

BARN OG MEDIER 2018

Medievaner: mobiltelefon og tidsbruk
hos norske 13 - 18-åringer



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

sentio
research
norge

Informasjon om undersøkelsen

Undersøkelsen Barn og unges mediebruk 2018 er gjennomført av Sentio Research Norge på oppdrag fra Medietilsynet.

Formålet med undersøkelsen er å gi en samlet framstilling av barn og unges bruk av ulike digitale medier. Dette omfatter barn og unges digitale deltakelse, kompetanse og dømmekraft, i tillegg til foreldres deltakelse og regulering av barn og unges mediehverdag. Inn under disse problemstillingene kartlegger undersøkelsen blant annet medievaner (sosiale medier, spill, tv), negative opplevelser (mobbing, ubehagelige seksuelle kommentarer), kildekritikk og holdninger til medieregulering.

Medietilsynet samarbeider med et bredt nettverk av aktører, og har et særskilt opplysnings- og informasjonsarbeid med fokus på trygg bruk av digitale medier for barn og unge. I den forbindelse bidrar undersøkelsen med et empirisk kunnskapsgrunnlag basert barn og unges egen rapportering om deres faktiske bruk, erfaringer, holdninger, opplevelser og følelser knyttet til nettbruk.

Medietilsynet er faglig ansvarlig for undersøkelsen både når det gjelder spørsmål og spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering. Datainnsamling og databearbeiding er gjennomført av Sentio Research Norge i nært samarbeid med Medietilsynet.

Gjennomføring

Det er samlet inn svar fra 4 805 barn i alderen 9-18 år. Undersøkelsen ble gjennomført ved at Sentio rekrutterte et utvalg skoler til å delta. For å oppnå et mest mulig representativt utvalg, ble rekrutteringen basert på klyngeutvalg. Datainnsamlingen er gjennomført på skoler ved bruk av elektronisk spørreskjema. Feltarbeidet foregikk i oktober og november 2017.

Parallelt med denne undersøkelsen er det gjennomført en undersøkelse med fokus på foreldre til barn i alderen 1-18 år. Dette både for å avdekke gap i digital mediebruk, kompetanse og holdninger, samt foreldrenes kunnskaper om barnas nettbruk og erfaringer.

Se eget vedlegg for mer utfyllende informasjon om undersøkelsene og praktisk gjennomføring

Tidligere undersøkelser og sammenligning over tid

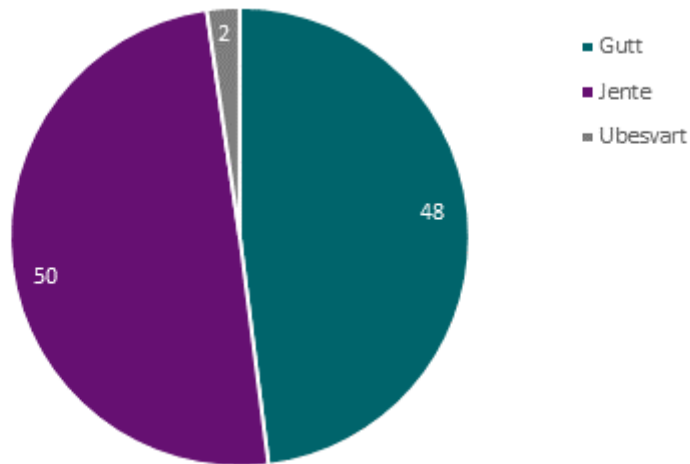
Spørsmålsområdene tar utgangspunkt i erfaringer fra tilsvarende undersøkelser gjennomført av Medietilsynet i 2003, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014 og 2016. Barn og unges digitale mediebruk er imidlertid i så rask utvikling at det kreves vesentlige endringer for hver undersøkelse. Ved utviklingen av årets undersøkelse har det vært en avveining mellom behov for å måle utvikling over tid, mot behov for å fange opp nye vaner.

Det har vært endringer i skjemaet sammenlignet med tidligere, både i enkelte formuleringer av spørsmål, samt svarskalear, noe som gjør at vi ikke kan sammenligne alle resultater over tid. I tillegg er utvalget noe annerledes sammensatt enn tidligere, da årets undersøkelse også inkluderer 17- og 18-åringer. Med andre ord er elever fra 2. og 3. klasse på videregående skoler med i datamaterialet. Ved forrige gjennomføring i 2016 var 1. klasse på videregående skole med, mens det tidligere år kun ble samlet inn data blant elever til og med 10. klasse.

Om utvalget

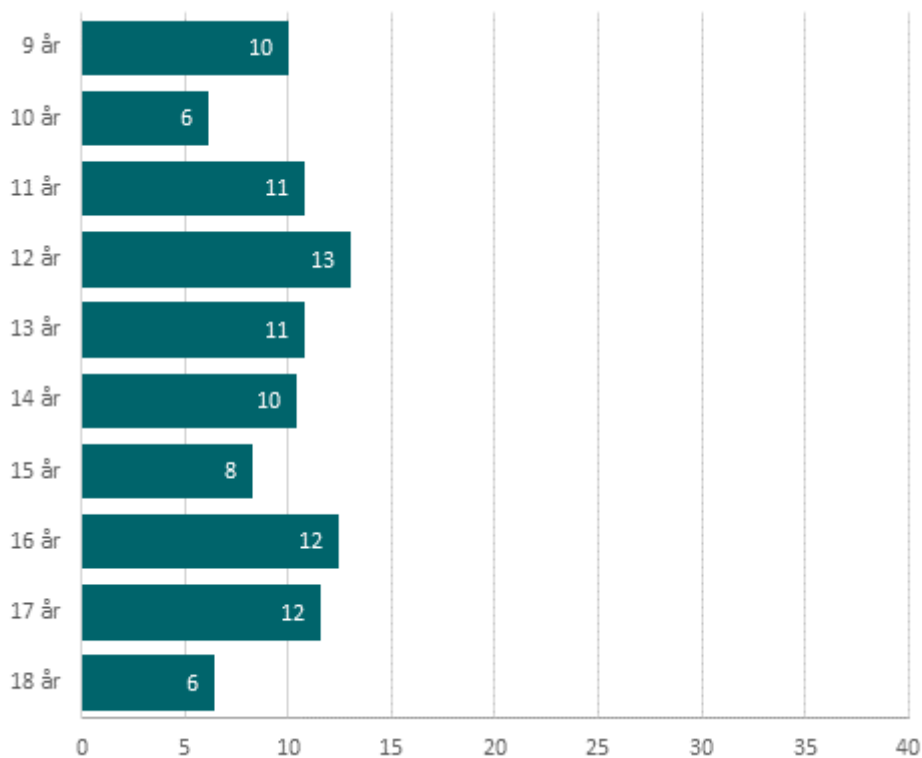
Av totalt 4 805 barn og unge som har svart på undersøkelsen, utgjør jentene 50 prosent, guttene 48 prosent, mens to prosent ikke har oppgitt kjønn.

Figur 1: Fordeling kjønn. Prosent. n= 4805



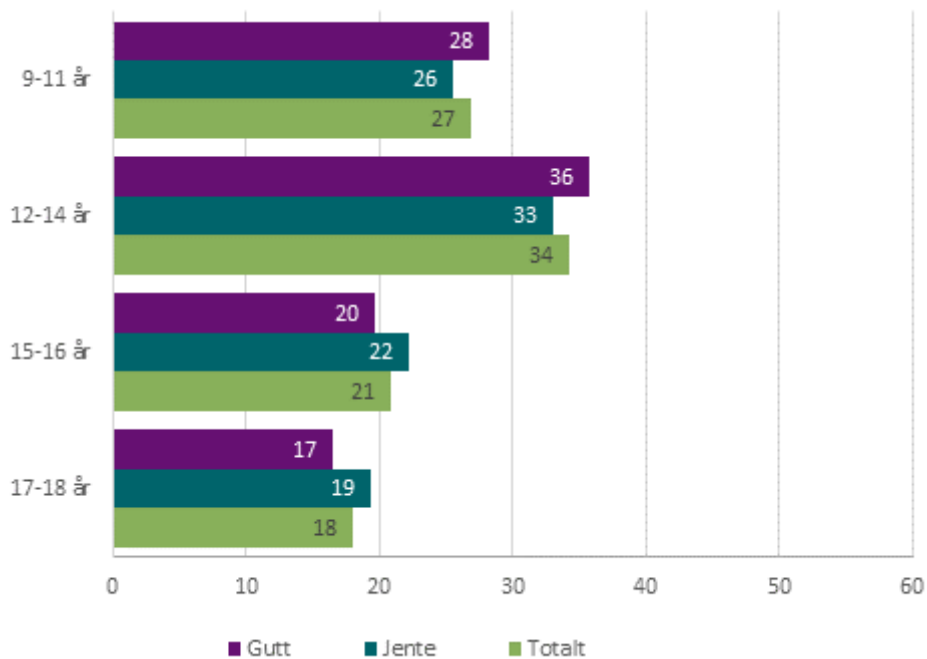
I figur 2 ser vi aldersfordelingen i utvalget. Målgruppen for undersøkelsen er barn og unge i alderen 9-18 år, og datainnsamlingen har vært rettet mot skoleklasser fra 4. trinn på barneskolen til 3. trinn på videregående skole. Andelen for hvert årskull varierer fra seks til 13 prosent. De fleste ligger rundt ti prosent.

Figur 2: Utvalgets aldersfordeling. Prosent. n= 4746



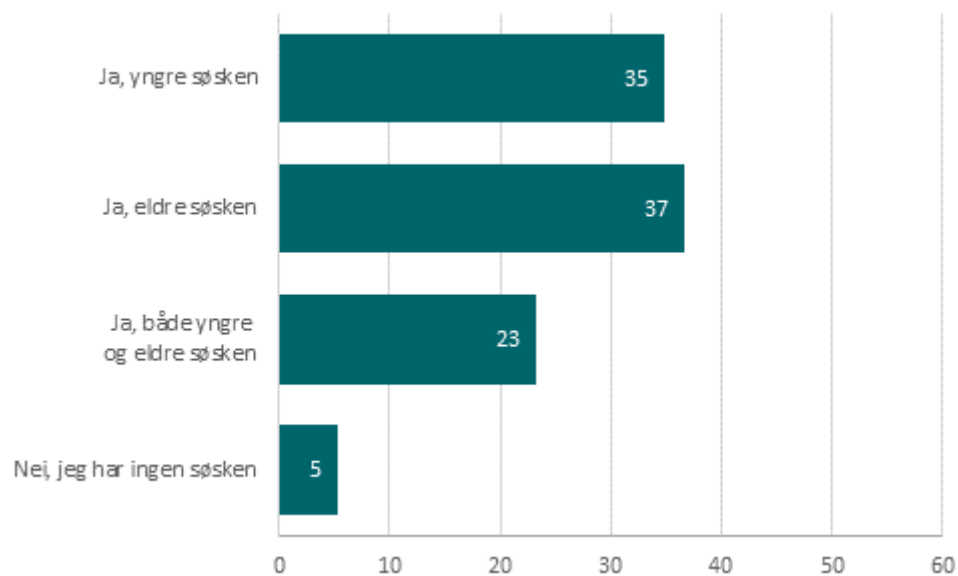
Figur 3 viser at det er en forholdsvis jevn kjønnsfordeling innen alle aldersgrupper.

Figur 3: Aldersfordeling totalt og fordelt på kjønn. Prosent. n= 4654



95 prosent av barna har søsken, og totalt 23 prosent har både eldre og yngre søsken. 37 prosent har kun eldre søsken, mens 35 prosent kun har søsken som er yngre enn seg selv.

