

BARN OG MEDIER

2020

Om sosiale medier og skadelig innhold på nett
Delrapport 1, 11. februar 2020



Innhold

| | |
|--|----|
| Forord..... | 2 |
| Tilgang til utstyr og teknologi | 4 |
| Mobil..... | 5 |
| Nettbrett | 6 |
| PC | 7 |
| Tv | 7 |
| Spillkonsoll | 7 |
| Klokke man kan ringe med | 8 |
| Hvilke sosiale medier og apper bruker barn? | 9 |
| Snapchat | 11 |
| Instagram | 12 |
| YouTube..... | 12 |
| TikTok | 12 |
| Facebook..... | 12 |
| Hvor stor andel norske barn bruker sosiale medier? | 13 |
| Hva synes tenåringer er bra og dårlig med sosiale medier?..... | 14 |
| Hva gjør barn på nett? | 17 |
| Hva ser barn på nett? | 22 |
| Om Barn og medier 2020 | 24 |

Forord

For Medietilsynet er barn og unges mediebruk og kritiske medieforståelse prioriterte arbeidsområder. En del av vårt oppdrag er – i en mediesammenheng – å bidra til å beskytte barn og unge. Det handler ikke bare om å hindre at barn ser eller opplever noe skadelig, men også om deres rett til informasjon, og om å bidra til at de utvikler seg til bevisste mediebrukere.

Medietilsynet er opptatt av at alle som forholder seg til - eller jobber med barn og unge trenger kunnskap om deres medievirkelighet. Det er innsikt som må oppdateres hyppig, fordi hele medielandskapet er i rask og kontinuerlig endring. Skal vi voksne kunne være gode veiledere og sparringpartnere, er vi avhengig av å ha et balansert bilde av hvilke muligheter og utfordringer de unge møter i sin digitale hverdag.

For å bidra til et oppdatert kunnskapsgrunnlag har Medietilsynet gjennom mange år jevnlig gjennomført landsomfattende kartlegginger av barn og unges medievaner. I Barn og medier 2020 har cirka 3.400 9-18-åringer fra 51 skoler i alle landets fylker deltatt. De har svart på spørsmål om egen mediebruk og opplevelser knyttet til nett og mobil, dataspill og sosiale medier.

Resultatene fra Barn og medier 2020 blir presentert gjennom flere tematiske delrapporter. Denne første delrapporten omhandler bruk av sosiale medier og hva slags innhold barn og unge ser på nett.

Hovedfunn i delrapport 1:

- 90 prosent av 9 – 18-åringer er på ett eller flere sosiale medier. Halvparten av norske niåringer bruker sosiale medier, og 65 prosent av tiåringene.
- Nesten alle barn og unge i alderen 9 – 18 år bruker YouTube (95 %). Deretter følger Snapchat (80 %), TikTok (65 %) og Instagram (65 %). Omtrent halvparten 9 – 18-åringer bruker Facebook.
- Én av tre 9 – 18-åringer som bruker Snapchat, TikTok eller Instagram sier at de *deler en video på en av disse plattformene* hver dag. En større andel av jentene enn guttene deler noe på sosiale medier.
- Omtrent halvparten (48 %) av jentene i alderen 17 – 18 år som bruker sosiale medier har angret på noe de har delt der, mot 33 prosent av guttene på samme alder.
- 34 prosent av 13 – 18-åringer har sett innhold eller diskusjoner som viser måter å være svært tynn på. Det er betydelig flere jenter enn gutter som har sett innhold/diskusjoner på nett om måter å være svært tynn på, og denne kjønnsforskjellen gjelder alle i aldersgrupper.
- 43 prosent av 13 – 18-åringer har sett innhold eller diskusjoner med skremmende eller voldelige bilder, for eksempel av mennesker som skader andre mennesker eller dyr.
- 30 prosent av 13 – 18-åringer har sett innhold eller diskusjoner der folk snakker om eller viser måter å være svært tynn på (for eksempel anorektisk

eller bulimisk). En høyere andel jenter enn gutter har sett innhold eller diskusjoner om måter å skade seg selv på fysisk.

- 43 prosent av 13 – 18-åringene har sett innhold eller diskusjoner med hatmeldinger som angriper bestemte grupper eller enkeltpersoner. Jenter i alderen 13 – 14 år og 17 – 18 år har i større grad enn gutter på samme alder sett hatmeldinger som angriper bestemte grupper.

I løpet av våren kommer Medietilsynet til å legge fram flere delrapporter fra Barn og medier 2020. Følgende temaer blir omtalt i kommende delrapporter:

- Kildekritikk og falske nyheter
- Deling av nakenbilder og seksualisert innhold
- Pengebruk i spill og sosiale medier
- Medie- og nyhetsvaner
- Personvern
- Eksposering for reklame og markedsføring

En samlet rapport om Barn og Medier 2020 blir publisert høsten 2020.

Parallelt med denne undersøkelsen har Medietilsynet gjennomført en undersøkelse blant cirka 2000 foreldre med barn fra ett til 17 år, der de svarer på spørsmål om sine barns mediebruk. Resultatene fra denne undersøkelsen presenteres i en egen rapport.

Medietilsynet har i arbeidet med Barn og medier 2020 fått innspill fra mange sentrale aktører som jobber på barn og medier-feltet, blant andre Kripos, Forbrukertilsynet og Redd Barna. I tillegg er det gjennomført gruppesamtaler med barn og unge i forbindelse med at spørreskjemaet ble utviklet. Tusen takk til alle som har bidratt til årets undersøkelse!

Barn og medier 2020 er finansiert i samarbeid mellom Kulturdepartementet, Barne- og familiedepartementet, Justis- og beredskapsdepartementet og Kunnskapsdepartementet.

Sentio Research har gjennomført undersøkelsene på oppdrag fra Medietilsynet. Medietilsynets prosjektleder har vært Thea Grav Rosenberg.

Vi håper Barn og medier 2020 bidrar til økt innsikt i viktige aspekter ved barn og unges digitale mediehverdag!

Fredrikstad, 11. februar 2020

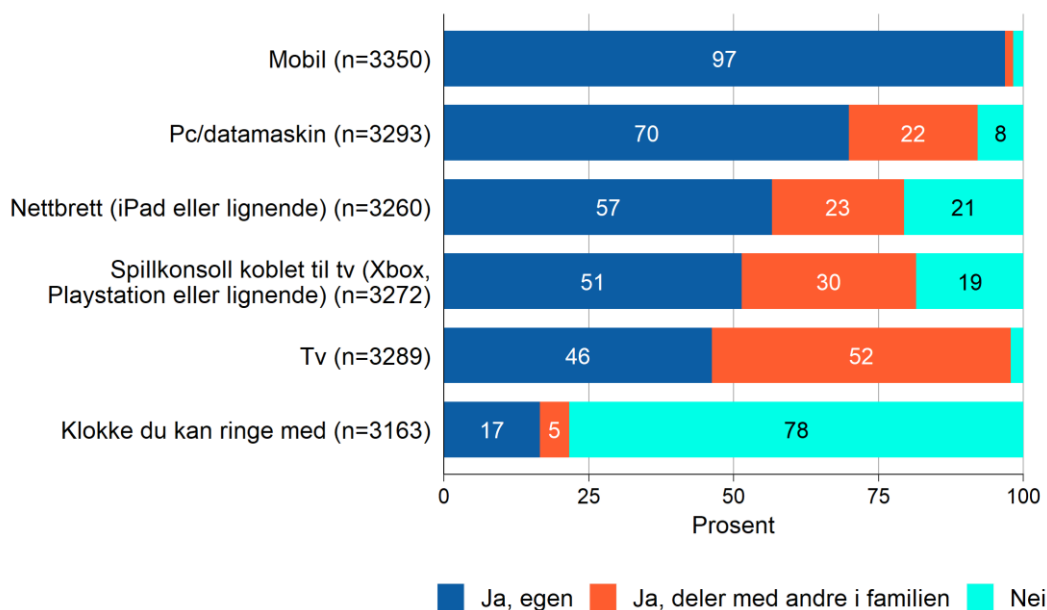
Mari Velsand

Direktør Medietilsynet

Tilgang til utstyr og teknologi

Innledningsvis i undersøkelsen fikk alle respondentene spørsmål om de har tilgang til mobil, pc osv. hjemme, og om de har egen eller deler med andre¹.

Figur 1: *Har du noe av dette hjemme?* Prosentandel av 9-18-åringene.

