

# Ungar & medier 2019



# FÖRORD

I takt med att mobiler och digital kommunikation letar sig djupare in i våra vardagsliv ökar även oron för hur uppväxande generationer påverkas. Larmen duggar tätt och olika ”experter” varnar ofta för utvecklingen och dess påstådda konsekvenser.

När tonläget är högt och onyanserat är det extra viktigt att vara källkritisk och basera övertygelser och beslut på evidensbaserad, validerad kunskap. Statens medieråd har regeringens uppdrag att följa barns och ungas medieanvändning – och Statistiska centralbyrån genomför vartannat år, på myndighetens uppdrag, Sveriges största undersökning på området. *Ungar & medier* mäter samtliga minderårigas medieanvändning, men också attityder och sociala bakgrundsvariabler, såväl hos de unga som hos deras föräldrar.

För alla som arbetar med barn och unga är materialet en källa till fördjupad förståelse, en möjlighet att själva ta reda på var våra barn och elever är på nätet, vad de gör där och hur de förhåller sig till sina medieliv.

*Ungar & medier 2019* visar upp en fragmenterad bild med många olika förskjutningar, ibland mellan könen, ibland mellan olika åldrar. Tidsanvändningen av internet fortsätter öka, troligen som ett resultat av att allt fler flyttar över sin användning av spel och rörlig bild från offlinemedier eller analoga format till nätet.

Om utvecklingen fortsätter och om vi inte längre upplever att medieanvändning är en aktivitet, utan att den utgör själva livet, väcks frågor av närmast filosofisk eller etisk karaktär:

- Finns det en gräns mellan digital och verklig vardag?
- Hur stort ansvar har de unga själva, deras föräldrar och deras lärare – och för vad?
- Ska vi sträva efter att sätta gränser för hela grupper när alla inte upplever sina medieliv på samma sätt?

Då det senaste decenniets allt intensivare digitala medieanvändning är ett nytt fenomen, är det enda som är säkert att vi ännu inte känner till alla långsiktiga konsekvenser, oavsett om de är positiva eller negativa.

Ett orosmoln är att den tidigare stillastående trenden kring hur många som drabbats av mobbning och hot på nätet nu förefaller vara bruten. Fler barn och unga uppger i årets undersökning att de utsatts än tidigare.

Om det handlar om en faktisk ökning eller om svarsfrekvenserna är en konsekvens av den stora mediala uppmärksamhet som frågan har fått de senaste åren är utifrån detta underlag omöjligt att svara på.

Oavsett hur det förhåller sig är det Statens medieråds förhoppning att alla vuxna som idag känner oro via ökad kunskap om de ungas verklighet ska få en mer balanserad bild av möjligheter och utmaningar – och därigenom en mer korrekt utgångspunkt för att kunna erbjuda det stöd som barnen har rätt till.

**Anette Novak**

*Direktör för Statens medieråd*

# INNEHÅLL

<b>FÖRORD</b> .....	<b>3</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? (%) .....	13
2. Hur mycket fyller du i år? (%) .....	13
3. Har du syskon? (%) .....	14
4. Har du en eller flera funktionsnedsättningar? (%).....	14
5. Har du tillgång till något av följande hemma: (%) .....	15
6. Vilka appar använder du oftast? (%).....	20
7. Använder du mobiltelefon? (%).....	21
8. Hur ofta gör du följande på mobiltelefonen? (%).....	22
9. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du...? (%) .....	26
10. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid: (%) .....	31
11. Brukar du ta del av nyheter? (%) .....	36
12. I vilka medier brukar du ta del av nyheter? (%).....	37
13. Hur upplever du nyheterna du ser? (%) .....	38
14. Hur mycket litar du på följande nyhetsförmedlare: (%) .....	40
15. Spelar du datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta? (%) .....	42
16. Vilka datorspel/tv-spel/mobilspel/spel på surfplatta spelar du oftast?.....	43
17. Ungefär hur ofta använder du internet på din fritid? (%).....	45
18. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du använda internet på din fritid: (%).....	46
19. Använder du sociala medier (t.ex. Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat)? (%) .....	47
20. Vilka sociala medier (t.ex. Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat) använder du oftast? (%).....	48
21. Följer du några kanaler/användare/videobloggare på YouTube, Twitch eller liknande? (%).....	49
22. Vilka kanaler/användare/videobloggare på YouTube, Twitch eller liknande följer du? (%).....	50
23. När jag använder sociala medier kan jag tänka mig att: (%).....	51
24. Kan någon av dina föräldrar/vårdnadshavare se dina inlägg på Facebook, Instagram, Twitter, och liknande? (%) .....	52
25. Har någon annan än du lösenordet till något av dina sociala mediekonton? (%) .....	53
26. Har någon annan än du lösenordet till din mobiltelefon? (%).....	53
27. Under det senaste året, har du sett porr på nätet? (%) .....	54
28. Om du kommit i kontakt med porr på nätet, hur gick det till? (%).....	54
29. Om du har kommit in på en sajt med porr, hur upplevde du det? (%).....	55
30. Under det senaste året, har du råkat ut för att: (%) .....	56
31. Under det senaste året, har du själv: (%) .....	58
32. Har du någon gång anmält något som hänt på internet, t.ex. i sociala medier? (%).....	59
33. Vem gjorde du anmälan till? (%) .....	59
34. Var hände det som du anmälde? (%) .....	60
35. Var det enkelt eller krångligt att anmäla? (%) .....	60
36. Ledde din anmälan till någon åtgärd? (%) .....	61
37. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om följande aktiviteter: (%).....	61
38. Brukar du och dina föräldrar bli osams om: (%) .....	62
39. Om du tänker på vardagar. Har din familj regler för: (%).....	64
40. Två sajter på internet beskriver samma sak. Du upptäcker att det de säger inte stämmer överens. Vad gör du då? (%).....	65
41. Har du i skolan fått lära dig om källkritik på internet? (%).....	66
42. Hur ofta händer det att din medieanvändning leder till att du inte gör vad du ska, t.ex. läsläsning, hjälpa till hemma, gå och lägga dig? (%).....	66
43. Tror du att din medieanvändning påverkar din sömn? (%).....	67
44. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt: (%) .....	68
<b>BILAGA 1. Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter</b> .....	<b>75</b>

# 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*, Statens medieråd tog sedan över med *Ungar & medier 2012/13, Ungar & medier 2015* och *Ungar & medier 2017*. 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 endast i undantagsfall kan användas 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 2019*, där föräldrar till barn 0–8 år tillfrågats om barnens medievanor och deras egna attityder kring medier samt *Föräldrar & medier 2019* där föräldrar till barn 9–18 tillfrågats om sina attityder till barnens medieanvändning.

Underlaget för denna rapport består av två olika enkäter som sändes ut till 2 000 barn 9–12 år och 2 999 barn 13–18 år. Detta är 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. Statistiska centralbyrån genomförde datainsamlingen där respondenterna kunde välja på att fylla i en pappersenkät eller ett webbformulär. Urvalet av respondenterna är ett obundet slumpmässigt urval stratifierat på ålder: 9–12 år och 13–18 år. Datainsamlingen pågick mellan 17 augusti och 1 november 2018. Svarsfrekvensen är 32,6 % för 9–12 år och 32,9 % för 13–18 år. Detta är ungefär sex procentenheter lägre jämfört med *Ungar & medier-undersökningen 2017*. Sjunkande svarsfrekvenser är inget unikt för denna rapportserie, eller ens för medievaneundersökningar, utan något som iakttagits under lång tid vid olika typer av enkätundersökningar med slumpvisa urval, både i Sverige och internationellt. SCB rapporterar också att flera liknande undersökningar drabbats av liknande fall i svarsfrekvensen under 2018. 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. Statistisk metodforskning har dock visat att det inte finns någon särskilt stark koppling mellan en undersöknings träffsäkerhet och svarsfrekvensen, åtminstone inte så länge denna ligger i intervallet 30 %–60 %.<sup>1</sup> Minst lika viktigt som svarsfrekvens är att urvalet av respondenter gjorts korrekt samt att man kan kalkylera kalibreringsvikter för att kompensera för snedfördelningar genom bortfall.<sup>2</sup>

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

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

1 Groves, M. R. & Peytcheva, E. (2008) The impact of nonresponse rates on nonresponse bias: A meta-analysis. *Public Opinion Quarterly* 72(2), 167–189.

2 Se t.ex. Bethlehem, J. G., & Keller, W. J. (1987). Linear weighting of sample survey data. *Journal of official statistics*, 3(2), 141, Kalton, G., & Flores-Cervantes, I. (2003). Weighting methods. *Journal of official statistics*, 19(2), 81, Särndal, C.E., & Lundström, S. (2005). *Estimation in surveys with nonresponse*: John Wiley & Sons.

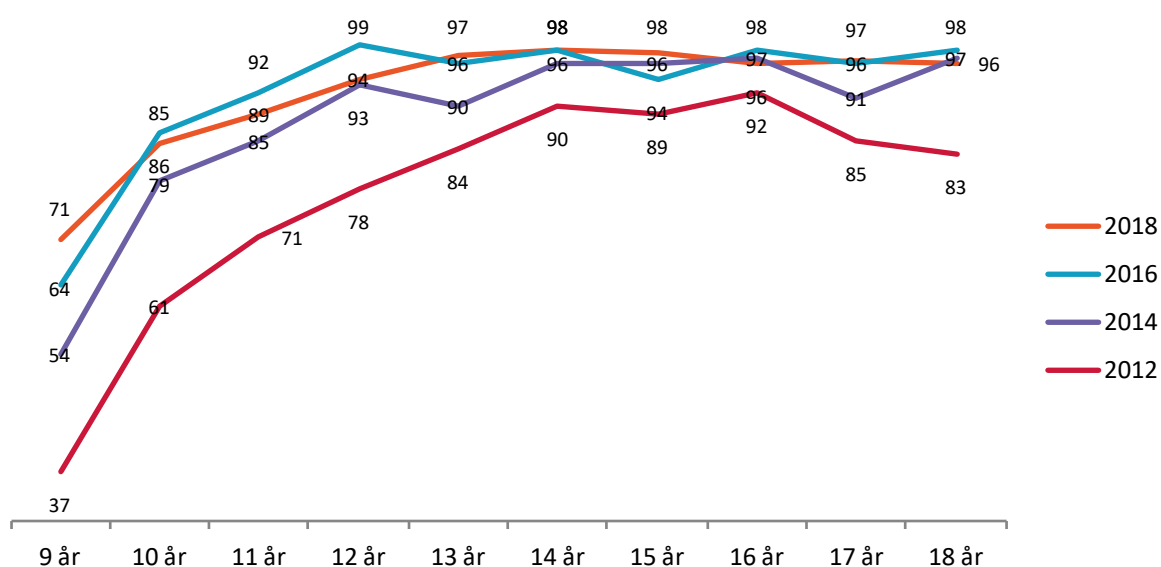
# SAMMANFATTNING

## Hög tillgång till medieteknik men allt mer konvergerar i mobilen

Tillgången till medieteknik är överlag hög: för tv och internet närmar den sig 100 % i samtliga åldersgrupper liksom tillgången till smarta mobiler i de två äldsta åldersintervallen. Jämfört med tidigare datainsamlingar syns samtidigt en tendens till mindre tillgång till viss medieteknik (datorer, surfplattor, spelkonsoler). Det rör sig inte om dramatiska skillnader, men på bara de senaste två åren har den minskat med flera procentenheter. Förmodligen är detta en effekt av den smarta mobilens alltmer konvergerande funktion. Den fungerar både som spelmaskin, tv och dator/internet-apparat vilket kan förklara den tydliga minskningen av t.ex. handhållna spelkonsoler.

Sedan 2016 kan den smarta mobilen betraktas som en etablerad medieteknik bland svenska barn: redan då hade nio av tio elvaåringar och i princip alla från tolv år och uppåt en smart mobil och sedan dess har ingen större förändring skett. Även om tillgången till egna datorer och surfplattor har minskat har således inte den totala tillgången till någon form av digital skärm minskat, den har bara bytt skepnad.

### Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen smart mobil, 2012–2018 (%)



## Ökad mobilanvändning men skillnader i hur mobilen används

Den dagliga mobilanvändningen bland 17–18 ligger över 95 % sedan 2014. Bland de yngre har den dagliga mobilanvändningen fortsatt öka och ligger nu på samma nivå för 12-åringar som den var för 18-åringar för bara två år sedan (89 %).

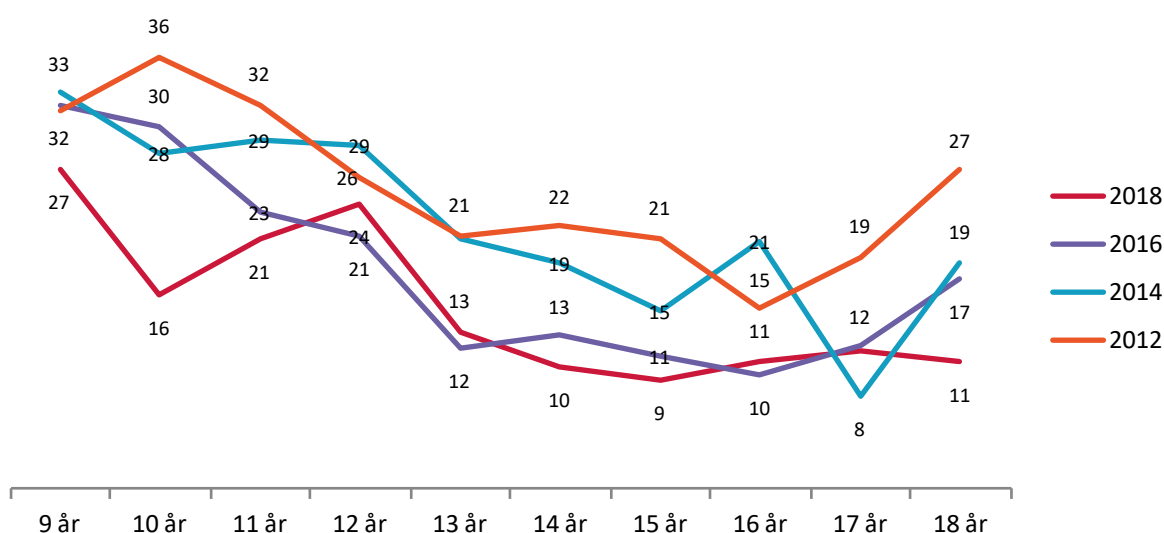
En jämförelse mellan könen visar att det finns påtagliga skillnader i hur mobilen används. Både bland 9–12 och 13–16 år det t.ex. betydligt högre andelar flickor som uppger att de gör saker varje dag: det gäller sms, telefonsamtal, mms, ta bilder och att använda sociala medier.

Undantaget är att spela spel vilket pojkar i betydligt högre grad uppger att de gör varje dag. Även bland 17–18 är mönstret liknande med smärre avvikelser. Användningen bland 13–16 med psykiska funktionsnedsättningar är generellt mer frekvent än genomsnittets och bland 17–18 med psykiska funktionsnedsättningar är spelande på mobilen betydligt vanligare.

## Minskat film- och tv-tittande samt läsning av tidningar och böcker

Medan tittandet på filmer och tv-program var i stort sett oförändrat mellan undersökningarna 2010 och 2012, har det sedan dess minskat i samtliga åldersgrupper. Mest påtaglig är minskningen i de lägre tonåren, medan det legat på ungefär samma nivå bland 17–18 under de tre senaste datainsamlingarna. Även i detta åldersintervall har dock det dagliga tittandet minskat sedan 2012. Det går också att urskilja en tydlig minskning i den dagliga läsningen av tidningar och böcker sedan den första jämförbara datainsamlingen 2012: Generellt sjunker den dagliga läsningen ju äldre barnen är.

### Läser böcker och/eller tidningar varje dag 2012–2018 (%)



### Är 13 det nya 16?

Några medievänor, och skillnader mellan pojkar och flickor, verkar krypa nedåt i åldrarna. Andelen högkonsumenter (använder mer än 3 timmar/dag) av dator/tv-spel är större bland pojkar än bland flickor i alla åldrar. I tidigare studier har könsskillnaderna i spelande blivit stora först i 12-årsåldern, men nu accentueras de redan vid 10 år. I *Ungar & medier 2017* kulminerade pojkars spelande vid 16 års ålder, då nästan varannan (47 %) spelade minst 3 timmar/dag. Nu når pojkarnas spelande sin högsta nivå redan vid 13 år (39 %). Även den totala andelen (både pojkar och flickor) högkonsumenter av dator/tv-spel kulminerar nu vid 13 års ålder, mot tidigare 14–16-års ålder.

En större andel av flickorna, än pojkarna, är högkonsumenter av mobiltelefonen. Andelen flickor som använde mobilen mer än tre timmar/dag kulminerade i *Ungar & medier 2017* vid 16 års ålder (76 %), men kulminerar nu vid 13 års ålder (74 %). Flickor använder också sociala

medier längre tid än vad pojkar gör. Skillnaderna är inte så stora i åldersintervallet 9–12, men ökar sedan snabbt, för att sedan minska från 15 års ålder. Det kraftiga hoppet i flickors användning av sociala medier mellan 12 och 13 år (från 6 % till 40 %) har inte kunnat iakttas i tidigare undersökningar. Tidigare ökade flickornas användning långsamt men säkert upp till en kulmen vid 15–16 år. Vissa mediebetenden som i föregående undersökningar kunnat iakttas först i 15–16-årsåldern uppträder således tidigare nu: 13 har blivit "det nya 16".

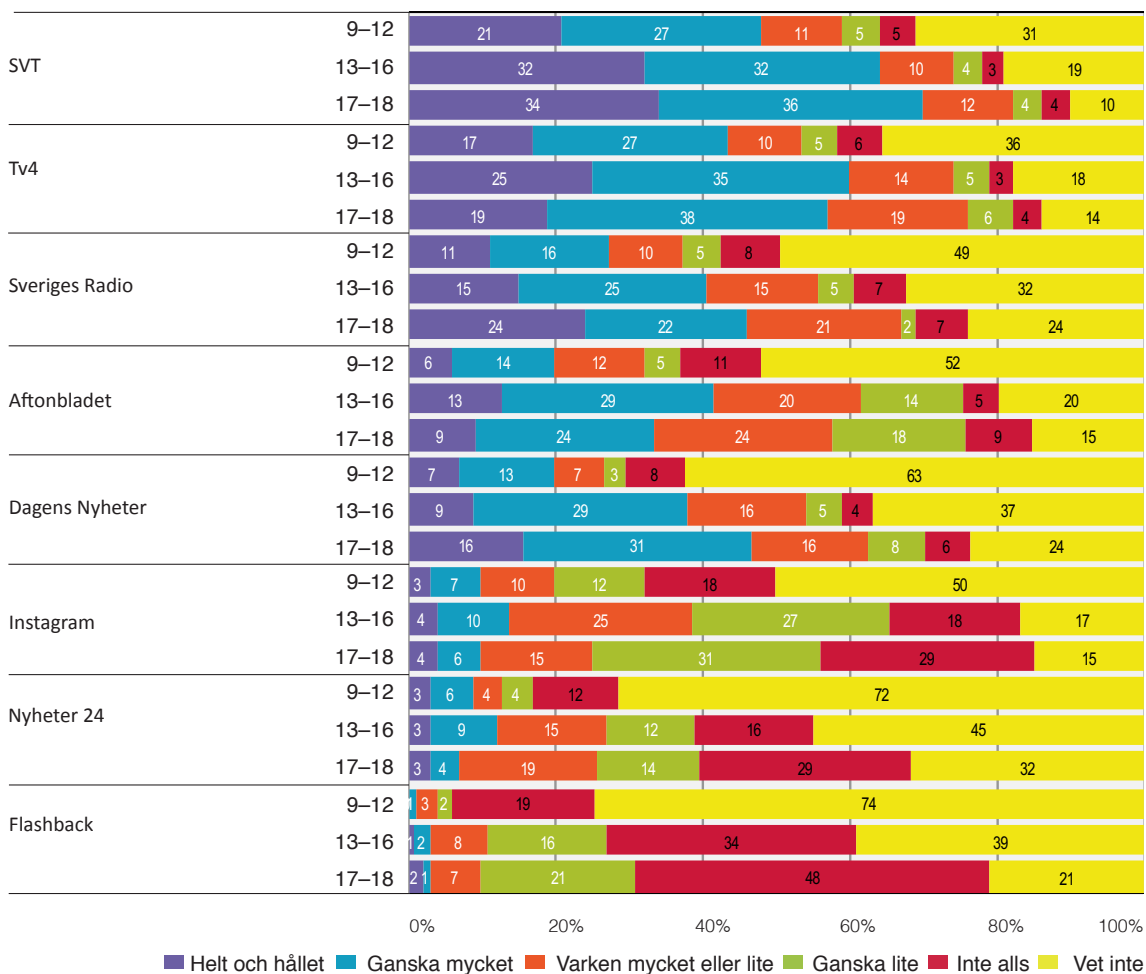
Vad gäller definitionen av begreppet högkonsument enligt tidigare *Ungar & medier*-studier – dvs. att använda ett medium mer än 3 timmar/dag – visar dessa resultat att definitionen i vissa avseenden är inaktuell. När andelen högkonsumenter av internet och mobiltelefoni överstiger mer än hälften av den undersökta gruppen redan i 12–13-årsåldern är begreppet inte längre meningsfullt. Medieanvändning som för bara några år sedan var anmärkningsvärd har således blivit "det nya normala" i tidiga tonåren (se t.ex. diagram 18 b i denna rapport). Medier är en alltmer integrerad del av barnens vardagliga liv, i allt yngre år.

### **Hög tillit till etablerade nyhetsförmedlare**

En ny fråga i årets undersökning gäller i vilken grad barnen litar på ett antal nyhetsförmedlare av mycket olika karaktär. Det övergripande mönstret visar att barn i alla åldrar tillmäter etablerade nyhetsmedier som Sveriges Television och TV4 högst trovärdighet medan några sociala medier, nyhetssajten Nyheter24 och forumet Flashback tillmäts lägst förtroende.



## Hur mycket litar du på följande nyhetsförmedlare (reducerat diagram): (%)



Trots att det övergripande mönstret är likartat i de olika åldersgrupperna växer skillnaderna mellan pojkar och flickor med stigande ålder avseende i vilken grad man litar på information från olika medier. Dels kan och vill flickorna i högre grad än pojkarna ta ställning till fler medier (pojkar svarar oftare "vet inte"). Dels har flickorna större förtroende för flera av de etablerade nyhetsmedierna, inklusive public service. Både flickor och pojkar är starkt skeptiska till nyheter och information de tar del av via *Nyheter24*, *Twitter* och *Flashback* men i övre tonåren är pojkarna något mindre skeptiska än flickorna.

## Minskat spelande bland pojkar och fortsatt stark könssegregation i spelvärlden

Att spela datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta är sammantaget vanligast i åldern 9–12 där 79 % svarar att de brukar spela. Jämfört med 2017 har dock andelen spelare minskat kraftigt bland 9–12: från 87 %. Det finns stora könsskillnader på så sätt att pojkar sammantaget spelar i högre utsträckning än flickor, men jämfört med tidigare undersökningar är det framför allt pojkarnas spelande som har minskat: jämfört med 2014 har spelandet minskat med 16 procentenheter bland 9–12, och med 9 procentenheter bland både 13–16 och 17–18. Motsvarande minskning syns inte bland flickorna. Spelandet bland pojkar har således minskat, även om det fortfarande är en mycket vanlig aktivitet bland pojkar ända upp till myndighetsåldern (73 % spelar). Även frågan om vilka spel som flickor respektive pojkar helst spelar visar på en stark könssegregation.

## Användningen av sociala medier (och videobloggar) är ganska oförändrad

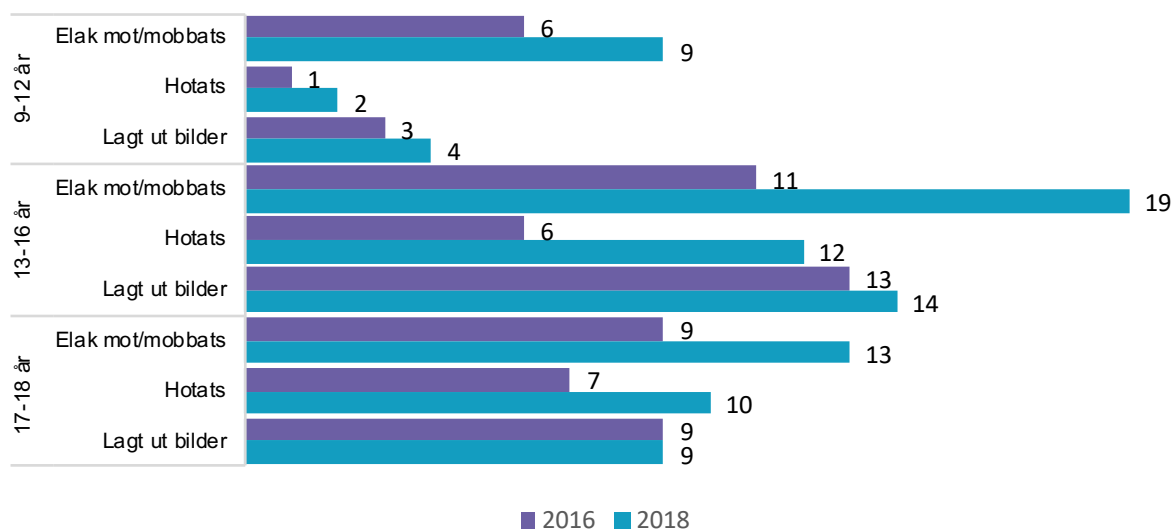
Användningen av sociala medier har ökat i samtliga åldersintervall under hela den tid *Ungar & medier*-studierna genomförts men ökningen har mattats av de senaste åren, mycket beroende på att nivåerna numera, åtminstone bland de två äldre åldersgrupperna, är så pass höga att de helt enkelt inte kan öka mycket mer (13–16: 95 %, 17–18: 97 %). Tvärt emot spelvärlden använder större andelar av flickorna i samtliga åldrar sociala medier. Men för både pojkar och flickor i samtliga åldrar är *Snapchat* och *Instagram* de överlägset vanligaste sociala medierna. *YouTube* har tagit sig in på topp 5 i samtliga åldrar medan *Kik* fallit bort.

Fortsatt följer stora andelar av barnen någon eller några videobloggar på *YouTube* (eller liknande), både bland pojkar och flickor. Även här är könsskillnaderna stora ifråga om *vilka* videobloggare man följer.

## Utsattheten på internet ökar något

Ungas användning av sociala medier har ökat kraftigt under senare år. Sedan 2012 har andelen som använder sociala medier mer än tre timmar/dag mer än fördubblats i de båda äldsta grupperna och fyrdubblats bland 9–12. Med ökad exponering i sociala medier följer också en ökad risk att utsättas för otrevligheter, vilket visar sig i årets undersökning. I nästan alla kategorier och åldersgrupper ökar andelarna som utsatts med någon/några procentenheter, jämfört med 2016 års undersökning.

## Under det senaste året, har du råkat ut för att: (%)



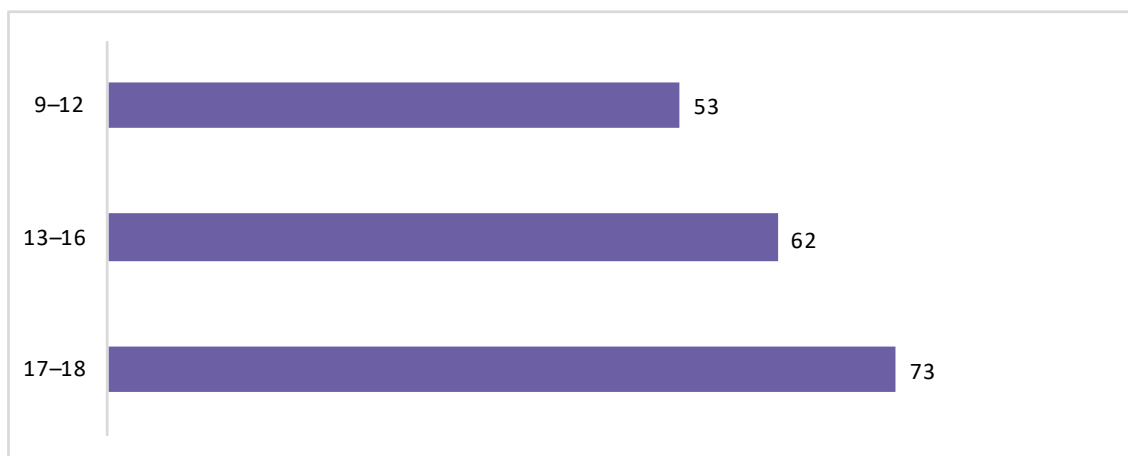
### De flesta barn och föräldrar blir inte osams om barnens medieanvändning, men när man blir osams är det i synnerhet tidsåtgången det gäller

Det är betydligt vanligare med konflikter om hur lång tid barnet tittar på filmer/tv-program, spelar spel, använder internet eller (i synnerhet) mobilen än konflikter rörande innehållet i medieanvändningen. Detta mönster är bekant från föregående undersökning 2016 men med en viss ökning av konflikter gällande tiden barn i åldern 9–12 ägnar åt mobilen. Det finns dock stora könsskillnader på så sätt att konflikter om tiden som ägnas åt spelande är betydligt vanligare bland pojkar i alla åldrar medan konflikter om tiden barnet ägnar åt mobilen är vanligare bland flickor, särskilt i tonåren.

### Mer än hälften av barnen i alla åldrar uppger att deras medieanvändning minst en gång i veckan leder till att de inte gör vad de ska

En ny fråga i årets undersökning gäller huruvida barnen anser att deras medieanvändning leder till att de inte gör sina läxor, går och lägger sig i tid, hjälper till hemma eller andra förpliktelser. I åldern 9–12 svarar 9 % att det sker varje dag, vilket i 13–16 motsvaras av 13 % och i 17–18 av 19 %. Lägger man samman de som svarat att det sker varje dag, några gånger i veckan eller en gång i veckan blir det minst hälften av barnen inom varje åldersgrupp. Det blir på så sätt tydligt att medieanvändningen uppfattas som ett problem i förhållande till andra förpliktelser.

### **Händer minst en gång i veckan att medieanvändningen leder till att barnet inte gör vad det ska, t.ex. läsläsning, hjälpa till hemma, gå och lägga sig (%)**



En annan ny fråga gäller om barnen anser att deras sömn påverkas av deras medieanvändning och i tonåren svarar en tredjedel eller mer att deras sömn påverkas till det sämre. Flickor upplever detta problem i högre grad än pojkar.

### **Många barn är missnöjda med hur de disponerar sin tid för medieanvändning, men flickor är mer missnöjda än pojkar**

Bland barn 9–12 år anser en fjärdedel att de ägnar för mycket tid åt *YouTube* och åsikten att man ägnar för mycket tid åt olika mediaslag ökar sedan med åldern. Särskilt mobilen och sociala medier anses vara tidsslukande i tonåren, på bekostnad av bland annat sport/träning/motion och läsa böcker/tidningar som stora andelar anser sig ägna för lite tid åt. Men det finns stora könsskillnader i alla åldersgrupper. Pojkarna anser i högre grad än flickorna att de ägnar för mycket tid åt spelande men för övrigt är flickorna mer självkritiska än pojkarna. Om man ser till hur mycket tid man ägnar åt de olika medieaktiviteterna finner man att flickor är mer benägna att anse att de lägger för mycket tid på dem, i proportion till den faktiska användningen, vilket sammantaget bekräftar mönster som kunnat skönjas även i tidigare undersökningar.

Den tid man ägnar åt medier framstår i denna undersökning som en i flera avseenden problematisk aspekt av barnens liv. Det är medietiden som kommer i vägen för annat man borde göra, som skapar missnöje med det egna beteendet. Det är också den tid som ägnas åt medier, snarare än medieinnehållet, som man bråkar med föräldrarna om. Detta ska inte förstås som att medieanvändning i sig är negativ, men det enorma utbudet av information och underhållning, att alla kompisar finns tillgängliga dygnet runt, och de allestädes närvarande push-notiserna medför att man lätt ägnar mer tid åt medier än vad både man själv och föräldrarna skulle föredra.

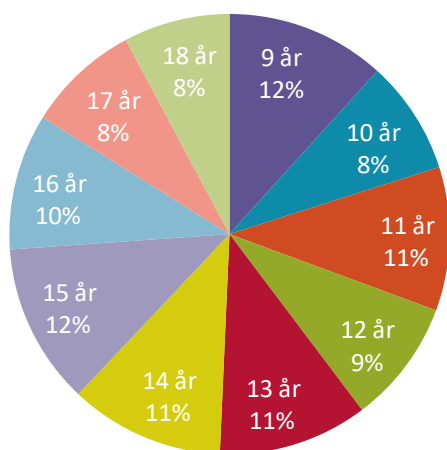
# RESULTATREDOVISNING

## 1. Är du pojke eller flicka? (%)

Ålder	Pojkar	Flickor
9–12 år	50 %	50 %
13–16 år	45 %	55 %
17–18 år	47 %	53 %

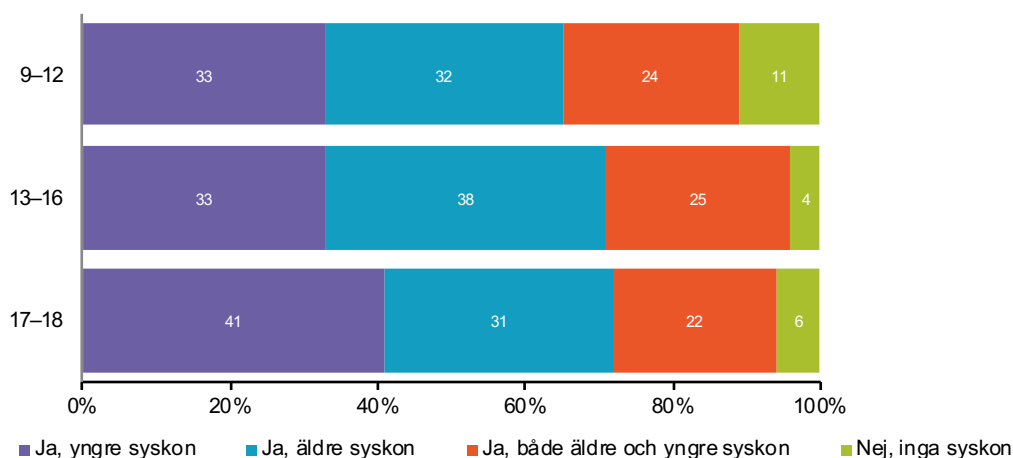
Könsfördelningen är helt jämn bland 9–12. Därefter sjunker andelen pojkar som svarat trots att urvalet bestod av lika många pojkar som flickor. Pojkar är ofta mindre svarsbenägna än flickor när det gäller den här typen av enkätundersökningar.