Figur 4: Har du søsken? Prosent. N=4764



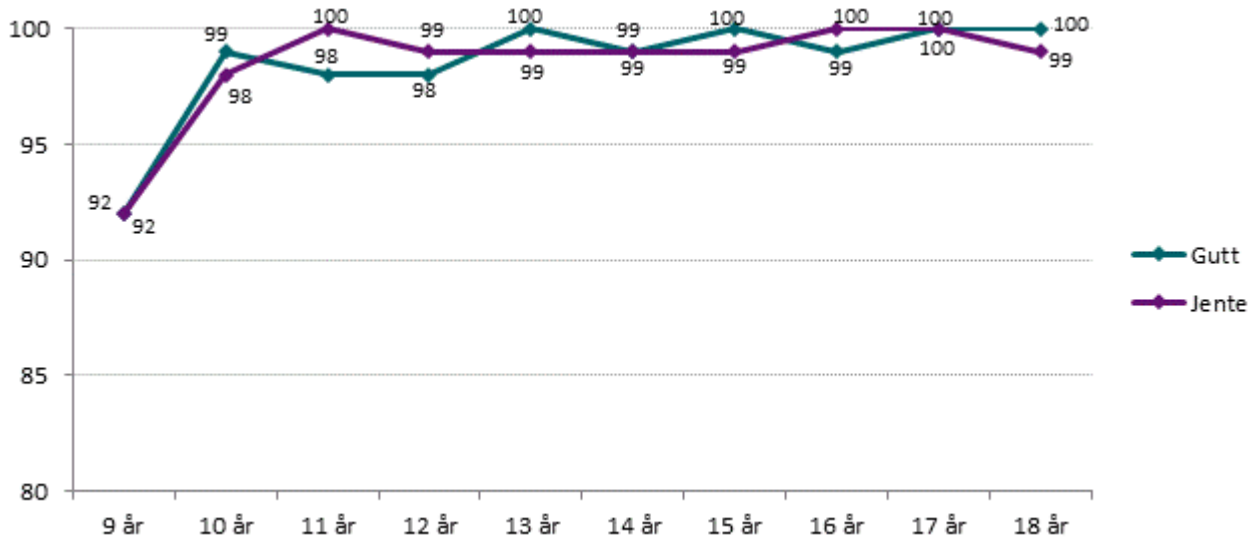
Medievaner

Mobiltelefon

De aller fleste barn og unge i alderen 9-18 år har tilgang til mobil. Kun én prosent svarer at de ikke har tilgang. 95 prosent har en smarttelefon, mens tre prosent har en annen mobiltelefon. Det å dele mobil med andre i familien, er ikke vanlig.

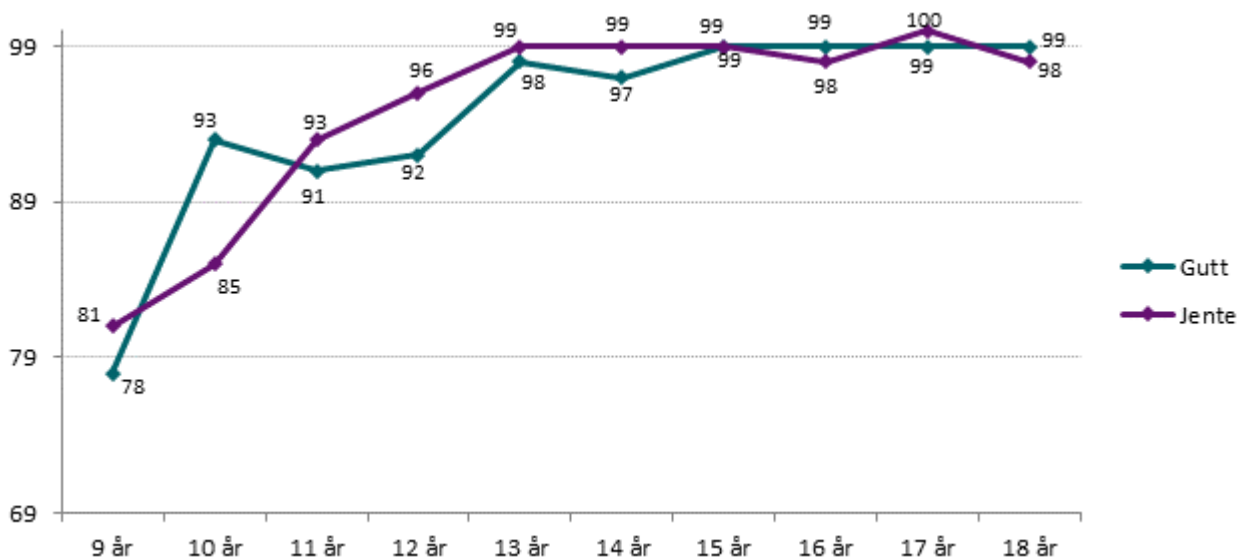
Allerede ved 10-årsalderen har omtrent alle barn tilgang til mobil. Kun én prosent av guttene og to prosent av jentene på 10 år har ikke tilgang på mobil. Det er relativt små kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang til mobil.

Figur 5: Prosentandel av gutter og jenter som har tilgang til mobiltelefon.



De aller fleste av barna har en egen smarttelefon. Fra guttene er 10 år og jentene er 11 år, har over 90 prosent sin egen smarttelefon.

Figur 6: Prosentandel av gutter og jenter som har egen smarttelefon.



Over tid har det vært en betydelig økning i andelen 9-11-åringer som har egen smarttelefon, fra 67 prosent i 2014 til 87 prosent i 2018. Det er tilsvarende mønster for 12-14-åringene, selv om økningen ikke er like sterk. 90 prosent av barn i alderen 12-14 år hadde en egen smarttelefon i 2014, mot 97 prosent i 2018.

Tabell 1: Prosentandel som har mobiltelefon. Brutt ned på aldersgrupper. Tidsserie. Prosent.

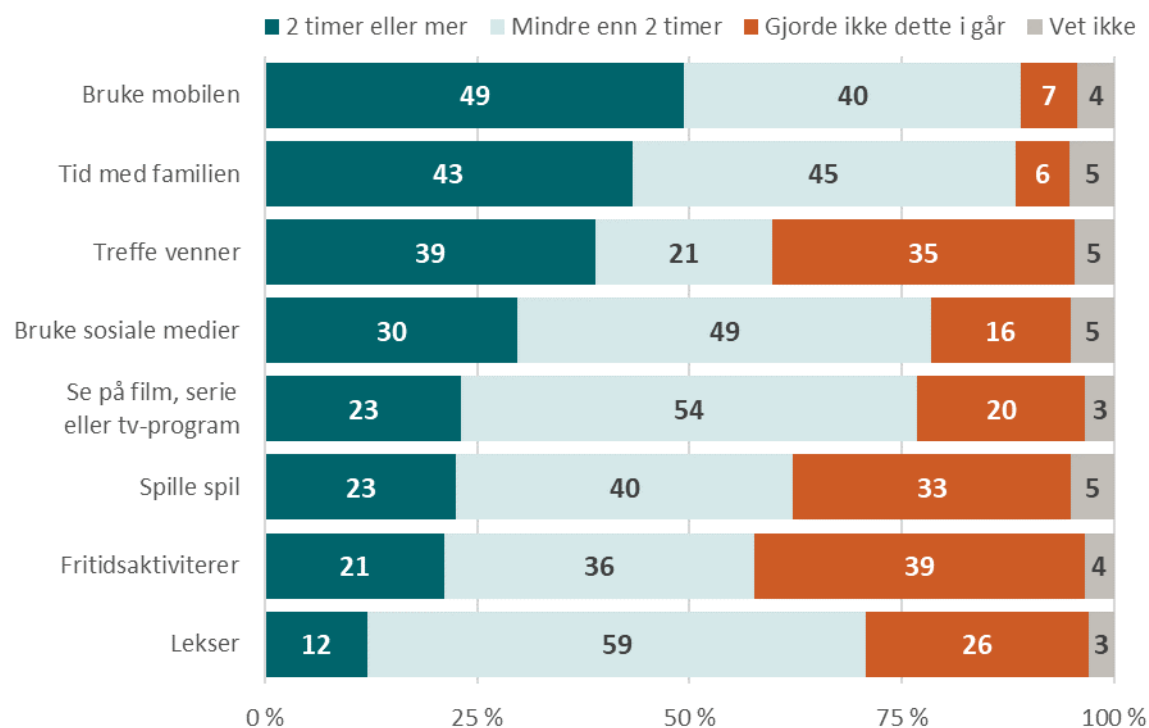
Har du mobiltelefon?	ALDER							
	9-11 år			12-14 år			15-16 år	
	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2016	2018
Ja, en egen smarttelefon (iPhone eller lignende)	67	81	87	90	95	97	97	99
Ja, jeg har en egen mobil (ikke smarttelefon)	18	9	9	7	3	2	1	0
Ja, jeg deler en mobil med andre i familien	4	3	1	1	0	0	1	1
Nei	11	7	4	3	2	1	1	0

Tidsbruk

Tidsbruk på aktiviteter

Barna ble spurt om omtrent hvor lang tid de brukte på ulike aktiviteter dagen i forveien. Figur 7 viser fordelingen av tidsbruk for aktivitetene.

Figur 7: Om du tenker på dagen i går, omtrent hvor lang tid brukte du på...? Prosent.



Totalt 89 prosent av barn og unge hadde brukt mobilen, og 49 prosent brukte mobilen to timer eller mer dagen i forveien. Videre hadde de aller fleste (88 prosent) brukt tid med familien, og 43 prosent var med familien to timer eller mer.

79 prosent brukte sosiale medier, og 30 prosent brukte sosiale medier i to timer eller mer dagen i forveien. 77 prosent så film, serie eller tv-program, og 23 prosent gjorde dette i to timer eller mer. Mange brukte også tid på lekser (71 prosent), men kun tolv prosent brukte to timer eller mer på dette.

Videre spilte 63 prosent spill, og 23 prosent gjorde dette i to timer eller mer. 60 prosent traff venner, forholdvis mange i to timer eller mer (39 prosent). Til sist brukte 57 prosent tid på fritidsaktiviteter, og 21 prosent brukte to timer eller mer på dette.

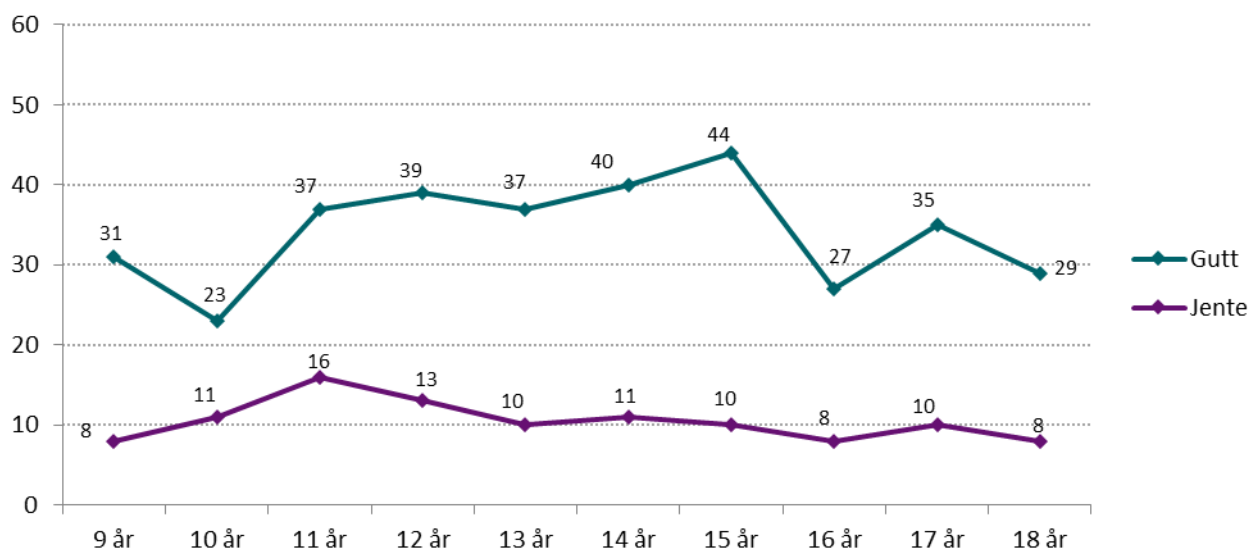
Aktivitetene man i størst grad gjør i to timer eller mer, handler altså om mobilbruk, tid med familien, treffe venner og å bruke sosiale medier. Totalt tre av ti brukte sosiale medier i to timer eller mer, omtrent fire av ti traff venner eller tilbrakte tid med familien, og fem av ti brukte mobilen så lenge.