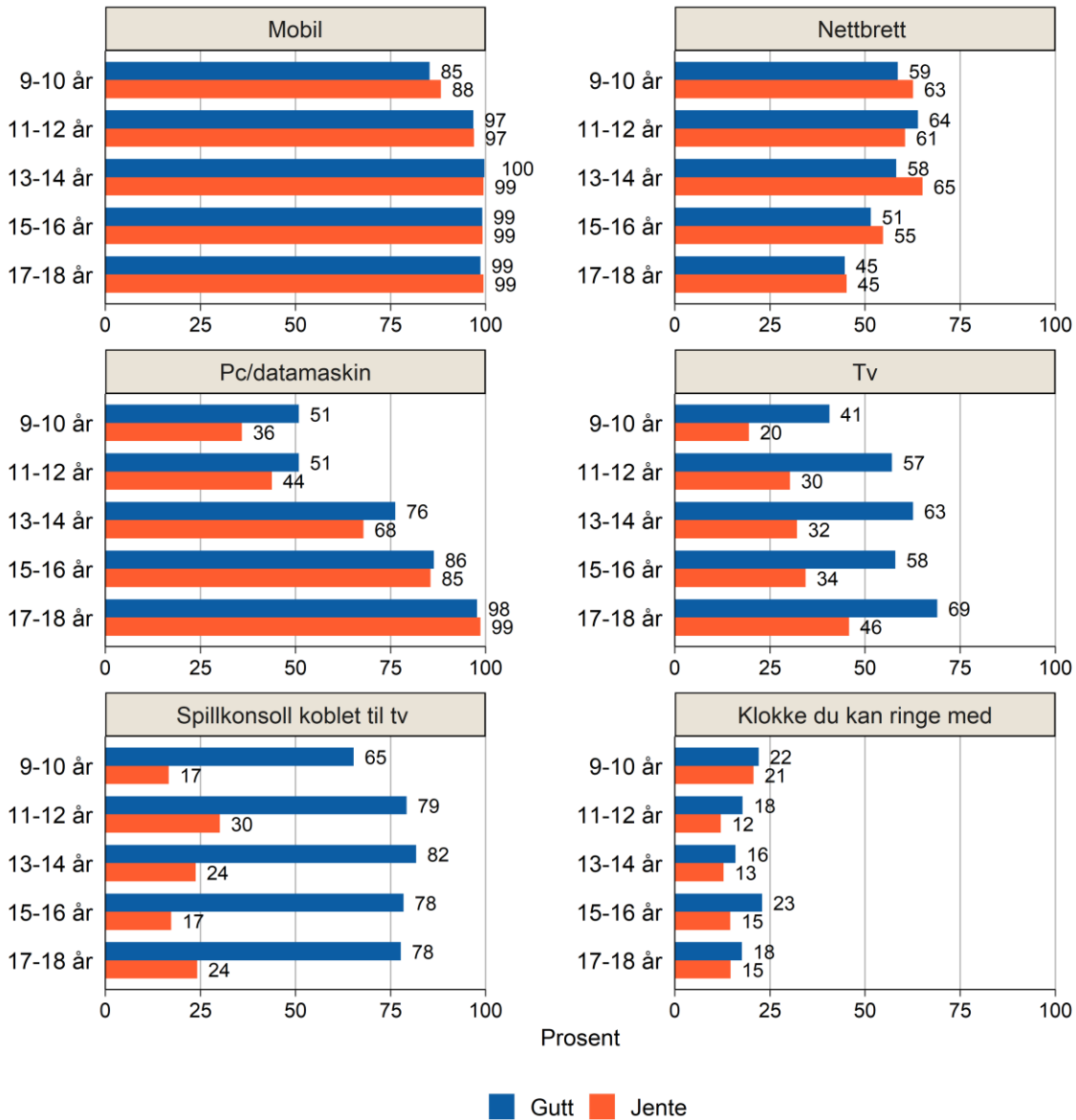


Nesten alle 9 – 18-åringene har mobil og tv hjemme. 97 % har *egen* mobil, mens det for TV er mest utbredt å dele med andre i familien (52 prosent). En stor andel har også PC eller datamaskin, enten egen (70 prosent) eller på deling med andre i familien (22 prosent). Videre har mer enn halvparten eget nettbrett og egen spillkonsoll (hhv. 57 og 51 prosent). Det er ikke like vanlig å ha klokke man kan ringe med; 22 prosent av barn og unge i alderen 9 – 18 år har dette hjemme.

Når det gjelder barn og unges medietilgang er det forskjeller etter både kjønn og alder. Figuren på neste side viser andelen gutter og jenter i ulike aldre som har *egen mobil, pc etc.* Den tydeligste kjønnsforskjellen finner vi på tilgang til egen spillkonsoll og egen tv. Her er det en overvekt av gutter som har egen tilgang til dette. Den tydeligste aldersforskjellen ser vi på tilgang til egen datamaskin, hvor under halvparten av 9 – 10-åringene har egen maskin mens omtrent alle 17 – 18-åringene har dette.

¹ Ett lignende spørsmål om barns tilgang til utstyr og teknologi, har blitt stilt i den svenske undersøkelsen Ungar og medier 2019; <https://statensmedierad.se/publikationer/ungarochmedier/ungarochmedier2019.3347.html>

Figur 2: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som har egen mobil; nettbrett; PC/datamaskin; Tv; Spillkonsoll koblet til tv; klokke man kan ringe med.



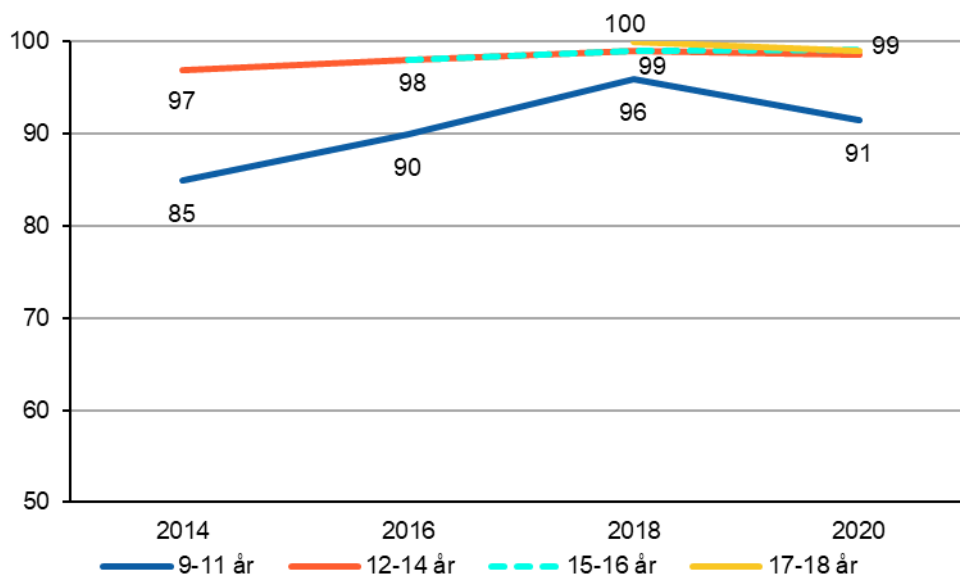
Mobil

De aller fleste barn og unge i alderen 9 – 18 år har egen mobil (97 prosent). Kun én prosent deler mobil med andre i familien, mens to prosent svarer at de ikke har mobil hjemme i det hele tatt.

- Det er relativt små kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang til mobil hjemme; og nesten alle gutter og jenter har egen mobil.

- De fleste har egen mobil, uavhengig av alder. Blant barna i 9 – 10-årsalderen har 87 prosent egen mobil. Ved 13 – 14-årsalderen har omtrent alle egne mobiler.

Figur 3: Prosentandel 9-18-åringe som har egen mobil. Tidsserie 2014-2020².



Over tid har det generelt vært små endringer i andelen 9 – 18-åringe med egen mobil. Andelen 9 – 11-åringe med egen mobil har økt mest – fra 85 prosent i 2014 til over 90 prosent i 2016 – 2020. Fra 2018 til 2020 var det en nedgang på fem prosentpoeng i andelen 9 – 11-åringe med egen mobil, men fortsatt har altså så godt som alle barn også i denne aldersgruppen egen mobil.

Andelen 12 – 14-åringe med egen mobil har ligget stabilt på 97 – 99 prosent i hele perioden 2014 – 2020. 17 – 18-åringene ble en del av undersøkelsen først i 2016, og andelen med egen mobil i denne aldersgruppen er også stabilt høy. Så godt som alle 17-18-åringe har egen mobil. Dette er omtrent tilsvarende resultat som i 2018, da denne aldersgruppen ble inkludert for første gang.

Nettbrett

Til sammen 80 prosent av 9 – 18-åringe har nettbrett (iPad eller lignende), og flest har eget nettbrett (57 prosent).

- Litt flere jenter enn gutter har nettbrett.

² Tidligere har spørsmålet vært stilt slik «Har du mobiltelefon», med svaralternativene Ja, en egen smarttelefon (iPhone eller lignende); Ja, en egen mobil (ikke smarttelefon); Ja, deler en mobil med andre i familien; Nei. I sammenligningen over tid er derfor alternativene for egen smarttelefon og egen mobil slått sammen. Sammenligning over tid må gjøres med forbehold om endringer i både spørsmål og svaralternativer.

- Andelen med *eget* nettbrett er høyest blant barn i alderen 9-14 år (over 60 prosent) og avtar deretter med barnas alder: Andelen med eget nettbrett er lavest blant jenter og gutter i alderen 17-18 år (begge 45 prosent).

PC

Et klart flertall (70 prosent) av 9 – 18-åringene har egen PC/Datamaskin hjemme, og ytterligere 22 prosent har PC de deler med andre i familien.

- Litt flere gutter enn jenter har egen PC hjemme (73 mot 67 prosent), mens litt flere jenter har PC på deling med andre (25 mot 19 prosent).
- Andelen med *egen* PC øker betydelig med alder – fra 44 prosent blant 9 – 10-åringene til 98 prosent blant 17 – 18-åringene. Det er derimot flere av de yngste barna som deler PC med andre i familien. Andelen med egen PC er lavere blant de yngste jentene enn de yngste guttene (36 mot 51 prosent). Jo eldre barna er, desto mindre er denne kjønnsforskjellen. Fra 15 – 16-årsalderen er det tilnærmet ingen kjønnsforskjell i andelen med egen PC.

Tv

Nesten alle har tilgang til tv hjemme (98 prosent). Det vanligste er å dele tv med andre i familien (52 prosent).