## 2. Hur mycket fyller du i år? (%)



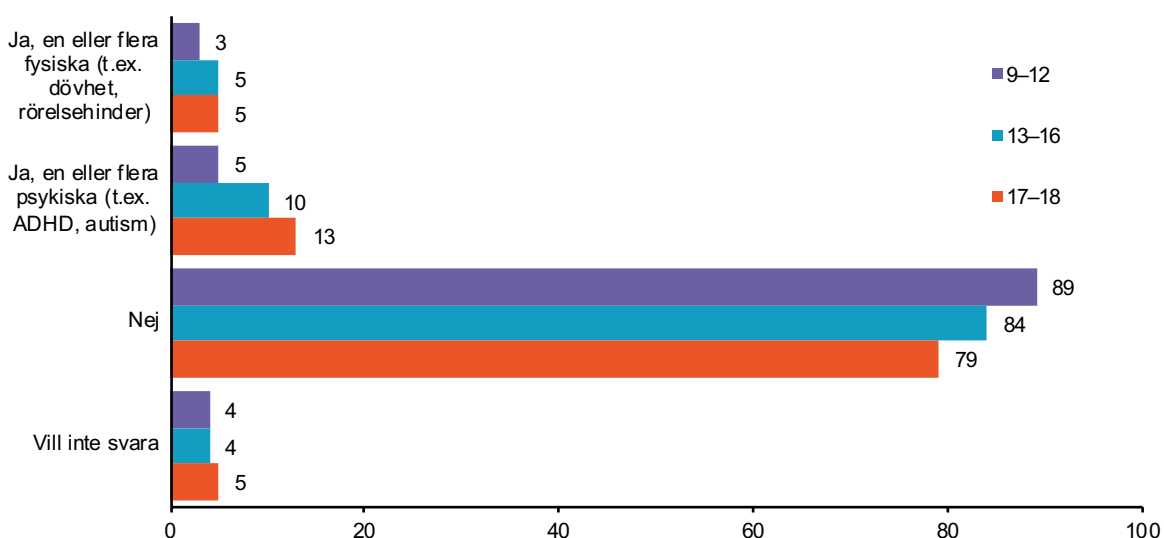
Åldersfördelningen är relativt jämn.

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



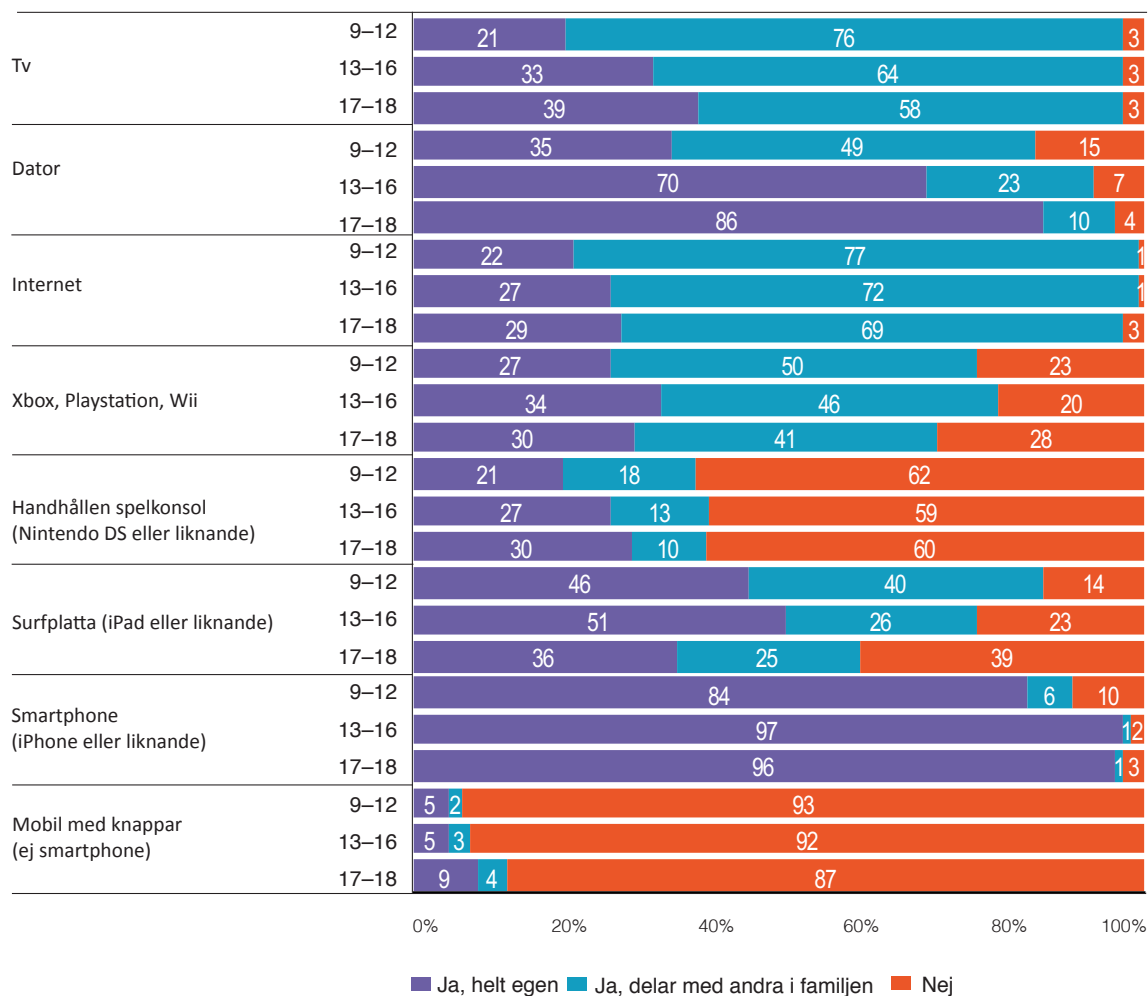
Förekomsten av äldre syskon har betydelse för medieanvändningen, särskilt bland yngre barn. Äldre syskon introducerar de yngre till medier och gemensam medieanvändning utgör också en umgängesform mellan syskon. Andelarna som har syskon är i princip desamma i alla åldersgrupper, dock finns skillnader huruvida dessa syskon är äldre eller yngre, eller om man har både och. 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 avhandlas i *Småungar & medier 2019*. Fortsättningsvis nämns endast syskonstatus om det föreligger några betydande skillnader med avseende på detta i de olika analyserna. Om syskonstatus inte nämns i anslutning till diagrammen, finns inga skillnader.

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



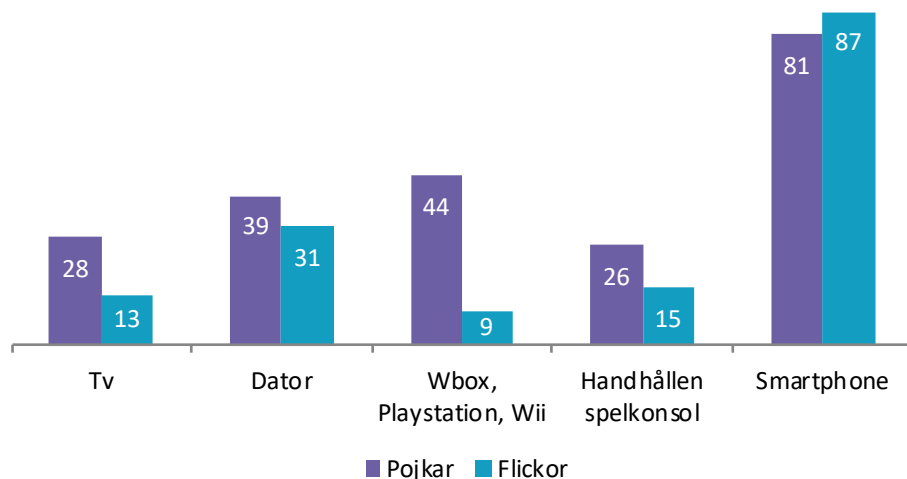
Frågan är omformulerad sedan föregående undersökning. Grupperna med psykiska respektive fysiska funktionsnedsättningar kommer att särredovisas i de fall där deras användningsmönster eller uppfattningar skiljer sig från genomsnittet. Detta gäller dock endast 13–16 samt 17–18 (i den senare gruppen dock endast psykiska funktionsnedsättningar). I gruppen 9–12 är underlaget alltför litet för att en sådan särredovisning ska vara möjlig.

## 5. Har du tillgång till något av följande i hemmet? (%)



Diagrammet visar att tillgången till medieteknik är hög överlag: för tv och internet närmar den sig 100 % i samtliga åldersgrupper liksom tillgången till smarta mobiler i de två äldsta åldersintervallen – förutsatt att man räknar in dem som delar medieteknik med andra i familjen. Generellt ligger 9–12 lägre än de äldre åldersgrupperna när det gäller att ha helt egen medieteknik. Det gäller dock inte surfplattor, där det istället är 17–18 som i lägst utsträckning har en egen. 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 bland 9–12 är det mer än enstaka procent av respondenterna som uppger att de gör detta.

### 5 b. Har en egen, kön 9–12 år (%)



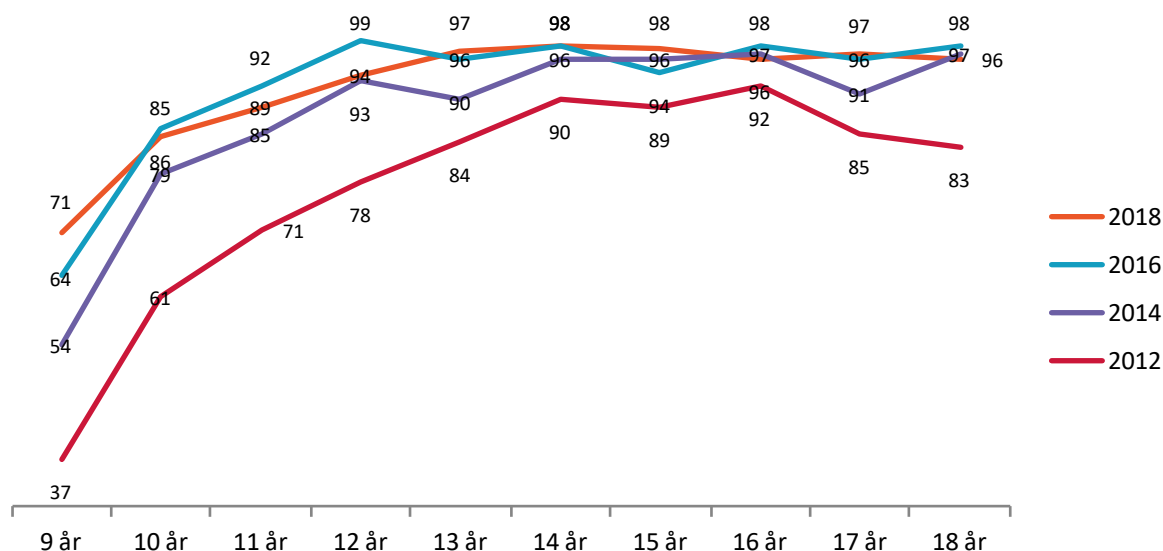
Pojkar har i samtliga åldersintervall oftare än flickor egna tv-apparater, spelkonsoler och handhållna spelkonsoler. Bland 9–12 gäller detta också datorer. Förklaringen till detta är sannolikt pojkarnas mer omfattande spelande. En tv behövs för att ansluta en konsol och datorer är mer kompetenta spelmaskiner än surfplattor.

Jämfört med tidigare datainsamlingar syns samtidigt en tendens till mindre tillgång till viss medieteknik (datorer, surfplattor, spelkonsoler). Det rör sig inte om dramatiska skillnader, men på bara de senaste två åren har den minskat med flera procentenheter. Förmodligen är detta en effekt av den smarta mobilens alltmer konvergerande funktion. Den är numera både spelmaskin, tv och dator/internet-apparat. Minskningen är tydlig t.ex. när det gäller de handhållna spelkonsolerna, 9–12 där andelen som uppger att de har en egen är 21 % idag jämfört med 32 % 2017.

13–16 och 17–18 med psykiska funktionsnedsättningar har i högre utsträckning tillgång till spelkonsoler. 13–16 med psykisk funktionsnedsättning har däremot en egen smartphone i lägre utsträckning än genomsnittet.

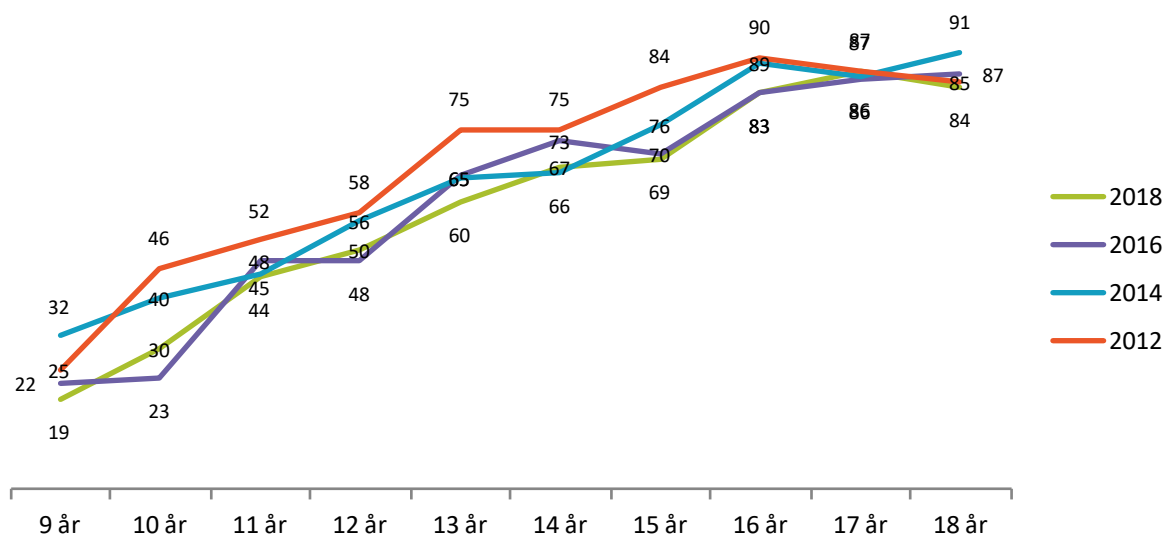


**5 c. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen smart mobil, 2012–2018 (%)**



Den smarta mobilen kan sägas vara själva grundförutsättningen för många ungas medieanvändning. Innehavet av sådana har ökat markant sedan 2012, framför allt bland de yngsta. Sedan 2016 har emellertid ingen större förändring skett. Redan då hade nio av tio elvaåringar och i princip alla från tolv år och uppåt en smart mobil.

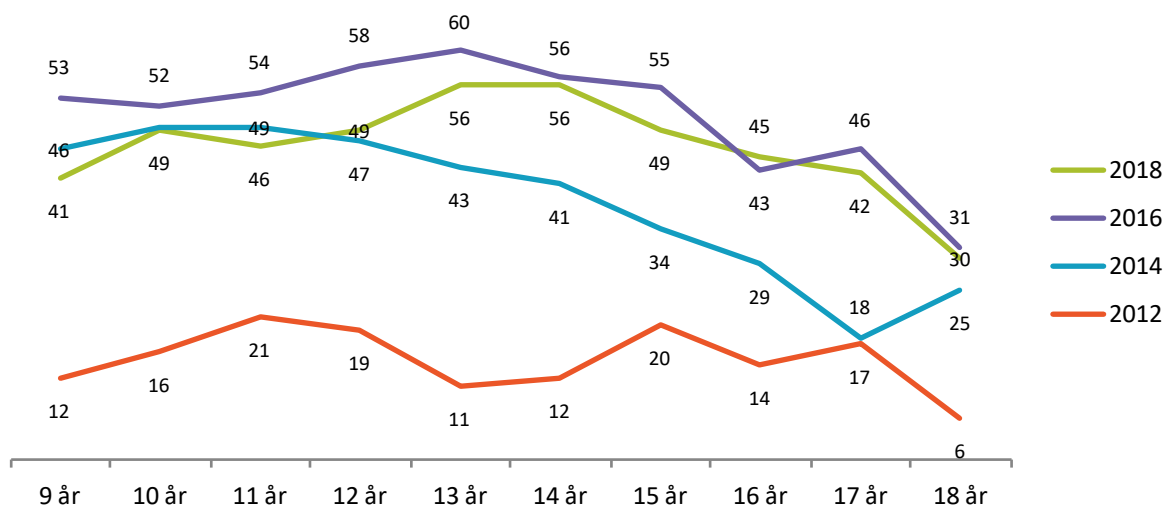
**5 d. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen dator, 2012–2018 (%)**



I *Ungar & medier 2015* konstaterades att barns och ungas datorinnehav för första gången minskade sedan undersökningarna startade 2006. Denna utveckling fortsätter, även om den avstannat något de sista två åren. Andelen 15-åringar som har en egen dator har minskat med 15 procentenheter (69 %) jämfört med 2012 (84 %). Minskningen i datorinnehav är lägst bland de äldsta.

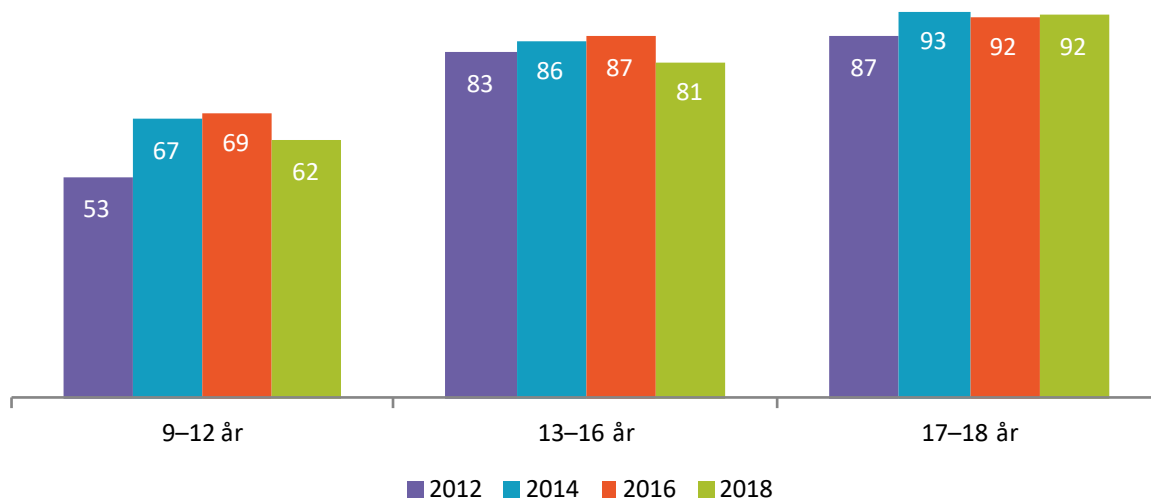
Den totala tillgången till datorer – alltså inkluderat svarsalternativet ”delar med andra” förändrades inte 2012–2016, utan låg mellan 92 % till 100 %. I årets undersökning har tillgången dock minskat något: bland 9–12 saknar nu 15 % tillgång till dator (2016: 8 %) och bland 13–16 7 % (2016: 3 %). Bland 17–18 är tillgången oförändrad.

**5 e. Har du tillgång till något av följande hemma: en helt egen surfplatta, 2012–2018 (%)**



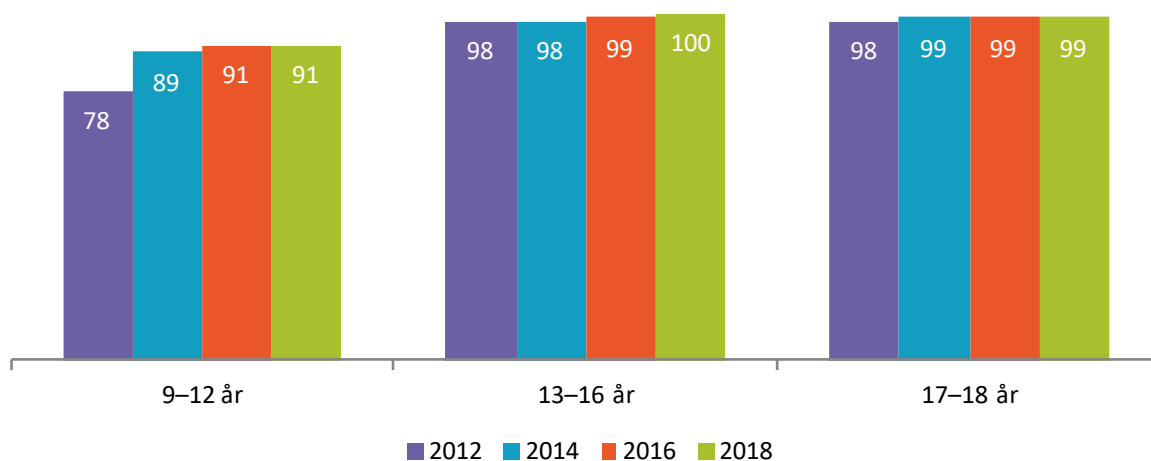
Nedgången i datorinnehav kunde tidigare förklaras med en kraftig ökning av innehavet av surfplattor som i många avseenden fyller precis samma funktioner som traditionella datorer, fast med ett annat gränssnitt. I årets undersökning minskar dock både eget innehav och tillgång till surfplattor, varför man får anta att det är de allt smartare mobilerna som i allt högre utsträckning kommit att fylla behoven av digital teknik.

**5 f. Har du tillgång till något av följande hemma: en egen surfplatta och/eller egen dator, 2012–2018 (%)**



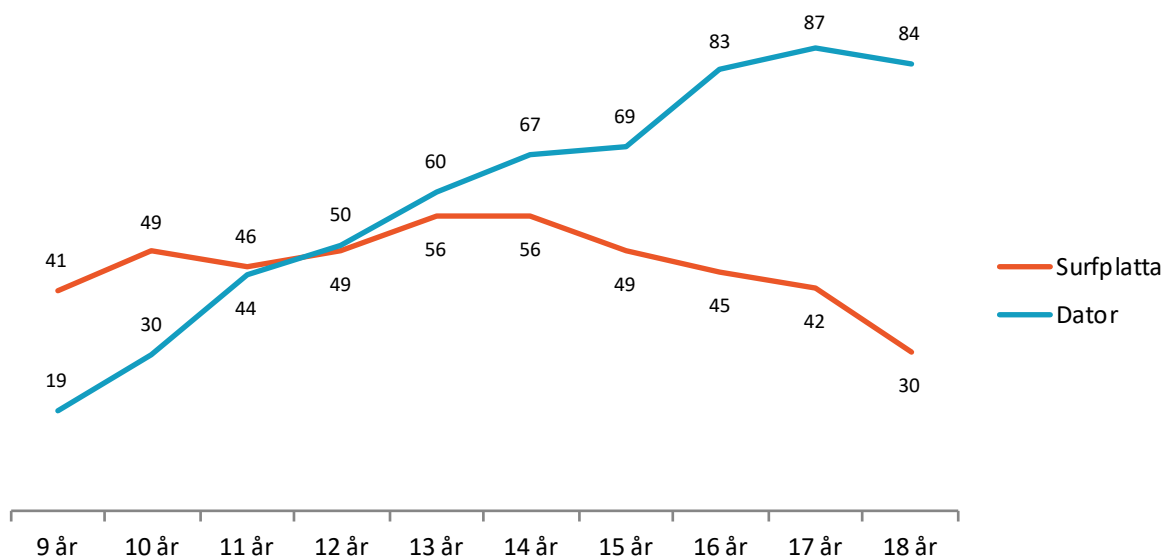
Som framgår av diagrammet ovan ökade andelarna individer som äger antingen en dator eller en surfplatta mellan 2012 och 2014 och i de båda yngre åldersintervallen ytterligare till 2016 för att sedan minska i dessa båda åldersgrupper 2018.

**5 g. Har du tillgång till något av följande hemma: en egen surfplatta, egen dator och/eller egen smartphone, 2012–2018 (%)**



I diagrammet ovan har även smarta telefoner inkluderats. Det kan konstateras att med undantag för en kraftig ökning av innehavet av digitala skärmar bland 9–12, 2012–2014, har de olika åldersintervallen befunnit sig på mycket likartade nivåer. Den totala tillgången till någon form av digital skärm har alltså inte minskat, varför man får anta att det är de allt smartare mobilerna som i allt högre utsträckning kommit att fylla behoven av digital teknik.

**5 h. Har du tillgång till något av följande hemma: en egen surfplatta, en egen dator, 2018 (%)**



Det är idag vanligare att barn har en egen surfplatta upp till 12 års ålder, då datorerna blir vanligare. Spekulativt kan den åldersbetingade övergången från platta till dator förklaras med att skolarbete ställer allt större krav på textproduktion ju äldre barnen blir. En annan tänkbar förklaring är att digitala spel riktade till en tonårspublik generellt har högre prestandakrav på hårdvaran än spel för yngre.

**6. Vilka appar använder du oftast? (%)**

Den första procentangivelsen i tabellerna nedan visar hur stor del av hela populationen som använder appen ifråga, talet inom parentes hur stor andel av de som använder appar som använder just denna.

**6 b. Appar topp fem 9–12 år, kön. (%)**

9–12, samtliga	Pojkar	Flickor
Youtube 61 % (65 %)	Youtube 64 % (70 %)	Youtube 58 % (60 %)
Snapchat 45 % (48 %)	Snapchat 36 % (40 %)	Snapchat 54 % (57 %)
Instagram 27 % (30 %)	Instagram 20 % (22 %)	Instagram 35 % (37 %)
Tiktok 14 % (15 %)	Spotify 14 % (16 %)	Tiktok 25 % (27 %)
Spotify 13 % (14 %)	Fortnite 8 % (8 %)	Netflix 14 % (14 %)

Bland 9–12 använder 93 % appar, 90 % av pojkarna och 95 % av flickorna.

### 6 c. Appar topp fem 13–16 år, kön. (%)

13–16, samtliga	Pojkar	Flickor
Snapchat 85 % (87 %)	Snapchat 79 % (83 %)	Snapchat 90 % (91 %)
Instagram 79 % (81 %)	Instagram 67 % (71 %)	Instagram 89 % (89 %)
Youtube 60 % (62 %)	Youtube 66 % (62 %)	Youtube 55 % (56 %)
Spotify 36 % (37 %)	Spotify 29 % (31 %)	Spotify 42 % (43 %)
Netflix 18 % (19 %)	Facebook 16 % (17 %)	Netflix 23 % (23 %)

Bland 13–16 använder 96 % appar, 93 % av pojkarna och 98 % av flickorna.

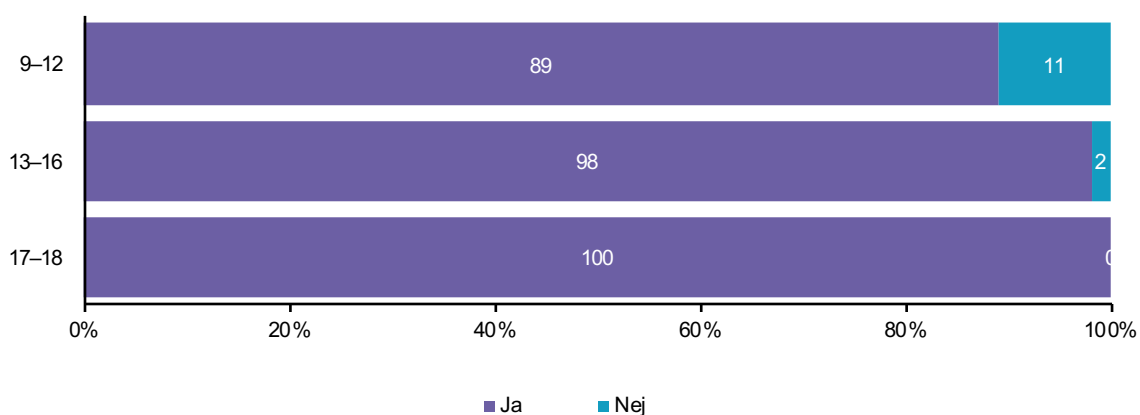
### 6 d. Appar topp fem 17–18 år, kön. (%)

17–18, samtliga	Pojkar	Flickor
Snapchat 83 % (86 %)	Snapchat 78 % (80 %)	Instagram 89 % (92 %)
Instagram 79 % (82 %)	Instagram 68 % (70 %)	Snapchat 87 % (91 %)
Facebook 43 % (44 %)	Youtube 48 % (49 %)	Facebook 45 % (47 %)
Youtube 42 % (44 %)	Facebook 40 % (41 %)	Spotify 39 % (41 %)
Spotify 38 % (39 %)	Spotify 35 % (37 %)	Youtube 37 % (38 %)

Bland 17–18 använder 97 % appar, 97 % av pojkarna och 96 % av flickorna.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Som framgår av tabellerna ovan är det vanligt med påtagliga könsskillnader när det gäller i vilken grad man använder olika appar och olika åldersgruppers användning skiljer sig också åt. Användningen av *Facebook* via appen tycks öka med stigande ålder, vilket är i linje med resultaten på övriga frågor om sociala medier. Apparna är i huvudsak kopplade till sociala medier, förutom *Netflix* och *Spotify* samt spelet *Fortnite* (som dock endast finns med bland pojkar 9–12).

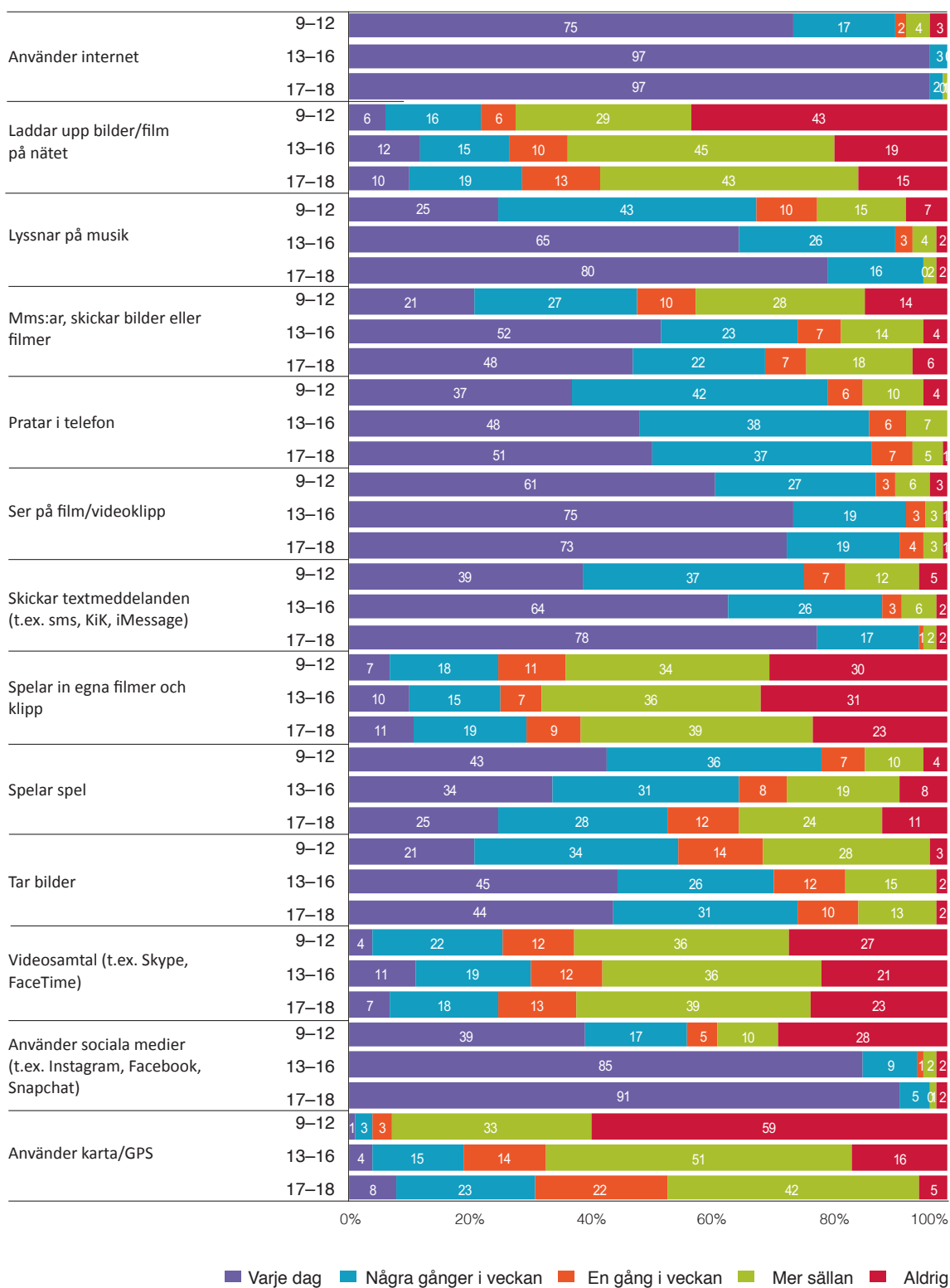
## 7. Använder du mobiltelefon? (%)



Det är inte särskilt förvånande att mobilanvändningen ligger på samma nivåer som innehavet. Användningen är i det närmaste hundra procentig i de äldre åldersintervallen.