Spill

Spilling (for eksempel på PC, Playstation, Xbox, mobil, DS) er en aktivitet som utføres betydelig oftere av gutter enn av jenter. Totalt 77 prosent av guttene svarte at de hadde brukt tid på å spille spill dagen i forveien, mot 47 prosent av jentene. Guttene bruker også betydelig mer tid på spilling enn jentene. Blant de som spilte dagen i forveien, spilte 45 prosent av guttene i to timer eller mer, mot 22 prosent av jentene.

Figur 8 viser hvor mange prosent av guttene og jentene som spilte spill i to timer eller mer dagen i forveien. Andelen er betydelig høyere blant guttene enn jentene innenfor alle aldersgrupper. Kjønnsforskjellen øker med alder frem til 15-årsalderen, hvor henholdsvis 44 prosent av guttene og ti prosent av jentene spilte to timer eller mer dagen i forveien. Dette er en differanse på 34 prosentpoeng. Blant jentene ligger andelen som spilte spill 2 timer eller mer, relativt stabilt på rundt ti prosent i alle aldersgrupper. Denne andelen faller blant guttene etter fylte 15 år, noe som gjør at kjønnsforskjellen reduseres noe. Blant 18-åringene spiller 29 prosent av guttene to timer eller mer, mot åtte prosent av jentene, noe som er en differanse på 21 prosentpoeng.

Figur 8: Prosentandel av gutter og jenter som spilte spill i to timer eller mer dagen i forveien.



Som nevnt er andelen blant jentene som spilte to timer eller mer, relativt stabil. Andelen som ikke spilte dagen i forveien, øker derimot med alderen; fra 36 prosent av jentene i alderen 9-11 år, til 53 prosent av 17-18 åringene. Blant guttene varierer andelen som ikke spilte spill, fra 15 prosent blant de i 12-14-årsalderen, til 24 prosent blant de som er 17-18 år.

Videre er det en klar tendens til at de yngste ikke har like god oversikt over hvor mye tid de bruker på spill, og andelen som svarer "vet ikke", synker raskt med økende alder, fra 16 prosent blant 9-åringene til én prosent blant 17-18-åringene.

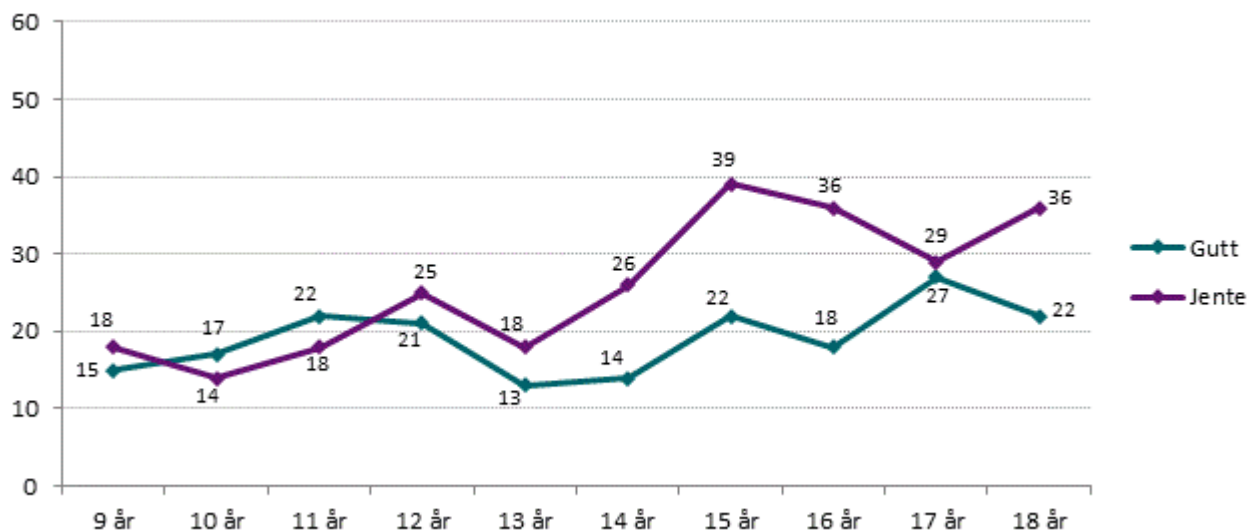
Film eller tv-program

77 prosent av barna så film eller tv-program dagen i forveien. 23 prosent brukte to timer eller mer på dette, mens 20 prosent ikke så film eller tv i det hele tatt. Tre prosent svarte «vet ikke».

Andelen som dagen i forveien brukte to timer eller mer på film eller tv-program, øker med alderen. Dette gjelder 18 prosent av de i alderen 9-11 år, mot rundt 30 prosent av de i alderen 15-18 år.

Figuren under viser andelen som så på film eller tv-program i to timer eller mer dagen i forveien, fordelt på kjønn og alder. Både blant jentene og guttene svinger andelen mellom de ulike aldersgruppene, men jevnt over er det flere jenter enn gutter som ser mye på film eller tv-program. Blant 15-16-åringene finner vi størst kjønnsforskjell, hvor 37 prosent av jentene mot 20 prosent av guttene, så film eller tv-program i to timer eller mer.

Figur 9: Prosentandel av gutter og jenter som brukte to timer eller mer på å se på film eller tv-program dagen i forveien.



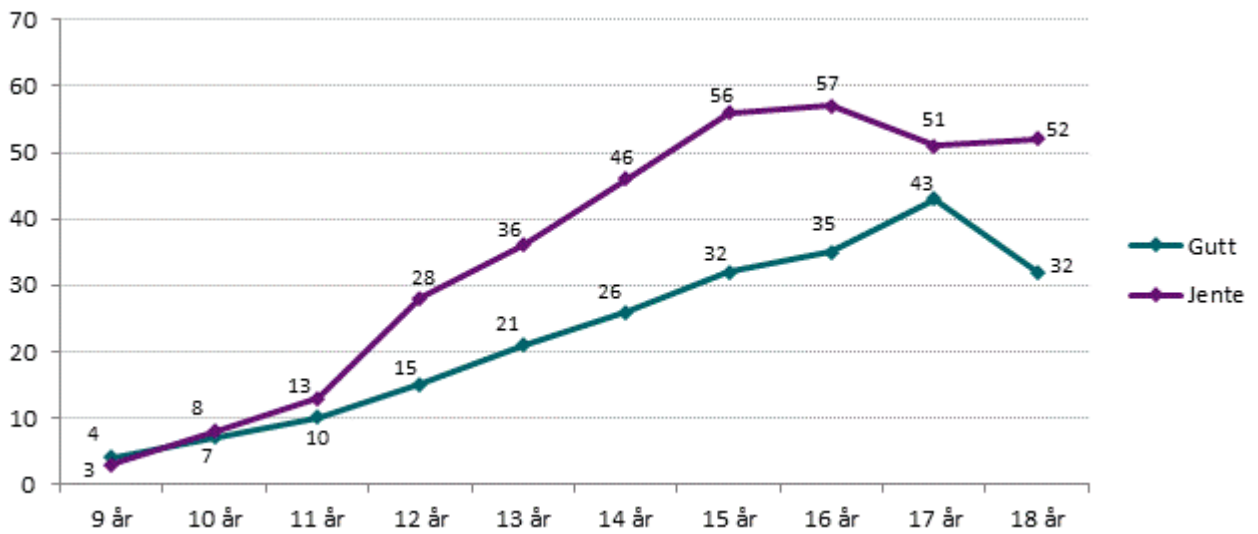
Sosiale medier

79 prosent brukte sosiale medier dagen i forveien, 30 prosent i to timer eller mer, mens 16 prosent ikke brukte sosiale medier. Fem prosent svarte "vet ikke".

Bruken av sosiale medier har sterk sammenheng med både kjønn og alder. Figur 10 viser andelen som brukte to timer eller mer på sosiale medier dagen i forveien. Andelen øker relativt jevnt med alder frem til 16 år blant jentene og 17 år blant guttene, før den går noe ned.

Fra 12-årsalderen finner vi at betydelig flere jenter enn gutter brukte sosiale medier i to timer eller mer. Den største kjønnsforskjellen er blant 15-16-åringene, hvorav 56 prosent av jentene mot 34 prosent av guttene, brukte sosiale medier i to timer eller mer. Deretter reduseres kjønnsforskjellen noe blant 17-18-åringene, der andelen er 52 prosent av jentene og 40 prosent av guttene.

Figur 10: Prosentandel av gutter og jenter som brukte to timer eller mer på sosiale medier dagen i forveien.

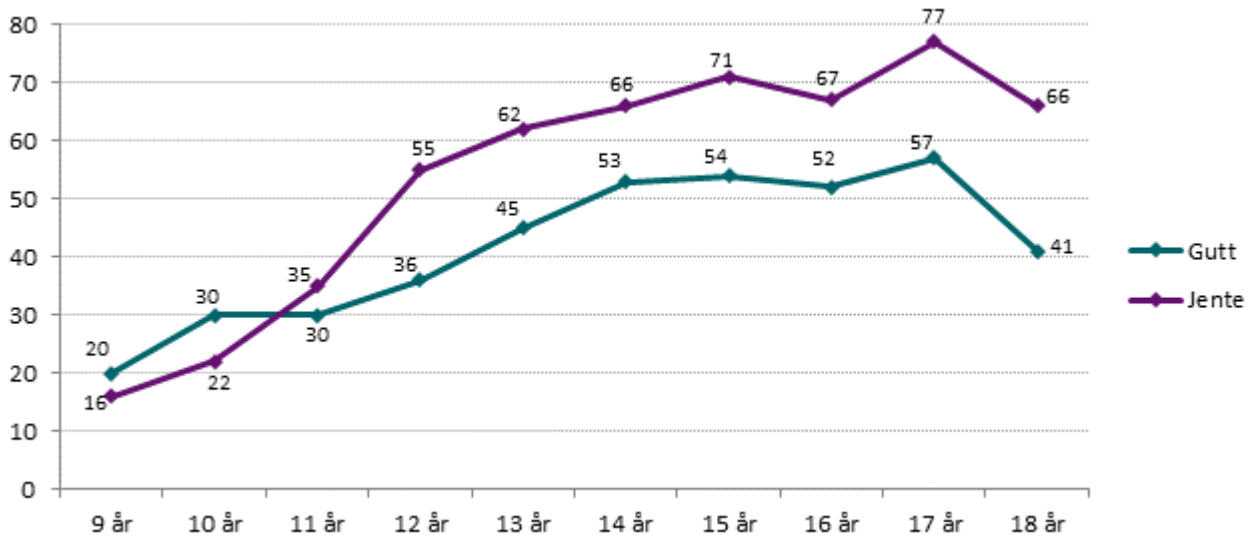


Mobil

89 prosent brukte tid på mobilen dagen i forveien, og 49 prosent brukte den to timer eller mer. Sju prosent svarte at de ikke brukte mobilen, mens fire prosent svarte «vet ikke».

