsåldern mer åt: 2010 var den 13,9 år och i de två senare 14,5 samt 14,52 år. Det innebär att en del av förändringarna över tid gällande t.ex. användningsfrekvens eller eget innehav av medieteknologi mellan de olika datainsamlingarna kan vara konsekvensen av åldersskillnader bland respondenterna.

Eftersom samtliga de tidigare datainsamlingarna genomförts av andra aktörer än Statens medieråd och Statistiska centralbyrån saknas ett fullständigt rådatamaterial alla dessa utom Ungar & medier 2010. Det går därför inte att sluta sig till exakt hur mycket av förändringarna mellan undersökningstillfällena som kan förklaras av åldersdifferenser. På grund av osäkerheten kring de effekter dessa åldersdifferenser har på resultatet har vi valt att inte göra jämförelser studier äldre än 2010.

Slutligen skiljer sig de åldersintervall vi valt att presentera data för något mellan 2010 och 2012/13 och vi har därför valt att i möjligaste mån inte jämföra intervall, utan varje ålder för sig: 10-åringar 2010 jämförs med 10-åringar 2012/13 etc. Detta medför dock ett annat problem. När man på detta sätt analyserar åldrarna 13–18 uppdelat på enskilda årskullar blir antalet individer i varje enskild grupp lägre än 100, vilket ger lägre statistisk signifikans och därmed också en större risk för slumpmässiga mätfel. Att jämföra hela åldersintervallen sammanslagna, alltså t.ex. alla 12–16 från 2010 med alla 13–16 från 2012/13 blir dock mer missvisande, varför vi valt att redovisa jämförelser över tid i form av enskilda årskullar. I de insamlingar som genomförts av SCB, 2012/13 samt 2014 är åldersintervallen näst intill perfekt överensstämmande, varför jämförelserna över tid är oproblematiska.

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

Ytterligare information om datainsamlingen finns på [www.statensmedierad.se/ungarochmedier](http://www.statensmedierad.se/ungarochmedier).









# Statens medieråd

Box 27204 102 53 Stockholm Besöksadress: Borgvägen 1, pl 5

Tel: +46(0)8 665 14 60 Fax: +46(0)8 21 01 78

[www.statensmedierad.se](http://www.statensmedierad.se) [registrator@statensmedierad.se](mailto:registrator@statensmedierad.se)

ISSN 2001-6840