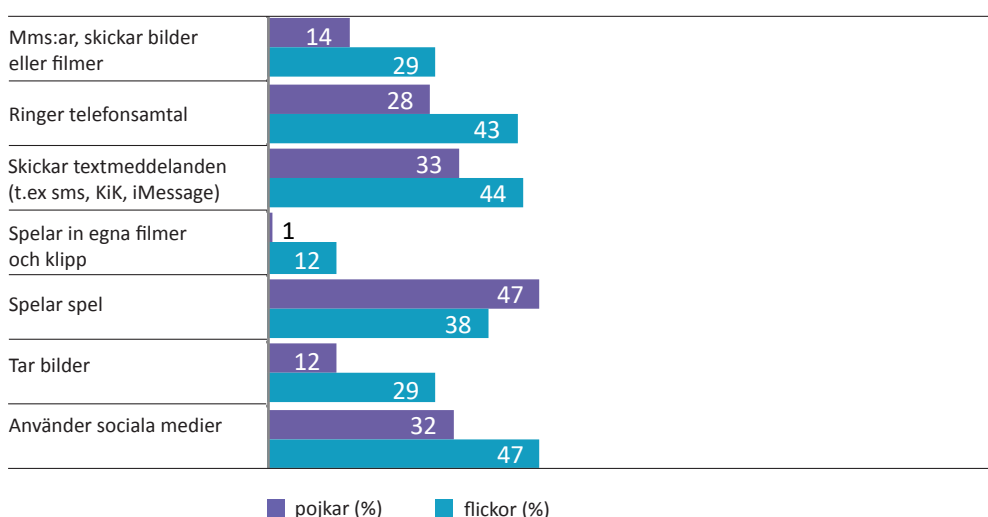
## 8. Hur ofta gör du följande på mobiltelefonen? (%)

(Endast användare)

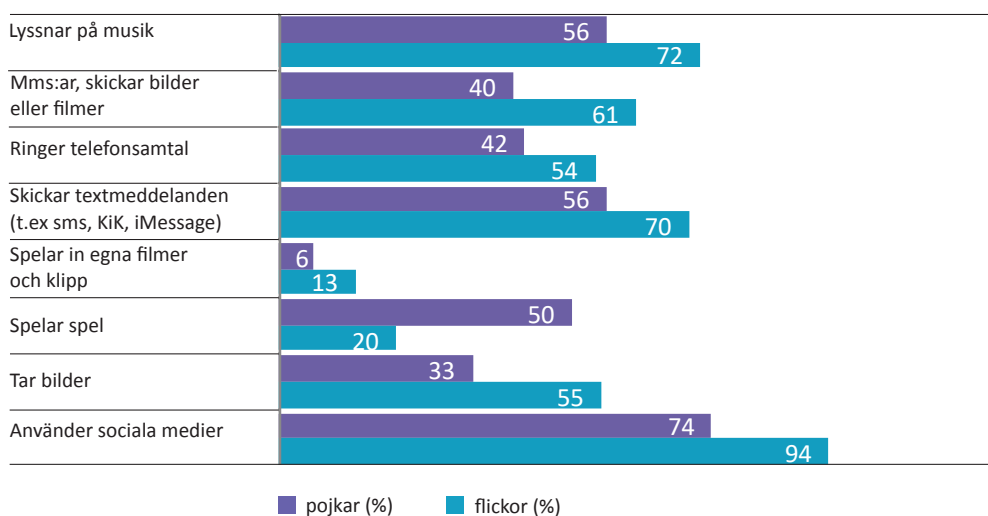


Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Diagrammet visar att frekvensen för de olika användningsområdena generellt ökar med ålder. Det finns dock vissa undantag, särskilt tydligt är det när det gäller att spela spel på mobilen, där spelandefrekvensen tvärtom minskar med stigande ålder. Värt att notera är också att mobiltelefonens ursprungliga funktion, dvs. att ringa telefonsamtal, inte är det mest frekventa användningsområdet. Den vanligaste dagliga aktiviteten i alla åldersgrupper är använda internet, vilket inte är överraskande eftersom det är en förutsättning för många andra aktiviteter på mobilen. Bortsett från denna funktion finns vissa skillnader mellan åldersgrupperna: i intervallet 9–12 är den vanligaste dagliga aktiviteten att titta på film/videoklipp följt av att spela spel. I de båda tonårsgrupperna är användning av sociala medier den vanligaste dagliga aktiviteten, följt av att titta på film/videoklipp bland 13–16 respektive lyssna på musik bland 17–18.

### 8 b. Gör varje dag på mobilen, 9–12 år, kön (%)



### 8c gör varje dag på mobilen, 13-16 år, kön (%)

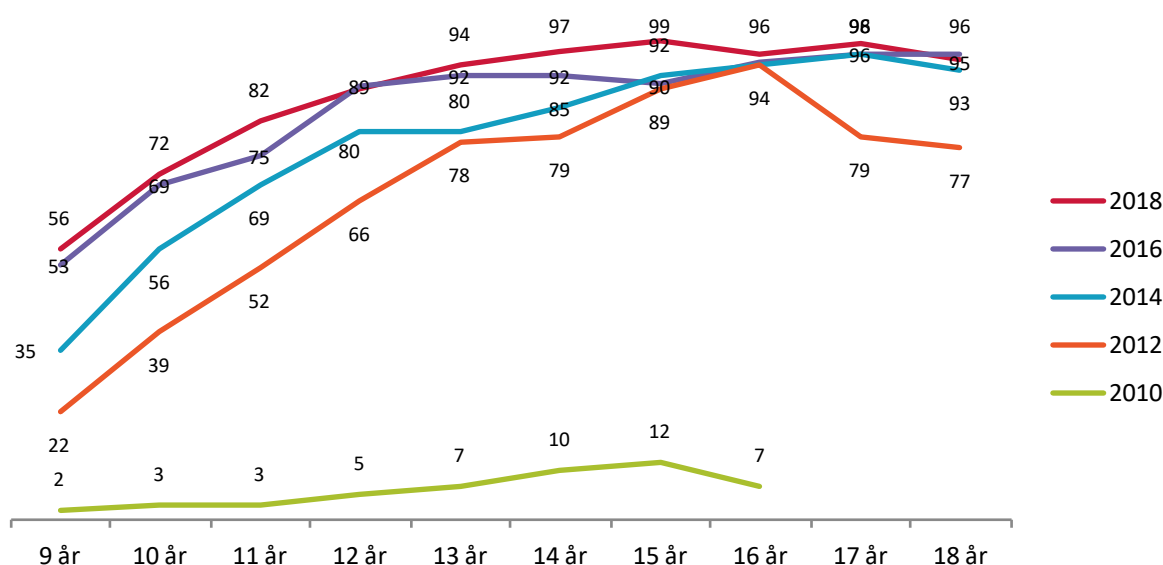


De båda diagrammen ovan visar att det finns påtagliga skillnader mellan könen när det gäller mobilanvändningen. Både bland 9–12 och 13–16 är det t.ex. betydligt högre andelar flickor som uppger att de gör saker varje dag: det gäller sms, telefonsamtal, mms, ta bilder och att använda sociala medier. Undantaget är att spela spel vilket pojkar uppger i betydligt högre grad att de gör varje dag.

Även bland 17–18 är mönstret liknande med mindre avvikelser.

Användningen bland 13–16 med psykiska funktionsnedsättningar är generellt påtagligt mer frekvent än genomsnittets, det gäller i stort sett alla ovanstående användningsområden. Bland 17–18 med psykiska funktionsnedsättningar är det mer varierande, men när det gäller att spela spel på mobilen är skillnaden hela 28 procentenheter (mer) jämfört med genomsnittet (bland 13–16 är skillnaden 14 procentenheter).

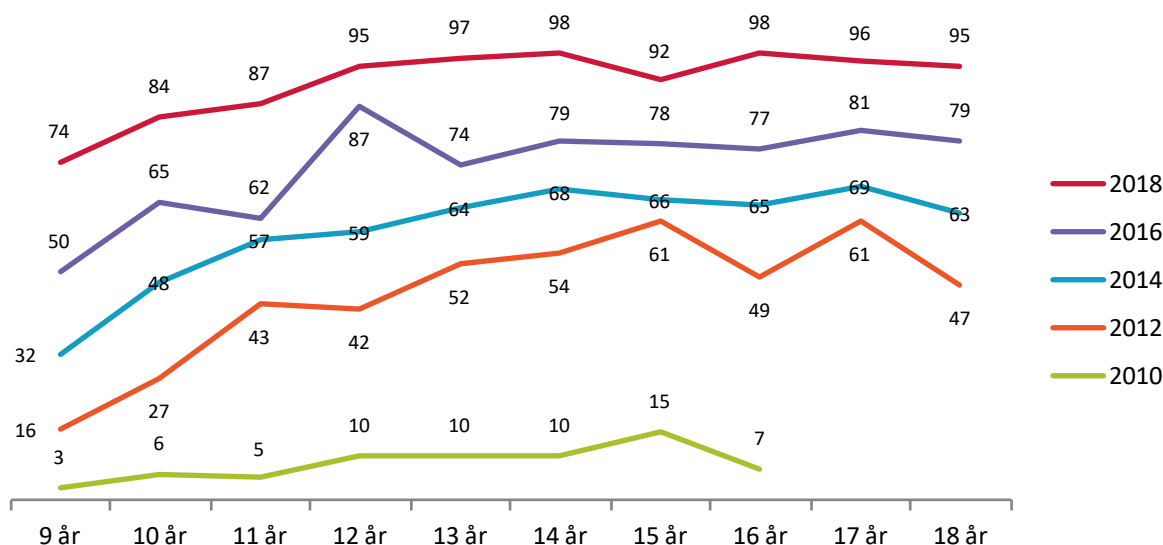
#### 8 d. Vad brukar du använda mobilen till? Internet 9–18. 2010–2018 (%)



Den explosionsartade utvecklingen av internetanvändning i mobilen som ägde rum mellan 2010 och 2012 har saktat av, men användningen ökar om än i minskad takt. Som framgår av diagrammet ovan har internetanvändningen i mobilen bland de äldsta respondenterna inte förändrats nämnvärt i de tre senaste undersökningarna. Däremot ökar den fortfarande bland barn under 16 år. Det kan också noteras att andelen användare av internet i mobilen idag är ungefär densamma mellan 13 och 18 års ålder. I tidigare insamlingar låg de yngre barnen betydligt lägre än de äldre. Användningen av internet i mobilen är med all sannolikhet kraftigt länkad till det ökade innehavet av smarta mobiler och allt billigare datatrafik i mobilabonnemangen.



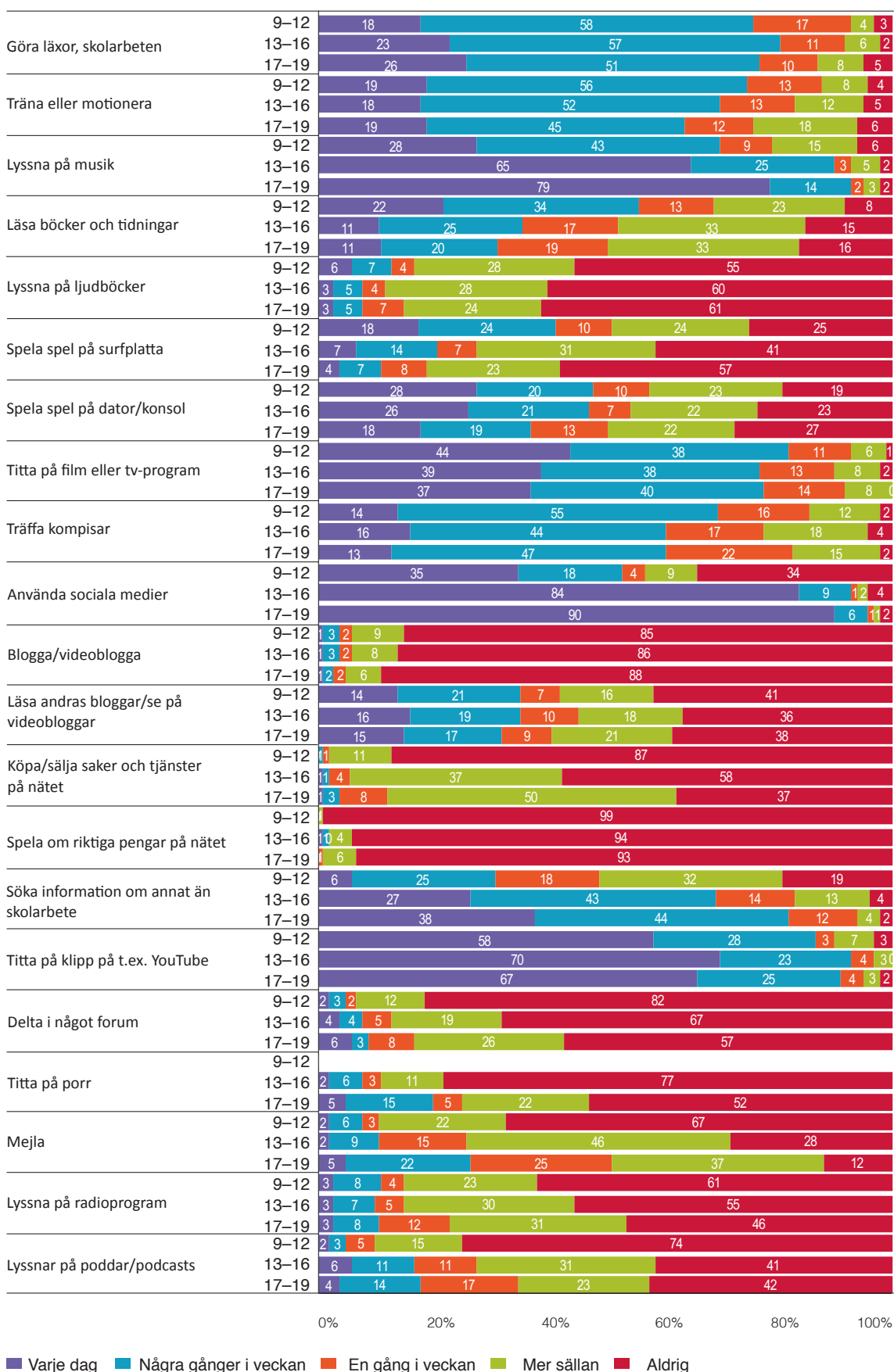
**8 e. Vad brukar du använda mobilen till? Titta på film/videoklipp 9–18. 2010–2018 (%)**



Även att titta på film/videoklipp i mobilen är en aktivitet som har ökat mycket kraftigt sedan 2010 och är nu något som nästan alla över 11 år gör. Tittandet ökar med stigande ålder, men skillnaden mellan 9-åringarna och 18-åringarna är mindre än någonsin. Också denna utveckling beror i hög utsträckning på den ökade tillgången till smarta mobiler samt mobilt internet och följer också en snarlik utvecklingskurva: en kraftfull ökning 2010–2012, vilken följs av en fortsatt, men något mindre dramatisk ökning 2012–2018. Ett kuriosum är att fler bland de yngre anger att de ser på filmer och klipp än som anger att de använder internet. Det går visserligen att se på filmer man själv spelat in, utan uppkoppling, men sannolikt sker det mesta tittandet online. En stor del av respondenterna anger alltså att de inte använder internet i mobilen, trots att de med all sannolikhet gör det.<sup>3</sup> Detta understryker hur transparent internetanvändning har blivit: det är helt enkelt svårt att veta om man är online eller offline.

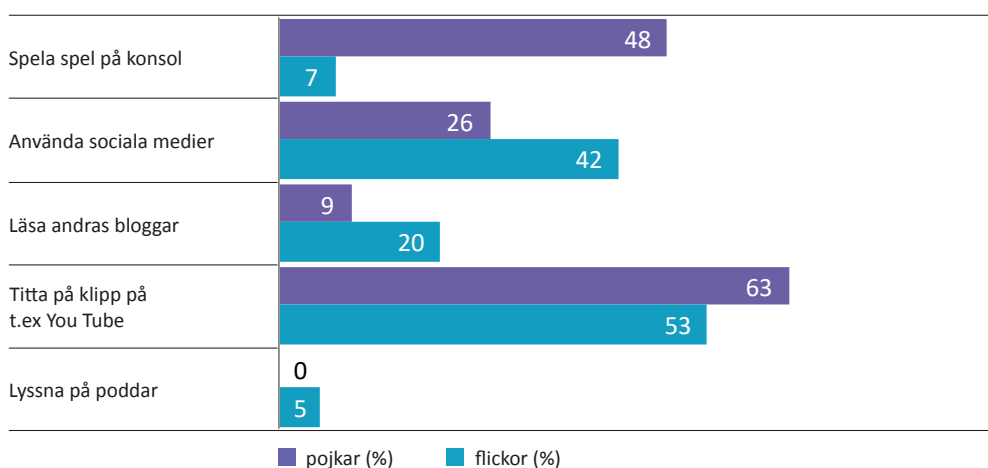
<sup>3</sup> Exempelvis uppger 74 % av 9-åringarna att de ser på film/videoklipp i mobilen, men bara 56 % att de använder internet i densamma.

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



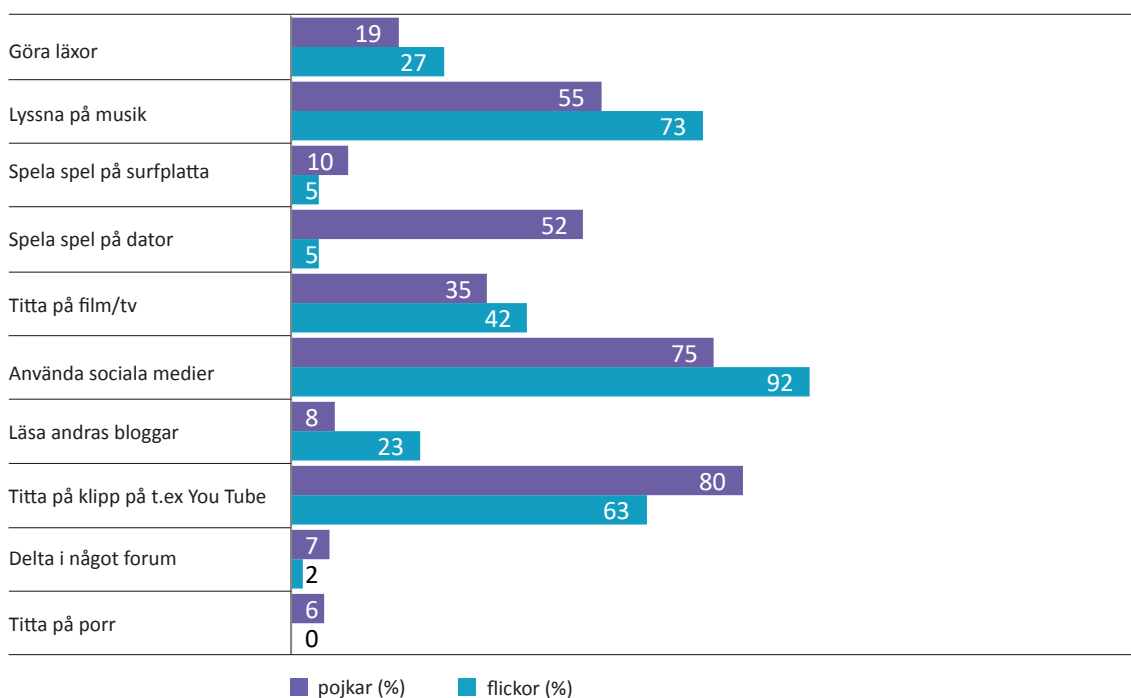
Frågan är tänkt att ge en bild av medieanvändningens frekvens i förhållande till andra aktiviteter utanför skoltid. Att ägna sig åt sociala medier är en av de vanligaste dagliga aktiviteterna, liksom att lyssna på musik och titta på klipp på YouTube. 9–12 ligger generellt lägre än de äldre åldersgrupperna – utom när det gäller att läsa böcker och tidningar (även ljudböcker), spela olika sorters spel och att titta på film eller tv-program. Medan spelande på dator och konsol är någorlunda jämnt fördelat mellan åldersgrupperna, spelar de yngsta oftare spel på mobil och surfplatta. Den största skillnaden gäller användningen av sociala medier där 84 % (13–16) respektive 90 % (17–18) uppger att de gör detta varje dag jämfört med 35 % bland 9–12. Detta är mönster som även fanns i föregående mätning.

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



Diagrammet visar att det finns påtagliga könsskillnader när det gäller fritidsaktiviteter. Det är t.ex. betydligt fler pojkar som anger att de spelar spel varje dag och det är betydligt fler flickor som använder sociala medier varje dag.

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



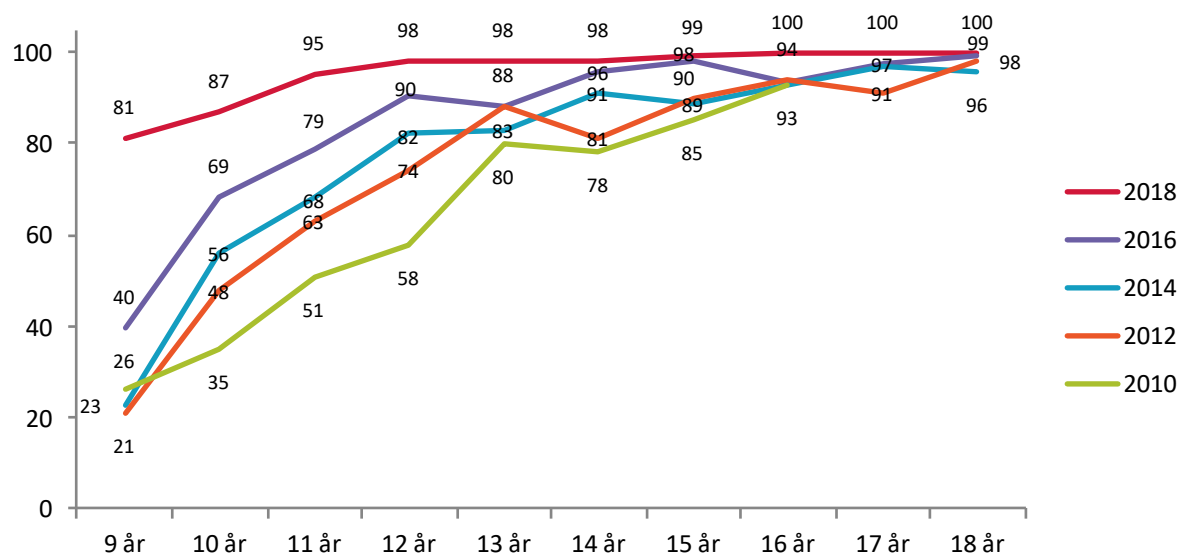
I 13–16-årsåldern finns det fler könsskillnader, mest markant är det när det gäller att spela spel på dator där det skiljer hela 47 procentenheter mellan pojkar och flickor (spelar varje dag).

När det gäller barn med funktionsnedsättningar syns flera skillnader jämfört med genomsnittet. 13–16 med fysiska funktionsnedsättningar läser oftare böcker och tidningar, spelar oftare spel på surfplatta och dator/konsol, tittar oftare på film/tv, lyssnar oftare på radio och använder sociala medier oftare. De träffar dock kompisar (utanför nätet) mer sällan.

13–16 med psykiska funktionsnedsättningar uppvisar ett liknande mönster, med mer frekvent spelande, de tittar också oftare på klipp på YouTube. Liksom de med fysiska funktionsnedsättningar träffar de kompisar (utanför nätet) mindre frekvent än genomsnittet. 17–18 med psykiska funktionsnedsättningar spelar också mer frekvent, liksom tittar på klipp på YouTube samt träffar kompisar (utanför nätet) mindre frekvent än genomsnittet.

Den ökning av den dagliga användningen av sociala medier som syns i tidigare undersökningar har avstannat bland de yngsta (en ökning med en procentenhet jämfört med 2016) och de äldsta (en minskning med tre procentenheter). Däremot har andelen 13–16-åringar som använder sociala medier dagligen ökat med nio procentenheter från 75 % till 84 %.

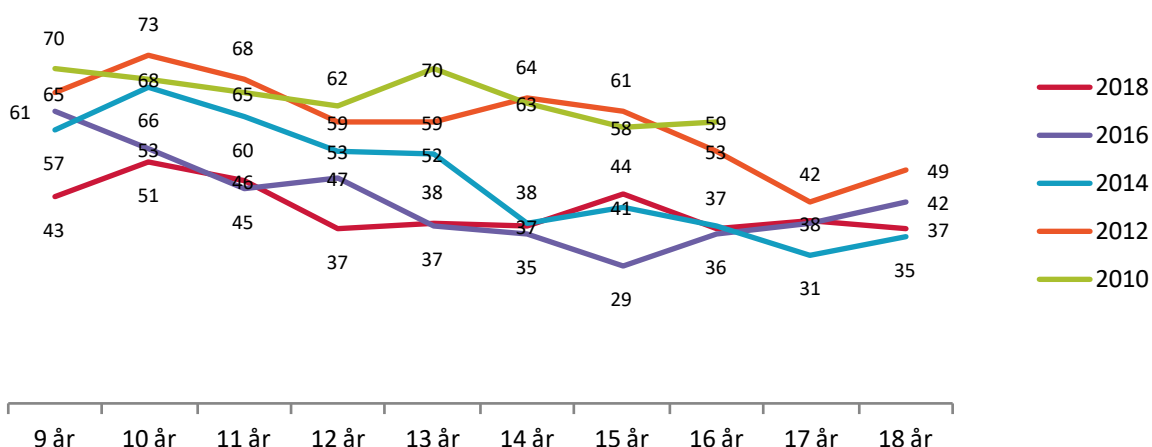
### 9 d. Använder mobiltelefon varje dag 2010–2018 (%)<sup>4</sup>



Bland de äldsta har inte den dagliga mobilanvändningen ökat nämnvärt de sista åren – det är helt enkelt svårt att få någon större ökning när användandet sedan tidigare ligger över 95 %. Återigen är det bland de yngre som mobilanvändningen fortfarande ökar. Som illustration kan nämnas att den dagliga mobilanvändningen numera ligger på samma nivå för 12-åringar som den var för 18-åringar för bara två år sedan.

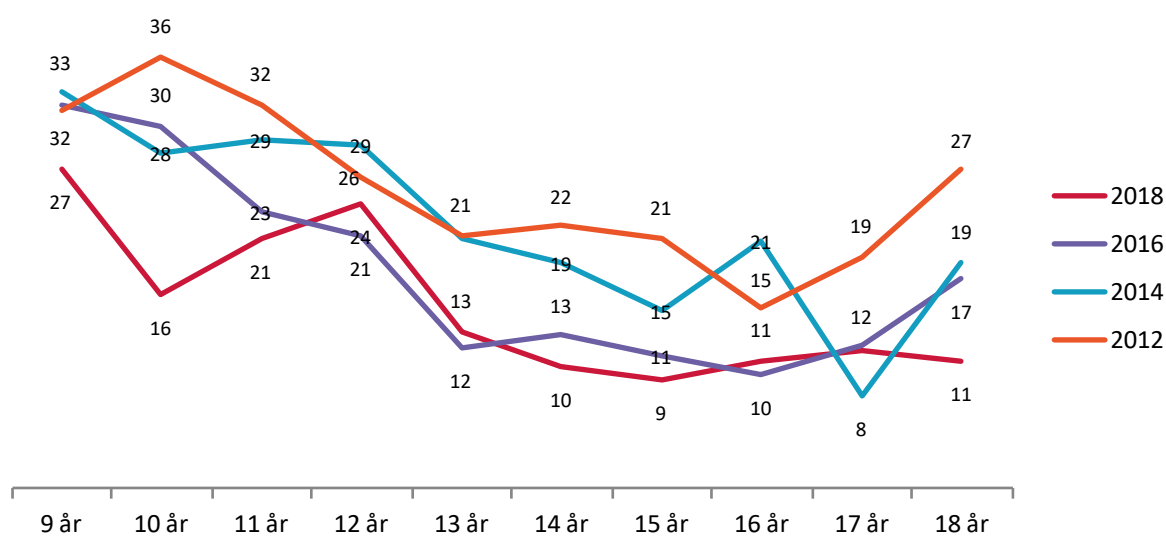
<sup>4</sup> Detta diagram är baserat på data från fråga 10: "Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid: använda mobilen?".

### 9 e. Tittar på film och/eller tv-program varje dag 2010–2018 (%)



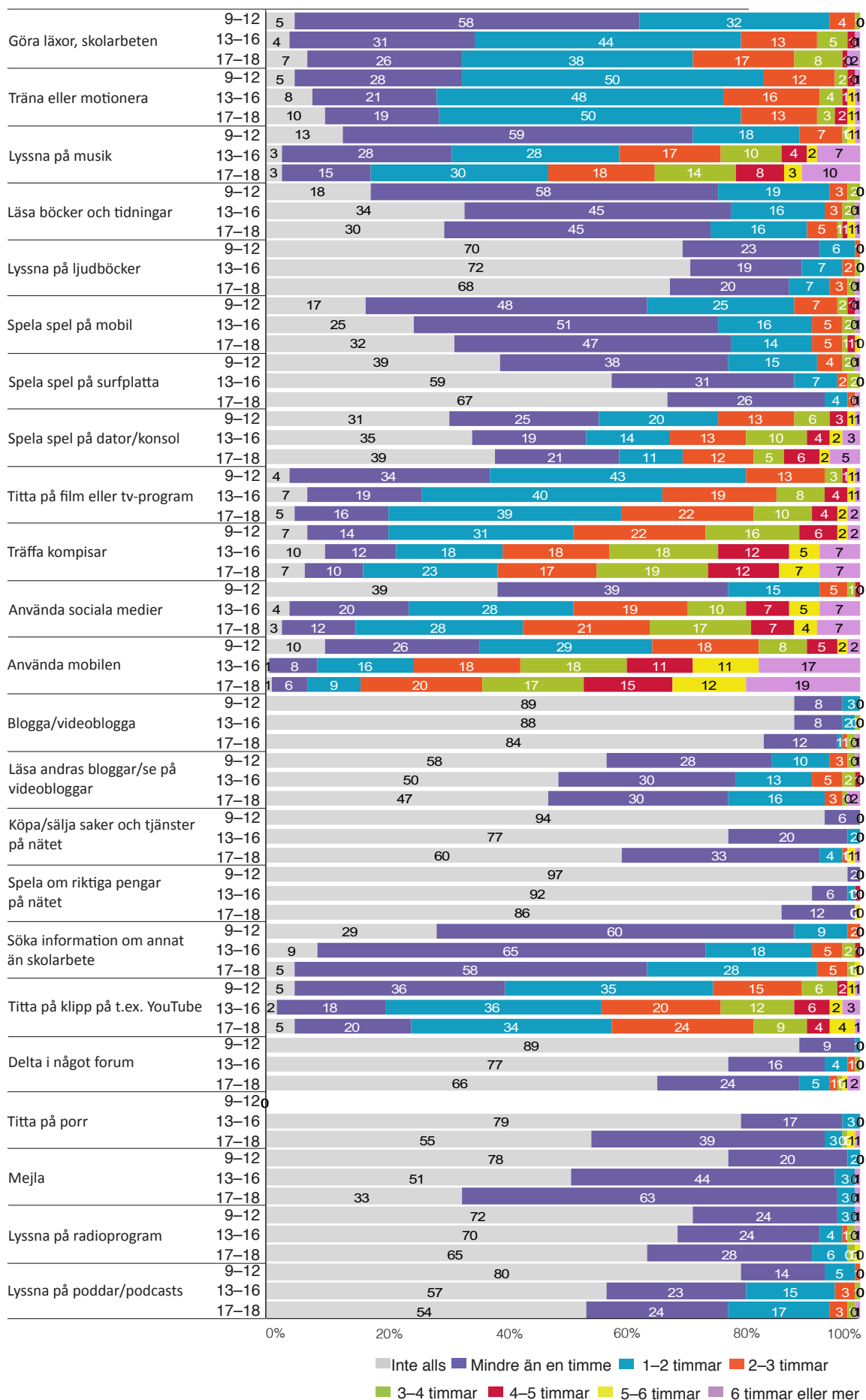
Medan tittandet på filmer och tv-program var i stort sett oförändrat mellan undersökningarna 2010 och 2012, har det sedan dess minskat i samtliga åldersgrupper. Mest påtaglig är minskningen i de lägre tonåren, medan tittandet legat på ungefär samma nivå bland 17–18 under de tre senaste datainsamlingarna. Även i detta åldersintervall har dock det dagliga tittandet minskat sedan 2014. Observera att frågan inte gäller aktiviteten att titta på tv, vilket givet dagens medietekniska situation med ett allt mer omfattande tittande på olika streaming- och on-demand-tjänster är både svårtolkat och svårdefinierat. Frågan avser medieinnehållen film och tv-program, inte vilken teknisk plattform man konsumerar dessa innehåll på.