Mobilbruken varierer med både kjønn og alder. Andelen som brukte mobilen to timer eller mer, øker relativt jevnt frem til 14-15-årsalderen, for deretter å gå noe ned. Økningen er større blant jenter enn gutter. Blant 9-11-åringene er det relativt liten kjønnsforskjell, mens det i øvrige aldersgrupper er en betydelig høyere andel jenter enn gutter som brukte mobilen så lenge. Den største differansen finner vi blant 17-18-åringene, hvor 73 prosent av jentene mot 52 prosent av guttene brukte mobilen i to timer eller mer.

Figur 11: Prosentandel av gutter og jenter som brukte mobilen i to timer eller mer dagen i forveien.



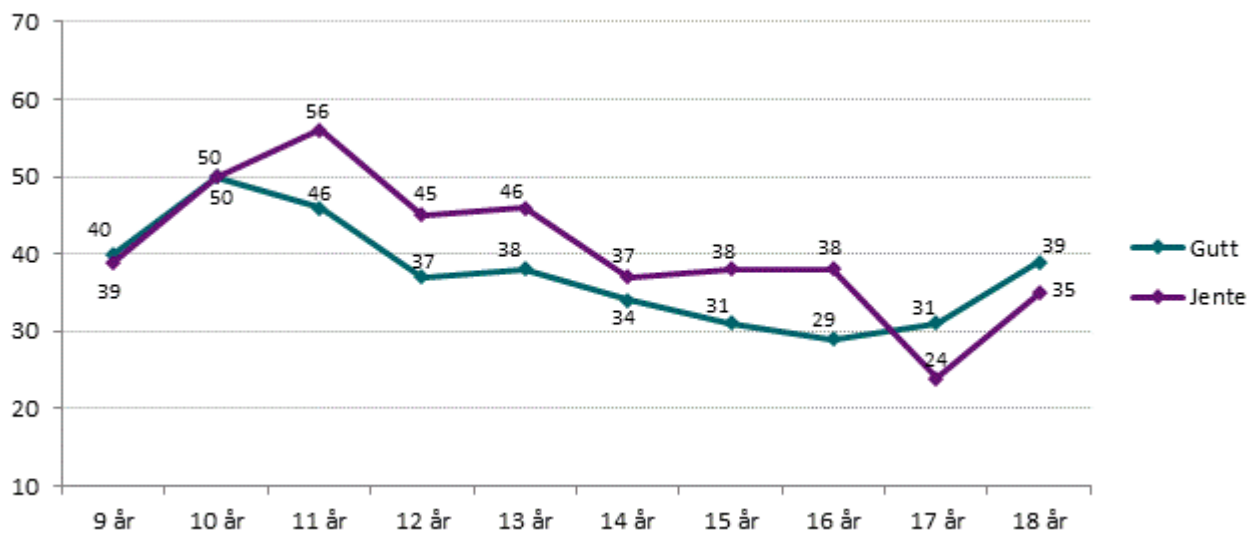
Treffe venner hjemme hos hverandre eller ute andre steder (ikke på nettet)

60 prosent av barn og unge i alderen 9-18 år traff venner hjemme hos hverandre eller ute andre steder, og 39 prosent traff venner to timer eller mer. 35 prosent oppga at de ikke traff venner dagen i forveien.

Det er relativt liten forskjell mellom gutter og jenter i andelen som traff venner to timer eller mer, selv om andelen jevnt over er noe høyere blant jentene enn blant guttene, med unntak av blant de yngste og eldste barna.

Andelen som traff venner to timer eller mer dagen i forveien synker med alderen, fra 47 prosent blant 9-11-åringene, til 31 prosent blant 17-18-åringene. Samtidig øker andelen som *ikke* traff venner dagen i forveien, fra 29 prosent blant 9-11 åringene, til 43 prosent blant 17-18 åringene.

Figur 12: Prosentandel av gutter og jenter som treffer venner (ikke på nett) i to timer eller mer dagen i forveien.



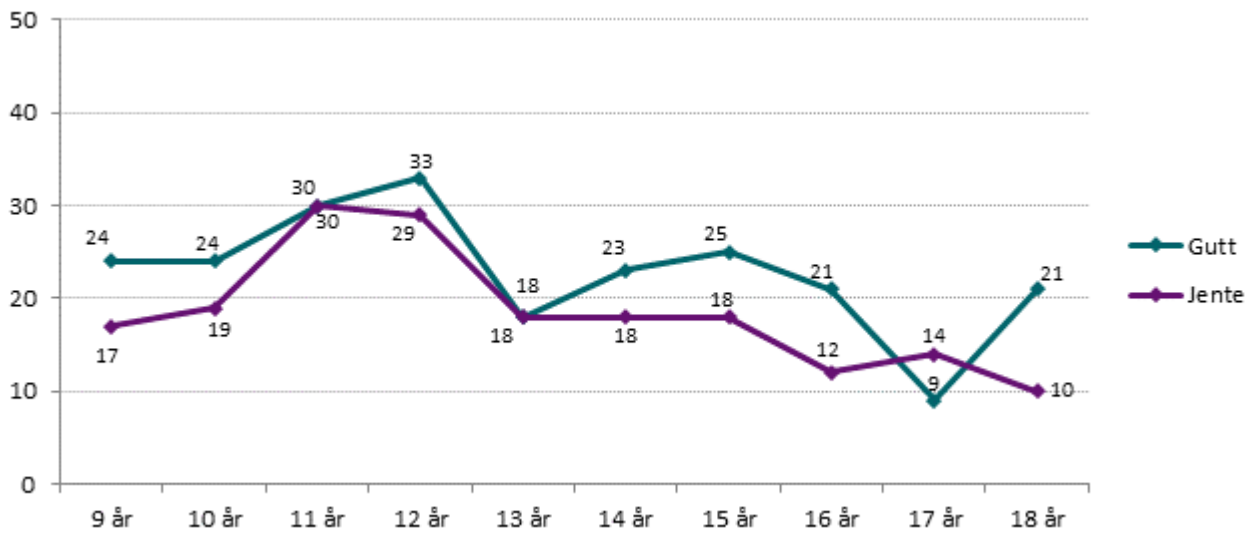
Fritidsaktiviteter som sport, band, osv.

Totalt brukte 57 prosent tid på fritidsaktiviteter som sport, band og lignende dagen i forveien, og 21 prosent brukte to timer eller mer. 39 prosent brukte ikke tid på slike aktiviteter i det hele tatt dagen i forveien.

Andelen blant gutter som brukte to timer eller mer på fritidsaktiviteter, er noe høyere enn blant jenter, dersom vi ser på de yngste og eldste, samt de i alderen 14-16 år. I øvrige aldersgrupper er det relativt liten kjønnsforskjell.

Resultatene viser videre en tendens til at andelen som brukte to timer eller mer på fritidsaktiviteter, synker med alderen, fra 25 prosent blant 9-11-åringene, til 13 prosent blant 17-18-åringene.

Figur 13: Prosentandel av gutter og jenter som drev med fritidsaktiviteter som sport, band osv. i to timer eller mer dagen i forveien.

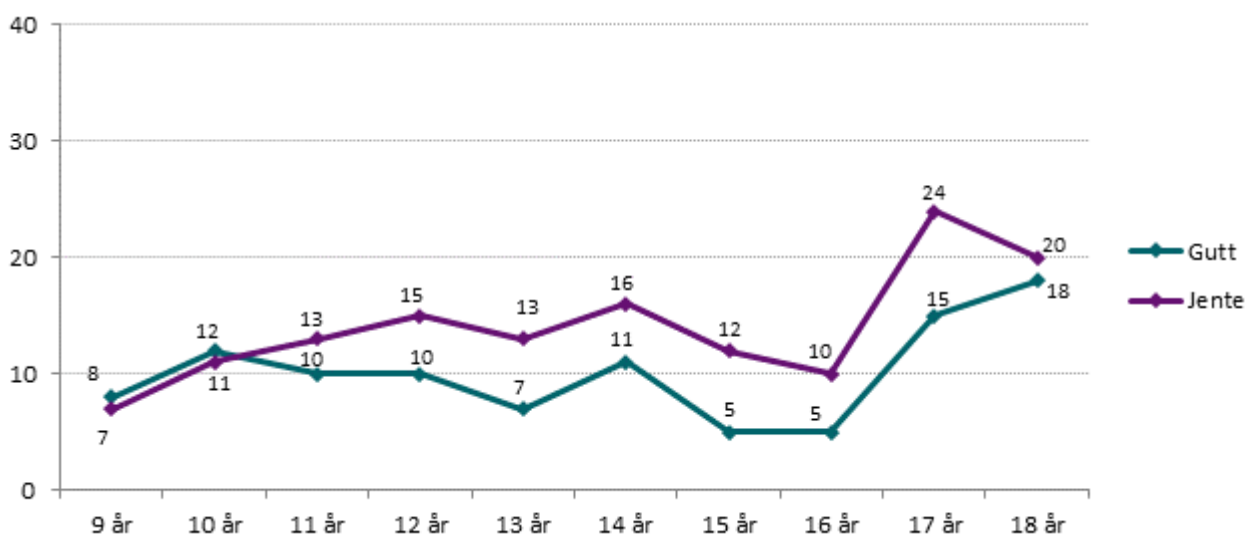


Lekser

71 prosent av barn og unge brukte tid på lekser dagen i forveien, men kun tolv prosent brukte to timer eller mer. Andelen som brukte to timer eller mer, er litt høyere blant jentene enn blant guttene, men forskjellen totalt er ganske liten (14 mot 10 prosent).

Den klart høyeste andelen som brukte to timer eller mer på lekser, finner vi blant 17-18-åringene (20 prosent). I denne aldersgruppen er det imidlertid også en høy andel som ikke gjorde lekser i det hele tatt dagen i forveien (31 prosent). 15-16-åringene er de som brukte minst tid på lekser, og det er også blant disse vi finner den klart høyeste andelen som ikke gjorde lekser dagen i forveien (38 prosent). Blant 9-11-åringene var det kun 18 prosent som ikke gjorde lekser dagen i forveien.

Figur 14: Prosentandel av gutter og jenter som gjorde lekser i to timer eller mer dagen i forveien.



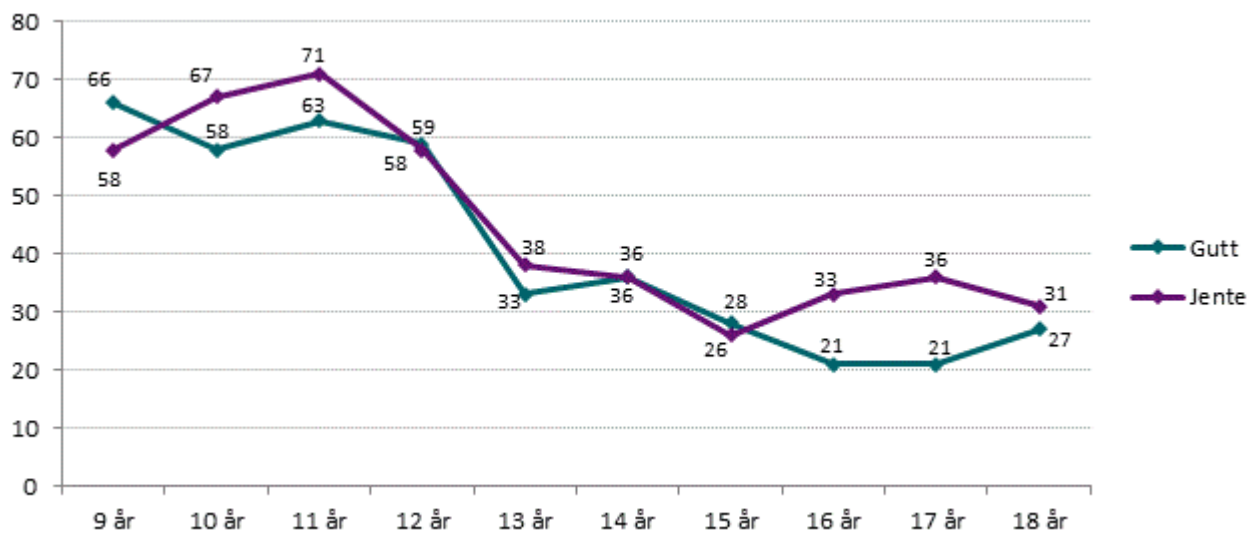
Tid med familien

De aller fleste brukte tid med familien dagen i forveien (88 prosent). Seks prosent sier de ikke gjorde dette, mens fem prosent har svart "vet ikke".