- Flertallet av guttene har *egen* tv hjemme (59 prosent), mens kun 33 prosent av jentene har dette. Denne kjønnsforskjellen er gjennomgående for alle aldersgrupper, men er aller størst blant 13 – 14-åringene, hvor 63 prosent av guttene og 32 prosent av jentene har egen tv hjemme.
- Andelen med egen tv hjemme øker med barnas alder – fra 30 prosent blant 9 – 10-åringene til 58 prosent blant 17 – 18-åringene.

Spillkonsoll

Totalt 81 prosent av 9 – 18-åringene har spillkonsoll koblet til tv (Xbox, Playstation eller lignende), og flest har en egen (51 prosent).

- Blant gutter er det vanligere å ha spillkonsoll enn det er blant jenter. Andelen som har dette hjemme er 93 prosent blant gutter og 68 prosent blant jenter. Denne kjønnsforskjellen er tydelig i alle aldersgrupper.
- Også betydelig flere gutter enn jenter har *egen* spillkonsoll (77 mot 23 prosent) – en kjønnsforskjell som gjelder uavhengig av alder. Forskjellen er størst blant 15 – 16-åringene, hvor 78 prosent av guttene og kun 17 prosent av jentene har egen spillkonsoll. Blant jentene er det betydelig mer vanlig å *dele* spillkonsoll med andre i familien (45 prosent, mot 16 prosent blant guttene).
- Andelen med egen spillkonsoll er ellers lavest blant 9 – 10-åringene (42 prosent) – spesielt blant jentene (17 prosent).

Klokke man kan ringe med

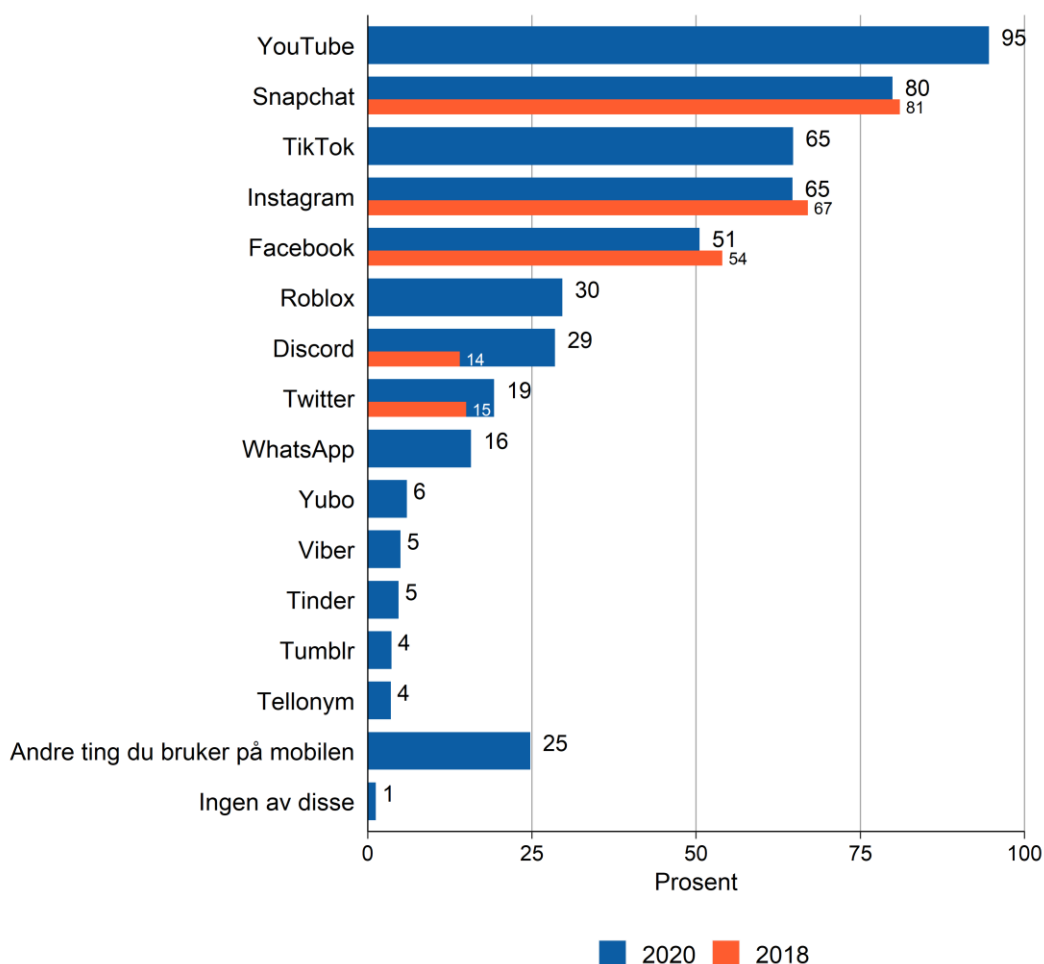
17 prosent av barn og unge har egen klokke man kan ringe med, og fem prosent deler denne med andre hjemme.

- Andelen med egen klokke man kan ringe med er noe høyere blant gutter enn jenter (19 mot 14 prosent). Denne kjønnsforskjellen er størst blant 11 – 12-åringene (hhv. 18 og 12 prosent), samt blant 15 – 16-åringene (hhv. 23 og 15 prosent).
- Andelen som har egen klokke man kan ringe med er størst blant 9 – 10-åringene (21 prosent).

Hvilke sosiale medier og apper bruker barn?

9 – 18-åringene fikk alle spørsmål om de bruker ulike sosiale medier og apper.³

Figur 4: **Bruker du noe av dette?** Prosentandel av 9-18-åringene. N=3378.⁴



Nesten alle 9 – 18-åringene bruker Youtube⁵ (95 prosent). Mange bruker også Snapchat (80 prosent), samt TikTok og Instagram (begge 65 prosent). Drøyt halvparten av 9 – 18-åringene oppgir å bruke Facebook (51 prosent).

³ Kun 13-18-åringene fikk spørsmål om de bruker *Tinder*.

⁴ For aktuelle kategorier er det gjort en sammenligning med resultatet i 2018.

⁵ Nytt i 2020: Dette er første gang YouTube er tatt inn som et av alternativene for sosiale medier i Barn og medier-undersøkelsen

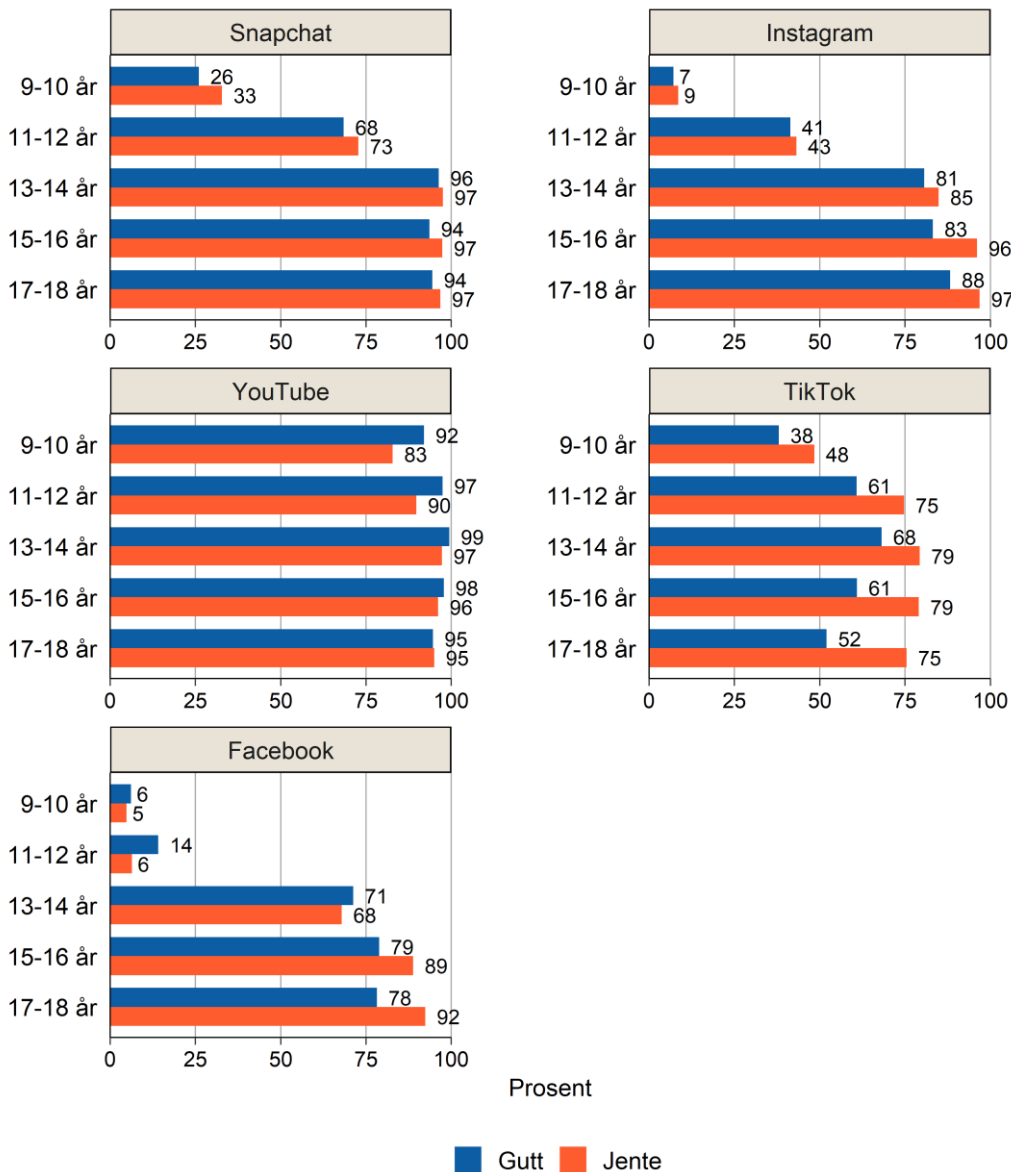
Av andre oppgitte sosiale medier og apper er det vesentlige andeler som svarer at de bruker Roblox⁶ (30 prosent), Discord (29 prosent), Twitter (19 prosent) og WhatsApp (16 prosent). 25 prosent svarer at de bruker andre sosiale medier og apper ting på mobilen.