### 9 f. Läser böcker och/eller tidningar varje dag 2012–2018 (%)



Det går också att urskilja en tydlig minskning i den dagliga läsningen av tidningar och böcker i samtliga de fyra datainsamlingar som frågat om detta: Generellt sjunker den dagliga läsningen ju äldre barnen är. I diagrammet ovan framgår att läsandet minskar från år till år. Även andelen barn som anger att de aldrig läser har ökat under perioden, dock inte i samma utsträckning.

## 10. 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, musiklyssning 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 musiklyssnande 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 traditionellt definierats i *Ungar & medier* – de som använder ett medium mer än 3 timmar/dag – sedan några år tappat relevans. 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.

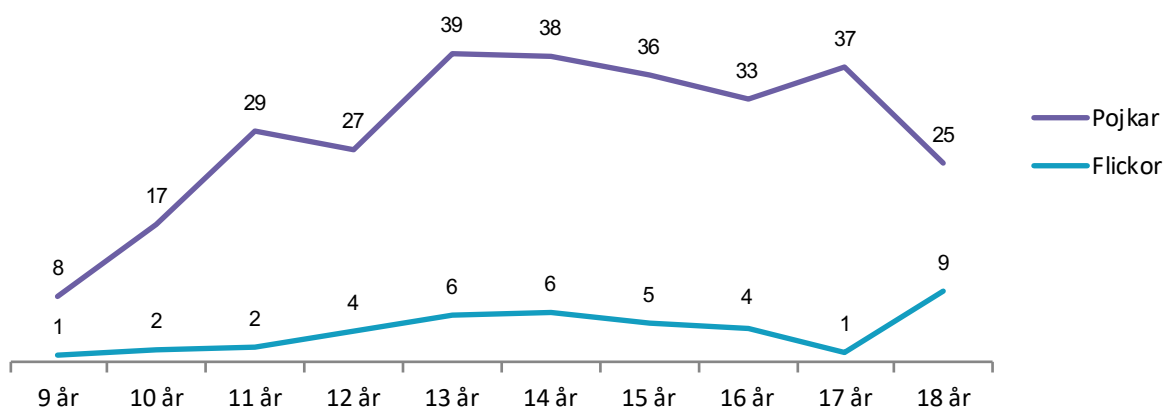
Det är större andelar bland de med fysiska funktionsnedsättningar – observera att nedanstående endast gäller 13–16 – som uppger att de tittar på film eller tv-program 4–5 timmar per dag (15 % jämfört med 3 % bland de utan fysiska funktionsnedsättningar). Det är betydligt fler i denna grupp som svarar att de inte alls träffar kompisar hemma hos varandra, inte på nätet (28 % jämfört med 9 % bland de utan fysiska funktionsnedsättningar). Det är också fler i denna grupp som uppger att de använder mobilen mindre än en timme per dag (22 % jämfört med 7 %), tittar på klipp på t.ex. *YouTube* mindre än en timme per dag (29 % jämfört med 18 %). Det är samtidigt färre som uppger att de inte alls tittar på porr (65 % jämfört med 80 %).

När det gäller 13–16 och de med psykiska funktionsnedsättningar syns också skillnader. Det gäller bl.a. att lyssna på musik där en betydligt större andel uppger att de gör det mer än 6 timmar per dag (17 % jämfört med 6 %), det samma gäller att spela spel på dator/konsol mer än 6 timmar per dag (8 % jämfört med 3 %). Det är också en lägre andel i denna grupp som svarar att de inte alls spelar spel på dator/konsol. Även bland de med psykiska funktionsnedsättningar är det fler som inte alls träffar kompisar hemma hos varandra eller ute (15 % jämfört med 10 %). Det är större andelar som svarar att de använder sociala medier mer än 6 timmar per dag (17 % jämfört med 6 %), mobilen mer än 6 timmar per dag (31 % jämfört med 16 %), tittar på klipp på t.ex. *YouTube* mer än 6 timmar per dag (7 % jämfört med 2 %). Det är även lägre andelar som svarar att inte alls tittar på porr (65 % jämfört med 81 %).

Bland 17–18 syns också flera skillnader avseende psykiska funktionsnedsättningar och medieanvändning. Även i denna grupp är det betydligt fler som uppger att de lyssnar på musik mer än 6 timmar per dag (22 % jämfört med 7 %). Det är en betydligt mindre andel som uppger att man inte alls spelar spel på mobil (8 % jämfört med 35 %). Det samma gäller spel på dator/konsol (23 % jämfört med 42 %) och här är det också en påtagligt större andel som uppger att de spelar mer än 6 timmar per dag (15 % jämfört med 3 %). I denna grupp är det liksom bland 13–16 fler som uppger att de inte alls träffar kompisar utanför internet, men här är det samtidigt en större andel som uppger att de gör detta 6 timmar eller mer en vanlig dag (17 % jämfört med 6 %). Det är större andelar som uppger att de använder sociala medier mer än 4 timmar per dag och en kraftig skillnad vad avser mobilanvändning mer än 6 timmar per dag (37 % jämfört med 16 %). Gruppen ägnar också överlag mer tid åt att titta på klipp på t.ex. *YouTube*.



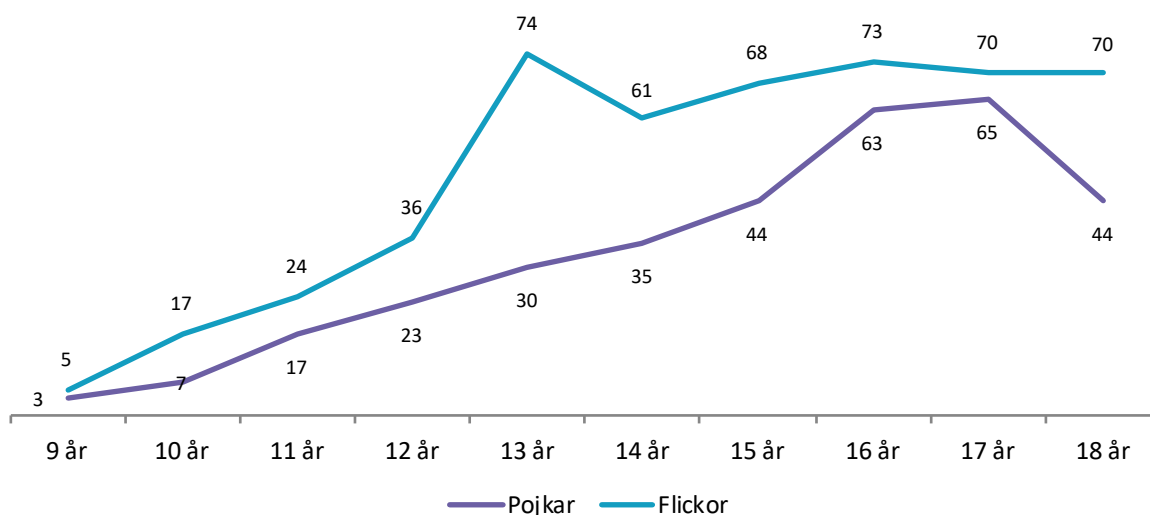
### 10 b. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag, kön, 2018 (%)



Andelen högkonsumenter av dator/tv-spel är konsekvent, liksom i tidigare studier, större bland pojkar än bland flickor. I tidigare studier har könsskillnaderna i spelande blivit stora först i 12-årsåldern, men nu accentueras de redan vid 10 år. I *Ungar & medier 2017* kulminerade pojkars spelande vid 16 års ålder, då nästan varannan (47 %) spelade minst 3 timmar/dag. Nu når pojkarnas spelande sin högsta nivå redan vid 13 år, för att sedan minska vid 16 års ålder, medan andelen flickor som spelar så mycket inte varierar i någon särskild utsträckning med ålder. Samma könsuppdelning av spelandet återfinns i tidigare undersökningar.

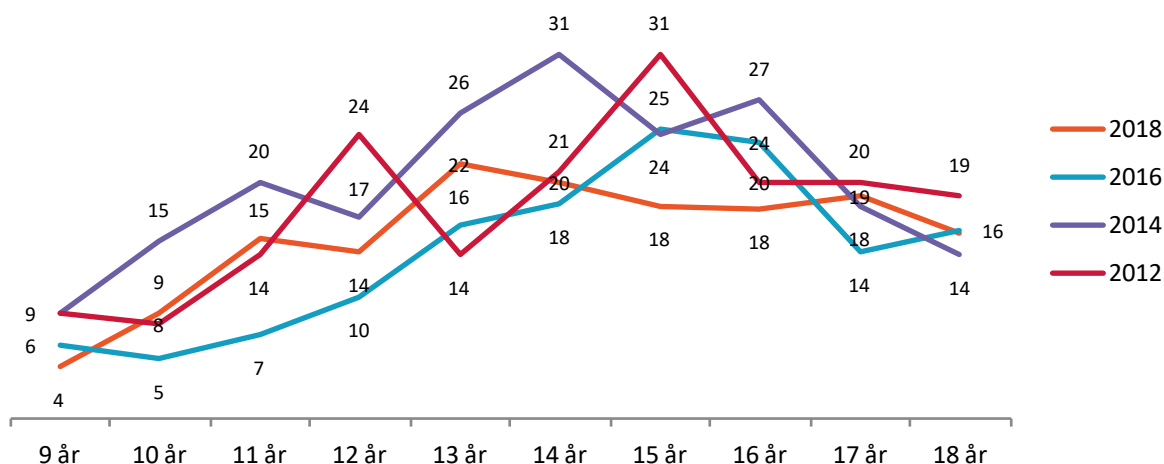
Några tydliga könsskillnader avseende omfattningen av internetanvändning föreligger inte.

### 10 c. Använder mobil, mer än 3 timmar/dag, kön, 2018 (%)



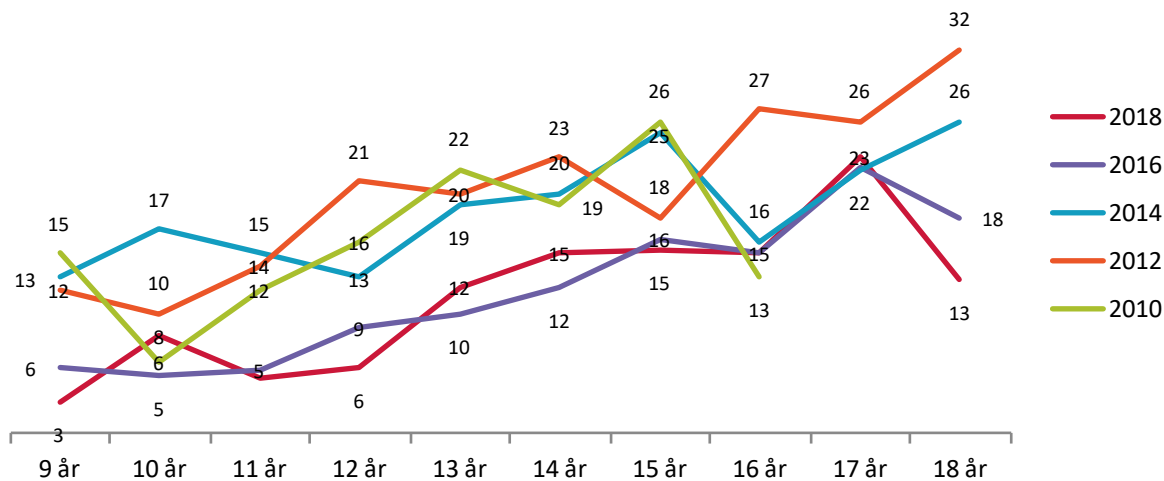
Liksom i tidigare studier kan en liknande utveckling – att könsskillnaderna ökar med stigande ålder – skönjas avseende mobilanvändning, där flickor, från 10 års ålder, konsekvent ägnar mer tid åt mobilen, jämfört med vad pojkar gör. Andelen flickor som använder mobilen mer än tre timmar/dag kulminerade i *Ungar & medier 2017* vid 15 års ålder (76 %). I årets undersökning är det 13-åriga flickor som är de flitigaste mobilanvändarna (74 %). För pojkarnas del har användningen ökat i 16–17-årsåldern, men i övrigt är skillnaderna mot föregående undersökning små.

**10 e. Spelar datorspel/tv-spel mer än 3 timmar/dag, 2012–2018 (%)**



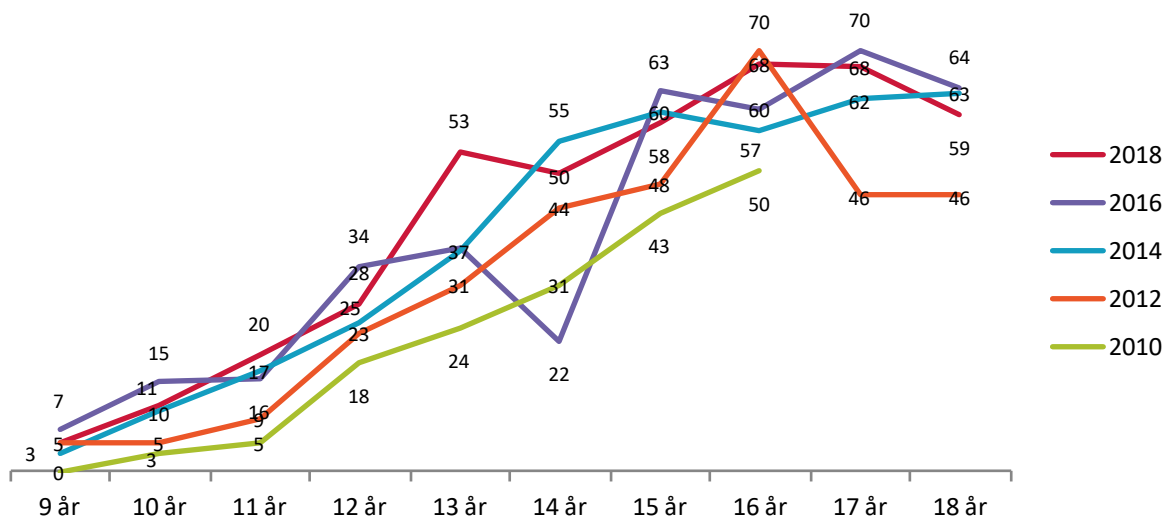
Utvecklingen av spelandet är svårtolkad. Medan det kunde iakttas en svag ökning av andelen högkonsumenter mellan 2012 och 2014 sjönk den påtagligt 2016 för att sedan öka något bland 10–14-åringar och minska bland 15–16-åringar. När det gäller hur andelen högkonsumenter utvecklas med barnens ålder fanns tidigare en tendens att spelandet ökade till 14–16-årsåldern för att sedan avta. Nu kulminerar andelen som spelar mer än tre timmar/dag vid 13 års ålder.

**10 f. Tittar på film/tv mer än 3 timmar/dag, 2010–2018 (%)**



Det har redan konstaterats att tittandet på film och tv-program minskat något avseende hur ofta man tittar (se diagram 9 e). Även när det gäller hur lång tid man tittar går det att iakttä en tydlig minskning över tid, även om minskningen verkar ha avstannat sedan 2016. Bland 12-åringarna är det mindre än en tredjedel som tittar mer än 3 timmar/dag jämfört med 2012.

### 10 g. Använder mobilen mer än 3 timmar/dag 2010–2018 (%)

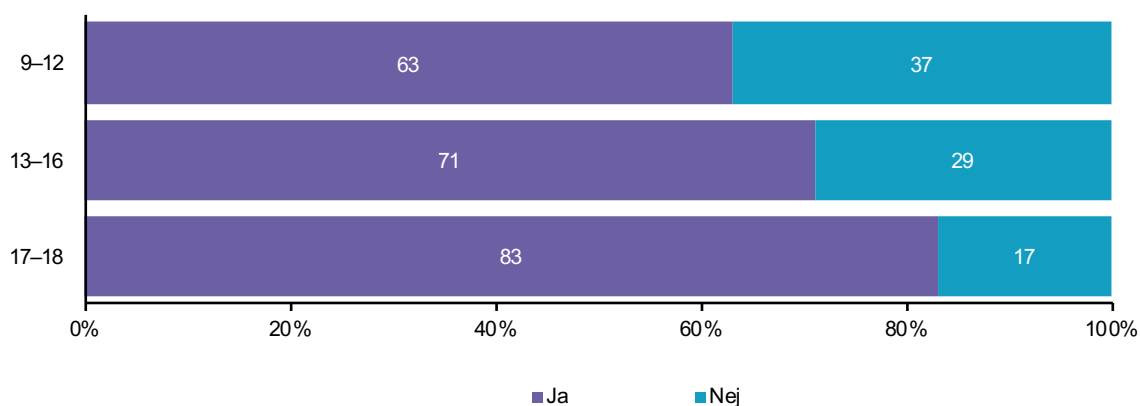


Fram till 2014 ökade andelen unga som använder mobilen mer än 3 timmar/dag stadigt. Från 2016 har denna ökning avmattats. I årets undersökning är det bara två årskullar som ligger högre än i tidigare undersökningar, 11-åringar och 13-åringar.

Som nämnts ovan är begreppet högkonsumenter, så som det definierats i tidigare *Ungar & medier*-studier, inaktuellt eftersom andelen högkonsumenter avseende internet och mobiltelefoni från 12–13-årsåldern överstiger 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.

## 11. Brukar du ta del av nyheter? (%)

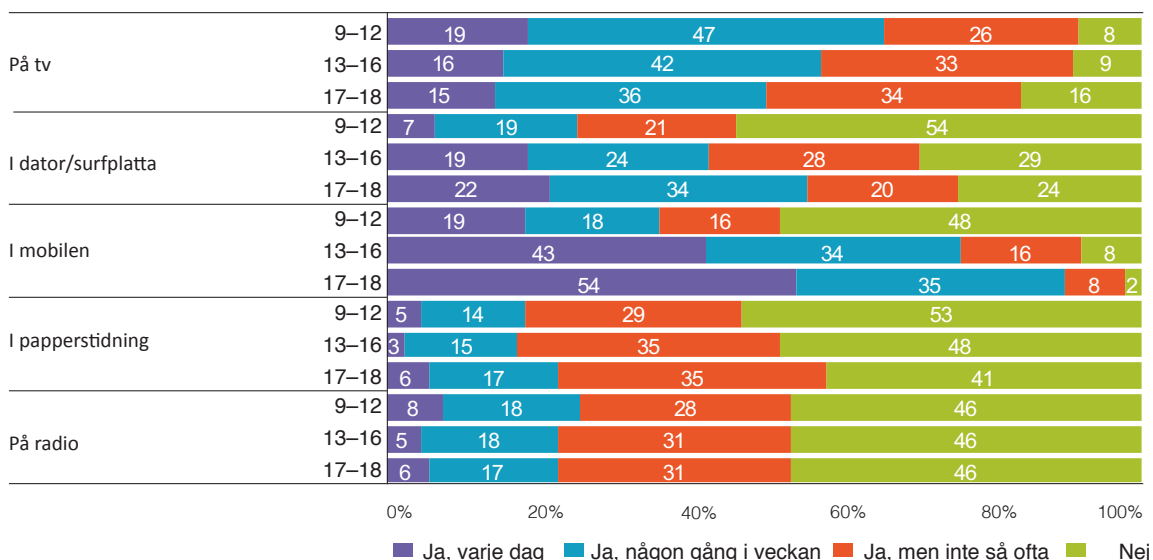


Andelen som tar del av nyheter ökar med stigande ålder.<sup>5</sup> Jämfört med föregående mätning har andelen som tar del av nyheter bland 9–12 minskat med tre procentenheter. I de äldre åldersgrupperna har andelarna istället ökat något. Det är något vanligare (cirka 5 procentenheter) att flickor tar del av nyheter än pojkar i de båda lägre åldersintervallen men bland 17–18 är könsskillnaderna marginella.

I båda äldre åldersintervallen tar barn med psykiska funktionsnedsättningar del av nyheter i lägre utsträckning än andra barn: bland 13–16 62 % jämfört med 73 % hos genomsnittet och bland 17–18 77 % jämfört med 84 % hos genomsnittet.

<sup>5</sup> För en utförligare studie av barns och ungdomars nyhetsanvändning, baserad på bland annat data ur *Ungar & medier*-undersökningen, se vidare Statens medieråd (2019) *Nyhetens behag. Svenska barns och ungdomars nyhetsanvändning*. Stockholm: Statens medieråd. Här diskuteras resultaten även i relation till annan forskning på området.

## 12. I vilka medier brukar du ta del av nyheter? (%)



Observera att de endast är de som svarat att de tar del av nyheter som svarat på denna fråga.

Sedan föregående mätning har svarsalternativet "på radio" tillkommit. I vilken mån detta påverkar svarsmönstret är svårt att avgöra. Möjligen kan det innebära att de övriga svarsalternativen sjunkit något. Oavsett problematiken med exakta jämförelser visar figuren ovan på samma mönster som 2016. Bland de yngsta är tv följt av mobiltelefonen de främsta medierna för att ta del av nyheter, men i de två äldre intervallen dominerar mobilen. Av 17-18-åringarna tar 89 % av nyhetsanvändarna del av nyheter via mobilen dagligen eller någon gång i veckan. Mobilen är överlag den nyhetskälla som används dagligen i högst utsträckning, vilket även var fallet 2016. Andelarna 9-12 som dagligen tar del av nyheter via mobilen har ökat med åtta procentenheter sedan förra mätningen vilket innebär att mobilen nu är en lika vanlig daglig nyhetskälla som tv i denna åldersgrupp (även om tv totalt sett är en vanligare nyhetskälla för 9-12-åringarna). Papperstidningar är överlag det minst använda nyhetsmediet, men radio ligger på nästan samma nivå.

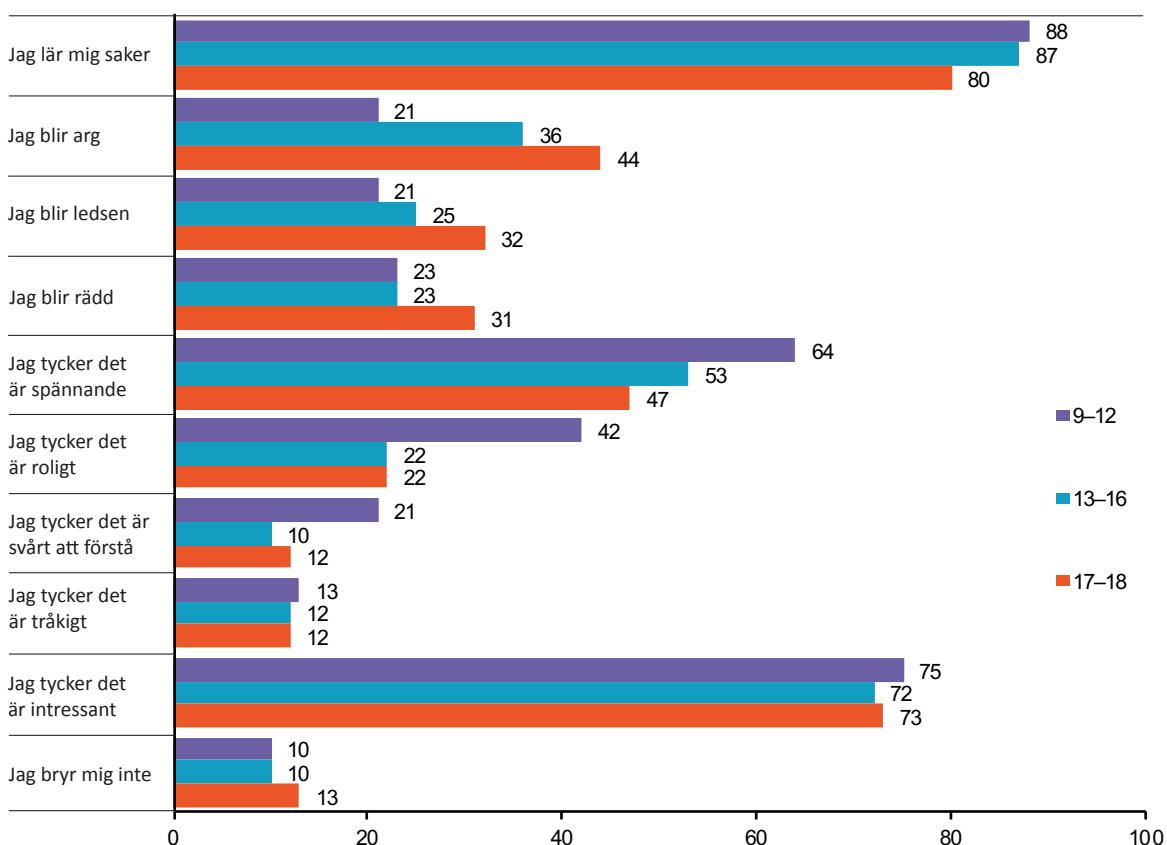
Bland 9-12 tar pojkar del av nyheter på tv varje dag i högre grad än flickorna (26 % jämfört med 13 %). Bland 13-16 tar pojkar i högre grad än flickor del av nyheter via dator/surfplatta, för övrigt finns inga nämnvärda könsskillnader i åldersgruppen. Bland 17-18 är det en betydligt större andel av pojkarna som dagligen tar del av nyheter via dator/surfplatta (29 % jämfört med 14 %) medan flickorna sammantaget tar del av tv-nyheter i högre grad än pojkarna. I intervallet 17-18 är det överlag något vanligare att pojkarna svarar "nej" på de medier som efterfrågas (undantaget radio) vilket innebär att flickorna i åldersgruppen tar del av nyheter via något fler medier än vad pojkarna gör.

Barn med fysiska funktionsnedsättningar tar del av nyheter i ungefär samma grad som andra barn, men det finns några skillnader om man tittar närmare på vilka medier som nyheterna konsumeras genom. I intervallet 13-16 tar barn med fysiska funktionsnedsättningar i betydligt större utsträckning del av nyheter på tv varje dag (36 % jämfört med 15 %), på radio varje dag (12 % jämfört med 5 %), men i lägre utsträckning på mobilen varje dag (32 % jämfört med 43 %).

Barn i åldern 13–16 med psykiska funktionsnedsättningar tar del av nyheter i lägre grad än andra barn i samma ålder. Skillnaden är, som tidigare nämnts, 10 procentenheter (62 % jämfört med 72 %). Även här finns vissa skillnader om man tittar närmare på vilka medier nyheterna konsumeras genom. Barn med psykiska funktionsnedsättningar tar del av nyheter på surfplatta varje dag i högre utsträckning (36 % jämfört med 17 %) och även via mobilen (51 % jämfört med 41 %).

I intervallet 17–18 tar barn med psykiska funktionsnedsättningar del av nyheter i något lägre grad än andra barn (77 % jämfört med 84 %). 17–18 med psykisk funktionsnedsättning tar i lägre utsträckning del av nyheter via surfplatta varje dag (11 % jämfört med 23 %), detsamma gäller via mobilen (26 % jämfört med 58 %). De läser dock nyheter i papperstidning mer frekvent (ja, varje dag: 12 % jämfört med 5 %) och via radio (ja, varje dag: 12 % jämfört med 5 %).

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



Observera att det endast är de som svarat att de tar del av nyheter som svarat på denna fråga.

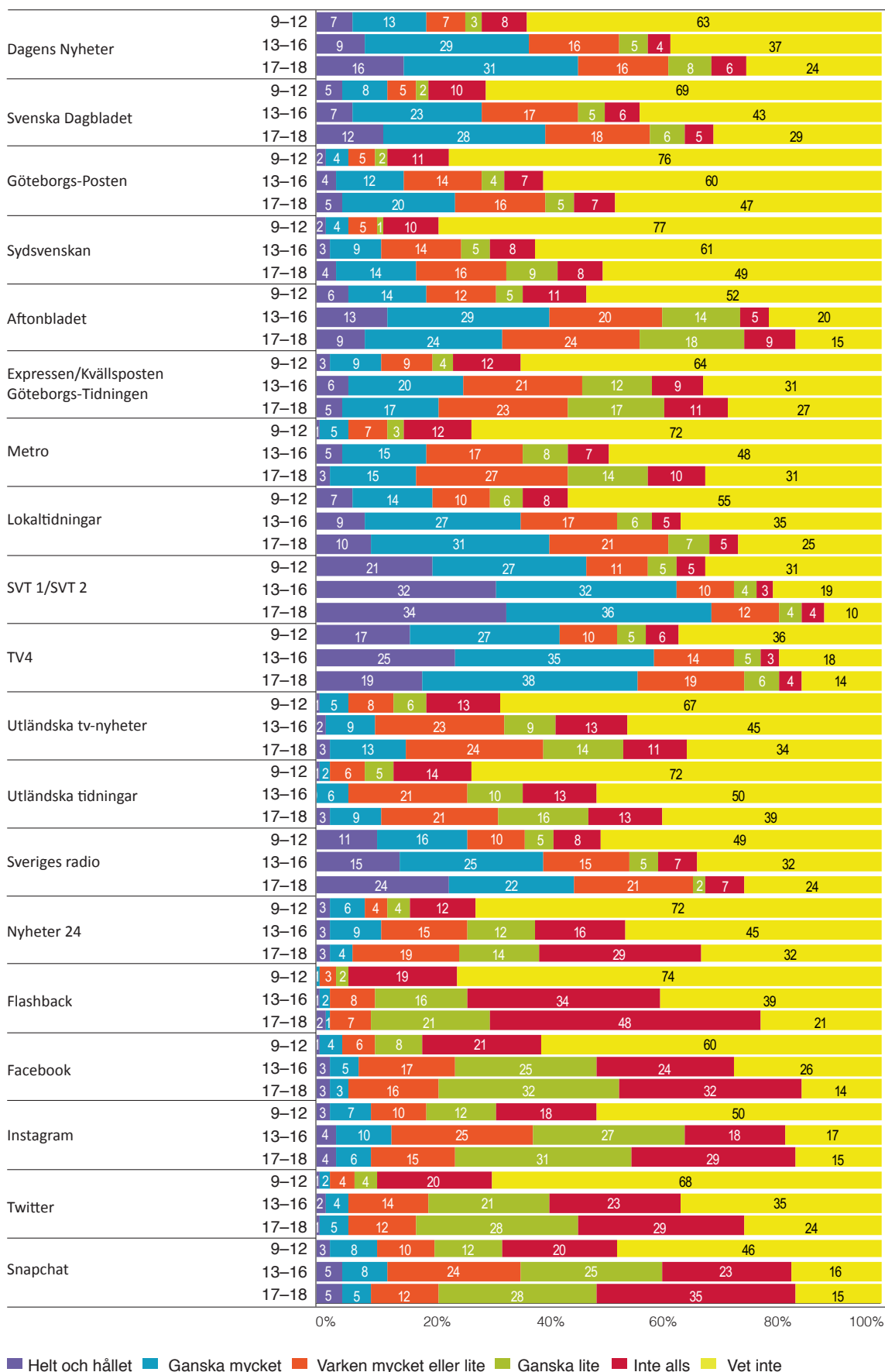
Sedan den förra mätningen har svarsalternativet ”jag bryr mig inte” tillkommit. Det är dock det minst angivna svaret. Diagrammet visar att det generellt är små skillnader mellan åldersgruppernas upplevelser av nyheter. De största skillnaderna är att 9–12 i högre grad upplever att nyheterna är roliga och spännande respektive svåra att förstå samt att de äldsta i högre grad uppger att de blir arga, rädda och ledsna av nyheterna. Värt att notera är också de höga andelarna i samtliga åldersgrupper som uppger att de lär sig saker.

När det gäller hur flickor och pojkar upplever nyheter finns flera påtagliga skillnader. I åldern 9–12 tycker pojkar och flickor i lika hög grad att de lär sig saker av att ta del av nyheter, men därefter är skillnaderna mellan pojkarnas och flickornas nyhetsupplevelser ganska stora. Flickorna svarar i högre grad att nyheterna väcker känslor hos dem: de blir arga, ledsna, rädda och tycker att nyheterna är spännande. Men de svarar också att nyheter är svårt att förstå, i högre grad än pojkarna. Pojkarna svarar å andra sidan i något högre grad att nyheter är roligt och intressant. Även i intervallet 13–16 år uppger flickorna i högre grad emotionella reaktioner (arg, ledsen, rädd) samt att nyheter är svåra att förstå men intressanta. Pojkarna svarar i något högre grad än flickorna att nyheter är roligt. I det äldsta intervallet, 17–18 år, är det betydligt fler flickor (73 %) än pojkar (58 %) som anser att nyheter är lärorikt, medan fler pojkar (14 %) än flickor (6 %) tycker att det är tråkigt, eller svarar att de inte bryr sig (19 % av pojkarna och 2 % av flickorna som brukar ta del av nyheter). Även i denna åldersgrupp förekommer de emotionella reaktionerna på nyheter i högre grad bland flickorna än bland pojkarna, och flickorna tycker i något högre grad att nyheter är intressant. I den äldsta gruppen kan man därmed säga att flickorna dels tar del av fler nyhetsmedier, dels verkar vara mer engagerade och intresserade av nyheter. Med detta sagt ska man dock komma ihåg att ålder är en faktor som påverkar nyhetsanvändningen i högre utsträckning än kön.

I intervallet 13–16 svarar barn med psykiska funktionsnedsättningar i lägre utsträckning att de lär sig saker (54 % jämfört med 64 %), att det är spännande (29 % jämfört med 40 %), men i högre utsträckning att de blir arga (34 % jämfört med 25 %) och att de blir ledsna (27 % jämfört med 18 %).

I intervallet 17–18 svarar också barn med psykiska funktionsnedsättningar i lägre utsträckning att de lär sig saker (52 % jämfört med 68 %), men i övrigt uppträder andra skillnader än de för 13–16. Här svarar de istället att nyheterna är svåra att förstå (21 % jämfört med 8 %). Det är lägre andelar som tycker att nyheter är intressant (47 % jämfört med 62 %), som tycker det är roligt (8 % jämfört med 20 %), att de blir arga (29 % jämfört med 37 %) och högre andelar som tycker det är tråkigt (25 % jämfört med 8 %).