Det er liten forskjell mellom gutter og jenter med tanke på hvor mye tid de bruker med familien, men forskjellene etter alder er betydelig. Andelen som brukte to timer eller mer, synker mye fra og med 12-årsalderen. Blant 9-11-åringene brukte 64 prosent to timer eller mer sammen med familien, mens denne andelen er 29 prosent blant 17-18-åringen.

Andelen som *totalt sett* brukte tid med familien, er imidlertid relativt stabil på tvers av aldersgruppene. Det er altså tiden man bruker, som går ned med alderen.

Figur 15: Prosentandel av gutter og jenter som brukte tid med familien i to timer eller mer dagen i forveien.



Sammenligning av tidsbruk over tid

Blant guttene i alderen 9-14 år, har det siden 2016 vært en betydelig økning i andelen som spilte spill eller brukte mobilen i to timer eller mer. Når det gjelder spill, har andelen blant guttene i alderen 9-11 år økt fra 21 til 32 prosent, mens den har økt fra 31 til 38 prosent blant de i alderen 12-14 år. Det har vært en enda større økning i andelen som brukte mobilen i to timer eller mer dagen i forveien. Dette gjaldt 13 prosent av guttene i alderen 9-11 år i 2016, mot 27 prosent av guttene i samme alder i 2018. Blant 12-14-åringene har andelen økt fra 28 til 44 prosent.

Videre brukte en høyere andel av guttene i alderen 12-14 sosiale medier i to timer eller mer, henholdsvis tolv prosent i 2016 mot 20 prosent i 2018.

Blant guttene i alderen 9-11 år, har det vært en økning i andelen som traff venner i to timer eller mer dagen i forveien, fra 34 til 45 prosent.

Det har ellers vært forholdsvis små endringer sammenlignet med 2016 blant guttene i alderen 15-16 år. Tendensen er at en litt lavere andel enn tidligere spilte spill eller så film, serie eller tv-program i to timer eller mer.

Tabell 2: Prosentandel av GUTTER som dagen i forveien brukte 2 timer eller mer på ulike aktiviteter. Tidsserie.

	ALDER					
	9-11 år		12-14 år		15-16 år	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
Spille spill (for eksempel på PC, Playstation, mobil eller nettbrett)	21	32	31	38	39	34
Se på film, serie eller tv-program	17	18	15	16	24	20
Bruke sosiale medier (for eksempel Facebook, Snapchat, Instagram, osv.)	4	8	12	20	34	34
Bruke mobilen	13	27	28	44	51	52
Treffe venner, hjemme hos hverandre eller ute andre steder (ikke på nett)	34	45	35	36	31	30

Den største endringen over tid blant jentene i alderen 9-14 år, er at flere enn tidligere brukte mobilen i to timer eller mer dagen i forveien. Blant de i alderen 9-11 år har andelen økt fra 14 til 25 prosent, mens den har økt fra 42 til 60 prosent blant 12-14-åringene. Det er også en tendens til økning i andelen som spilte spill i to timer eller mer, men økningen er betydelig mindre enn blant guttene.

Andelen jenter som traff venner i to timer eller mer dagen i forveien, har økt blant de yngste og gått ned blant de eldste. Samtidig finner vi at blant jentene i alderen 15-16 år, er det flere enn tidligere som brukte to timer eller mer på film, serie eller tv-program (37 mot 25 prosent). På øvrige områder er det forholdsvis små endringer over tid blant jentene i 15-16-årsalderen.

Tabell 3: Prosentandel av JENTER som dagen i forveien brukte 2 timer eller mer på ulike aktiviteter. Tidsserie.

	ALDER					
	9-11 år		12-14 år		15-16 år	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
Spille spill (for eksempel på PC, Playstation, mobil eller nettbrett)	7	12	8	11	6	9
Se på film, serie eller tv-program	12	17	23	23	25	37
Bruke sosiale medier (for eksempel Facebook, Snapchat, Instagram, osv.)	6	8	35	36	54	56
Bruke mobilen	14	25	42	60	72	69
Treffe venner, hjemme hos hverandre eller ute andre steder (ikke på nett)	38	49	48	43	44	38

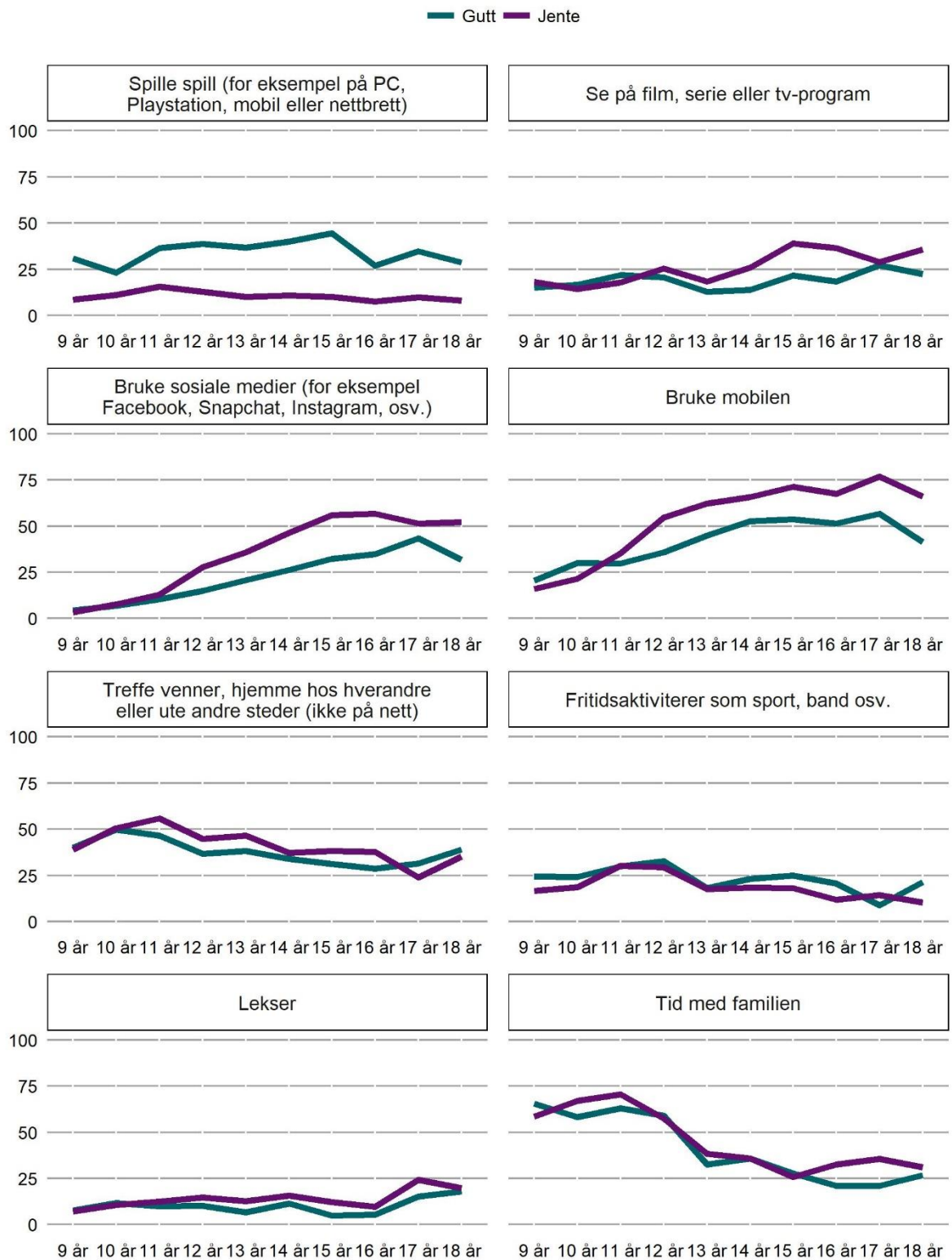
Resultatene viser altså at både jenter og gutter fra en lavere alder enn tidligere brukte mobilen i to timer eller mer på daglig basis. For begge kjønn har andelen økt betydelig blant barna i alderen 9-14 år. I denne alderen har også andelen som brukte to timer eller mer på spill økt, spesielt blant guttene. I den yngste aldersgruppen har andelen som traff venner i to timer eller mer økt, blant både jentene og guttene. Blant jentene er imidlertid denne andelen synkende blant 15-16-åringene, samtidig som flere enn tidligere brukte to timer eller mer på film, serie eller tv-program.

Oppsummert om tidsbruk på aktiviteter

Figur 16 viser oppsummerende resultater for tidsbruk på aktivitetene gjennomgått i dette kapittelet, fordelt på kjønn og alder. Oppsummert kan vi merke oss at særlig andelen som brukte to timer eller mer på sosiale medier og mobil, er økende med alder for begge kjønn fram til 16-17-årsalderen. Når det gjelder tid brukt med familien, synker andelen som gjorde dette i to timer eller mer med alderen,

før den flater ut rundt 15-årsalderen. Det er også betydelige forskjeller mellom jenter og gutter på enkelte områder. Særlig ser vi at guttene spilte mer spill, mens jentene brukte mer tid på sosiale medier og mobil.

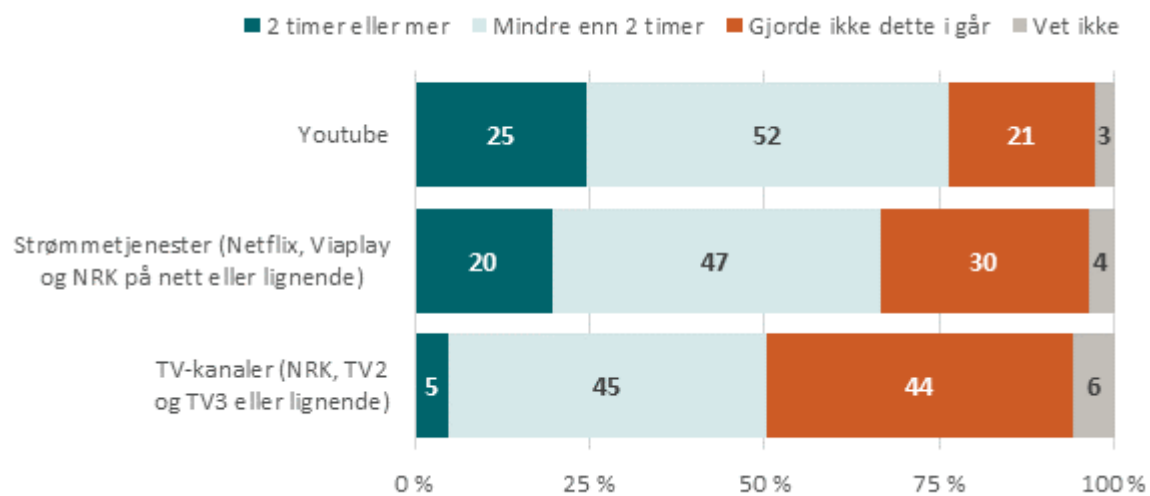
Figur 16: Prosentandel av gutter og jenter som gjorde aktivitetene to timer eller mer dagen i forveien.