- Blant gutter er det en større andel som bruker Discord og Twitter enn blant jenter (hhv. 46 og 10 prosent bruker Discord, og hhv. 26 og 12 prosent bruker Twitter). Andelen som bruker TikTok er derimot større blant jenter enn blant gutter (hhv. 73 og 57 prosent). For andre sosiale medier og apper er det relativt små kjønnsforskjeller på overordnet nivå.
- Aldersforskjellene er derimot store, og andelen som bruker de ulike sosiale mediene, øker betydelig med barnas alder – først og fremst fra 13 – 14-årsalderen. Unntakene er Roblox, Viber og WhatsApp, som er mer utbredt blant de yngste.

Nedenfor vises kjønnsforskjellene i ulike aldersgrupper for de fem mest brukte sosiale mediene – Snapchat, Instagram, YouTube, TikTok og Facebook.

⁶ Nytt i 2020: Dette er første gang Roblox er tatt inn som et av alternativene for sosiale medier i Barn og medier-undersøkelsen. Roblox er et spillunivers med høy grad av interaksjon

Figur 5: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som bruker Snapchat, TikTok, Instagram, Facebook og YouTube.



Snapchat

Totalt 80 prosent av 9 – 18-åringene bruker Snapchat.

- Andelen som bruker Snapchat øker betydelig med barnas alder – fra 29 prosent av 9 – 10-åringene til 71 prosent av 11-12-åringene og godt over 90 prosent av 13 – 18-åringene.
- Det er ingen store kjønnsforskjeller i noen av aldersgruppene, men jevnt over en litt høyere andel jenter enn gutter som rapporterer om Snapchat-bruk.

Instagram

65 prosent av 9 – 18-åringene bruker Instagram.

- Andelen Instagram-brukere øker med barnas alder; fra kun åtte prosent blant 9 – 10-åringene til 92 prosent blant 17 – 18-åringene.
- Instagram er jevnt over litt mer utbredt blant jenter enn gutter; totalt 68 prosent av jentene og 62 prosent av guttene bruker dette sosiale mediet. Kjønnsforskjellen er størst blant 15 – 16-åringene (hhv. 96 og 83 prosent), samt blant 17 – 18-åringene (hhv. 97 og 88 prosent).

YouTube

Omtrent ni av ti barn og unge bruker YouTube – uansett kjønn og alder. Til tross for utbredt bruk i alle grupper, er det enkelte forskjeller også her.

- Litt flere gutter enn jenter bruker YouTube (96 mot 93 prosent). Kjønnsforskjellen er størst blant de yngste barna; 92 prosent av guttene i 9 – 10-årsalderen, mot 83 prosent av jentene, bruker YouTube.
- Andelen YouTube-brukere er minst blant de yngste barna; 88 prosent av 9 – 10-åringene bruker YouTube, mens 94 – 98 prosent av de eldre barna gjør det.

TikTok

65 prosent av 9 – 18-åringene bruker TikTok.

- TikTok er betydelig mer utbredt blant jenter enn gutter (73 mot 57 prosent). Kjønnsforskjellen er størst blant de aller eldste; 75 prosent av jentene og 52 prosent av guttene i 17 – 18-årsalderen bruker TikTok.
- TikTok er aller mest utbredt blant ungdom i alderen 13 – 16 år, hvor over 70 prosent bruker denne tjenesten. Etter YouTube er TikTok det mest populære sosiale mediet blant de yngre barna; hele 43 prosent av 9 – 10-åringene bruker denne tjenesten.

Facebook

Omtrent halvparten av 9 – 18-åringene bruker Facebook.

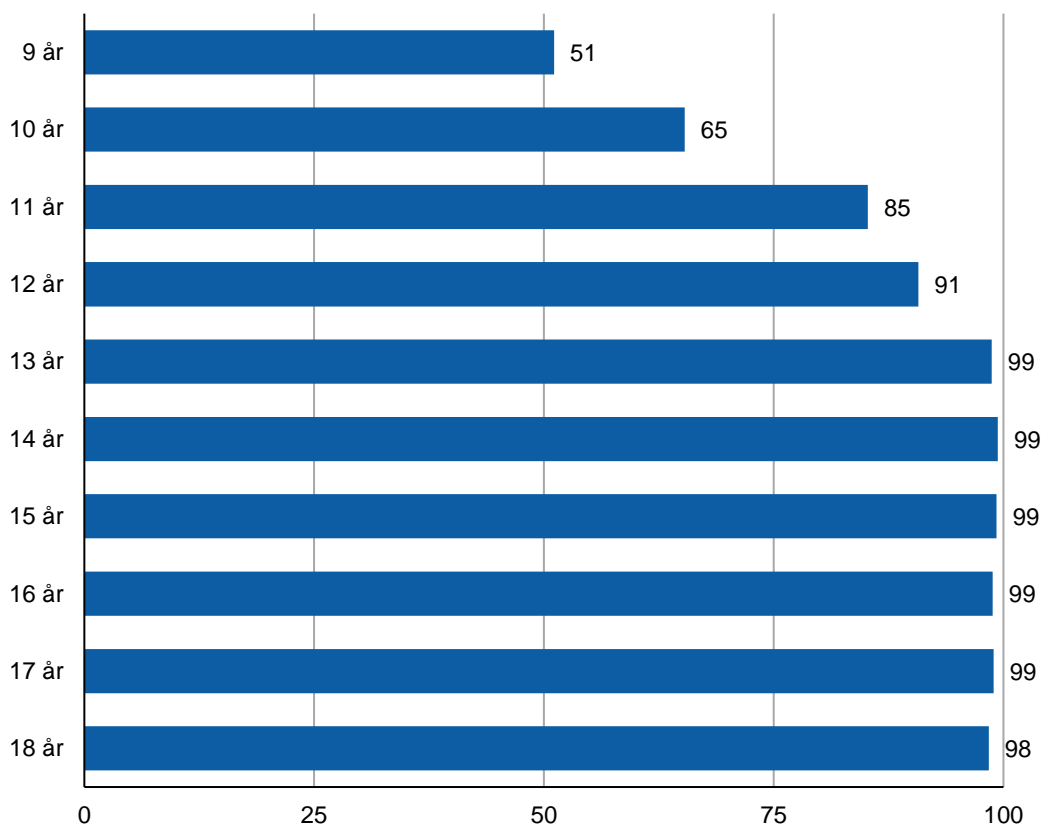
- Kjønnsforskjellene er generelt små, men i kombinasjon med alder er det likevel forskjeller: Blant de yngre er Facebook-bruk litt mer utbredt blant gutter enn jenter, mens det motsatte gjelder for de eldre. Det er størst kjønnsforskjell blant 17-18-åringene, hvor hele 92 prosent av jentene og 78 prosent av guttene bruker Facebook.
- I likhet med for de øvrige sosiale mediene øker bruken av Facebook betydelig med barnas alder: Fem prosent av 9 – 10-åringene bruker Facebook, mot 85 prosent av 17 – 18-åringene.

Hvor stor andel norske barn bruker sosiale medier?

9 – 18-åringene fikk spørsmål om hvilke sosiale medier de bruker, se figur 4. Basert på disse tallene er det analysert hvor stor andel som bruker ett eller flere sosiale medier, fordelt på ulike aldersgrupper. Datagrunnlaget som ligger til grunn for figur 5 er dermed basert på barn og unges oppgitte bruk av ett eller flere sosiale medier⁷.

Samlet sett bruker 90 prosent av norske 9-18-åringene ett eller flere sosiale medier. En litt større andel jenter (91 prosent) enn gutter (89 prosent) bruker sosiale medier.

Figur 5: Andel i alderen 9-18 år som har oppgitt at de bruker ett eller flere sosiale medier etter alder (N=3353).