## 14. Hur mycket litar du på följande nyhetsförmedlare: (%)





Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Här är det de generella mönstren som ger den tydligaste bilden snarare är skillnader mellan de olika åldersgrupperna. Det är rimligt att de yngsta är mer försiktiga i sina svar, dvs. att de svarar "vet inte" i högre utsträckning än de äldre och samtidigt ligger lägre än de äldre i ställningstagandet "helt och hållet". Den bild som framträder överlag är att etablerade, traditionella nyhetsmedier och framförallt public service åtnjuter överlägset störst förtroende, medan sociala medier och framförallt forumet Flashback har allra minst förtroende. Detta är en bild som vederlägger föreställningen att barn och ungaoreflekterat tar del av nyheter oavsett källa. Snarare tycks förhållandet vara det omvända, att barn och unga anser att de etablerade medierna är de mest pålitliga.

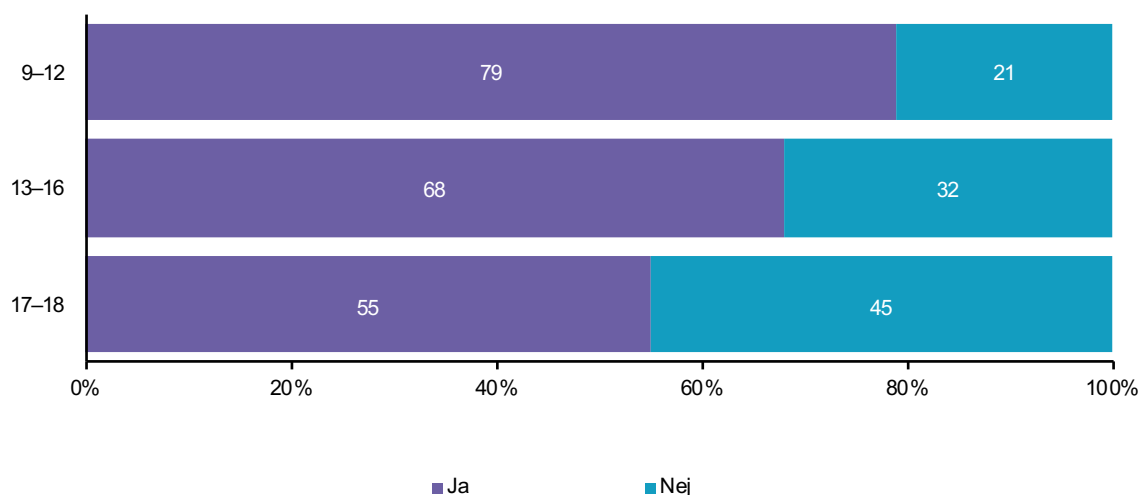
Könsskillnaderna i åldersgruppen 9–12 är överlag små men de ökar i tonåren. I åldern 13–16 år är det större andelar av pojkarna än flickorna som svarar "vet inte" för ett flertal medier (Dagens Nyheter, Aftonbladet, Expressen, lokaltidningar, SVT, TV4, SR, Instagram, Snapchat). Flickorna uttrycker alltså åsikter om dessa medier i högre grad än pojkarna vilket skulle kunna vara en följd av att flickorna använder fler medier för nyheter (och kan ha åsikter om fler nyhetsmedier) än pojkarna. Samtidigt har större andelar av flickorna än pojkarna stort förtroende för (litar helt eller ganska mycket på) flera av de medier som frågan gäller, i synnerhet SVT, TV4 och SR. När det gäller 17–18 uppträder fler och större könsskillnader, vilket är rimligt eftersom de flesta först då börjar skaffa sig politiska och ideologiska ståndpunkter, vilket har betydelse för hur man tar del av nyheter och vilka man tillmäter störst trovärdighet. Framförallt framträder en bild att pojkar i denna ålder i högre utsträckning inte alls litar på flera etablerade nyhetsmedier. Det gäller SvD, GP, Sydsvenska dagbladet, Aftonbladet, Expressen/GT, Metro och SR. Samtidigt uppger pojkarna i högre grad att de litar helt på Facebook, Instagram och Snapchat. Det är dock låga andelar som uppger detta, 6 %–8 %.

Sammantaget kan man därmed hävda att det finns successivt växande skillnader mellan pojkar och flickor när det gäller i vilken grad man litar på nyheter och information från, eller via, olika medier. Dels kan och vill flickorna i högre grad än pojkarna ta ställning till fler medier. Dels har flickorna större förtroende för flera av de etablerade nyhetsmedierna, inklusive public service. Både flickor och pojkar är starkt skeptiska till nyheter och information de tar del av via Nyheter24, Twitter och Flashback men i övre tonåren är pojkarna något mindre skeptiska än flickorna.

Vad gäller funktionsnedsättnings eventuella inverkan på barnens förtroende för olika nyhetsförmedlare går det inte att utläsa några tydliga tendenser eller mönster i åldersgruppen 13–16. Bland 17–18 med psykiska funktionsnedsättningar syns däremot en tendens till att de litar mer på sociala medier än vad andra barn i åldersgruppen gör.<sup>6</sup>

6 I rapporten *Nyheters behag: Svenska barns och ungdomars nyhetsanvändning* beskrivs och jämförs förtroendet för de olika nyhetsförmedlarna mot bakgrund av tre socioekonomiska faktorer: föräldrarnas utbildningsnivå, inkomstnivå samt härkomst. Samtliga tre faktorer förefaller inverka på hur barnen förhåller sig till olika nyhetsförmedlare.

### 15. Spelar du datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta?<sup>7</sup> (%)

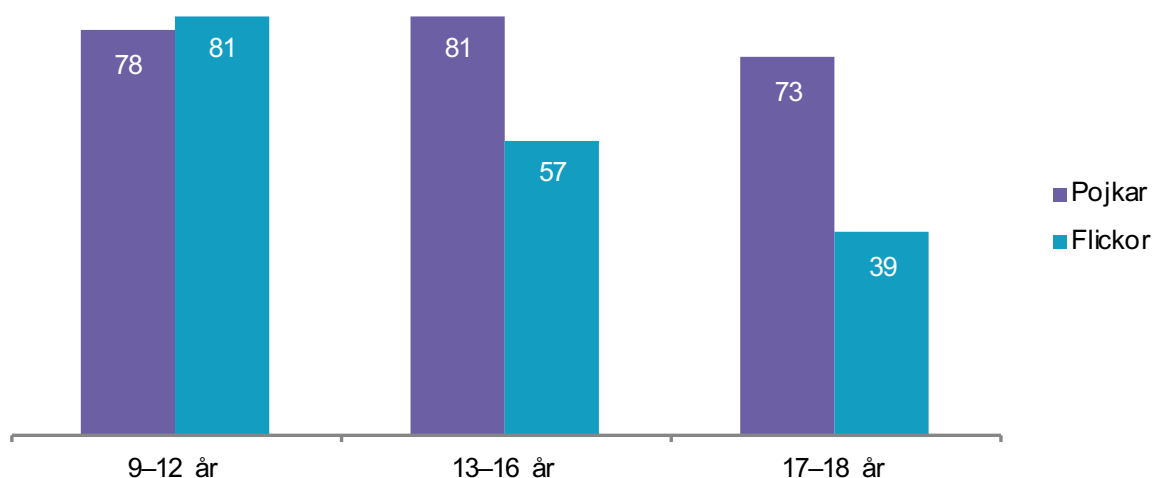


Liksom tidigare frågor visat, är det betydligt vanligare att 9–12-åringar spelar datorspel/tv-spel än barn i de äldre åldersgrupperna. Att andelen spelare minskar med stigande ålder efter 12 år kan ha en mängd olika förklaringar, en tänkbar orsak är att spelandet uppfattas som en lek som man drar ned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

Jämfört med 2017 har dock andelen spelare minskat kraftigt bland 9–12, från 87 % till 79 %.

<sup>7</sup> Denna fråga kan jämföras med fråga 8: "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: 6 %, 13–16: 9 %, 17–18: 15 %). 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.

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



För första gången i Ungar & mediers historia spelar en större andel flickor än pojkar i åldersintervallet 9–12, även om skillnaden är liten. Man måste dock hålla i minne att denna fråga endast gäller att *över huvud taget spela*. Som tidigare konstaterats spelar pojkar både längre tid och oftare än flickor i samtliga åldersgrupper. I de övriga åldersgrupperna spelar pojkar i betydligt högre utsträckning än flickor. Det innebär att det framförallt är flickornas minskade spelande (i relation till ålder) som påverkar skillnaderna mellan åldersgrupperna.

Jämfört med tidigare undersökningar är det framför allt pojkarnas spelande som har minskat: jämfört med 2014 har spelandet minskat med 16 procentenheter bland 9–12, och med 9 procentenheter bland både 13–16 och 17–18. Motsvarande minskning syns inte bland flickorna.

Även när det gäller barn med funktionsnedsättningar finns påtagliga skillnader jämfört med genomsnittet, både de med fysiska och psykiska funktionsnedsättningar uppger i högre utsträckning att de spelar spel och det gäller både 13–16 och 17–18.

### 16. Vilka datorspel/tv-spel/mobilspel/spel på surfplatta spelar du oftast? (%)

*Skriv tre spel.*

Svarsalternativen på denna fråga var öppna, vilket 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 (t.ex. FIFA). Den första procentangivelsen i tabellerna visar hur stor del av hela populationen som spelar spelet ifråga, talet inom parentes hur stor andel av de som spelar som spelar just detta spel.

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

9–12	Pojkar	Flickor
Fortnite 23 % (28 %)	Fortnite 40 % (50 %)	Minecraft 16 % (20 %)
Minecraft 17 % (22 %)	Minecraft 18 % (23 %)	Roblox 13 % (17 %)
Roblox 13 % (17 %)	FIFA 18 % (23 %)	The Sims 12 % (16 %)
Helix Jump 6 % (7 %)	Roblox 13 % (17 %)	Helix Jump 10 % (12 %)
FIFA 7 % (9 %)	Overwatch 9 % (11 %)	Subway Surfers 7 % (8 %)

Bland 9–12 spelar 79 % spel, 78 % av pojkarna och 81 % av flickorna. Tabellen visar att *Fortnite* är den titel som flest angett bland 9–12. Det är dock främst pojkar som spelar detta. Spelet har en PEGI 12-märkning, vilket innebär att branschens egen åldersrekommendation är att det inte ska spelas av barn under 12 år. *Minecraft* är en av de titlar som finns kvar sedan föregående mätning och det var då det mest angivna spelet i denna åldersgrupp. Även *Roblox* är kvar sedan dess, liksom *FIFA* (främst pojkar) och *Subway Surfers* (främst flickor). I övrigt är det nya titlar.

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

13–16	Pojkar	Flickor
Fortnite 19 % (27 %)	Fortnite 38 % (46 %)	The Sims 12 % (20 %)
Minecraft 5 % (7 %)	Overwatch 9 % (11 %)	Helix Jump 6 % (11 %)
Counter-Strike:GO 4 % (7 %)	Counter-Strike:GO 9 % (11 %)	Minecraft 5 % (9 %)
Overwatch 4 % (6 %)	Grand Theft Auto 9 % (11 %)	Hay Day 4 % (8 %)
Call of Duty 4 % (6 %)	FIFA 8 % (9 %)	Fortnite 4 % (7 %)

Bland 13–16 spelar 68 % spel, 81 % av pojkarna och 57 % av flickorna. Även i denna åldersgrupp är *Fortnite* den överlägset mest spelade titeln. Det är dock främst pojkar som spelar spelet. I föregående mätning var *Counter-Strike: Global Offensive* det mest angivna spelet i denna åldersgrupp. Då (2016/2017) var spelet *Pokémon Go* mycket populärt (även bland 9–12), men har nu helt fallit bort. Både *The Sims* och *Helix Jump* som återfinns på flickornas lista har inte angetts av några pojkar alls (0 %). Den kontroversiella spelserien *Grand Theft Auto* (PEGI 18) tycks också tappat något i användning sedan föregående mätning.

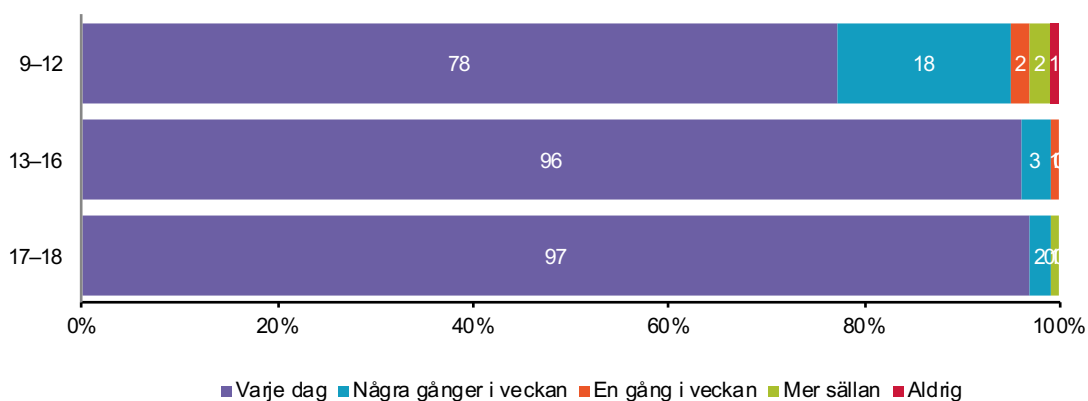
### 16 d. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel på surfplatta topp-fem, 17–18, kön (%)

17–18	Pojkar	Flickor
Fortnite 7 % (14 %)	Fortnite 14 % (20 %)	The Sims 4 % (10 %)
League of Legends 7 % (11 %)	League of Legends 12 % (17 %)	Harry Potter: Hogwarts Mystery 3 % (9 %)
FIFA 6 % (8 %)	FIFA 8 % (13 %)	Helix Jump 3 % (8 %)
PlayerUnknown's Battlegrounds 6 % (8 %)	PlayerUnknown's Battlegrounds 8 % (12 %)	Candy Crush Saga 3 % (8 %)
Call of Duty 3 % (6 %)	Counter-Strike:GO 6 % (8 %)	Hay Day 2 % (6 %)

Bland 17–18 spelar 55 % spel, 73 % av pojkarna och 39 % av flickorna. Även i denna grupp är *Fortnite* det som ansetts i högst utsträckning och även här är det mest pojkar som tycks spela det. Här återfinns några andra titlar från föregående mätning, det gäller *League of Legends* (främst pojkar), *Candy Crush Saga* (främst flickor) *The Sims* (främst flickor) och *Hay Day* (främst flickor).

Spelvärlden framträder som mycket könssegregerad. Det är endast en speltitel, *Minecraft*, som återfinns på topp-fem-listan för både pojkar och flickor och då endast bland 9–12. I övrigt tycks flickor och pojkar mycket sällan mötas i sina spelpreferenser.

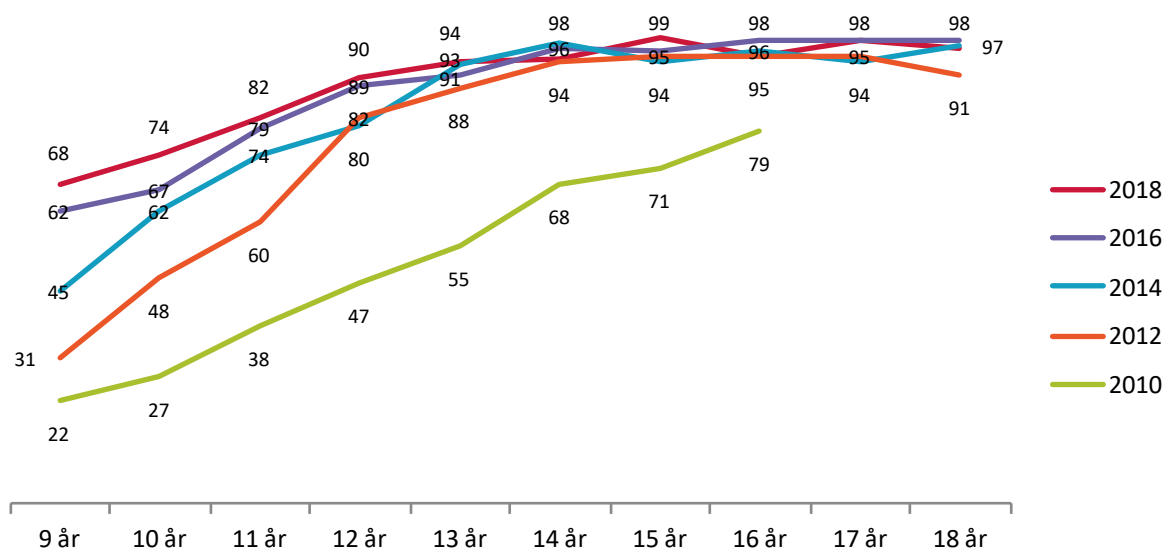
### 17. Ungefär hur ofta använder du internet på din fritid? (%)



Som framgår av diagrammet ökar användningsfrekvensen med åldern. Bland 9–12 syns en ökning med 3 procentenheter av de som uppger "varje dag" sedan föregående mätning. Bland 13–16 en ökning med 1 procentenhet för "varje dag" och bland 17–18 en minskning med 1 procentenhet.

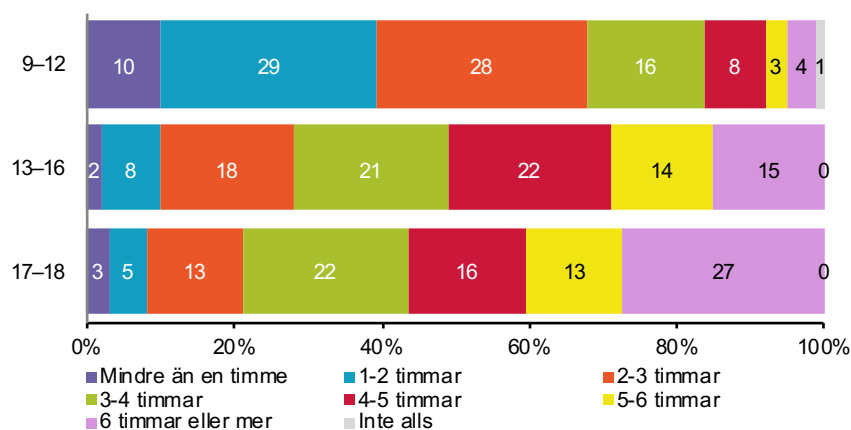
Både bland 9–12 och 13–16 är det en högre andel flickor som svarar "varje dag". 9–12: 81 % jämfört med pojkar 74 % och 13–16: 98 % jämfört med 92 %.

### 17 b. Använder internet varje dag 2010–2018 (%)



Eftersom den dagliga internetanvändningen redan 2012 låg över 90 % från 14 års ålder och uppåt, har den inte heller ökat med mer än enstaka procentenheter i denna ålder. Liksom med de flesta digitala medier sker det dock fortfarande en ökning bland de yngre, även om den avstannat något de senaste åren. Bland 9-åringar ökade den dagliga internetanvändningen med 17 procentenheter mellan 2014 och 2016 men bara med 6 procentenheter 2016–2018. Ökningen kan sannolikt förklaras med den ökade tillgången till mobilt internet – idag kan man koppla upp sig i stort sett var som helst.

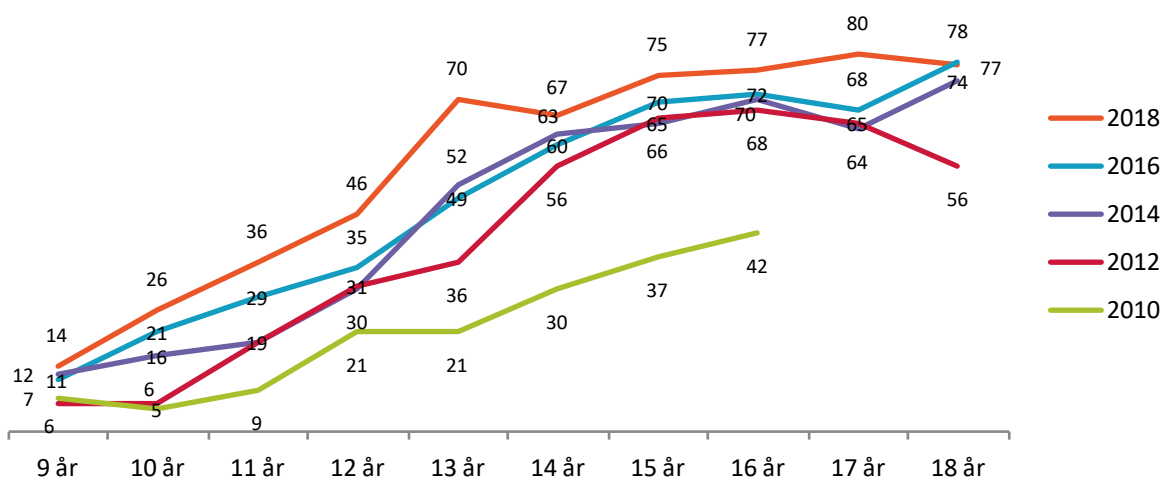
### 18. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du använda internet på din fritid: (%)



Diagrammet visar att användningen ökar i omfattning med stigande ålder. Sedan den förra mätningen har omfattningen ökat i samtliga åldersgrupper. Drygt en fjärdedel (27 %) av 17–18-åringarna använder internet hela 6 timmar eller mer en vanlig dag. Tidigare undersökningar använde ett mått kallat högkonsumenter, som jämförelseverktyg i första hand. Diagrammet visar att redan bland 9–12 uppges 31 % att de använder internet mer än 3 timmar en vanlig dag (på sin fritid). Bland 13–16 är det 72 % som använder internet mer än 3 timmar en vanlig dag, dvs. en kraftig majoritet. Det är med andra ord meningslöst att numera betrakta de som ägnar mer än 3 timmar per dag åt internet som högkonsumenter, eftersom de nu är i sådan kraftig majoritet och att måttet 3 timmar per dag eller mer endast började användas för att markera mot genomsnittet. Vidare är så många medieaktiviteter numera kopplade till internet att det nästan är svårt att undvika att använda internet. Resultatet ska med andra ord inte betraktas som att det visar att de ägnar denna tid åt att "surfa på nätet". Det visar vad respondenterna tolkat som att "använda internet" och kan alltså omfatta en mängd olika aktiviteter. Den tid man ägnar åt internet ökar i samtliga åldersgrupper.

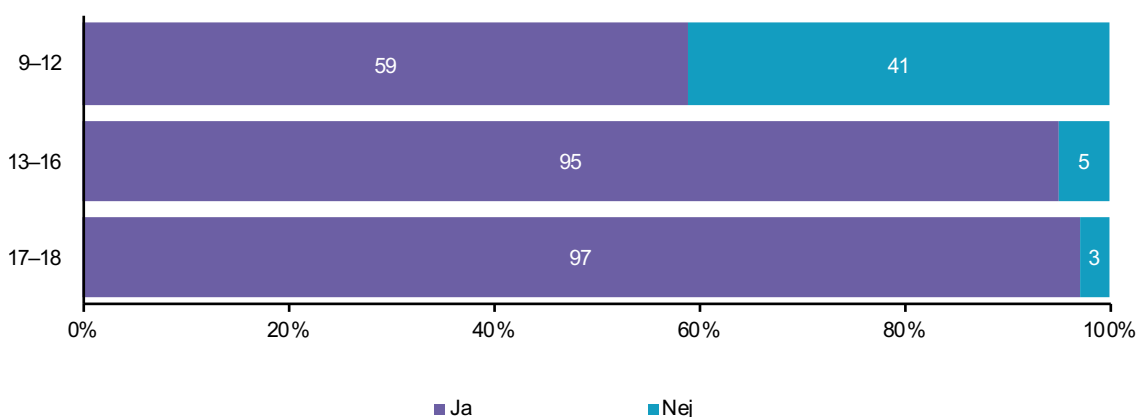
Bland 13–16 med psykiska funktionsnedsättningar svarar man i betydligt högre utsträckning att man använder internet 6 timmar eller mer en vanlig dag (30 % jämfört med 13 %).

### 18 b. Använder internet mer än 3 timmar/dag, 2010–2018 (%)



Andelen barn och unga som använder internet mer än 3 timmar/dag fortsätter att öka. Med undantag för 18-åringarna ligger samtliga årskullar högre 2018 än någonsin tidigare. Störst är ökningen i 12–13-årsåldern. Bland 18-åringarna använder nästan fyra av fem internet mer än 3 timmar/dag, ett tydligt tecken på att det som för ett decennium sedan var ovanligt nu är det genomsnittliga (i den första *Ungar & medier*-undersökningen 2005 använde 7 % av 9–12-åringarna och 22 % av 13–16-åringarna internet mer än 3 timmar/dag).

### 19. Använder du sociala medier (t.ex. Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat)? (%)



Användningen av sociala medier har ökat i samtliga åldersintervall under hela den tid *Ungar & medier*-studierna genomförts. Föregående undersökning visade dock att ökningen mattats av, mycket beroende på att nivåerna numera är så pass höga att de inte kan bli mycket större. Bland 9–12 har användningen ökat med 1 procentenhet sedan 2016, bland 13–16 syns en ökning med 3 procentenheter, från 92 % till 95 %. Bland 17–18 är användningen oförändrad sedan föregående mätning.

I samtliga åldersgrupper är det vanligare att flickor använder sociala medier (9–12 flickor: 66 %, pojkar: 52 %; 13–16 flickor: 97 %, pojkar: 93 %; 17–18 flickor: 99 %, pojkar: 94 %).

## 20. Vilka sociala medier (t.ex. Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat) använder du oftast? (%)

### 20 b. Sociala medier topp-fem, 9–12, kön (%)

9–12	Pojkar	Flickor
Snapchat 52 % (88 %)	Snapchat 44 % (84 %)	Snapchat 59 % (90 %)
Instagram 34 % (58 %)	Instagram 28 % (53 %)	Instagram 40 % (57 %)
TikTok 9 % (15 %)	Facebook 8 % (15 %)	TikTok 16 % (25 %)
Facebook 6 % (10 %)	YouTube 3 % (7 %)	YouTube 5 % (8 %)
YouTube 4 % (7 %)	Twitter 3 % (5 %)	Facebook 4 % (5 %)

Bland 9–12 använder 59 % sociala medier, 52 % av pojkarna och 66 % av flickorna.

Siffrorna inom parentes visar värdet om man endast räknar med de som använder sociala medier. Tabellen visar att *Snapchat* är det överlägset vanligaste sociala mediet bland 9–12, följt av *Instagram*. Detta gäller för både pojkar och flickor. Därefter skiljer sig preferenserna mellan dem. *TikTok*, som tidigare hette *Musical.ly*, återfinns bara på flickornas topp-fem, medan *Twitter* endast finns hos pojkarnas. Trots att *Facebook* mer och mer betraktas som ett socialt medium för vuxenvärlden finns det med både hos pojkar och flickor i denna åldersgrupp. Om man ser till topp-fem för samtliga är den identisk med föregående mätning, sett till vilka som anges (med förbehåll för att *Musical.ly* numera heter *TikTok*) och deras rangordning. Procentsatserna är dock lite annorlunda.

### 20 c. Sociala medier topp-fem, 13–16, kön (%)

13–16	Pojkar	Flickor
Snapchat 88 % (93 %)	Snapchat 83 % (90 %)	Snapchat 92 % (95 %)
Instagram 84 % (88 %)	Instagram 74 % (80 %)	Instagram 91 % (94 %)
Facebook 23 % (25 %)	Facebook 25 % (27 %)	Facebook 23 % (23 %)
Twitter 11 % (11 %)	Twitter 13 % (14 %)	YouTube 10 % (10 %)
YouTube 8 % (8 %)	YouTube 5 % (6 %)	Twitter 9 % (9 %)

Bland 13–16 använder 95 % sociala medier, 93 % av pojkarna och 97 % av flickorna.

Här visar det sig att *TikTok* fallit bort, vilket sannolikt innebär att dess speciella utformning inte tilltalar dem som kommit upp i tonåren. I övrigt är det mesta likt topplistan för 9–12. Även bland 13–16 är *Snapchat* och *Instagram* de överlägset mest använda. Detta var också fallet vid föregående mätning. Sett till samtliga har *Kik* fallit bort sedan föregående mätning och ersatts av *YouTube* på femteplatsen. I övrigt är topp-fem densamma som 2017. Notera att användningen av *Facebook* ökar med stigande ålder.



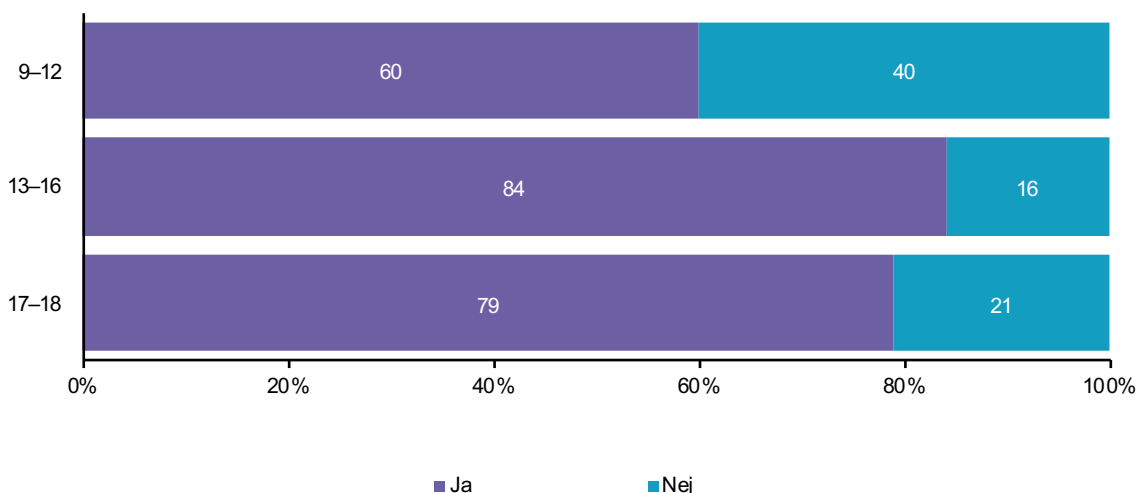
## 20 d. Sociala medier topp-fem, 17–18, kön (%)

17–18	Pojkar	Flickor
Instagram 82 % (85 %)	Snapchat 75 % (80 %)	Instagram 92 % (93 %)
Snapchat 81 % (85 %)	Instagram 71 % (76 %)	Snapchat 88 % (89 %)
Facebook 51 % (53 %)	Facebook 50 % (53 %)	Facebook 52 % (53 %)
Twitter 11 % (11 %)	Twitter 14 % (15 %)	Twitter 9 % (9 %)
Youtube 5 % (5 %)	Reddit 9 % (10 %)	Youtube 4 % (4 %)

Bland 17–18 använder 97 % sociala medier, 94 % av pojkarna och 99 % av flickorna.

Tabellen visar att topp-fem bland 17–18 är likadan som för 13–16. Även här dominerar *Snapchat* och *Instagram*, men *Instagram* har knappt in på *Snapchat*. Även bland 17–18 har *Kik* fallit bort sedan föregående mätning och ersatts av *YouTube* på femteplatsen. I denna åldersgrupp har *Facebook* tagit in på *Snapchat* och *Instagram* och anges här av drygt hälften.

## 21. Följer du några kanaler/användare/videobloggare på YouTube, Twitch eller liknande? (%)



Den enda nämnvärda skillnaden från föregående mätning är att andelen 17–18 som anger att de följer någon av detta slag har ökat med 4 procentenheter, från 75 % till 79 %.

Tabellerna nedan redovisar en topp-fem-lista över vilka de olika åldersgrupperna följer, fördelat på kön. Dessa kanaler/användare/vloggare är av varierande karaktär och innehåll, allt ifrån s.k. *Let's play*-videor, dvs. filmer där en person spelar spel och samtidigt kommenterar det som sker (t.ex. *Pewdiepie*) till mode- och livsstilsvloggare (t.ex. *Therese Lindgren*) till humorklipp (t.ex. *Ijustwanttobecool*) etc. Det är dock svårt att fastställa vad den ena eller andra är eftersom innehållet kan variera kraftigt över tid hos de olika vloggarna och kan innefatta allt det ovan angivna men också annat – t.ex. politik, musik, film – i olika utformning. Det är därmed också svårt att beskriva skillnader mellan de olika åldersgruppernas preferenser, eftersom det handlar om personligheterna bakom dessa kanaler i kanske högre utsträckning än det faktiska innehållet. Det finns inga entydiga skillnader mellan pojkar och flickor angående i vilken utsträckning de följer kanaler eller videobloggare. Däremot förefaller det som att de spelinriktade kanalerna är mest populära bland pojkar, medan mode/livsstil i högre grad anges av flickor.

## 22. Vilka kanaler/användare/videobloggare på YouTube, Twitch eller liknande följer du? (%)

### 22 b. Videobloggare topp-fem, 9–12, kön (%)

9–12, samtliga	Pojkar	Flickor
Jocke & Jonna 12 % (20 %)	Ninja 8 % (13 %)	Jocke & Jonna 19 % (33 %)
Therese Lindgren 10 % (15 %)	Ufosxm 6 % (10 %)	Therese Lindgren 19 % (32 %)
Ninja 4 % (7 %)	Jocke & Jonna 4 % (7 %)	Familjen Torsgården 5 % (8 %)
Ufosxm 4 % (6 %)	Ijustwanttobecool 4 % (6 %)	Margaux Dietz 4 % (7 %)
Ijustwanttobecool 3 % (5 %)	Chriswhippit 3 % (6 %)	”YouTube” 4 % (6 %)

Bland 9–12 följer 60 % någon form av videobloggare, 62 % av pojkarna och 58 % av flickorna.