Tidsbruk på tv-kanaler, strømmetjenester og YouTube

I undersøkelsen ble barna spurt om hvor lang tid de brukte på å se på tv-kanaler, strømmetjenester og YouTube dagen i forveien. Resultatene viser at barn og unge i alderen 9-18 år bruker betydelig mer tid på YouTube og strømmetjenester, sammenlignet med tv-kanaler. Totalt 77 prosent så på YouTube dagen i forveien, og 25 prosent gjorde dette i to timer eller mer. Andelen som brukte strømmetjenester, er 67 prosent, og 20 prosent så to timer eller mer på dette. Til sammenligning så halvparten på tv-kanaler, og kun fem prosent gjorde dette i to timer eller mer. Videre er det en betydelig høyere andel som ikke så på tv-kanaler i det hele tatt dagen i forveien (44 prosent), sammenlignet med andelen som ikke brukte strømmetjenester (30 prosent) eller YouTube (21 prosent).

Figur 17: Om du tenker på dagen i går, omtrent hvor lang tid så du på...? Prosent.



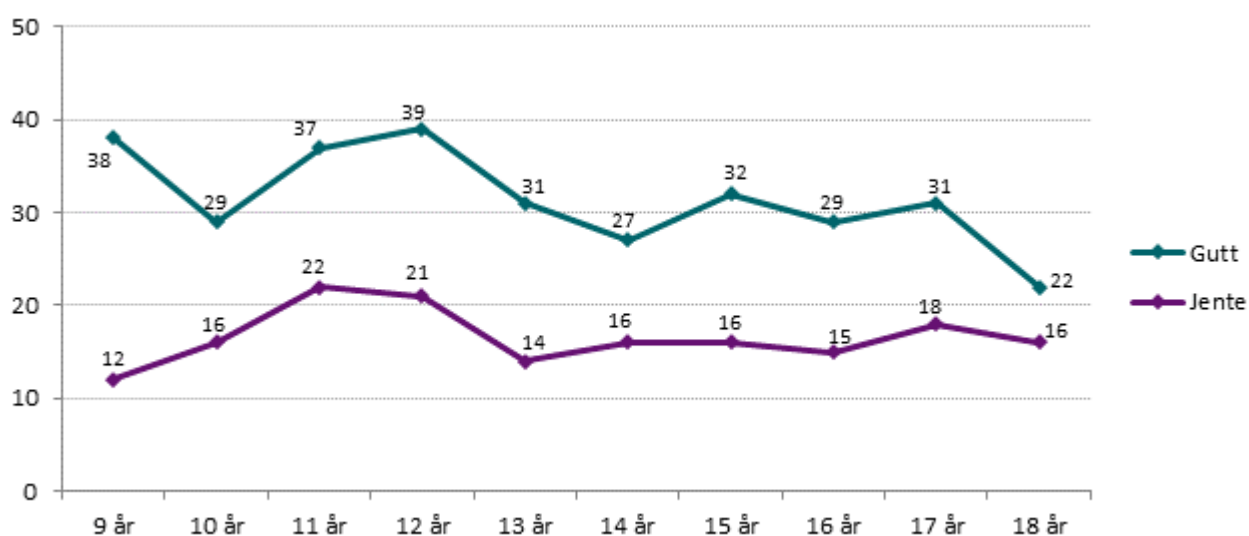
YouTube

Totalt så 77 prosent på YouTube dagen i forveien. Denne andelen er betydelig høyere blant guttene enn jentene (85 mot 67 prosent).

Figur 18 viser andelen som brukte YouTube i to timer eller mer dagen i forveien, og i alle aldersgrupper gjelder dette flere gutter enn jenter. Blant guttene, brukte 36 prosent av de i alderen 9-11 år YouTube i to timer eller mer, mens dette gjaldt 33 prosent av 12-14-åringene og 30 prosent av 14-16-åringene. Blant jentene ligger andelen betydelig lavere, og varierer mellom 15-17 prosent for tilsvarende aldersgrupper.

Blant guttene er det altså tendens til at andelen som brukte to timer eller mer på YouTube, synker med alderen, mens den holder seg mer stabil blant jentene. Dette gjør at vi finner en noe mindre kjønnsforskjell blant de aller eldste.

Figur 18: Prosentandel av gutter og jenter som så på YouTube i to timer eller mer dagen i forveien.



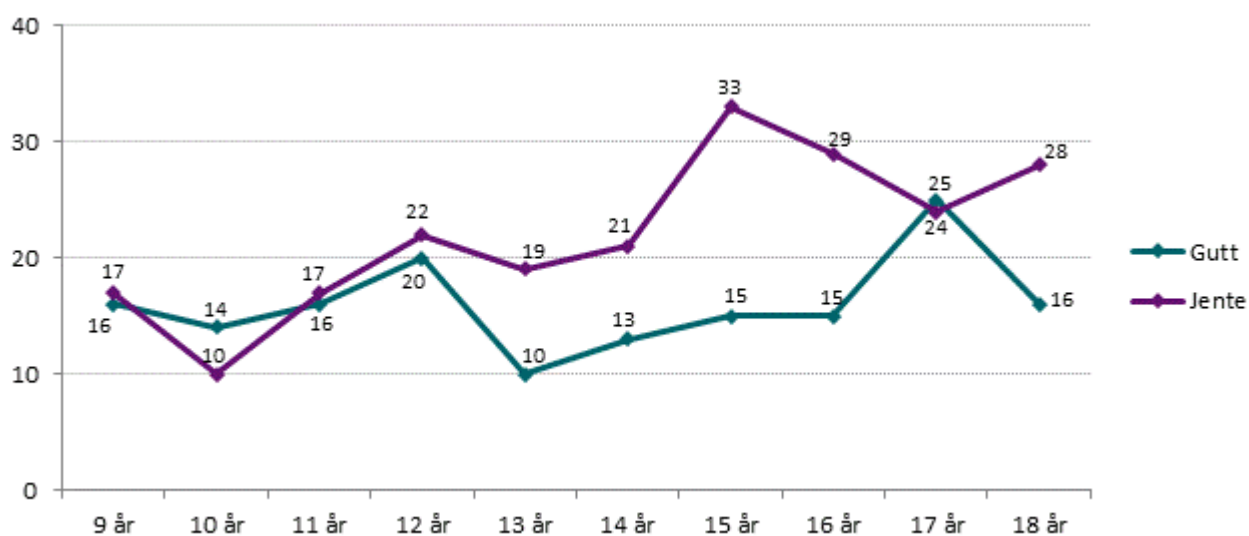
Strømmetjenester

Totalt 57 prosent brukte strømmetjenester dagen i forveien. Dette gjelder en litt høyere andel av jentene enn guttene (70 mot 62 prosent).

Figuren nedenfor viser andelen som brukte strømmetjenester i to timer eller mer dagen i forveien, fordelt på kjønn og alder. Blant jentene øker denne andelen fram til de er 15 år, før den er litt synkende og jevner seg mer ut. Blant guttene er det et mindre tydelig aldersmønster.

Den høyeste andelen som brukte strømmetjenester i to timer eller mer, finner vi blant jenter i alderen 15-16 år (30 prosent). Blant guttene i samme alder, brukte 15 prosent strømmetjenester i to timer eller mer. I øvrige aldersgrupper er kjønnsforskjellene mindre.

Figur 19: Prosentandel av gutter og jenter som brukte Strømmetjenester (Netflix, Viaplay og NRK på nett eller lignende) to timer eller mer dagen i forveien.

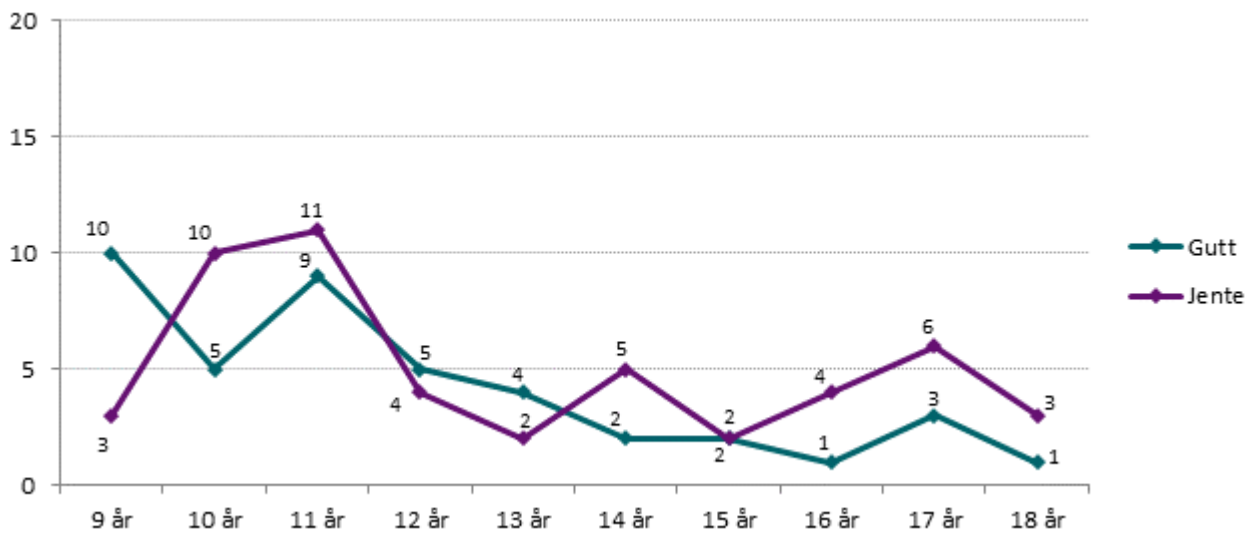


Tv-kanaler

Halvparten av barn og unge i alderen 9-18 år så på tv-kanaler dagen i forveien, og det er totalt små forskjeller mellom gutter og jenter (henholdsvis 49 og 51 prosent). Det er også relativt små forskjeller mellom de ulike aldersgruppene her. Den laveste andelen som så på tv-kanaler, finner vi blant de yngste. 46 prosent av 9-11-åringene så på tv dagen i forveien, mens 53 prosent av 12-14-åringene og 50 prosent av 17-18-åringene gjorde det.

Figuren nedenfor viser at det i alle aldersgrupper er relativt få som brukte to timer eller mer på tv-titting dagen i forveien. Den er generelt litt høyere blant de yngre barna, men stabilt lav fra og med 12-årsalderen.