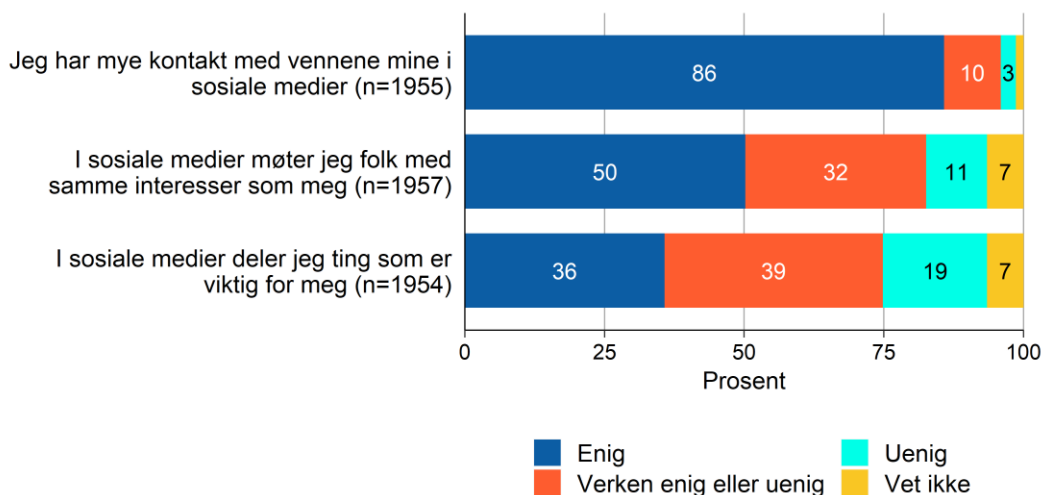


⁷ Følgende sosiale medier er inkludert i figur 5: Snapchat, Instagram, TikTok, Twitter, Discord, Facebook, WhatsApp, Viber, Yubo, Tumblr, Tellonym. Det er også kodet inn bruk av følgende sosiale medier fra «Andre ting jeg bruker mobilen til»: Yolo, Reddit og Zenly

Hva synes tenåringer er bra og dårlig med sosiale medier?

Respondentene i alderen 13 – 18 år som oppga å bruke sosiale medier⁸, ble bedt om å ta stilling til ulike utsagn om sosiale medier.

Figur 6: *Er du enig eller uenig i dette?* Prosentandel av 13-18-åringene som bruker sosiale medier.



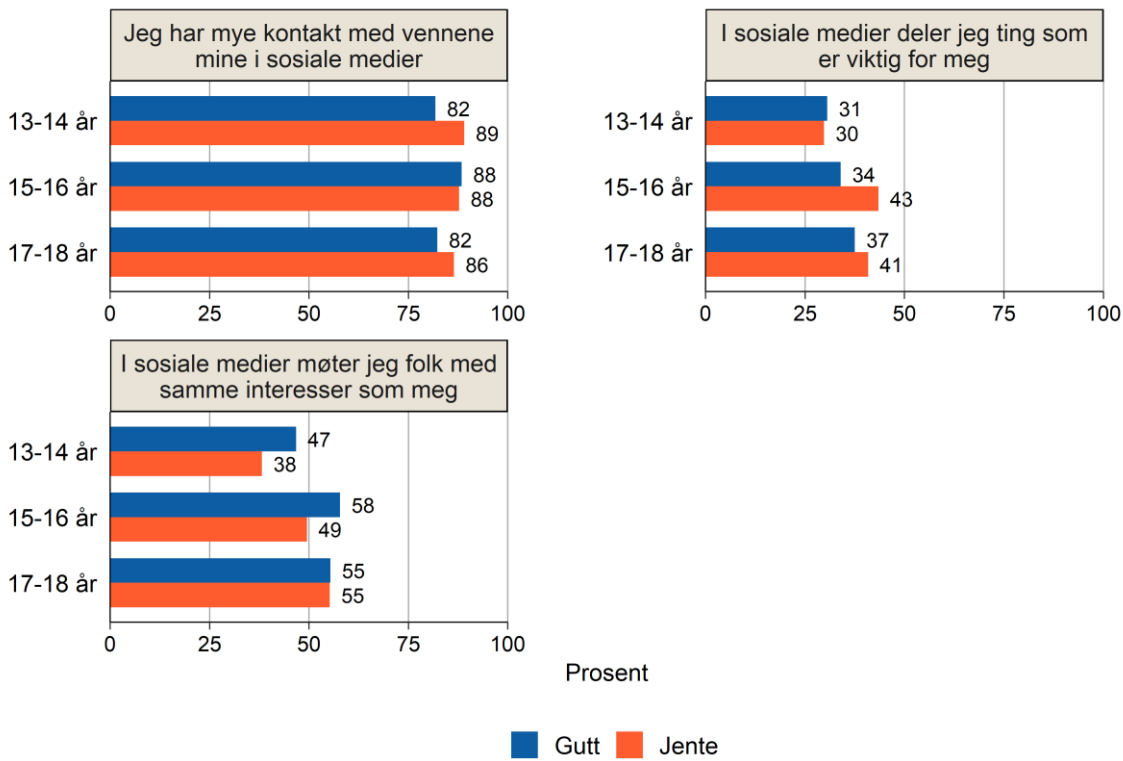
86 prosent av 13 – 18-åringene sier at de har mye kontakt med vennene sine i sosiale medier. Halvparten sier at de møter folk med like interesser som dem selv i sosiale medier, samtidig som det også er en høy andel som er verken enig eller uenig i dette (32 prosent). Ungdommene er noe delt når det gjelder påstanden om hvorvidt de deler ting som er viktig for dem selv, i sosiale medier – og flest sier seg verken enig eller uenig (39 prosent).

Figuren på neste side viser andelen blant gutter og jenter i ulike aldersgrupper som er enig i de ulike påstandene.

- Det er relativt små forskjeller etter kjønn og alder.
- Jenter er imidlertid litt mer enig i at de har mye kontakt med vennene sine, og at deler ting som er viktig for dem i sosiale medier. Litt flere gutter enn jenter er enig i at de møter folk med felles interesser i sosiale medier.

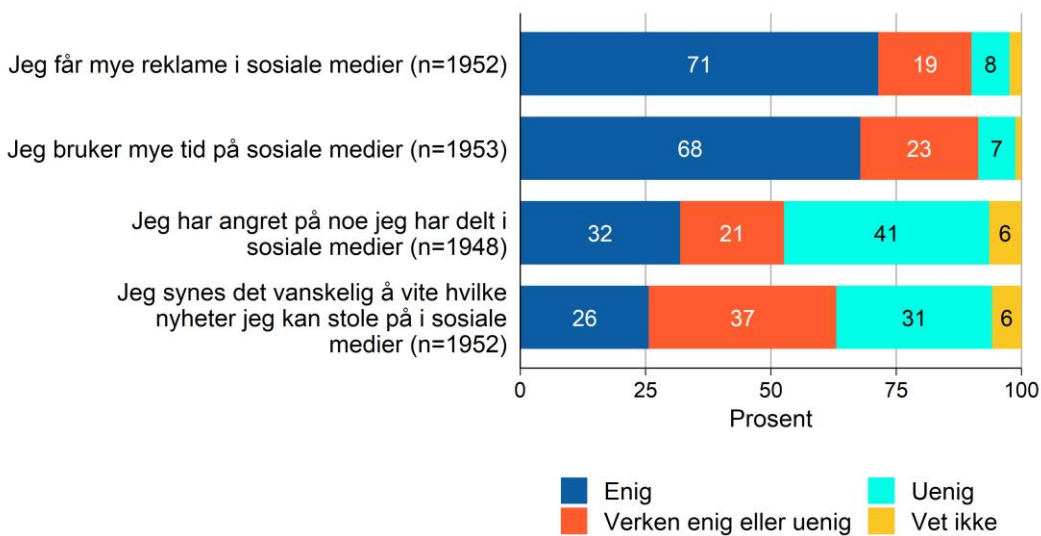
⁸ 13-18-åringene som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, eller som har egen bruker på YouTube.

Figur 7: Prosentandel gutter og jenter i alderen 13-18 år som bruker sosiale medier, som er enig i ulike påstander.



13 – 18-åringene som var aktive på sosiale medier ble bedt om å vurdere påstander om nettopp sosiale medier.

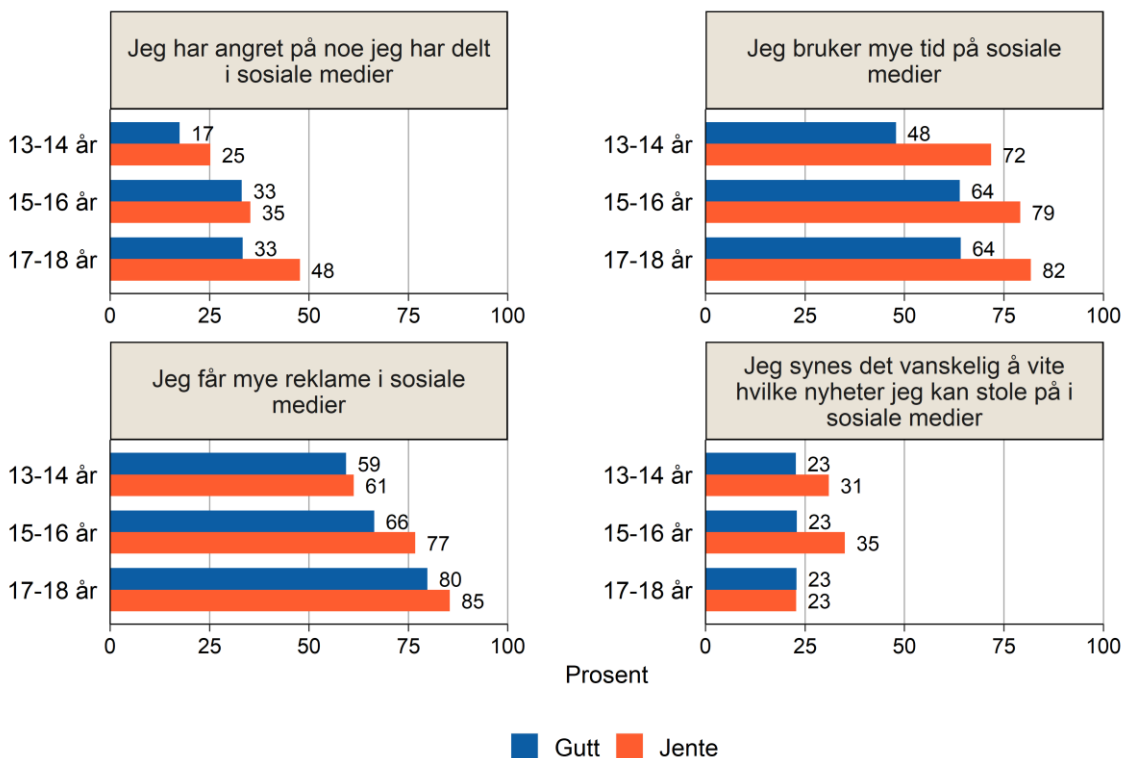
Figur 8: **Er du enig eller uenig i dette?** Prosentandel av 13-18-åringene som bruker sosiale medier.