*Jocke & Jonna* och *Therese Lindgren* var de två mest angivna bland 9–12 även i föregående mätning. *Jocke & Jonna* är också den enda som finns med på topp-fem hos både pojkarna och flickorna. *Familjen Torsgården* som har tredjeplatsen bland flickorna har inte angetts av någon bland pojkarna (0 %).

### 22 c. Videobloggare topp-fem, 13–16, kön (%)

13–16, samtliga	Pojkar	Flickor
Therese Lindgren 19 % (23 %)	Pewdiepie 11 % (13 %)	Therese Lindgren 34 % (41 %)
Jocke & Jonna 7 % (8 %)	Ninja 6 % (7 %)	Jocke & Jonna 9 % (11 %)
Pewdiepie 6 % (7 %)	KSI 5 % (6 %)	Familjen Torsgården 9 % (11 %)
Familjen Torsgården 5 % (6 %)	Jocke & Jonna 4 % (5 %)	JLC 7 % (8 %)
JLC 4 % (5 %)	Ben Miktus 4 % (5 %)	Linn Ahlberg 5 % (6 %)

Bland 13–16 följer 84 % någon form av videobloggare, 83 % av pojkarna och 84 % av flickorna.

I föregående mätning innehade också *Therese Lindgren* förstaplatsen totalt sett. Då var dock *Pewdiepie* på andra plats, vilken nu har petats ned av *Jocke & Jonna* som då hade tredjeplatsen. Liksom bland 9–12 är det bara *Jocke & Jonna* som finns med på topp-fem bland både pojkarna och flickorna och även här har *Familjen Torsgården* angetts av 0 % av pojkarna.

### 22 d. Videobloggare topp-fem, 17–18, kön (%)

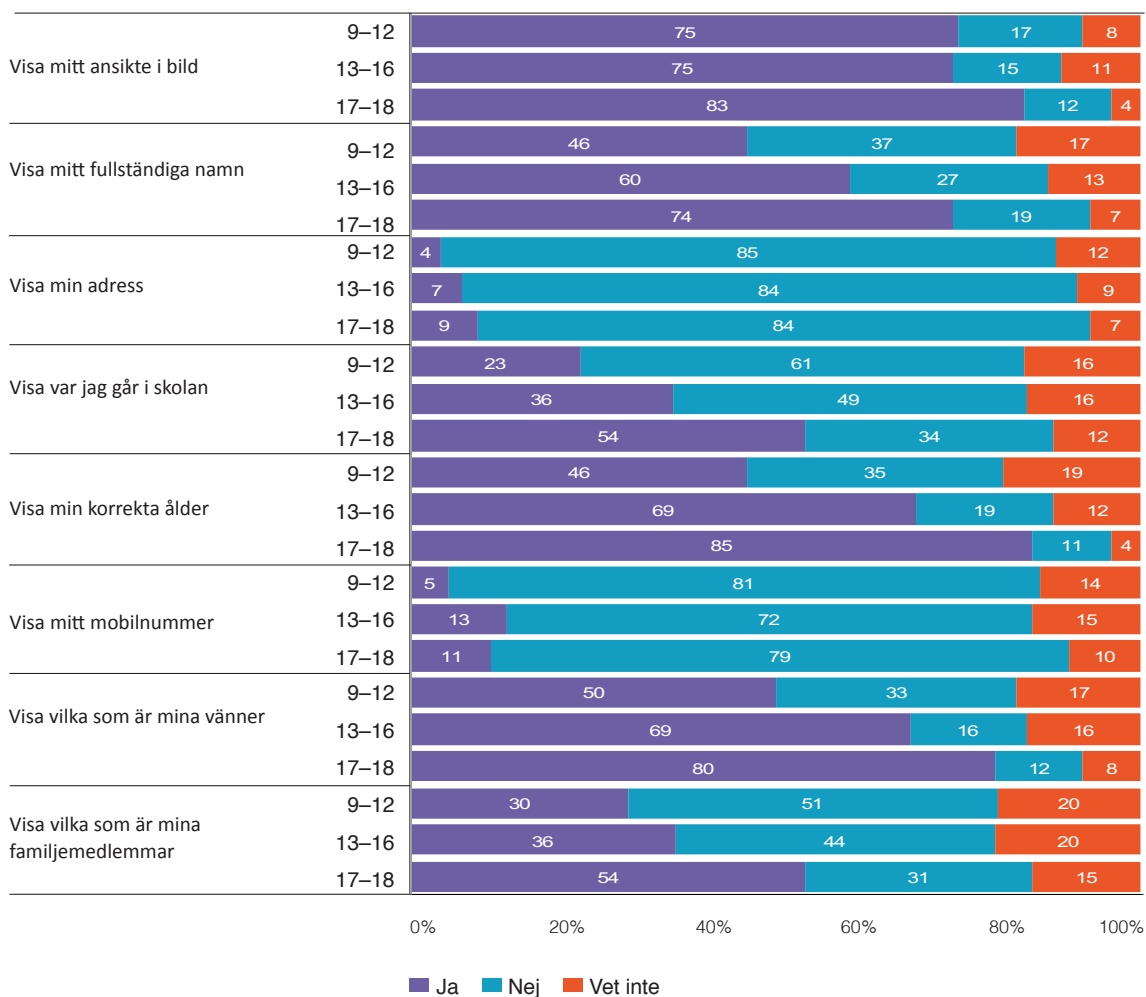
17–18, samtliga	Pojkar	Flickor
Therese Lindgren 16 % (21 %)	Pewdiepie 21 % (29 %)	Therese Lindgren 31 % (38 %)
Pewdiepie 13 % (16 %)	JLC 5 % (8 %)	Linn Ahlberg 17 % (20 %)
Linn Ahlberg 9 % (11 %)	”YouTube” 3 % (5 %)	Familjen Torsgården 8 % (10 %)
JLC 5 % (6 %)	Angry Foreigner 3 % (5 %)	Pewdiepie 5 % (6 %)
Familjen Torsgården 4 % (6 %)	Linus Tech Tips (3 % 4 %)	Jocke & Jonna 5 % (6 %)

Bland 17–18 följer 79 % någon form av videobloggare, 74 % av pojkarna och 83 % av flickorna.

Här är det liksom 2017 *Therese Lindgren* som ligger på förstaplats totalt sett, följd av *Pewdiepie*. I denna åldersgrupp är det endast *Pewdiepie* som finns med på både pojkarnas och flickornas topp-fem. Här har *Therese Lindgren* och *Familjen Torsgården* angetts av 0 % av pojkarna.

Av tabellerna ovan framgår att vissa videobloggare lockar stora publiker. Att svenska *Pewdiepie* är en av de populäraste på YouTube och lockar en internationell mångmiljonpublik är välkänt. Liksom i föregående mätning är det främst pojkar från 13 år och uppåt som nämner *Pewdiepie*. Bland flickorna i samtliga åldersgrupper är den populäraste videobloggaren istället *Therese Lindgren*. Det kan konstateras att videobloggarna konkurrerar starkt med andra fenomen inom barn- och ungdomskulturen. Att populärkulturella företeelser som musik, tv och film kan ha gemenskapande potential och fungera som identitetsmarkörer är väl utforskat. Olika kulturella uttryck har olika status och betydelse i olika sammanhang och vloggaren, i synnerhet bland flickor, tycks fortsatt vara en central gestalt. Det kan också konstateras att könssegregationen är stor; det är bara *Jocke & Jonna* som följs av både flickor och pojkar i någon större omfattning, i övrigt skiljer sig deras tittarvanor åt.

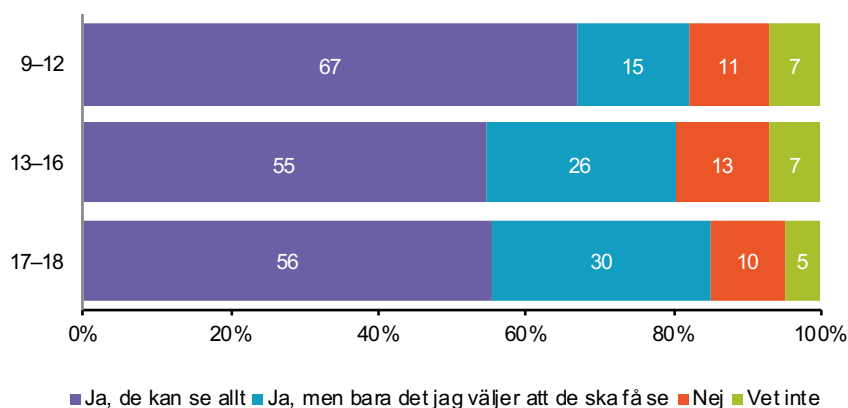
### 23. När jag använder sociala medier kan jag tänka mig att: (%)



Frågan har fler svarsalternativ jämfört med tidigare mätning. Svarsmönstret är dock likartat. Diagrammet visar genomgående att benägenheten att visa saker när man använder sociala medier ökar med stigande ålder. Man kan argumentera att själva poängen med sociala medier är just att vara social och dela med sig av personlig information. Resultatet kan dock tolkas som att de yngre är mer försiktiga eftersom de inte har samma vana som de äldre. Adress och telefonnummer är man dock generellt återhållsam med. Att en stor majoritet inte ser något hinder för att visa sitt ansikte på bild online är ganska väntat med tanke på det utrymme visuella uttryck idag har på internet. Den textbaserade bloggen har till stor del ersatts av vloggen och i sociala medier har bilder en central funktion i kommunikationen. Många väljer att ha anonyma profilbilder men fyller sedan ändå sitt konto med bilder från sitt dagliga liv, inte minst självporträtt – selfies – där den personliga statusen, humöret, klädseln, platsen man befinner sig på och vilken aktivitet som pågår snabbt fångas och förmedlas genom en bild. Det finns flera könsskillnader i de olika åldersgrupperna men de följer inget tydligt mönster. Dock kan konstateras att flickor genomgående är mer restriktiva med att visa sitt mobilnummer.

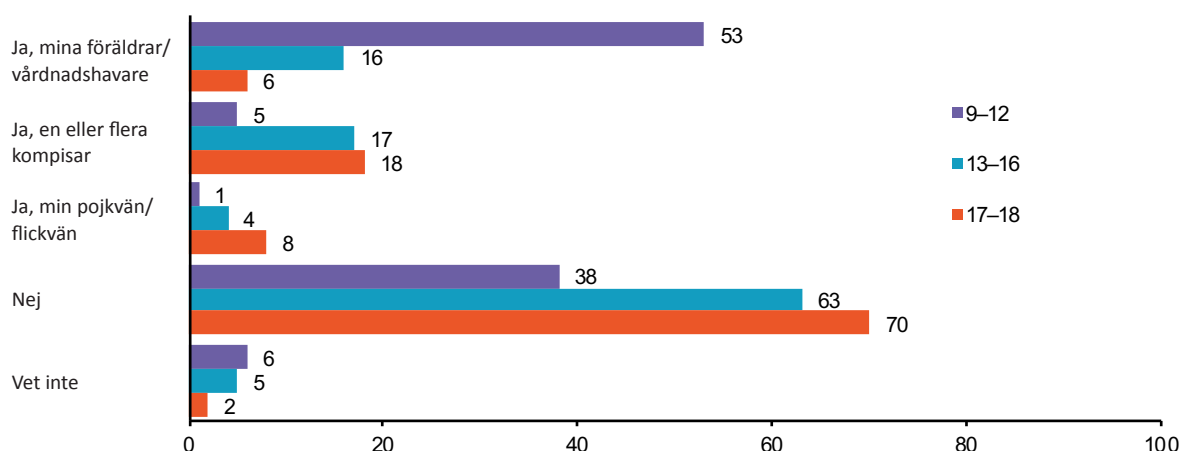
När det gäller barn med funktionsnedsättningar visar sig flera skillnader jämfört med genomsnittet. Både de med fysiska och psykiska funktionsnedsättningar tycks vara mer restriktiva med vad de visar vid användning av sociala medier, med enstaka avvikelser. Detta gäller dock endast 13–16. När det gäller 17–18 tycks fallet snarare vara det omvända i de flesta avseenden.

#### **24. Kan någon av dina föräldrar/vårdnadshavare se dina inlägg på Facebook, Instagram, Twitter, och liknande? (%)**



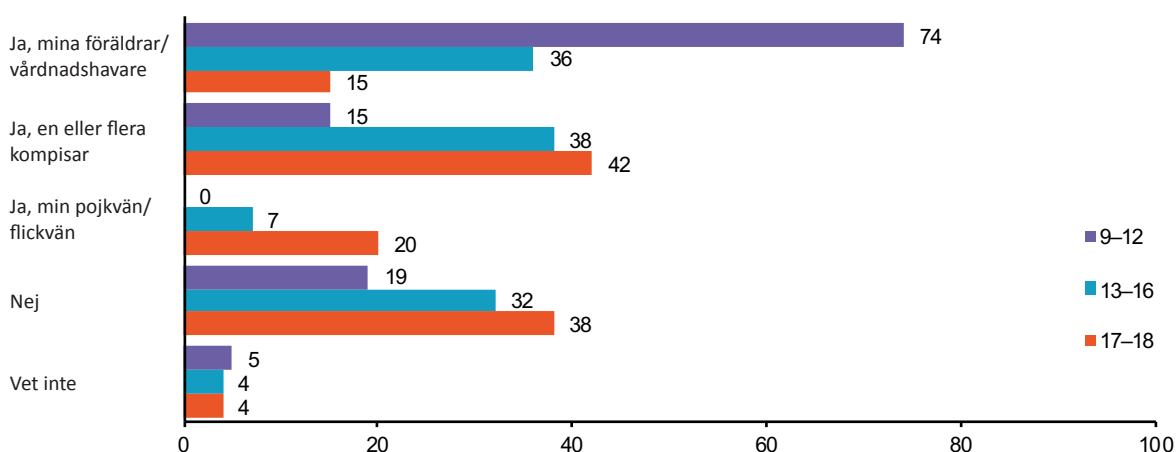
Jämfört med föregående mätning syns endast små skillnader. Det är något färre bland 9–12 (6 procentenheter) och 13–16 (3 procentenheter) som svarat "ja, det kan se allt". Det är dock fortfarande så att en majoritet av respondenternas föräldrar kan se barnens inlägg i sociala medier. Andelen minskar ju äldre barnen blir och det blir också allt fler som begränsar vilka inlägg föräldrarna kan se. Bland 9–12 är det något vanligare att föräldrar till flickor kan se allt.

## 25. Har någon annan än du lösenordet till något av dina sociala mediekonton? (%)



Diagrammet visar att det är betydligt vanligare att 9–12 lämnat ut sitt lösenord till sina föräldrar/vårdnadshavare, detta sjunker kraftigt med stigande ålder. En omvänd tendens syns när det gäller att lämna ut lösenord till kompisar vilket är vanligast bland de äldre åldersgrupperna, men mycket ovanligt bland 9–12. Frånsett 9–12 är det vanligaste att man inte lämnat ut lösenordet till någon annan. Jämfört med föregående mätning syns marginella skillnader, men svars-mönstret i stort är likadant. Årets undersökning lade till svarsalternativet ”Ja, min pojkvän/flickvän”, men det är små andelar som angett detta. I alla åldersgrupper är det vanligare att flickor lämnat ut lösenord till kompisar, bland 13–16 är det nästan tre gånger så vanligt bland flickor som bland pojkar (22 % jämfört med 8 %).

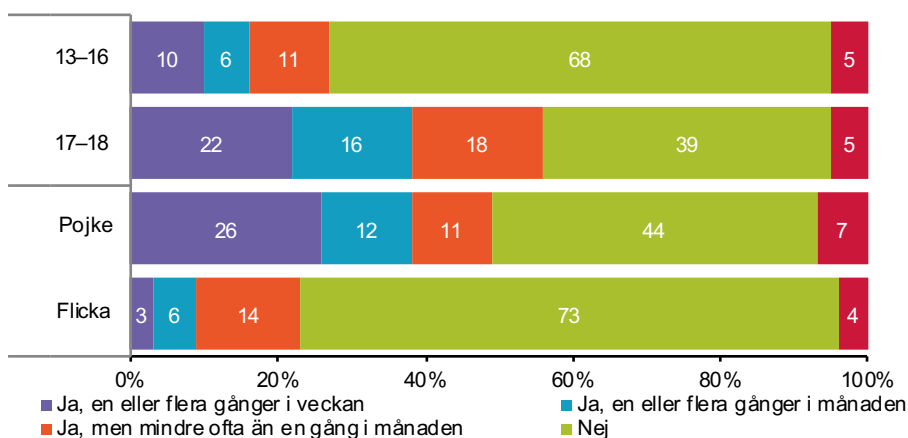
## 26. Har någon annan än du lösenordet till din mobiltelefon? (%)



Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Liksom i föregående fråga är det främst 9–12 som lämnat ut sitt lösenord till mobilen till sina föräldrar. Detta sjunker kraftigt med stigande ålder. Omvänt är det vanligare med åldern att lämna ut det till kompisar och partner. Först bland 17–18 uppträder några större könsskillnader men då är å andra sidan flickor betydligt mer benägna att lämna ut det till kompisar: flickor 51 %, pojkar 30 %.

## 27. Under det senaste året, har du sett porr på nätet? (%)

(endast 13–18 år)

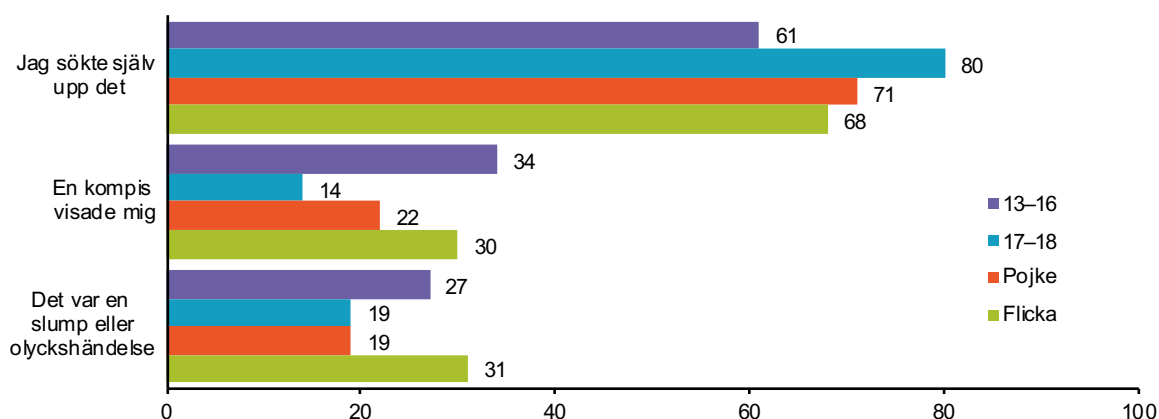


Historiskt sett är pornografi ett av de områden där könsskillnaderna är som mest påtagliga. Pojkar konsumerar mer pornografi än vad flickor gör. Det förefaller dock nu som om skillnaderna minskar något. Framförallt märks det på svarsalternativet ”nej” där andelen pojkar ökat från 35 % i föregående undersökning till 44 %. Vidare har andelarna flickor som uppger ja i någon form ökat med sammanlagt 6 procentenheter. Detta till trots är skillnaden mellan pojkars och flickors pornografikonsumtion kraftig. Detta framgår särskilt tydligt för svaret ”ja, en eller flera gånger i veckan”: pojkar 26 % flickor 3 %.

Unga 13–16 med funktionsnedsättningar, såväl de med fysiska som psykiska, är överrepresenterade när det gäller att titta på porr en eller flera gånger i veckan jämfört med genomsnittet.

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

(endast 13–18 år)



Det visar sig att kontakten med porr på nätet sällan sker av en slump eller olyckshändelse, 27 % av 13–16 och 19 % av 17–18 uppger detta. Här är dock könsskillnaden påtaglig, 31 % av flickorna uppger att det hände av en slump eller olyckshändelse jämfört med 19 % av pojkarna. Det

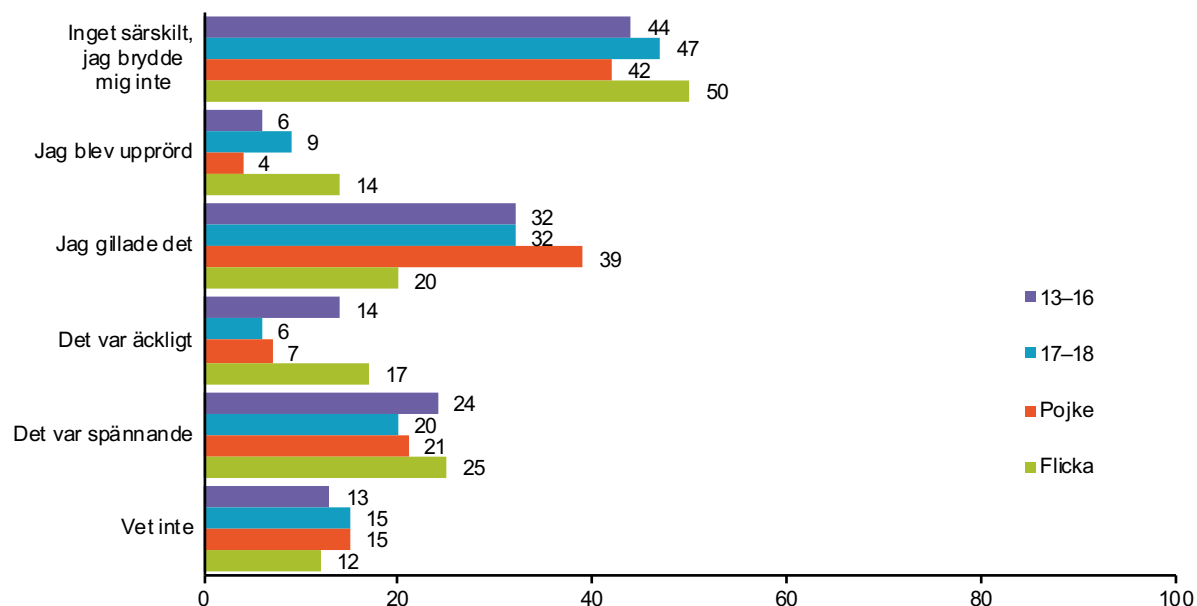
vanligaste är att man själv sökte upp det, vilket en majoritet uppger både bland flickor och bland pojkar.

Jämfört med den förra undersökningen har andelarna som uppger att de själva sökte upp det ökat påtagligt. När det gäller 13–16 är ökningen 7 procentenheter (från 54 % till 61 %) och bland 17–18 är ökningen 9 procentenheter (från 71 % till 80 %). Ökningen gäller både flickor och pojkar i detta avseende. Bland flickor är ökningen 10 procentenheter. Å andra sidan har andelen flickor som anger att "en kompis visade mig" också ökat med 10 procentenheter.

13–16 och 17–18 med funktionsnedsättningar, såväl de med fysiska som psykiska svarar i högre grad att de sökt upp det själv jämfört med genomsnittet.

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

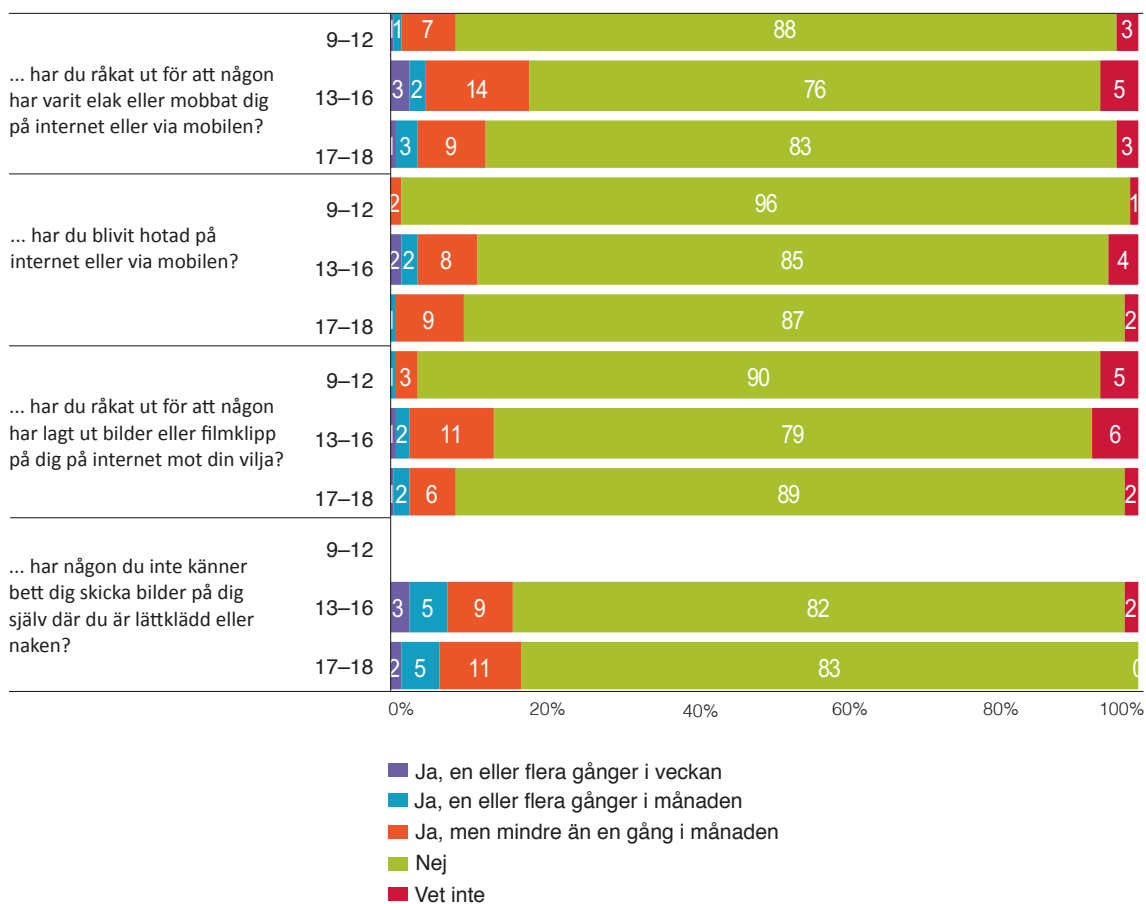
(endast 13–18 år)



Skillnaderna mellan åldersgrupperna är inte så stora, med undantag för de som tyckte det var äckligt, där 13–16 ligger högre.

Jämfört med föregående undersökning är svarmönstret likartat, men andelen flickor som uppger att de gillade det har sjunkit från 31 % till 20 % samtidigt som andelen pojkar som uppger detta har ökat från 31 % till 39 %. I förra undersökningen var andelarna som gillade det lika stora bland pojkar och flickor.

### 30. Under det senaste året, har du råkat ut för att: (%)



Överlag är det få som anger att de utsatts för dessa företeelser, andelarna som svarat "nej" sträcker sig mellan 76 % och 96 %.

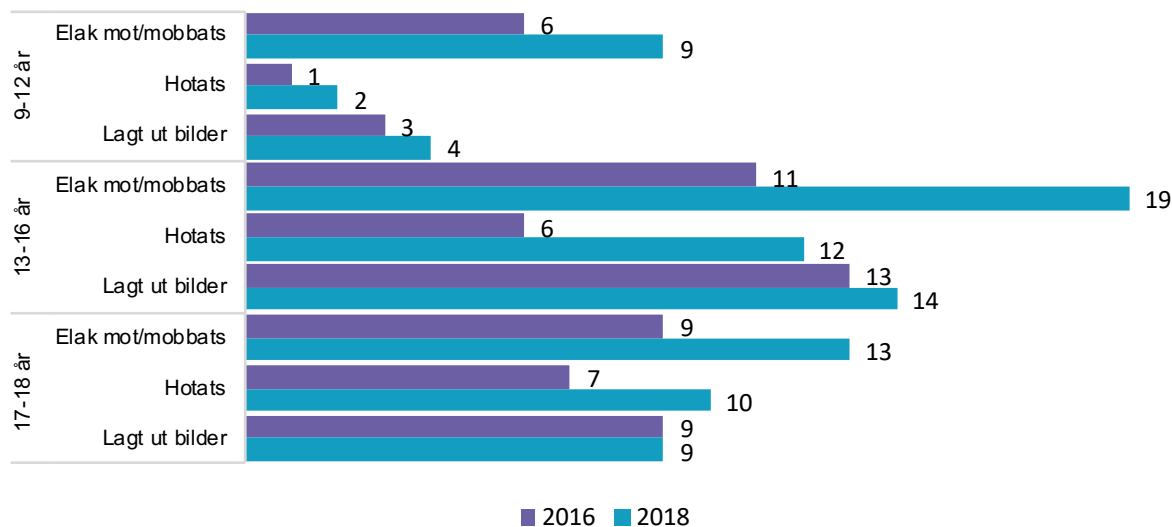
Bland 9–12 syns inga könsskillnader. Även bland 13–16 är könsskillnaderna små, men flickor har oftare råkat ut för att någon vill att de ska skicka nakenbilder. Bland 17–18-åringarna ligger pojkarna högre än flickorna vad avser hot och mobbning, men lägre vad avser önskemål om nakenbilder.

Det för årets undersökning nya svarsalternativet, att någon bett om nakenbilder tycks vara en av de vanligare företeelserna, jämförelsevis. Sammantaget kan man dock konstatera att dessa former av kränkningar och trakasserier är relativt ovanliga.

I tidigare undersökningar har förändringarna över tid varit marginell, och rört sig om enstaka procentenheter. Ungas användning av sociala medier har ökat kraftigt under 2010-talet. Sedan 2012 har andelen som använder sociala medier mer tre timmar/dag mer än fördubblats i de båda äldsta grupperna och fyrdubblats bland 9–12. Med ökad exponering i sociala medier följer också en ökad risk att utsättas för otrevligheter. Trots detta har en ökning av företeelserna i diagrammet ovan uteblivit. Tills nu. Nära på alla jämförbara frågor om digital utsatthet har ökat i samtliga åldersintervall sedan 2016. Då frågan "någon du inte känner bett dig skicka bilder på dig själv där du är lättklädd eller naken?" inte funnits i tidigare undersökningar kan jämförelser över tid inte göras. Om man slår samman alla jakande svar för övriga svarsalternativ, oavsett frekvens, syns följande förändringar.



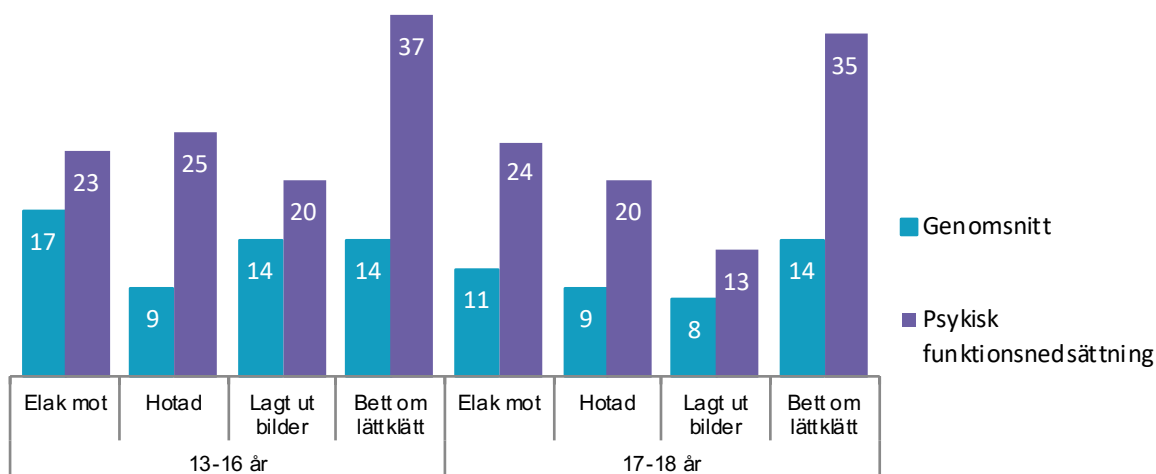
**30 b. Under det senaste året, har du råkat ut för att: (%)**



Som framgår av ovanstående sammanställning är det framförallt bland 13–16 där det syns större förändringar. Varför denna ökning framträder nu är svårare att svara på. Det kan handla om att klimatet på internet blivit hårdare, men också om att uppfattningarna om vad som är mobbning och hot förändrats till följd av t.ex. #metoo-rörelsens genombrott.