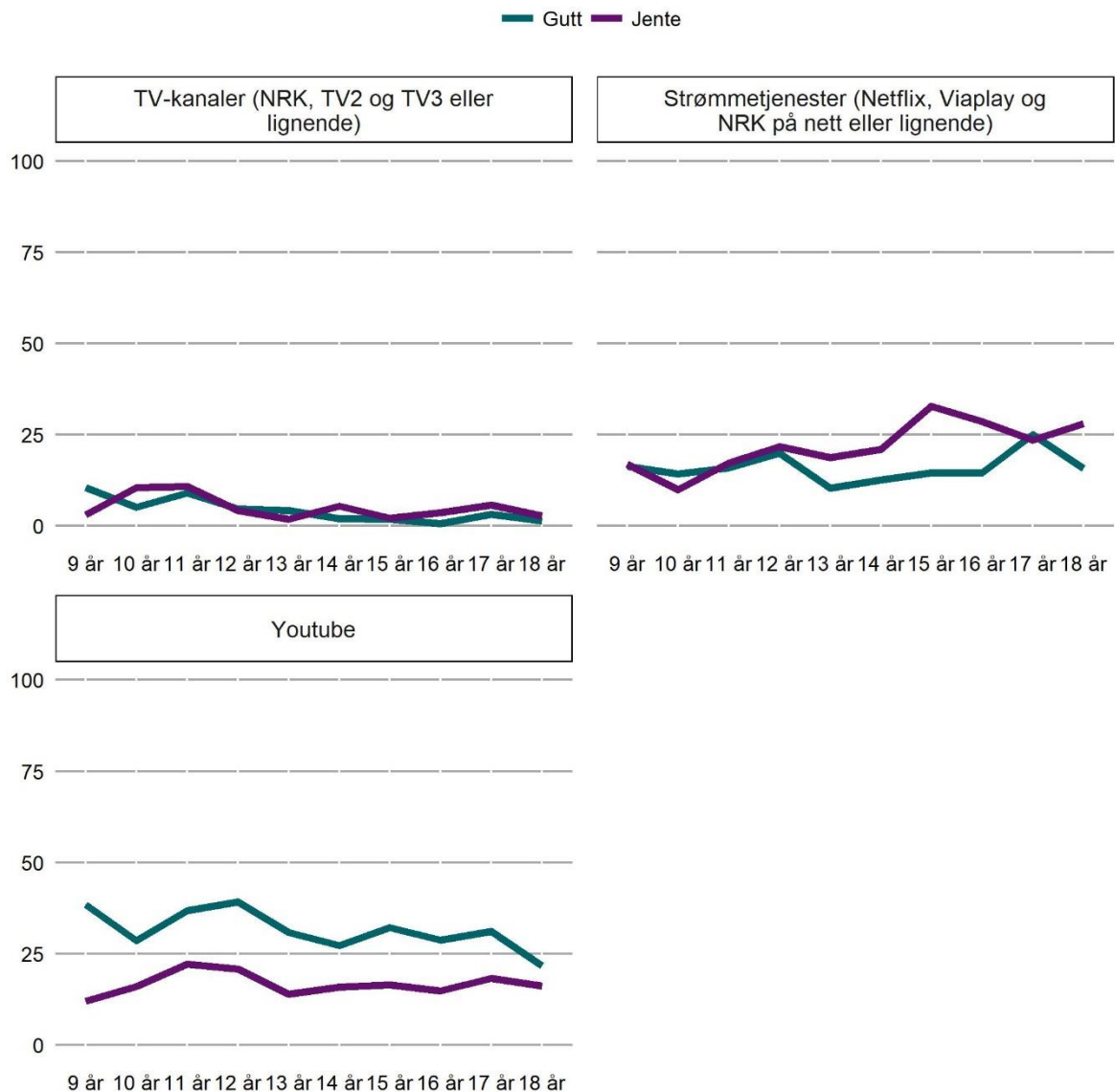
Figur 20: Prosentandel av gutter og jenter som så på tv-kanaler (NRK, TV2 og TV3 eller lignende) i to timer eller mer dagen i forveien.



Oppsummert om tidsbruk på tv-kanaler, strømmetjenester og YouTube

Det brukes betydelig mer tid på YouTube og strømmetjenester sammenlignet med tv-kanaler. YouTube er klart mest brukt av guttene, mens det er små kjønnsforskjeller når det gjelder bruk av tv-kanaler. Strømmetjenester brukes noe mer av jentene enn guttene, særlig om vi ser på aldersgruppen 15-16 år.

Figur 21: Prosentandel av gutter og jenter som så på tv-kanaler, strømmetjenester og YouTube to timer eller mer dagen i forveien.



Vurdering av egen tidsbruk

Barna ble bedt om å vurdere om de synes de bruker for mye tid, for lite tid eller passe med tid på ulike aktiviteter. De fleste av barna som gjør de ulike aktivitetene, mener de bruker passe med tid.⁷ Totalt sett er barna mest kritisk til egen tidsbruk når det er snakk om mobil, sosiale medier og internett. 45 prosent mener de bruker for mye tid på mobilen, mens henholdsvis 36 og 35 prosent mener de bruker for mye tid på sosiale medier og internett.

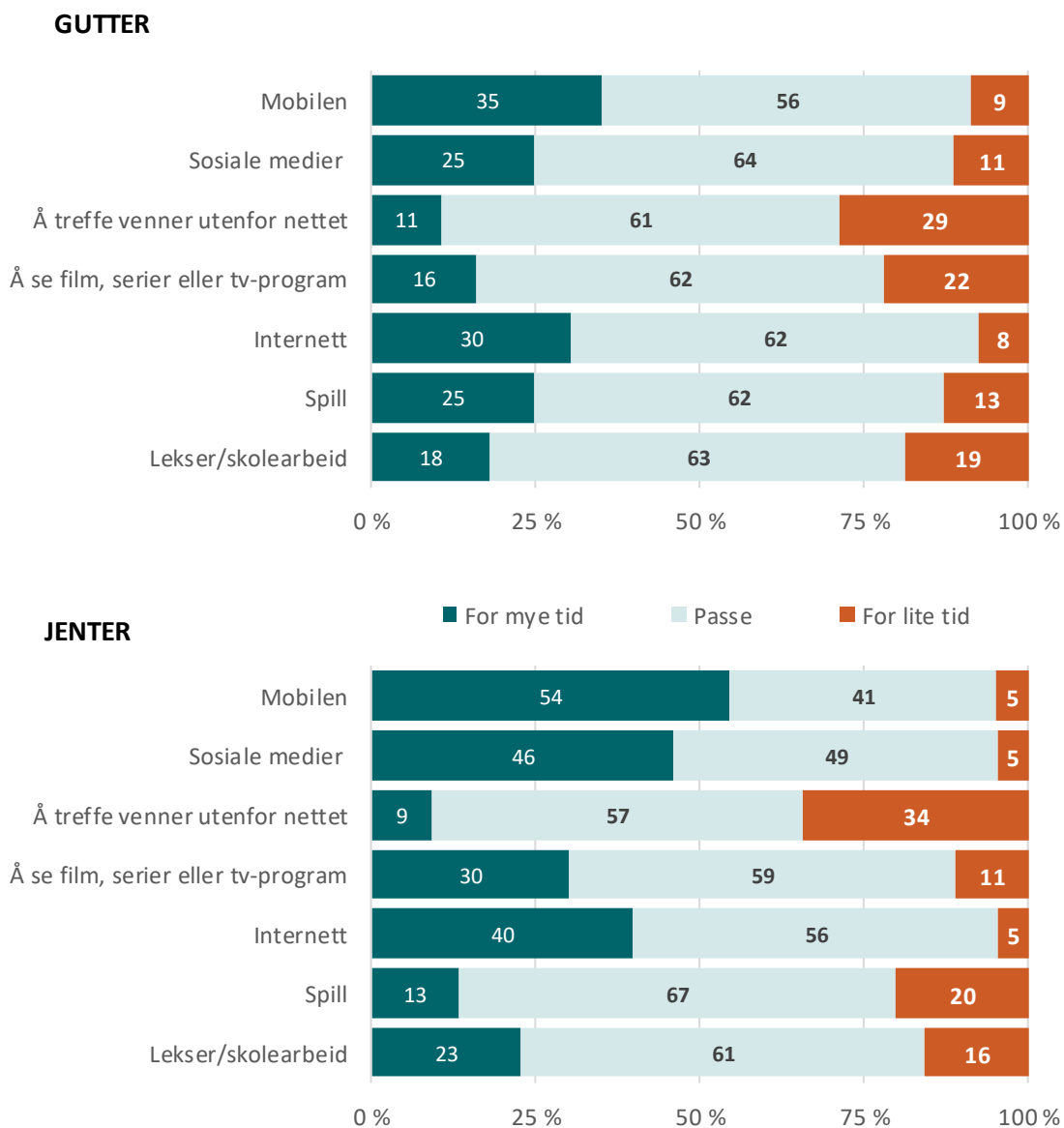
Når det gjelder aktiviteter de mener de bruker for lite tid på, skiller det å treffe venner utenfor nettet, seg ut. 31 prosent mener de bruker for lite tid på å treffe venner. Andelene som mener de bruker for lite tid på de øvrige aktivitetene, er mye lavere (fra 6 til 17 prosent).

⁷ Prosenten av de som bruker. De som har svart «Gjør aldri dette», er tatt ut av prosenteringen.

Det er store forskjeller mellom gutter og jenter hva gjelder vurderingen av egen tidsbruk. Jevnt over er jenter mer kritisk til egen tidsbruk enn gutter. En betydelig høyere andel jenter enn gutter mener de bruker for mye tid på mobilen (54 mot 35 prosent), sosiale medier (46 mot 25 prosent), internett (40 mot 30 prosent), samt på å se film eller tv (30 mot 16 prosent). Når det gjelder vurdering av tid bruk på spill, finner vi imidlertid motsatt mønster. 25 prosent av guttene mener de bruker for mye tid på dette, mot 13 prosent av jentene.

Det er forholdsvis små forskjeller mellom jenter og gutter med tanke på hvordan de vurderer tiden de bruker på å treffe venner utenom nettet. Tendensen er at litt flere jenter enn gutter opplever at de bruker for lite tid på dette (34 mot 29 prosent). Det er også ganske små kjønnsforskjeller når det gjelder vurdering av tidsbruk på lekser/skolearbeid. Det er en litt høyere andel av guttene enn jentene som svarer at de bruker for lite tid på lekser/skolearbeid (19 mot 16 prosent), mens en lavere andel mener de bruker for mye tid (18 mot 23 prosent).

Figur 22: Hvor mye tid synes barna de selv bruker på ulike aktiviteter? Prosentandel av gutter og jenter. De som har svart «Gjør aldri dette», er tatt ut av prosenteringen.



Figur 23 viser hvordan andelene som mener de bruker *for mye tid* på ulike aktiviteter, endrer seg med alderen for begge kjønn. Figur 24 viser andelen som mener de bruker *for lite tid* på de ulike aktivitetene, etter kjønn og alder.

Andelen som mener de bruker for mye tid på internett, øker betraktelig med alderen for begge kjønn, men mest blant jentene. Blant guttene mener 21 prosent i alderen 9-11 år at de bruker for mye tid på internett, mot 42 prosent av 17-18-åringene. Tilsvarende økning blant jentene går fra 17 til 53 prosent.

Det er også en kraftig økning etter alderen frem til ca. 15 år, når det gjelder andelen som mener de bruker for mye tid på sosiale medier. Dette gjelder begge kjønn, selv om økningen er sterkere for jentene. Blant guttene øker andelen fra 14 prosent blant 9-11-åringene, til 31 prosent av de som er 15 år eller eldre. Blant jentene opplever 22 prosent av 9-11-åringene at de bruker for mye tid på sosiale medier, sammenlignet med 57 prosent av 15-16-åringene og 54 prosent av 17-18-åringene.

Andelen som mener de bruker for mye tid på mobilen, er også sterkt økende med alderen for begge kjønn, frem til de er ca. 15 år. Nesten syv av ti jenter som er 15 år eller eldre, og fire av ti gutter i samme alder, mener de bruker for mye tid på mobilen. Blant de i alderen 9-11 år, gjelder dette ca. to av ti gutter og tre av ti jenter.