71 prosent av 13 – 18-åringene opplever å få mye reklame i sosiale medier, og 68 prosent svarer at de bruker mye tid på sosiale medier. Det er mindre enighet om hvorvidt de har angret på noe de har delt i sosiale medier – 41 prosent er uenig i denne påstanden, mens 32 prosent er enig. Ungdommen er også delt når det gjelder påstanden om at det er vanskelig å vite hvilke nyheter de kan stole på i sosiale medier. Omtrent like store andeler er enig og uenig i at det er vanskelig å vite hvilke slike nyheter de kan stole på.

- Jenter er generelt mer enig i de ulike påstandene om sosiale medier enn det gutter er. En betydelig høyere andel av jentene har delt noe de har angret på, bruker mye tid på sosiale medier, samt synes det er vanskelig å vite hvilke nyheter de kan stole på.
- Det er en tendens til at ungdommene er mer enig i disse påstandene jo eldre de er, noe som spesielt gjelder det å ha delt noe de har angret på, påstander om tidsbruk og reklame.
- Kombinasjonen av kjønn og alder viser at det gjennomgående er jenter i 17 – 18-årsalderen som kjenner seg aller best igjen i de mer «negative» påstandene om sosiale medier. Unntaket er påstanden om at det er vanskelig å vite hvilke nyheter de kan stole på i sosiale medier, som ingen grupper kjenner seg spesielt mye igjen i.

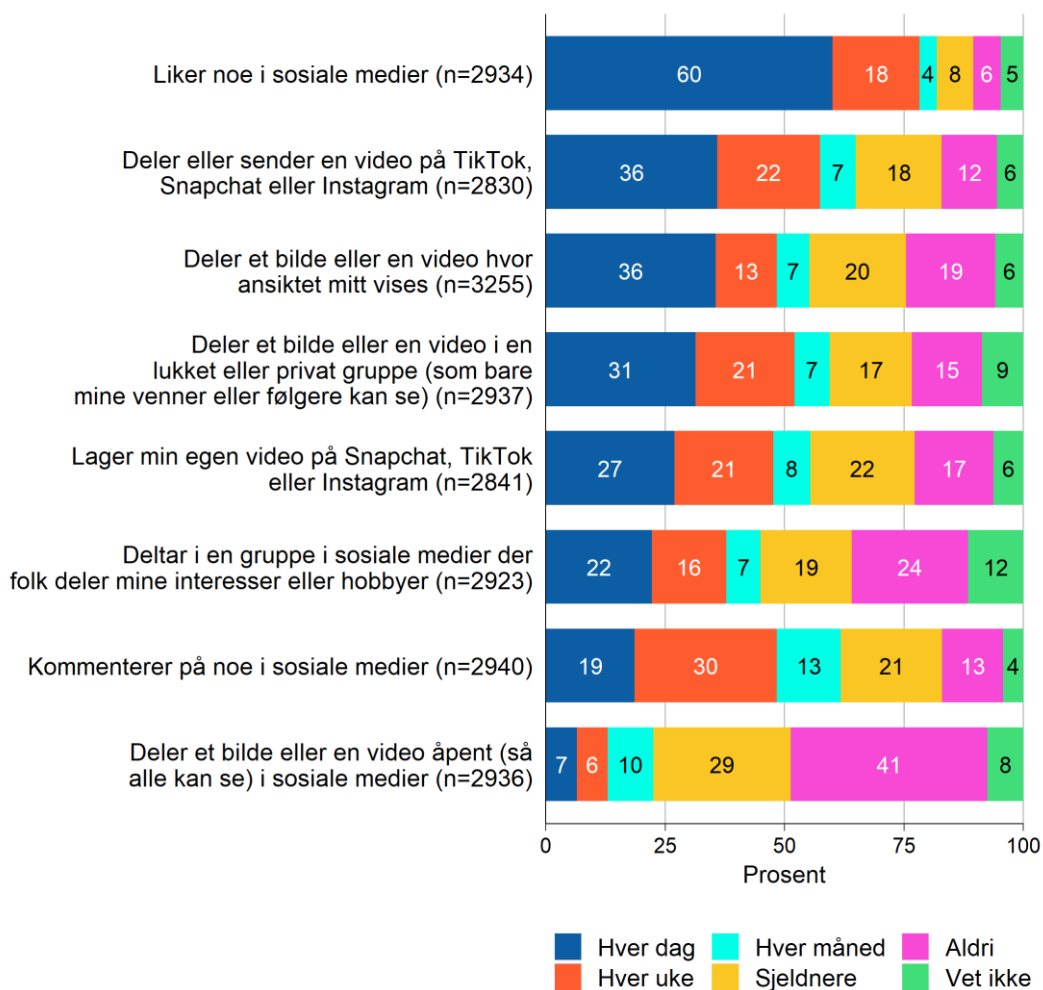
Figur 9: Prosentandel gutter og jenter i alderen 13-18 år som bruker sosiale medier, som er enig i ulike påstander.



Hva gjør barn på nett?

9 – 18-åringene som bruker sosiale medier⁹ fikk spørsmål om hvor ofte de gjør ulike aktiviteter på nett/på sosiale medier.¹⁰

Figur 10: **Hvor ofte gjør du dette på nett?** Prosentandel av 9-18-åringene som bruker sosiale medier.*



Det barn og unge gjør klart oftest på sosiale medier, er å *like noe*. Seks av ti 9 – 18-åringene som bruker sosiale medier liker noe her hver dag, og nesten åtte av ti gjør dette minst på ukentlig basis. 36 prosent av dem som bruker sosiale medier deler daglig *et bilde eller en video hvor ansiktet deres vises*. En relativt stor andel

⁹ 9-18-åringene som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, eller som har egen bruker på YouTube.

¹⁰ Kun de som bruker TikTok, Snapchat og/eller Instagram har fått spørsmål spesifikt om dette.

av dem som bruker sosiale medier deler også daglig *et bilde eller en video i en lukket eller privat gruppe*, og drøyt halvparten gjør dette minst ukentlig.

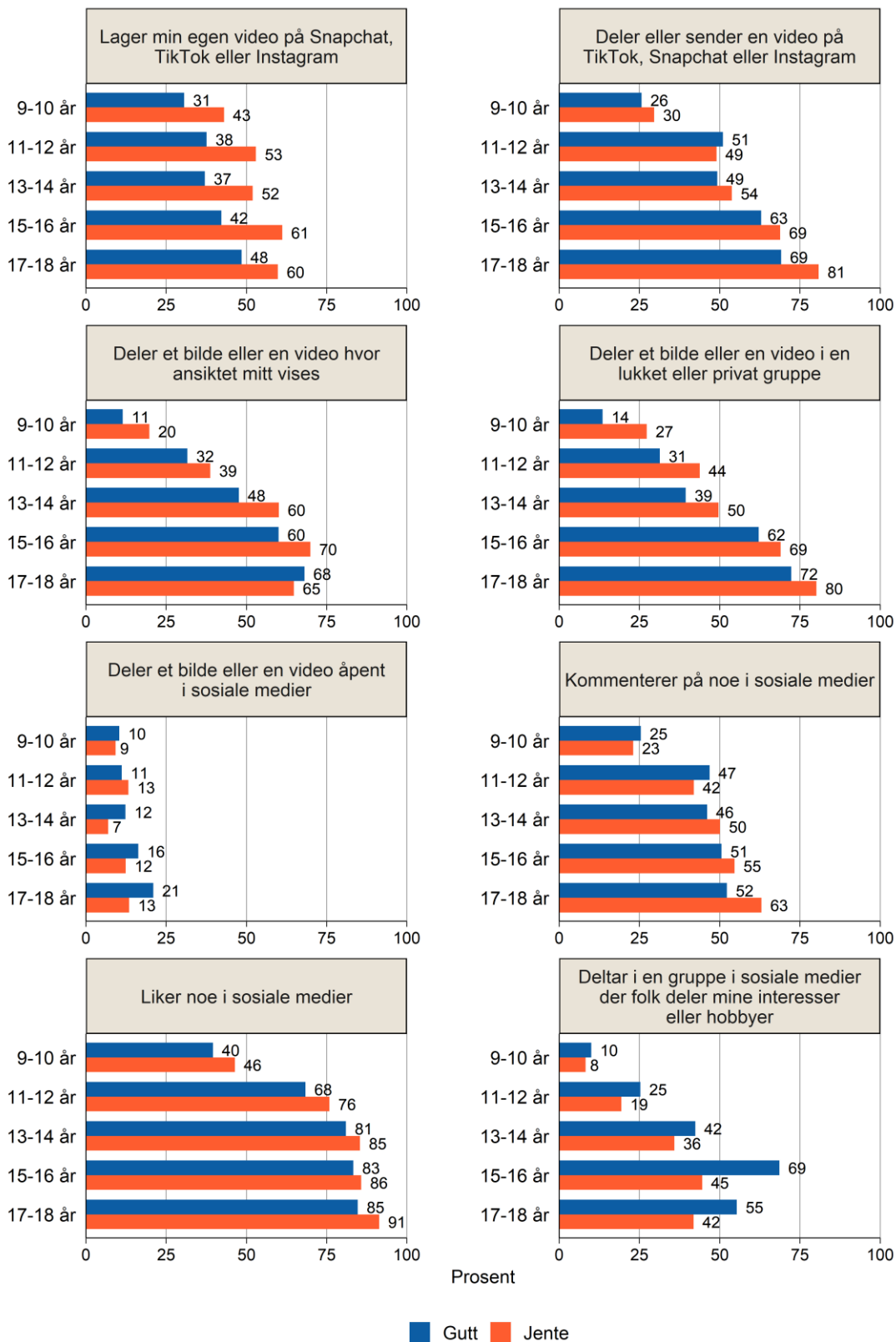
Til sammen 58 prosent av 9 – 18-åringene som bruker Snapchat, TikTok eller Instagram sier at de *deler en video på en av disse plattformene* minst ukentlig – 36 prosent gjør det hver dag. Omtrent halvparten *lager* også selv en egen video her hver uke eller oftere.