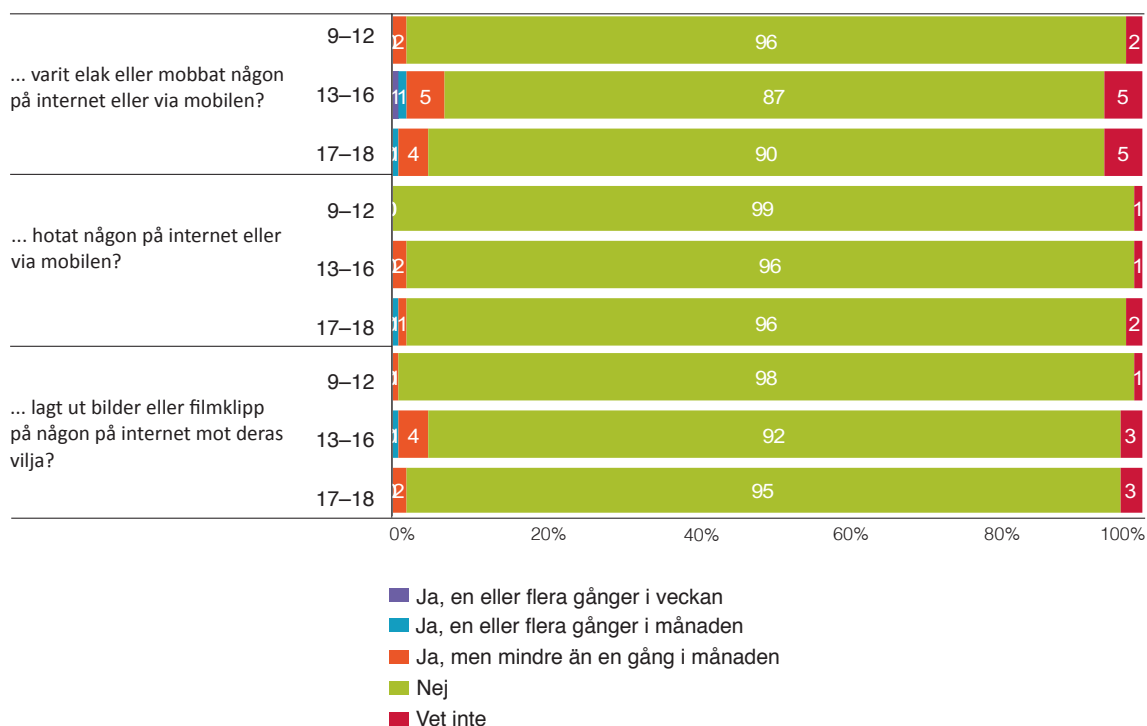
13–16 och 17–18 med psykiska funktionsnedsättningar svarar i högre utsträckning att samtliga dessa saker har drabbat dem. Här rör det sig om markanta skillnader, vilka framgår av diagrammet nedan.

**30 c. Under det senaste året, har du råkat ut för att?  
Psykisk funktionsnedsättning: (%)**



Resultatet bekräftar bilden att de med psykiska funktionsnedsättningar är mer utsatta på nätet i detta avseende, eller i vilket fall upplever en större utsatthet, vilket konstaterats i tidigare undersökningar.

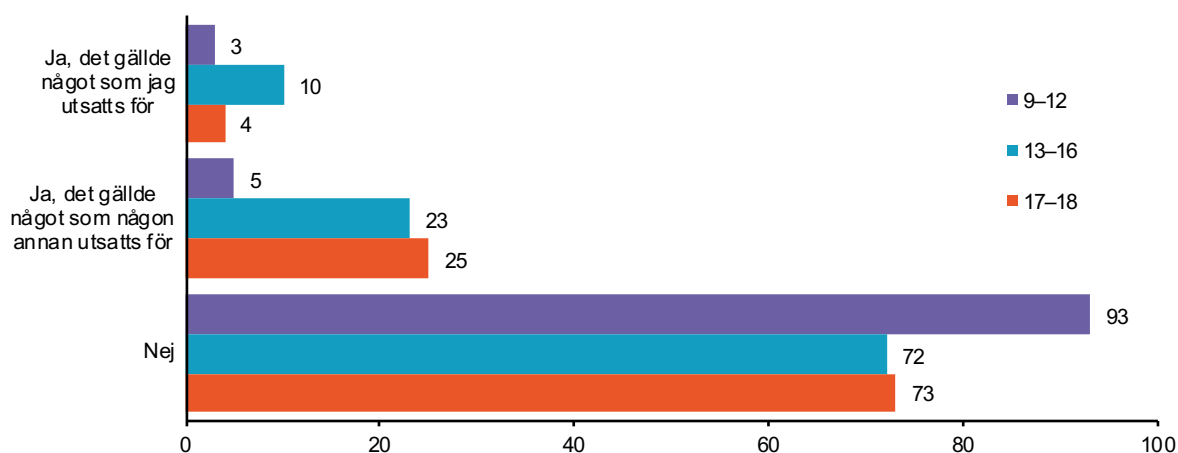
### 31. Under det senaste året, har du själv: (%)



Diagrammet visar att det är få som anser att de gjort något av detta mot någon annan. Jämfört med föregående undersökning syns dock några ökning. Det gäller 13-16 och mobbing som ökat med 4 procentenheter samt lagt ut bilder mot någons vilja som ökat med 3 procentenheter. I övrigt är skillnaderna mycket små och rör sig om enstaka procentenheter. Även könsskillnaderna är små.

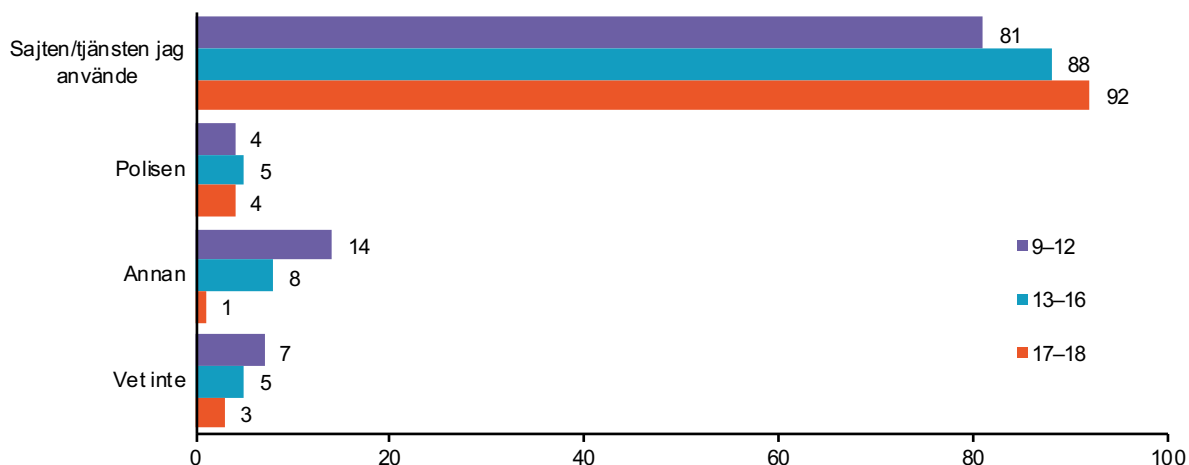
Resultatet på föregående fråga visade att de med psykiska funktionsnedsättningar var överrepresenterade när det gäller att ha råkat ut för något av detta. Här visar det sig samtidigt att de i högre utsträckning också själva har utsatt andra för mobbing och hot i högre utsträckning än genomsnittet.

### 32. Har du någon gång anmält något som hänt på internet, t.ex. i sociala medier? (%)



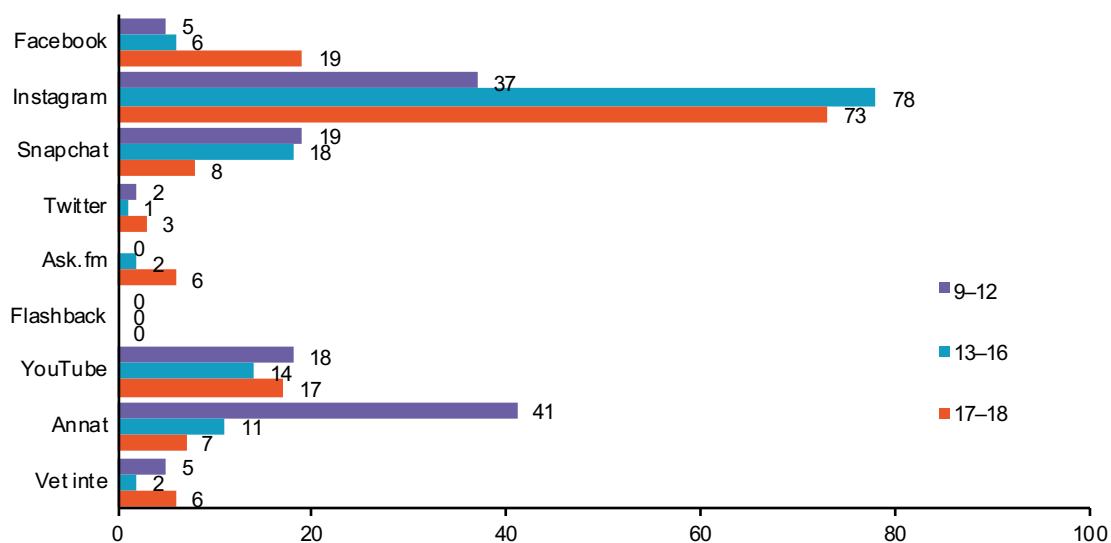
Frågan har en annan utformning jämfört med föregående undersökning. Det innebär att det inte går att jämföra över tid, annat än när det gäller dem som svarat nej. Vid en sådan jämförelse visar det sig att andelen som aldrig anmält något har ökat med 6 procentenheter bland 9–12, minskat med 1 procentenhet bland 13–16 och ökat med 8 procentenheter bland 17–18. Bland 13–16 och 17–18 anmäler flickor oftare än pojkar.

### 33. Vem gjorde du anmälan till? (%)



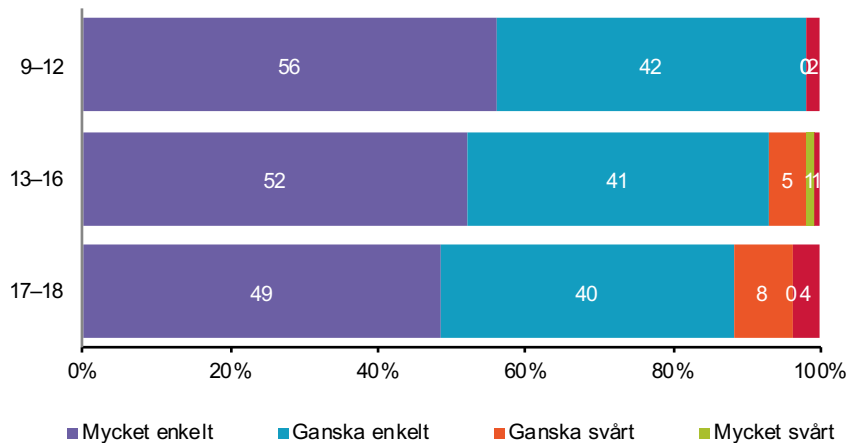
Frågan har en annan utformning än i tidigare undersökningar. Diagrammet visar att det absolut vanligaste är att man anmält till den aktuella tjänsten. Det är ovanligt med polisanmälningar.

### 34. Var hände det som du anmälde? (%)



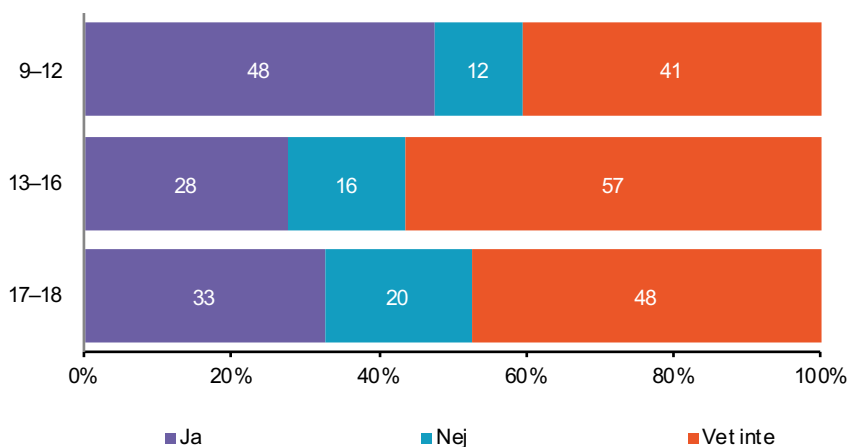
Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Diagrammet visar att *Instagram* är den tjänst som anmälan oftast gäller. Det har samtidigt att göra med att användningen av *Instagram* är så omfattande.

### 35. Var det enkelt eller krångligt att anmäla? (%)



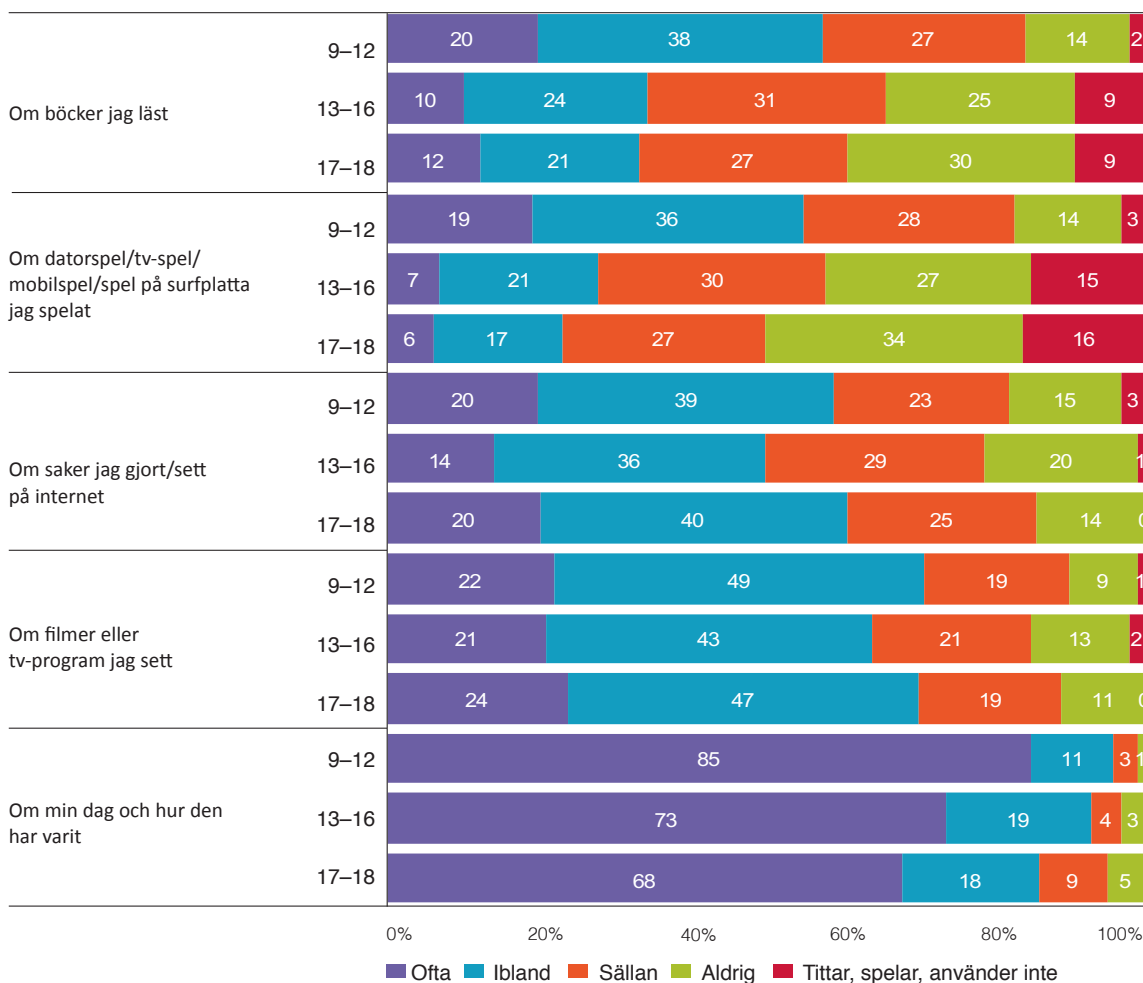
Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Diagrammet visar att en majoritet upplever att det är mycket enkelt att anmäla. Lägger man dessutom till de som tycker det var ganska enkelt syns en kraftig majoritet, 89 % och uppåt.

### 36. Ledde din anmälan till någon åtgärd? (%)



Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Diagrammet visar stora andelar "vet inte". Detta kan ha flera förklaringar. Men eftersom det är okänt vad anmälan gällde, det kan handla om allt från tekniska problem till hot, är det inte rimligt att spekulera vidare här.

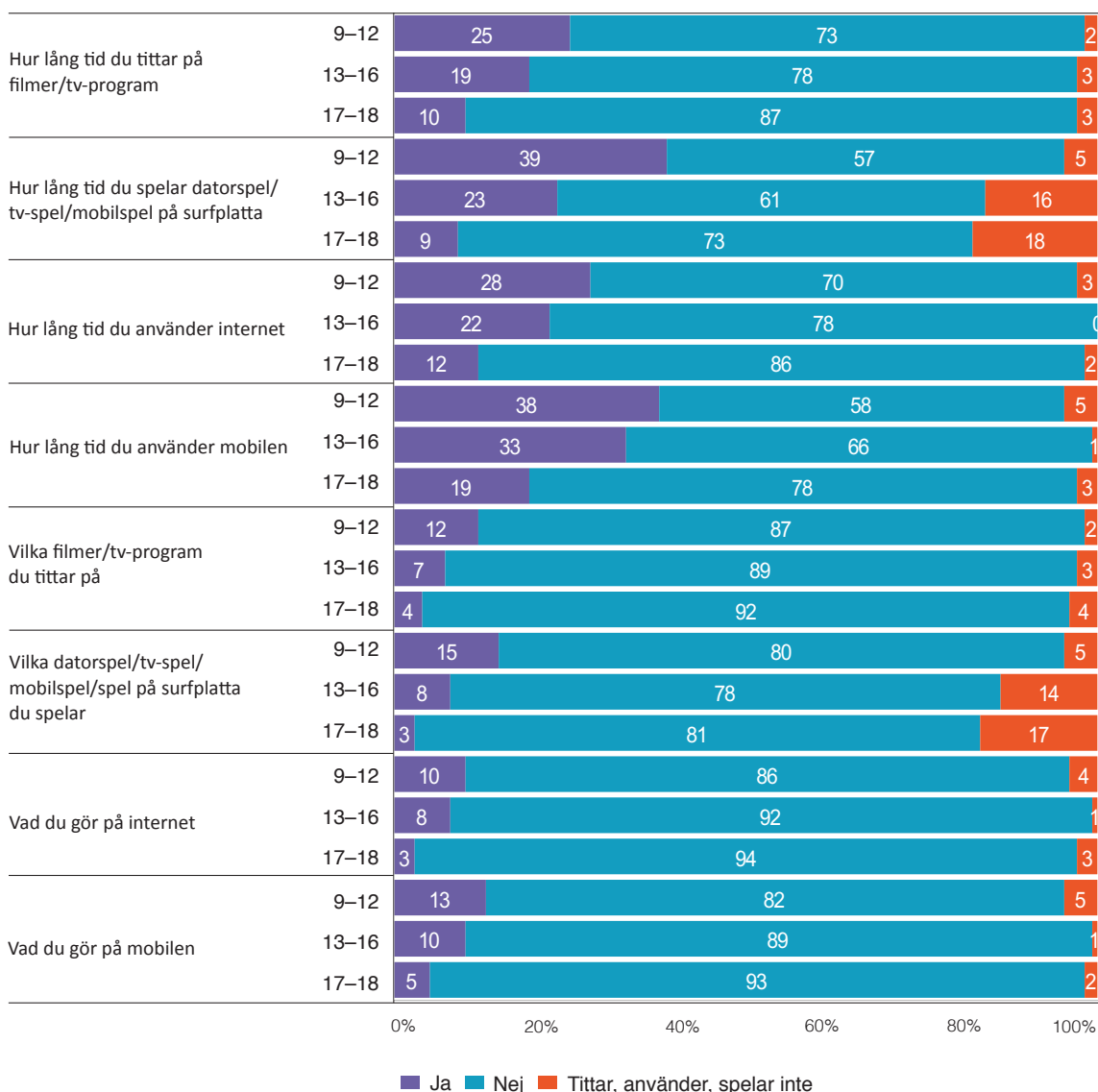
### 37. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om följande aktiviteter: (%)



I samtliga åldersgrupper pratar man mest med föräldrarna om ens dag och hur den har varit. Detta är ett nytt svarsalternativ för årets undersökning varför det inte går att göra jämförelser över tid. Med tanke på de höga andelarna fyllde dock detta svarsalternativ en tidigare lucka när det gäller att skapa sig en bild av hur barn och föräldrar kommunicerar. Med tanke på att medierna idag är en påtaglig och integrerad del av vardagen är det rimligt att betrakta ett sådant samtal som medierelaterat i någon mening. Samtal om filmer och tv-program är fortfarande det specifikt medierelaterade ämne som är vanligast. Generellt talar de yngsta mer än de äldre om böcker och spel med föräldrarna. Avseende saker man gjort på internet och filmer och tv-program man sett är svaren relativt jämnt fördelade mellan åldersintervallen. I de båda äldre åldersgrupperna är böcker man läst och spel man spelat de minst vanliga samtalsämnena.

Jämfört med tidigare undersökningar är svarmönstren i stor sett detsamma. Samtalen speglar medieanvändningen i så motto att pojkar talar mer om spel med sina föräldrar, medan flickor talar mer om film/tv och internet (13–16, 17–18).

### 38. Brukar du och dina föräldrar bli osams om: (%)

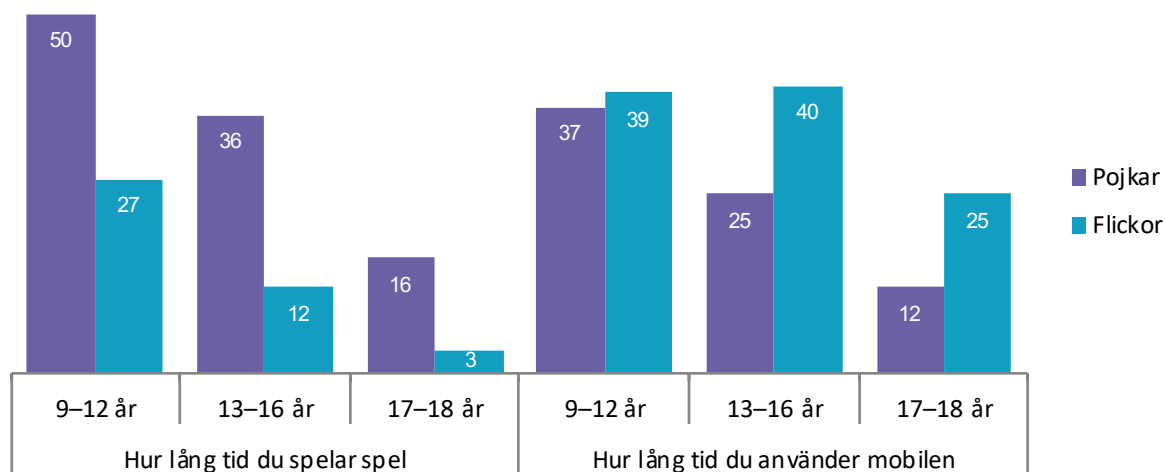


Det överlägset vanligaste svaret i samtliga åldersgrupper är att man inte blir osams med sina föräldrar om medieanvändning. När konflikter förekommer är det betydligt vanligare att det är tidsåtgången som är källan till konflikt, snarare än vad man ser eller gör i olika medier. Konflikter är vanligast i åldersintervallet 9–12.

Jämfört med föregående undersökning är svarsmönstret likartat. Det finns dock några skillnader. T.ex. har konflikter om den tid man ägnar åt mobilen ökat bland 9–12 från 32 % till 38 %.

I samtliga åldersintervall är det vanligare med konflikter om spel bland pojkar. Bland 9–12 gäller detta även internet. När det gäller 13–16 har flickor fler konflikter om film/tv (tidsåtgång) och mobilen (både vad man använder den till och hur länge). Bland 17–18 gäller samma sak fast angående mobilen endast tidsåtgången.

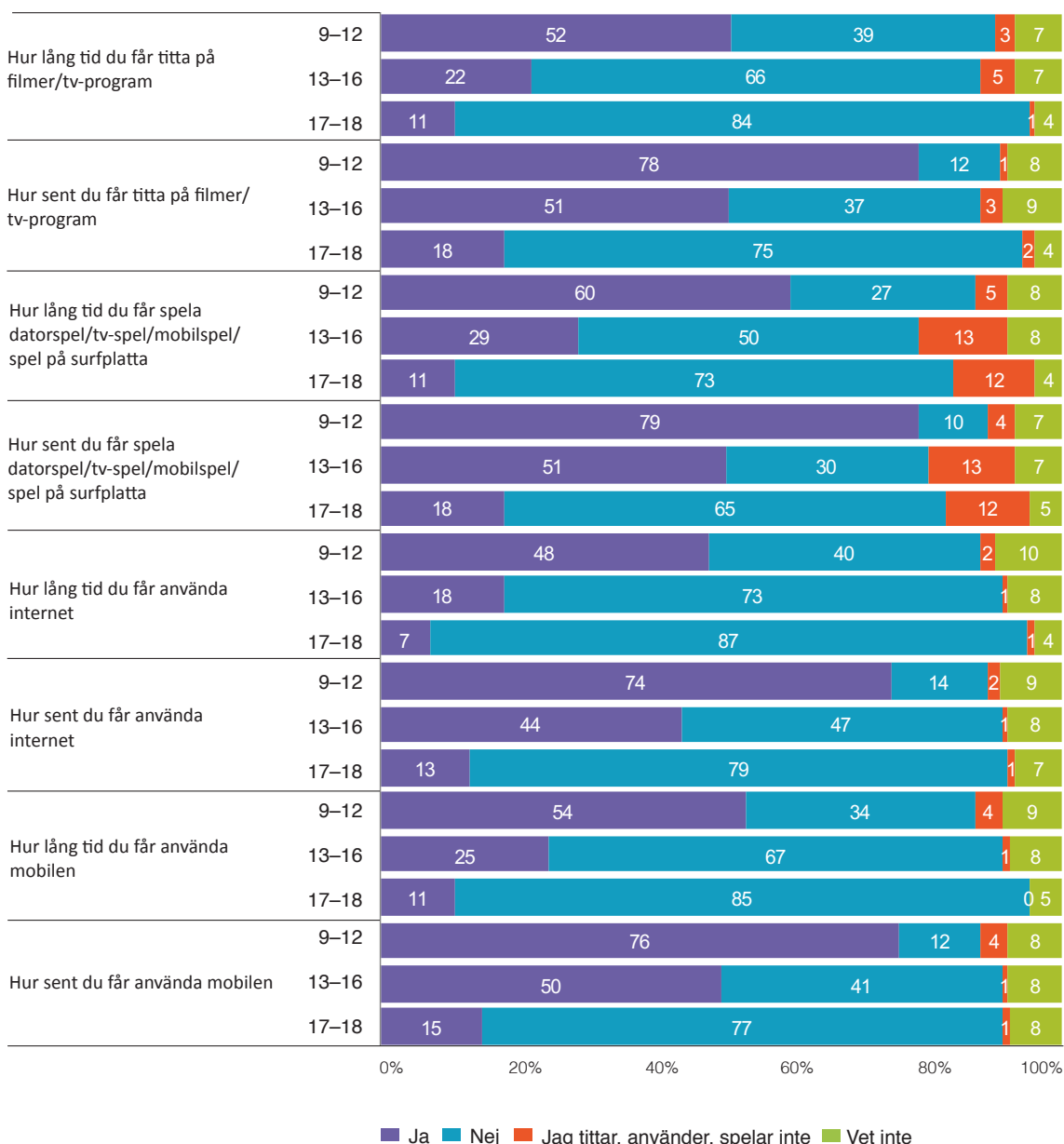
### **38 b. Brukar bli osams med föräldrarna om hur mycket tid som ägnas åt spel/mobilen (%)**



I diagrammet ovan framgår tydligt att pojkar betydligt oftare än flickor hamnar i konflikt med föräldrarna om hur mycket tid de ägnar åt spelande. Detta beror sannolikt på att de spelar betydligt mer än flickor. Inte bara tidsåtgången i spelandet uppvisar könsskillnader; bland de yngsta är det också en tydlig skillnad avseende konflikter kring vilka spel man spelar. Av pojkarna blir 22 % osams med föräldrarna om detta jämfört med 9 % av flickorna. Samma mönster återfinns i de båda äldre åldersintervallen, fast i lägre utsträckning. I de båda äldre grupperna finns det också stora skillnader avseende mobiltid (12–15 procentenheter), där det är vanligare att flickor blir osams med föräldrarna. Bland 13–16 är det också vanligare att flickor blir osams om tv-tid (23 %) än att pojkar blir det (14 %).

Överlag syns en svag minskning av de medierelaterade familjekonflikterna jämfört med tidigare studier. De enda någorlunda tydliga skillnaderna mot tidigare undersökningar gäller tid ägnad åt mobilanvändning, där konflikterna ökat med 6 procentenheter bland 9–12 och minskat med 5 bland 17–18.

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



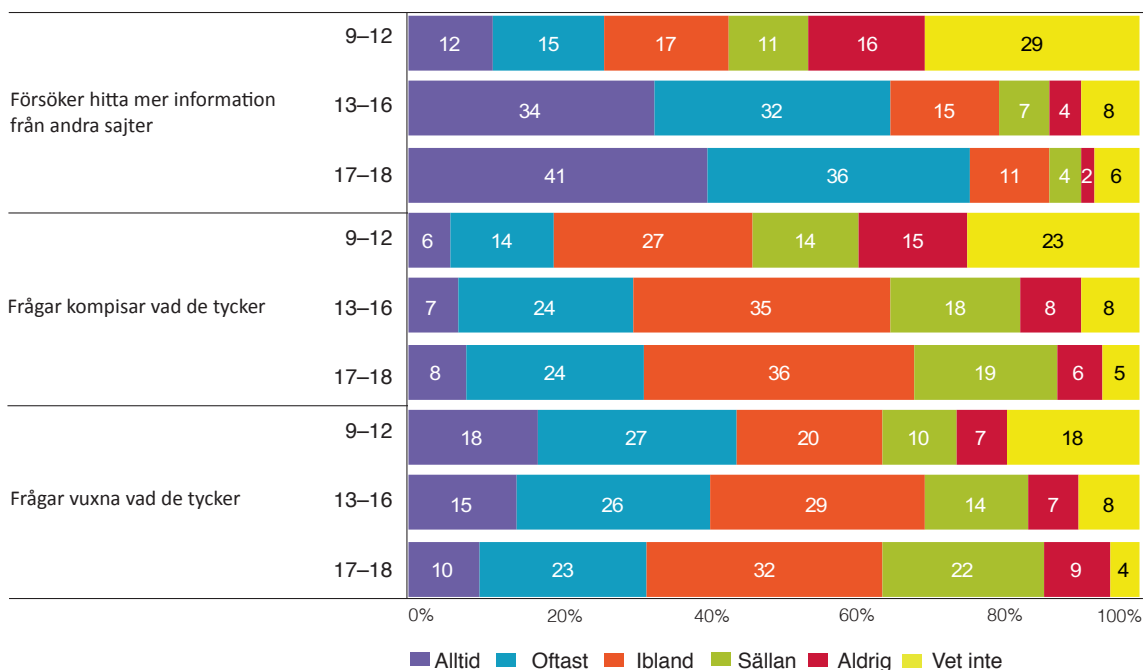
Frågan har en annan utformning än i föregående undersökning. Diagrammet visar tydligt att förekomsten av regler minskar med stigande ålder och att en majoritet bland 9–12 har sådana regler (dock endast 48 % avseende hur lång tid man får använda internet). Det är vanligare med regler för hur sent man får ägna sig åt medier än hur lång tid man får ägna åt dem. En sannolik förklaring till detta är att det är betydligt enklare att bestämma ett klockslag när användningen ska upphöra än att mäta tiden för användningen.

Bland 9–12 är det vanligare att pojkar har regler. Det gäller film/tv (hur lång tid), spel (hur lång tid), internet (hur sent) samt mobilen (hur lång tid). Bland 13–16 har också pojkar regler i högre utsträckning och skillnaderna är i flera fall påtagliga. T.ex. hur sent man får använda internet, pojkar: 50 %, flickor: 39 %, hur sent man får spela spel, pojkar: 70 %, flickor: 35 %, hur sent man får titta på film/tv, pojkar: 58 %, flickor: 46 %. Över huvud taget förefaller pojkar i denna ålder ha fler regler om medieanvändningen än flickor. Bland 17–18 luckras detta mönster upp, dock kvarstår skillnaderna avseende spel.



På denna fråga uppträder tydliga mönster när det gäller syskonstatus. De som endast har yngre syskon har regler i markant högre utsträckning än de utan syskon och de som endast har äldre syskon. Det gäller samtliga svarsalternativ bland 13–16 och 17–18.

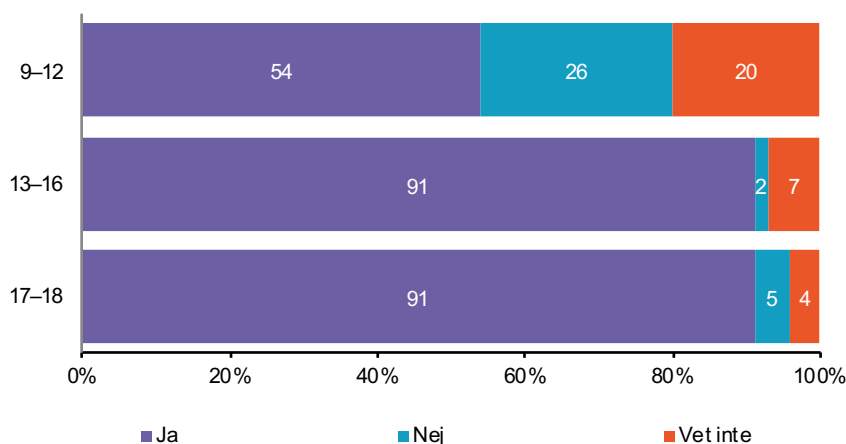
#### 40. Två sajter på internet beskriver samma sak. Du upptäcker att det de säger inte stämmer överens. Vad gör du då? (%)



Frågan har en annan utformning än i föregående undersökning. Det finns en omfattande samhällsrelig diskussion om barns och ungas förmåga att förhålla sig källkritiskt till information. Denna fråga är tänkt att bidra med några fakta till diskussionen. Här bör påpekas att tolkningen av frågan kan variera i stor utsträckning. Det kan ju röra sig om något trivialt likaväl som något viktig eller allvarligt. Om respondenten har trivialiteter i åtanke är det naturligtvis inte särskilt förvånande om man inte försöker gå till botten med oklarheten. Detta kan dock inte fastställas här. De höga andelarna av svaret "ibland" när det gäller att fråga kompisar eller vuxna kan vara ett tecken på att det helt enkelt beror på vad det gäller. Oavsett detta visar diagrammet att det är vanligt att 13–16 och 17–18 söker vidare information på nätet. 9–12 uttrycker en större osäkerhet överlag, vilket de höga andelarna "vet inte" visar.