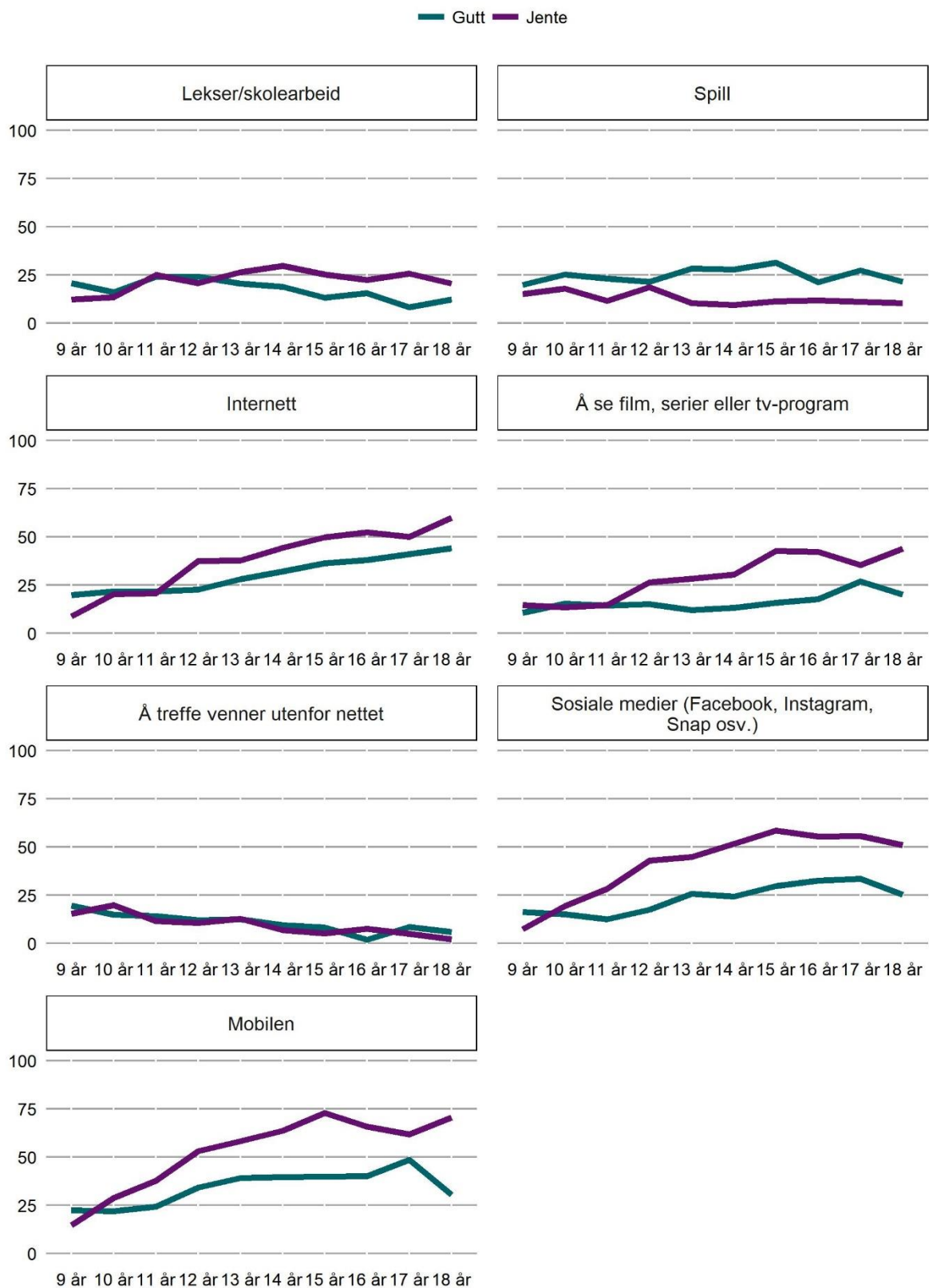
Når det gjelder tiden brukt på å se film, serier eller tv-program, er det først og fremst jenter i alderen 15-18 år som skiller seg ut ved at en relativt høy andel, omtrent fire av ti, mener de bruker for mye tid på dette.

Blant både jenter og gutter øker andelen som mener at de bruker for *lite tid* på lekser betydelig med alderen. Andelen er henholdsvis 34 og 40 prosent blant jentene og guttene i alderen 17-18 år, mens det gjelder under ti prosent av de som er yngre enn 15 år.

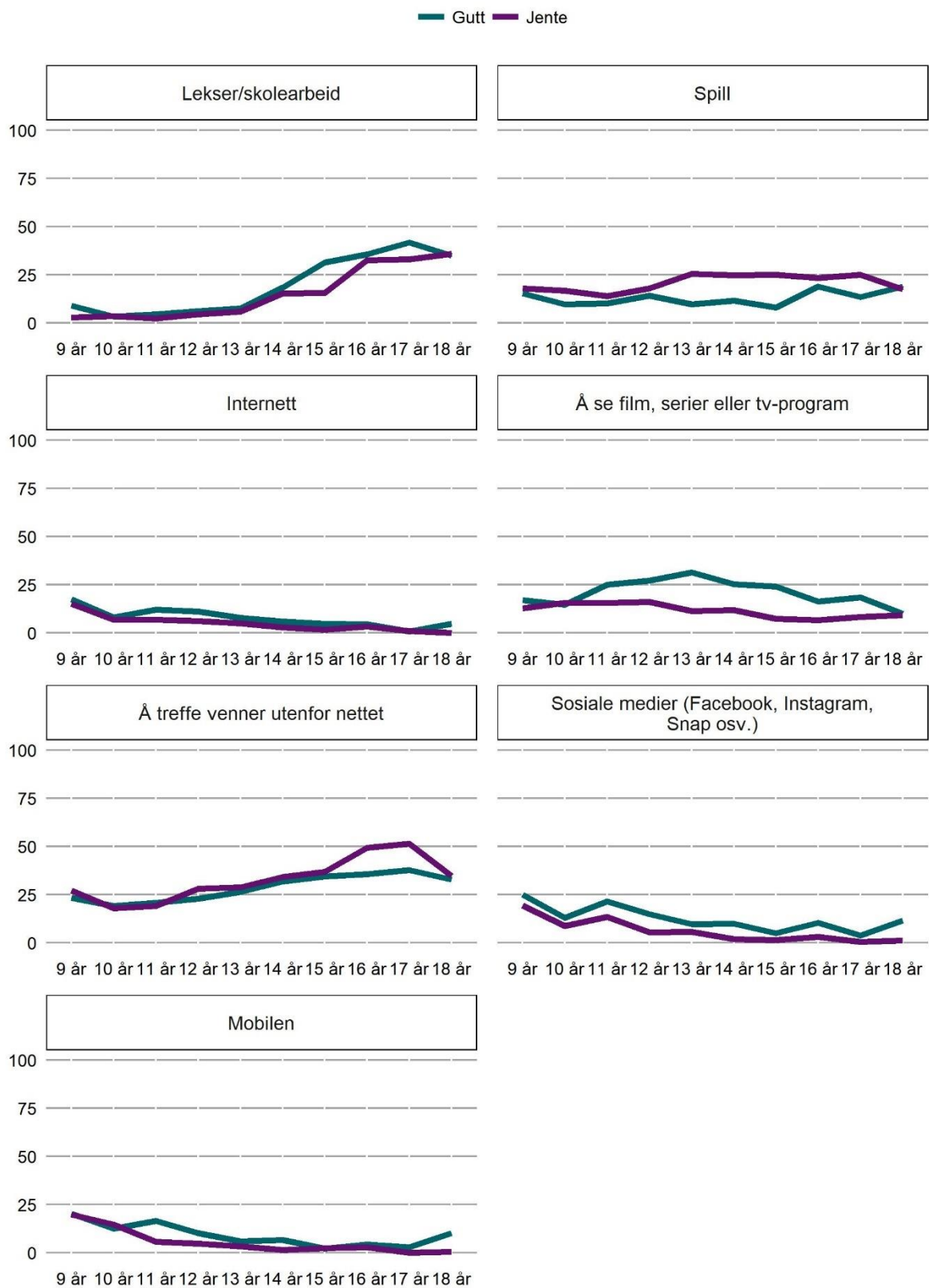
Blant 17-18-åringene finner vi de høyeste andelen som mener de bruker for *lite tid* på å treffe venner utenom nettet. Dette gjelder 45 prosent av jentene og 36 prosent av guttene i denne aldersgruppen. Til sammenligning opplever kun 21 prosent av både jentene og guttene i alderen 9-11 år at de bruker for lite tid på å treffe venner utenom nettet.

Jevnt over øker altså andelen av barn og unge som mener de bruker for *mye tid* på internett, mobil, sosiale medier, samt film, serier eller tv-program, med alderen. Etter hvert som de blir eldre, øker samtidig andelene som mener de bruker for *lite tid* på å treffe venner utenfor nettet, samt på lekser/skolearbeid.

Figur 23: Prosentandel av gutter og jenter som mener de bruker for mye tid på de ulike aktivitetene. De som har svart «Gjør aldri dette», er tatt ut av prosenteringen.



Figur 24: Prosentandel av gutter og jenter som mener de bruker for *lite* tid på de ulike aktivitetene. De som har svart «Gjør aldri dette», er tatt ut av prosenteringen.



Tabell 4 viser hvordan barnas vurdering av egen tidsbruk har utviklet seg over tid. Tidsserien gjelder for barn i alderen 9-11 år, 12-14 år og 15-16 år. For alle aldersgrupper har det vært en økning i andelen som synes de bruker for mye tid på mobilen, og det er på vurdering av mobilbruken vi finner størst endring over tid. Økningen er sterkest for 12-14-åringene, hvor andelen har økt fra 21 prosent i 2014, til 47 prosent i 2018.

Det har også vært en klar økning i alle aldersgrupper i andelen som mener de bruker for mye tid på sosiale medier. Her kan vi også merke oss at andelen som svarte at de *aldri* bruker dette, har gått ned, særlig blant de yngste. Rundt halvparten av de i alderen 9-11 år svarte i 2014 og 2016 at de ikke brukte sosiale medier, mot kun én av ti i 2018. Andelene som mener de bruker for mye tid på internett, har også økt noe i alle aldersgrupper.

Til sist ser vi at andelen som mener de bruker for *lite* tid på å treffe venner utenfor nettet, har sunket blant 15-16 åringene, fra 48 til 39 prosent.

Tabell 4: Vurdering av egen tidsbruk på aktiviteter sammenlignet med tidligere år. Prosent.

	ALDER									TOTALT 2018
	9-11 år			12-14 år			15-16 år		17-18 år	
	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2016	2018	2018	
...lekser/skolearbeid?										
For mye tid	23	19	20	20	20	23	26	18	17	20
Passe	67	75	76	64	70	67	48	49	44	61
For lite tid	8	5	4	14	9	9	21	28	35	17
Gjør aldri dette	2	1	0	3	1	1	4	5	4	2
...spill?										
For mye tid	16	18	17	20	20	17	19	14	14	16
Passe	67	67	64	54	63	51	47	43	41	51
For lite tid	11	10	13	11	7	13	11	12	12	13
Gjør aldri dette	6	5	6	16	10	18	23	31	34	21
...internett?										
For mye tid	13	11	17	28	23	33	39	45	48	34
Passe	74	69	64	64	70	59	58	51	50	57
For lite tid	6	11	10	5	6	7	3	4	1	6
Gjør aldri dette	7	9	8	2	1	2	1	1	0	3
...Å se film, serier eller tv-program										
For mye tid	13	15	14	14	14	20	19	30	31	23
Passe	74	69	67	70	68	56	60	53	54	58
For lite tid	11	14	17	13	15	20	17	12	11	16
Gjør aldri dette	2	3	3	3	4	4	5	6	3	4
...å treffe venner utenfor nettet?										
For mye tid	14	17	14	11	9	10	5	6	5	9
Passe	61	59	58	61	59	59	44	53	53	56
For lite tid	17	16	19	25	29	28	48	39	40	30
Gjør aldri dette	9	9	8	3	3	3	2	3	2	4
...sosiale medier										
For mye tid	10	5	16	22	23	34	37	45	44	35
Passe	37	33	59	56	59	57	57	49	52	54
For lite tid	10	7	15	9	6	8	3	5	3	8
Gjør aldri dette	44	55	10	13	12	2	3	1	1	3
...mobilen?										
For mye tid	8	15	24	21	30	47	43	55	54	44
Passe	63	58	57	62	59	46	50	41	42	47
For lite tid	12	15	14	12	8	5	5	3	2	7
Gjør aldri dette	17	12	5	5	3	2	2	0	1	2