En relativt stor andel av 9 – 18-åringene *deltar i grupper med andre med like interesser eller hobbyer*, enten på daglig eller ukentlig basis. Rundt halvparten *kommenterer noe i sosiale medier* ukentlig eller oftere. Det å *dele et bilde eller en video åpent* er mye mindre vanlig, og et klart flertall av 9 – 18-åringene som er på sosiale medier gjør dette sjeldnere enn månedlig eller aldri (70 prosent).

Det er enkelte forskjeller etter både kjønn og alder når det gjelder hvor ofte respondentene gjør de ulike aktivitetene. Figuren på neste side viser andelen gutter og jenter i ulike aldersgrupper som gjør aktivitetene *minst ukentlig* (hver dag eller hver uke).

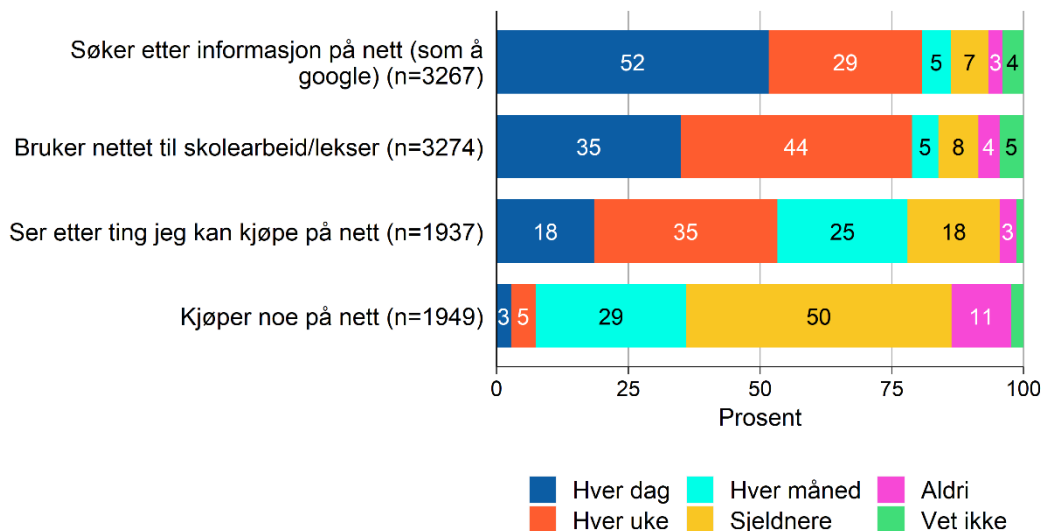
- Det er en generell tendens til at barna gjør de ulike aktivitetene i mer ustrakt grad jo eldre de er: 15 – 18-åringene gjør i størst grad aktivitetene på sosiale medier ukentlig eller oftere.
- De fleste sosiale medier-aktivitetene er mer utbredt blant jenter enn gutter. Unntaket er at gutter oftere enn jenter deltar i grupper på sosiale medier med andre som har like interesser og hobbyer. Gutter i alderen 17 – 18 år deler også oftest bilder eller videoer åpent i sosiale medier.

Figur 11: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som bruker sosiale medier, og som gjør ulike aktiviteter på sosiale medier ukentlig.



Barna fikk også spørsmål om hvor ofte de gjør ulike andre aktiviteter på nett.

Figur 12: *Hvor ofte gjør du dette på nett?* Prosentandel av 9-18-åringene og 13-18-åringene¹¹.



Over halvparten av 9 – 18 -åringene *søker daglig etter informasjon på nett* og mer enn åtte av ti gjør det minst ukentlig. Åtte av ti *braker nettet til lekser og skolearbeid* minimum ukentlig.

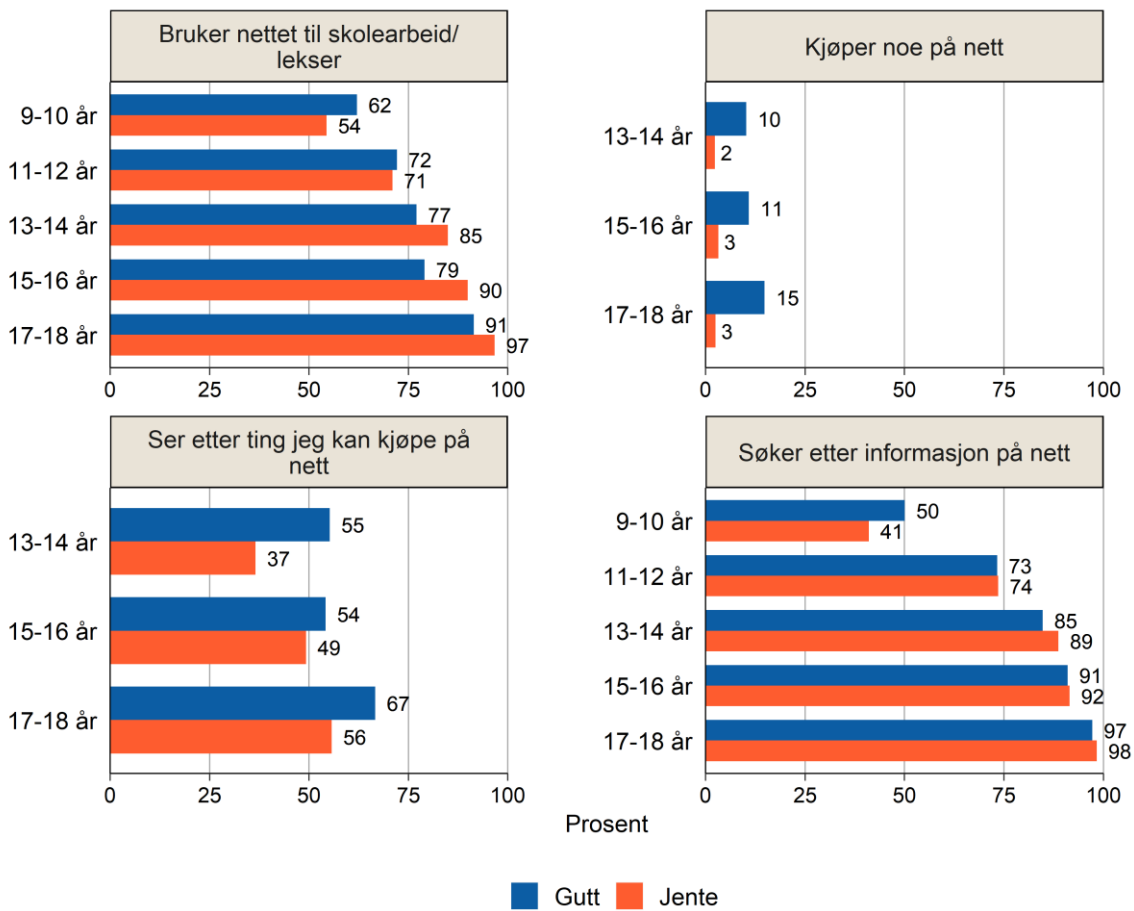
Over halvparten av 13 – 18-åringene *ser etter ting de kan kjøpe på nett* minst hver uke. Det å faktisk *kjøpe noe på nett* er derimot mindre vanlig, og flertallet av 13 – 18-åringene sier dette er noe de gjør sjeldnere enn månedlig eller aldri (61 prosent).

Det er enkelte forskjeller etter både kjønn og alder når det gjelder hvor ofte respondentene gjør de ulike aktivitetene. Figuren på neste side viser andelen gutter og jenter i ulike aldersgrupper som gjør aktivitetene *minst ukentlig* (hver dag eller hver uke).

- Det er en generell tendens til at barna gjør de ulike aktivitetene i mer ustrakt grad jo eldre de er. Dette gjelder spesielt aktivitetene som generelt er vanlige, som å søke etter informasjon på nett og bruke nettet til skolearbeid – nesten alle 17 – 18-åringene gjør dette hver dag eller hver uke.
- Jevnt over bruker litt flere jenter enn gutter nettet til skolearbeid – noe som spesielt gjelder de eldre jentene. Guttene på sin side ser oftere etter ting å kjøpe på nett, og kjøper også oftere noe på nett enn jentene. Dette gjelder særlig gutter i 17 – 18-årsalderen.

¹¹ Kun 13-18-åringene ble bedt om å ta stilling til påstandene om kjøp på nett.