Bland 9–12 syns inga könsskillnader. Bland 13–16 är det vanligare att flickor alltid frågar vuxna (17 % jämfört med 12 % bland pojkar) och när det gäller 17–18 är det vanligare att pojkar alltid söker vidare på internet (44 % jämfört med flickor 38 %).

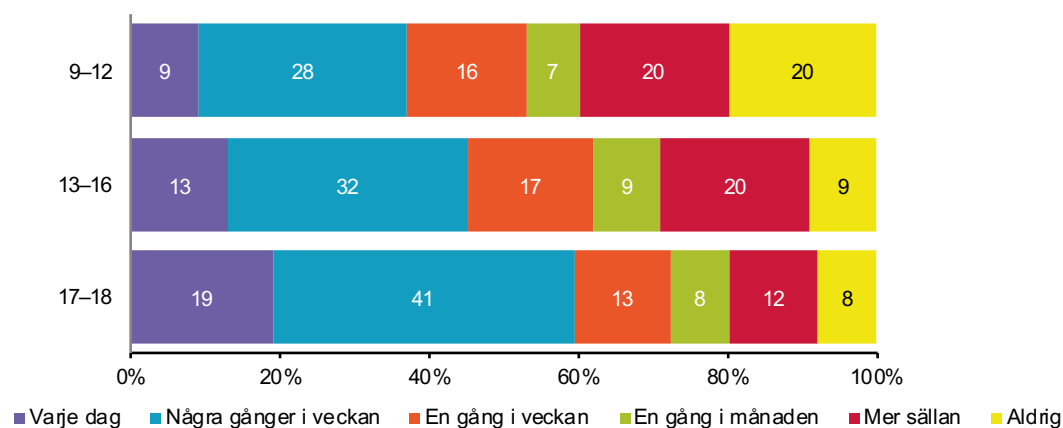
#### 41. Har du i skolan fått lära dig om källkritik på internet? (%)



Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Som nämndes i samband med föregående fråga diskuteras barns och ungas källkritiska förmåga. En viktig hjälp för att skaffa sig en sådan är skolundervisning om detta. Diagrammet visar att det tycks vara gott ställt i detta avseende. Observera att frågan specifikt gäller källkritik på internet. Bland 13–16 och 17–18 är det över 90 % som uppger att de fått sådan undervisning. Bland 9–12 är det en lägre andel, men dock en majoritet.

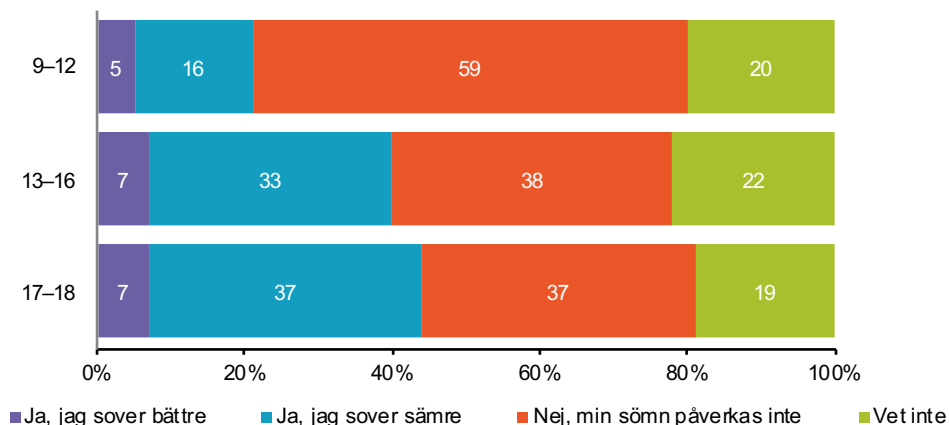
Det är bara bland 17–18 som det uppträder några könsskillnader. Flickor uppger i högre utsträckning (94 %) att de fått sådan undervisning jämfört med pojkar (87 %). Skillnaden är svår att förklara.

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



Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Slår man samman svaren som gäller någon eller flera gånger i veckan är det alltså en majoritet i alla åldersgrupper som uppger att så är fallet. Att medieanvändningen leder till att man försummar andra aktiviteter ökar med stigande ålder. Det är tydligt att medieanvändningen uppfattas som ett problem i förhållande till andra förpliktelser. Bland 13–16 och 17–18 är det vanligare att flickor uppger att detta sker varje dag. (13–16, flickor: 15 %, pojkar: 9 %. 17–18, flickor: 22 %, pojkar: 17 %).

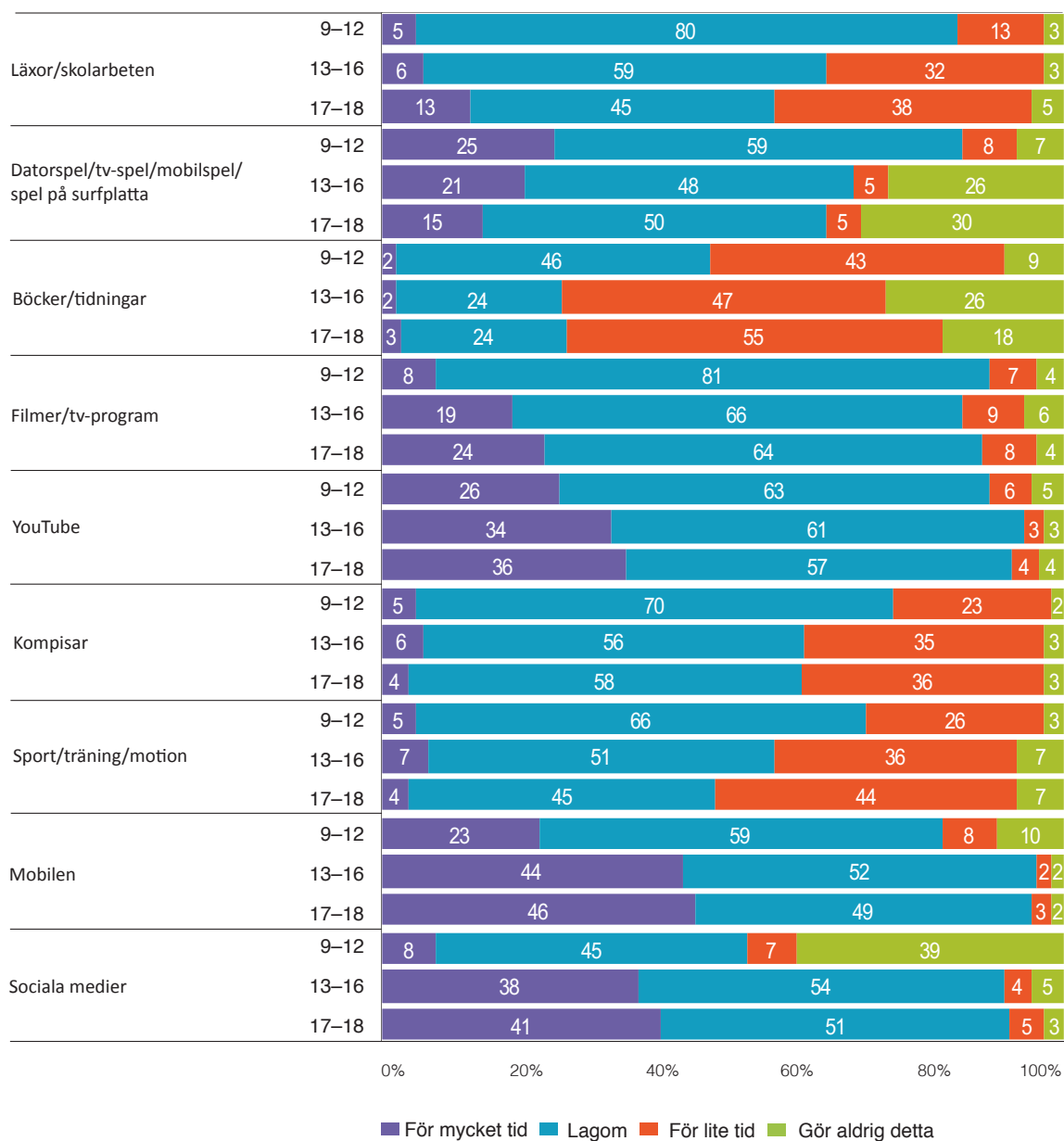
### 43. Tror du att din medieanvändning påverkar din sömn? (%)



Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar. Att andelarna som svarar "vet inte" är så pass höga är inte märkligt. Det torde vara svårt att avgöra om man inte har en någorlunda bestämd uppfattning, vilket i sin tur beror på individuella upplevelser. Till att börja med är det små andelar i alla åldersgrupper som upplever att deras medieanvändning bidrar till en bättre sömn. Bland 9–12 svarar en majoritet att deras sömn inte påverkas. Denna uppfattning minskar dock med åldern. Omvänt ökar uppfattningen att sömnen försämras på grund av medieanvändningen med stigande ålder.

Flickor uppger i högre utsträckning än pojkar att deras sömn försämras av medieanvändningen och det gäller i alla åldersgrupper. Skillnaderna är också påtagliga. Bland 13–16 svarar 37 % av flickorna jämfört med 28 % av pojkarna att sömnen försämras.

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

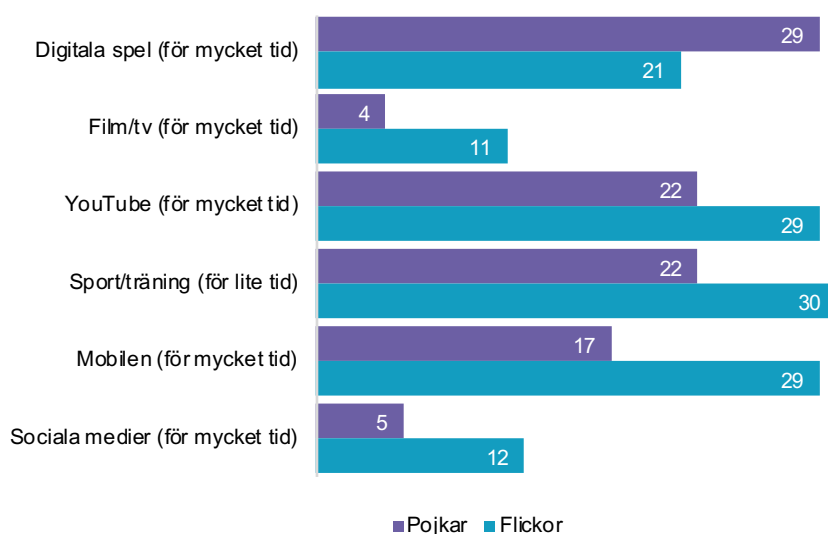


Frågan har delvis förändrade svarsalternativ jämfört med tidigare undersökningar. Diagrammet visar att det man i högst utsträckning anser sig ägna för lite tid åt är böcker/tidningar. Det har även historiskt sett varit fallet. Liksom tidigare följs detta av sport/träning. Det 13–16 och 17–18 i högst utsträckning anser sig ägna för mycket tid åt är mobilen, sociala medier och YouTube (nytt svarsalternativ). För 9–12 är det istället YouTube, digitala spel och mobilen som toppar listan över det man anser sig ägna för mycket tid åt. Sociala medier är på en betydligt lägre nivå i denna åldersgrupp. Generellt ökar andelarna ”för mycket tid” med stigande ålder förutom just digitala spel där förhållandet är det omvända. När det gäller kompisar och sport/träning/motion är det mer oklart.

Här uppger 13–16 med fysiska funktionsnedsättningar i högre utsträckning att de ägnar för mycket tid åt digitala spel, film/tv, YouTube och mobilen. De med psykiska funktionsnedsättningar uppger i högre utsträckning att de ägnar för mycket tid åt digitala spel.

Könsskillnaderna är påtagliga i samtliga åldersgrupper. När det gäller 9–12 ser det ut på följande vis:

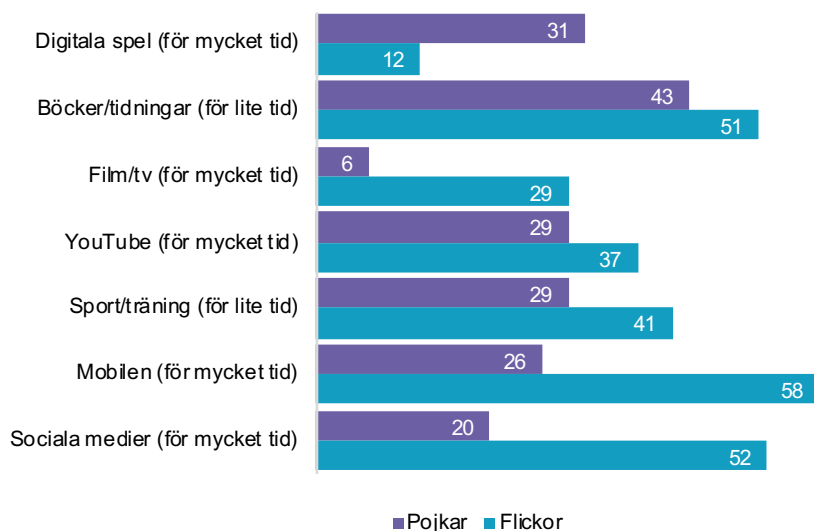
**44 b. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt, kön, 9–12 (%)**



Lägg märke till att samtliga alternativ visar ”för mycket tid”, utom sport/träning/motion som visar ”för lite tid”. Diagrammet visar att flickor tycks ha en mer kritisk inställning till hur de tillbringar sin tid än vad pojkar har, förutom när det gäller att ägna tid åt digitala spel.

När det gäller 13–16 framträder följande:

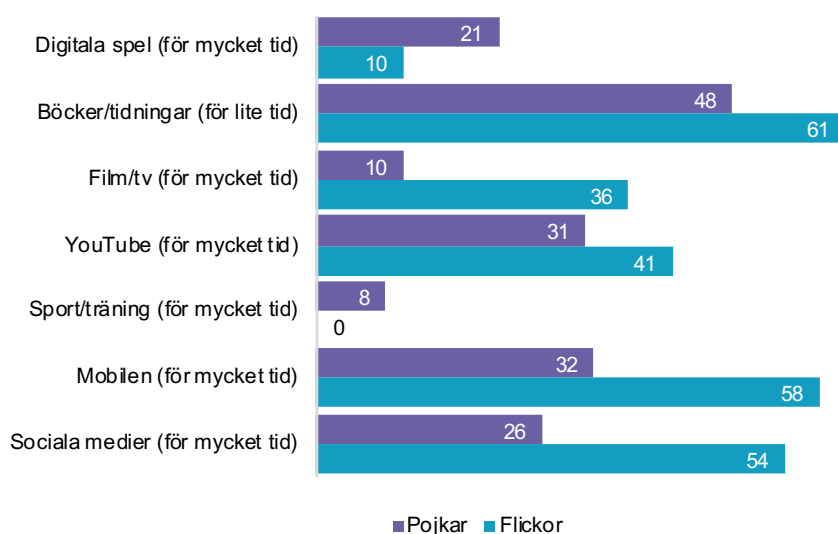
**44 c. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt, kön, 13–16 (%)**



Diagrammet visar att flickornas självkritiska inställning utökats i denna åldersgrupp till att även omfatta film/tv (för mycket tid) samt böcker/tidningar (för lite tid). Även här är det endast digitala spel den medieform som pojkarna anser att de ägnar för mycket tid åt i högre utsträckning än flickor. I denna åldersgrupp är också pojkarnas spelande påtagligt mer omfattande än flickornas.

För 17–18 uppträder några nya skillnader:

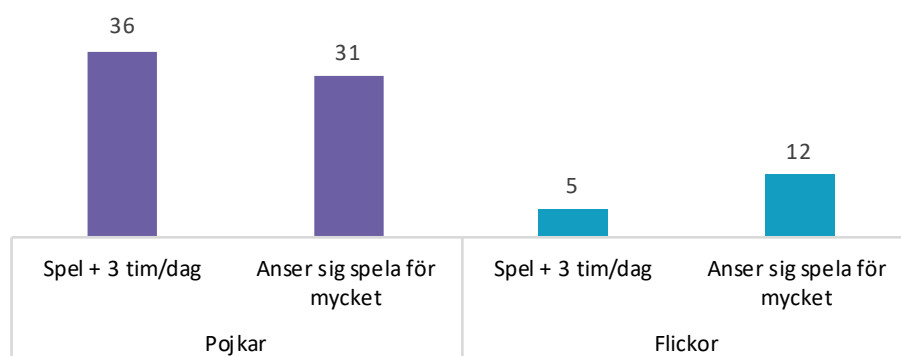
**44 d. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt, kön, 17–18 (%)**



Liksom i yngre åldersgrupper ligger pojkarna högre vad avser digitala spel. Här upplever dock pojkarna att de också ägnar för mycket tid åt sport/träning/motion. Något som flickorna i yngre år i högre utsträckning än pojkarna upplevt att de ägnat för lite åt, vilket inte är fallet här. I övrigt är mönstret detsamma som i yngre åldersgrupper. Lägga märke till de kraftiga skillnaderna vad avser mobilen och sociala medier.

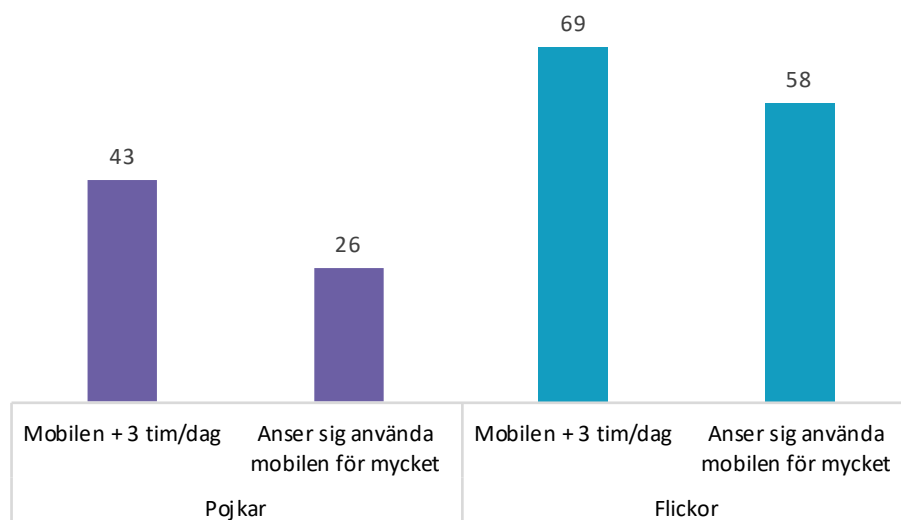
Om man ser till hur mycket tid man ägnar åt de olika medieaktiviteterna finner man att flickor är mer benägna att anse att de ägnar för mycket tid åt dem, i proportion till den faktiska användningen. Detta är ett mönster som är återkommande från tidigare undersökningar. Nedan presenteras några diagram över den faktiska medieanvändningen och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta för gruppen 13–16 år 2018.

**44 e. Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta: spel, kön, 13–16 (%)**



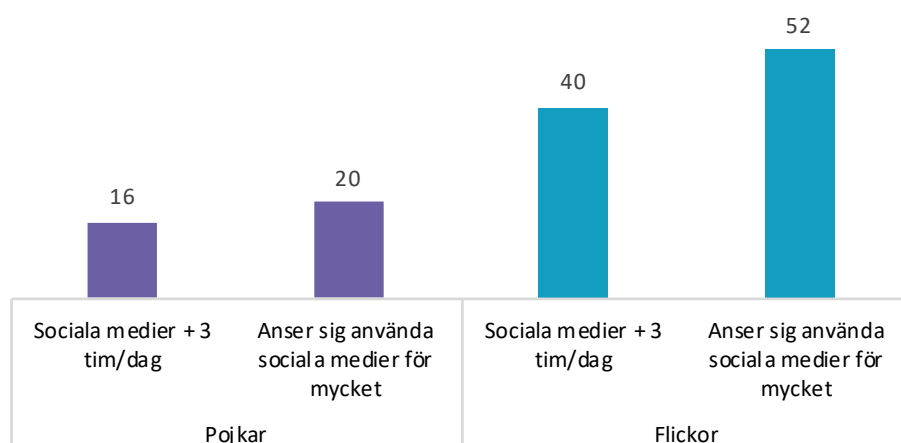
Diagrammet visar på en könsmissigt mycket ojämnt fördelad medieaktivitet: spelande. Betydligt fler pojkar spelar mer än 3 timmar/dag. Det är också en större andel pojkar än flickor som anser sig spela för mycket. Däremot är det färre pojkar som tycker att de spelar för mycket än som spelar mer än 3 timmar/dag.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

**44 f. Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta: mobilen, kön, 13–16 (%)**



En betydligt större andel av flickorna använder mobilen mer än tre timmar/dag, och varken bland flickorna eller pojkarna är det fler som tycker att de använder den för mycket i relation till andelen högkonsumenter. Differensen mellan faktiskt användning och upplevelsen att denna är för omfattande är betydligt större bland pojkarna: 17 procentenheter jämfört med 11 hos flickorna.

**44 g. Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man ägnar för mycket tid åt detta: sociala medier, kön, 13–16 (%)**



Även avseende användningen av sociala medier används dessa flitigare av flickor. Även om en större andel pojkar anser att de använder sociala medier för mycket jämfört med högkonsumenterna, är denna differens bara 4 procentenheter. Bland flickorna är den 12 procentenheter.

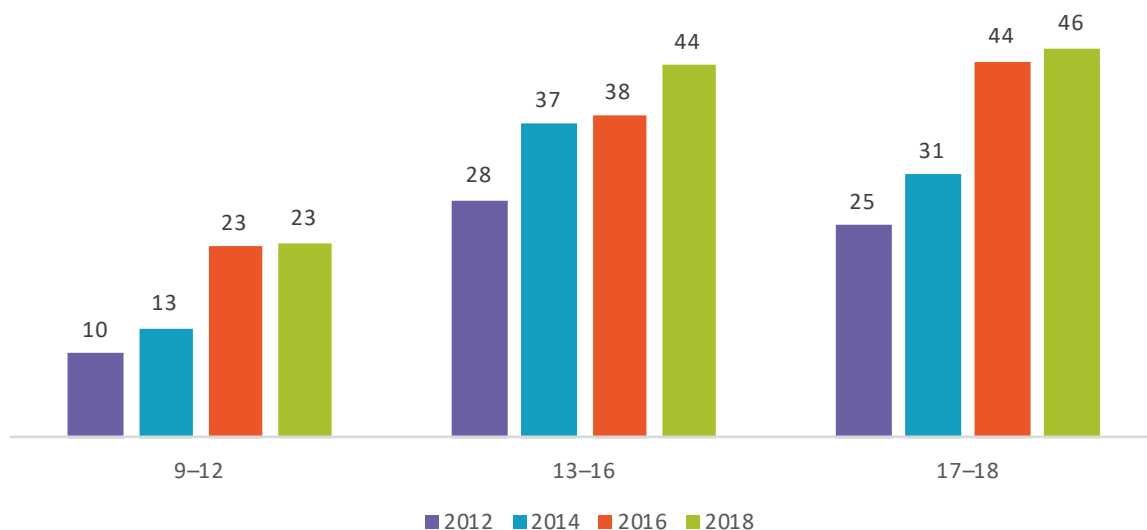
Generellt är flickor i högre utsträckning än pojkar missnöjda med sin medieanvändning, särskilt i relation till hur mycket tid man faktiskt ägnar åt mediet. Detta gäller även i åldersgrupperna 9–12 och 17–18. Någon förklaring till varför flickor är mer självkritiska när det gäller sin medie-



konsumtion kan inte ges i föreliggande rapport utan kräver fortsatta undersökningar. Inom parentes kan tilläggas att pojkar i tidigare studier aldrig uttryckt att de använder sociala medier för mycket i större utsträckning än andelen som använder mer än tre timmar/dag.

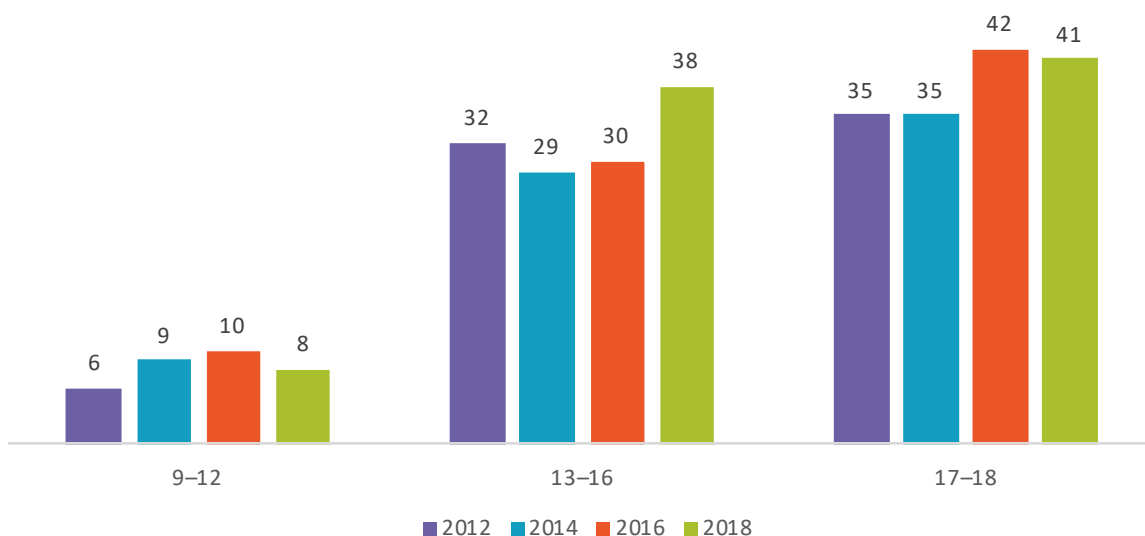
Om man återgår till åldersgrupperna som helhet och jämför med tidigare undersökningar finns endast tre påtagliga skillnader i hur man anser sig fördela sin tid, se följande tre diagram.

#### **44 h. Anser sig ägna för mycket tid åt mobilen, 2012–2018 (%)**



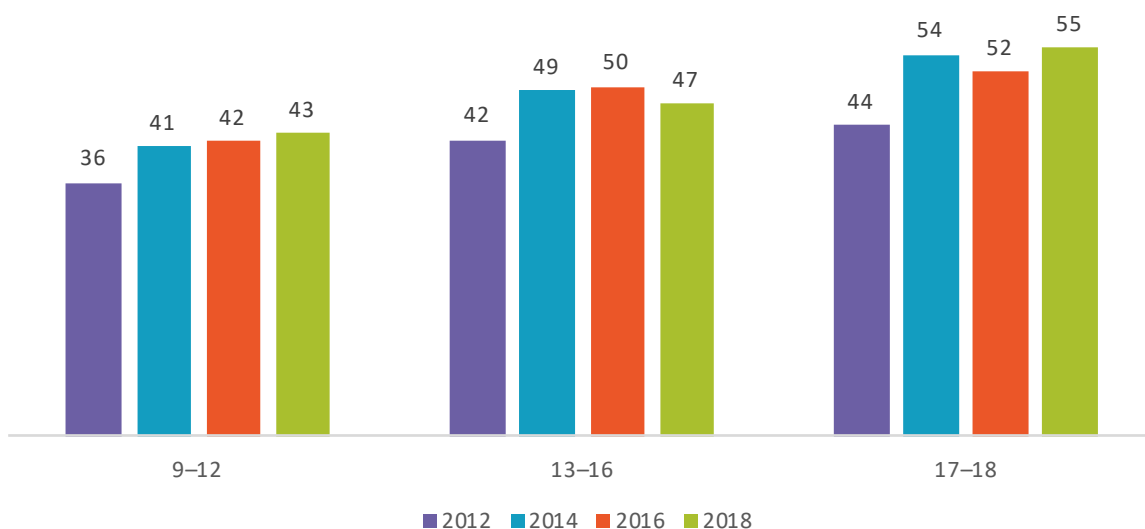
Tidigare har samtliga åldersintervall i allt högre utsträckning angett att de använder mobilen för mycket. För 9–12 och 17–18 har denna utveckling nu avstannat. Den fortsätter dock bland 13–16, sedan 2016 har andelen ökat med 6 procentenheter. Detta motsvaras av en svag ökning av mobilanvändningen bland 13–16.

#### 44 i. Anser sig ägna för mycket tid åt sociala medier, 2012–2018 (%)



Även åsikten att man ägnar för lång tid åt sociala medier har ökat över tid, även om de högsta andelarna som tycker detta bland de yngsta och de äldsta återfanns 2016. I årets mätning kan man se ett rejält hopp bland 13–16 där andelen stiger från 30 % 2016 till 38 % 2018. Detta motsvaras av en ökning av andelen som använder sociala medier dagligen i denna grupp från 75 % 2016 till 84 % 2018. Motsvarande ökning av användningen finns inte i de båda andra åldersintervallen, varför man kan misstänka att missnöjet är kopplat till den faktiska användningen.

#### 44 j. Anser sig ägna för lite tid åt böcker/tidningar, 2012–2018 (%)



Den tredje skillnaden gäller uppfattningen att man läser för lite böcker och tidningar, denna har ökat med upp till 11 procentenheter sedan 2012. Det är den enskilda kategori där flest är missnöjda med hur man disponerar sin tid. Andelen som tycker att de läser för lite har dock minskat en aning (3 procentenheter) i åldersintervallet 13–16 sedan 2016. Det kan också konstateras att det ökande missnöjet motsvaras av en faktisk minskning av den egna läsningen under den studerade tidsperioden (se diagram 9 f).

# BILAGA 1.

## Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter

Som konstaterats är svarsfrekvensen i föreliggande rapport relativt låg, 32,6 % för barn 9–12 och 32,9 % för 13–18 år. En låg svarsfrekvens medför en ökad risk för bortfallsfel – att de som besvarat frågeformulären skiljer sig från dem som inte gjort det så att resultaten av undersökningen blir missvisande för hela urvalet. För att kompensera för detta har SCB kalkylerat kalibreringsvikter baserat på registerdata (se nedan). I 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 uppnår i princip samtliga av de jämförelser och förändringar som redovisas i den löpande texten signifikansnivån 0,05 och är alltså vad man i dagligt tal brukar kalla för statistiskt säkerställda. Statistisk signifikans är dock ett i vissa avseenden problematiskt mått på en undersöknings tillförlitlighet. Ju större antal individer som deltar, desto större är sannolikheten för att mycket små förändringar över tid eller skillnader mellan olika grupper är statistiskt signifikanta. Det 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 en medieform ökat i samtliga åldersgrupper som undersökts). Av läsbarhetsskäl redovisas inte signifikansnivåerna vidare i rapporten.

Den tidigare kommittén Medierådet använde sig i undersökningen 2010 av överlappande åldersgrupper 9–12 år samt 12–16 år. Anledningen var att man betraktade de respondenter som fyllde år under den tid datainsamlingen pågick som ett år äldre än de som fyllde senare på året. En fyraåring som fyllde fem innan enkätinsamlingen var avslutad betraktades således som en femåring i tidigare material. Då insamlingen 2010 varit åldersmässigt snedfördelad har vi i alla datainsamlingar sedan 2012/13 valt ut åldersgrupperna utifrån hur mycket respondenterna fyller under året – som ömsesidigt uteslutande kategorier. Från och med 2012 års insamling finns även åldersgruppen 17–18 med.

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

## **Åldersintervall och barnens genomsnittsålder för datainsamlingarna 2010–2018**

<b>2010</b>	<b>2012/13</b>	<b>2014</b>	<b>2016</b>	<b>2018</b>
9–12: 10,31 år	9–12: 10,50 år	9–12: 10,50 år	9–12: 10,52 år	9–12: 10,43 år
12–16: 13,9 år	13–16: 14,50 år	13–16: 14,52 år	13–16: 14,42 år	13–16: 14,47 år
–	17–18: 17,53 år	17–18: 17,50 år	17–18: 17,54 år	17–18: 17,48 år

I åldersgruppen 9–12 år skiljer sig genomsnittsåldern marginellt åt mellan undersökningarna. För 12–16 år i insamlingen 2010 respektive 13–16 år i senare insamlingar, skiljer sig genomsnittsåldern mer åt: 2010 var den 13,9 år och i de senare 14,5, 14,52 samt 14,42 år. Det innebär att en del av förändringarna över tid gällande t.ex. användningsfrekvens eller eget innehav av medieteknik mellan de olika datainsamlingarna kan vara konsekvensen av ålderskillnader bland respondenterna. Sedan SCB blev ansvariga för datainsamlingen 2012 har åldersvariationen varit i stort sett obefintlig.

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

# Statens medieråd

Statens medieråd, Box 27204, 102 53 Stockholm | Besöksadress: Borgvägen 1 (Filmhuset), plan 5, Stockholm  
Telefon: 08-665 14 60 | E-post: [registrator@statensmedierad.se](mailto:registrator@statensmedierad.se) | [www.statensmedierad.se](http://www.statensmedierad.se)