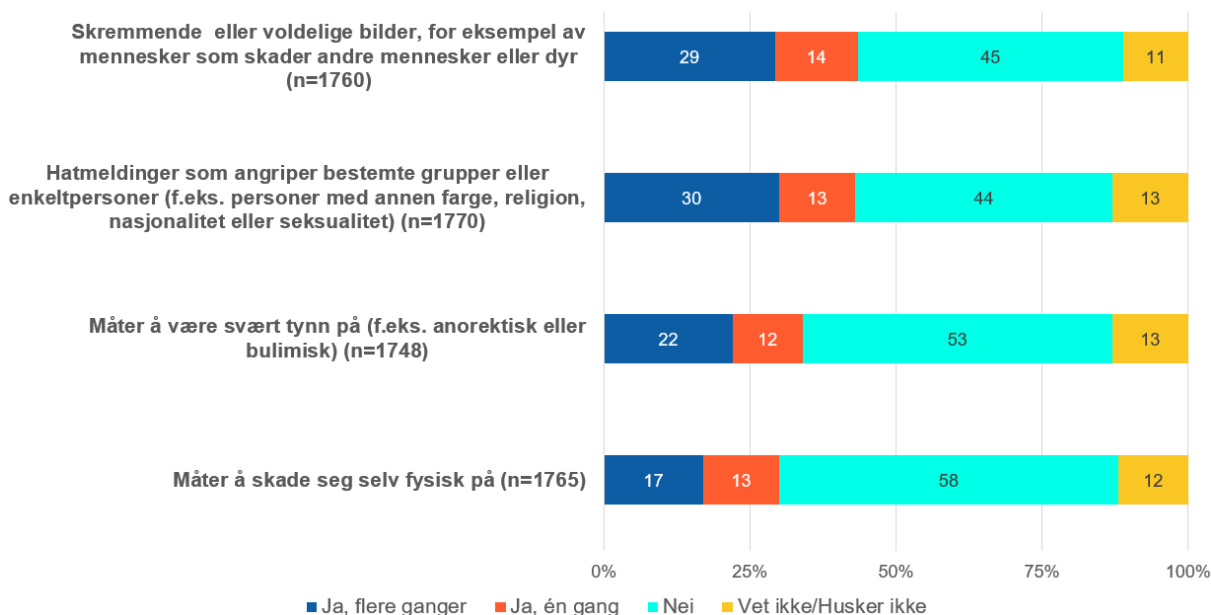
Figur 13: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som gjør ulike aktiviteter på nett ukentlig.



Hva ser barn på nett?

13 – 18-åringene fikk et spørsmål om de i løpet av det siste året, har sett innhold eller diskusjoner om hatmeldinger, måter å skade seg selv fysisk på, skremmende eller voldelige bilder og måter å være tynn på¹².

Figur 14: *Har du i løpet av det siste året sett innhold eller diskusjoner på nettet der folk snakker om eller viser noe av følgende? Prosentandel av 13-18-åringene.*



43 prosent av 13 –18-åringene har én eller flere ganger sett innhold eller diskusjoner om skremmende eller voldelige bilder og hatmeldinger som angriper bestemte grupper på nett det siste året. 34 prosent av 13 – 18-åringene har sett innhold eller diskusjoner på nett der folk snakker om eller viser måter å være svært tynn på. Henholdsvis 30 prosent har minst én gang sett innhold eller diskusjoner om måter å skade seg selv fysisk på.

Figuren på neste side viser andelen gutter og jenter i ulike aldersgrupper som, i løpet av det siste året, har sett ulikt innhold eller diskusjoner på nett én eller flere ganger.

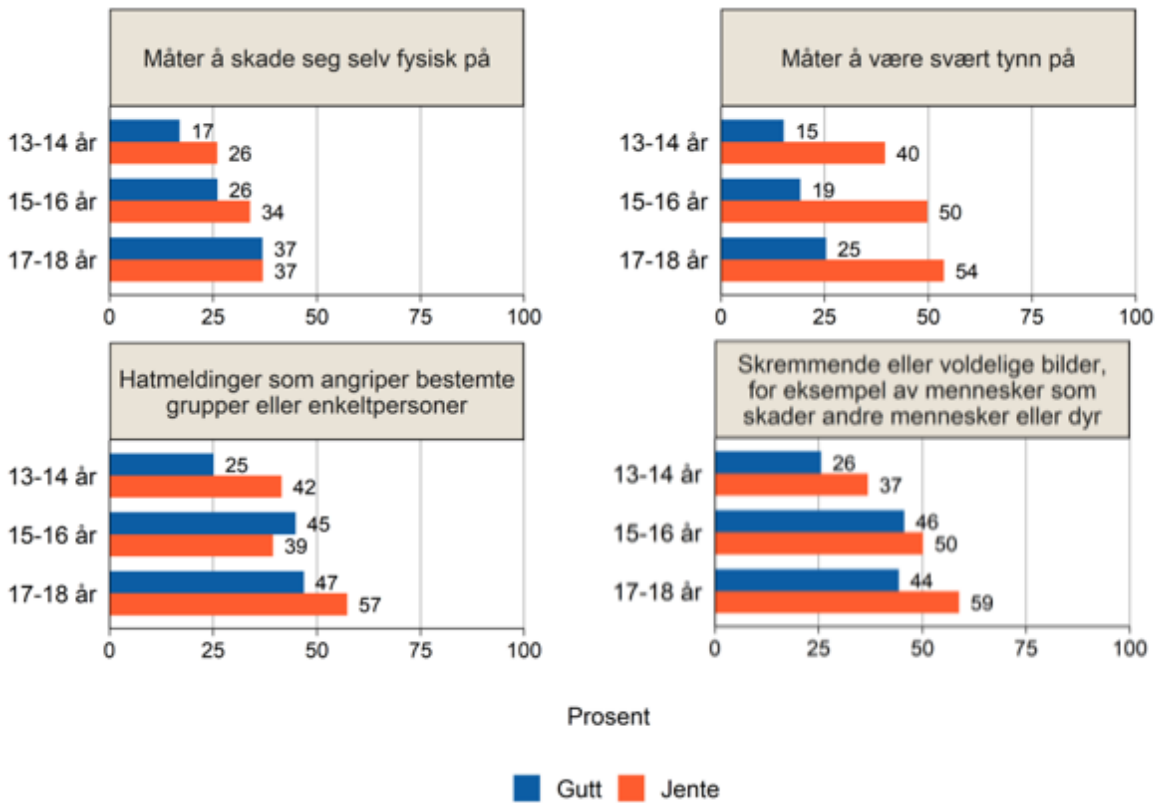
Betydelig flere jenter enn gutter har sett innhold/diskusjoner på nett om måter å være svært tynn på, og denne kjønnsforskjellen gjelder alle aldersgrupper. Det er også noe mer vanlig blant jenter enn gutter å ha sett innhold eller diskusjoner om skremmende eller voldelige bilder på nett det siste året – også dette uavhengig av alder. En høyere andel jenter enn gutter i alderen 13 – 16 år har sett innhold eller diskusjoner om måter å skade seg selv fysisk på, mens jenter i alderen 13 – 14 år

¹² Ett lignende spørsmål har blitt stilt barn og unge i det internasjonale forskningsprosjektet EU Kids Online;

<http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/eu-kids-online/eu-kids-online-2020>

og 17 – 18 år i større grad enn gutter på samme alder har sett innhold eller diskusjoner om hatmeldinger som angriper bestemte grupper.

Figur 15: Prosentandel gutter og jenter i alderen 13-18 år som har sett følgende type innhold eller diskusjoner på nett én eller flere ganger i løpet av det siste året.



Om Barn og medier 2020

- 3395 barn og unge i alderen 9 – 18 år har deltatt i Barn og medier 2020.
- Respondentene har svart på undersøkelsen via et nettbasert spørreskjema i en skoletime.
- Barn og unge på 51 skoler over hele landet har deltatt i årets undersøkelse. Det er god representasjon i alle alderstrinn. Alle fylker er representert og sikrer god geografisk spredning i årets datamateriale.
- Feltperiode: desember 2019 til januar 2020.
- I analysen er utvalget vektet mot befolkningstall for alderen 9 – 18 år hentet fra Statistisk sentralbyrå (SSB), etter kjønn, alder og landsdel slik at fordelingen er identisk med befolkningssammensetningen for de aktuelle gruppene. Feilmarginene vil variere mellom 1 – 1,7 prosentpoeng for totaltall.
- Høsten 2019 gjennomførte Medietilsynet gruppeintervjuer med barn og unge mellom 9 og 17 år for å utvikle nye og relevante spørsmål. Med utgangspunkt i de unges innspill har vi utformet spørsmålene i årets spørreskjema. Barna har blant annet fortalt hva de pleier å gjøre på nett, hva de pleier å se på og hva de mener vi bør prioritere å kartlegge i årets undersøkelse.
- For å utvikle nye spørsmål har vi også sett på andre relevante studier om barns digitale hverdag, som for eksempel EU Kids Online, Ungar & Medier (Sverige), SIFO-studier om barn og unge i sosiale medier og Ungdata.
- Undersøkelsen er gjennomført av Sentio Research Norge på oppdrag fra Medietilsynet. Medietilsynet er faglig ansvarlig for undersøkelsen både når det gjelder spørsmål og spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering.

Ansvarlig utgiver: Medietilsynet

ISBN: 978-82-91977-85-0



Kontakt

www.medietilsynet.no

www.facebook.com/medietilsynet

www.twitter.com/medietilsynet

post@medietilsynet.no