

Barn og medier 2022

– en undersøkelse om 9–18-åringers medievaner



Om undersøkelsen

Barn og medier er en undersøkelse om barn og unges digitale medievaner. I Barn og medier 2022 har cirka 3200 9–18-åringer fra 78 skoler over hele landet deltatt.

Medietilsynet er faglig ansvarlig både når det gjelder spørsmål og spørsmålsutforming, metode og gjennomføring. Datainnsamling og rapportering er gjennomført av Kantar Public i samarbeid med Medietilsynet.

Respondentene har svart på undersøkelsen via et nettbasert spørreskjema i en skoletime. Ved oppstart av undersøkelsen ble det informert om at det var frivillig å fylle ut skjemaet både i selve spørreskjemaet og av lærer. Dette gjaldt også enkeltspørsmål. Det var ingen obligatoriske spørsmål knyttet til undersøkelsen. Enkelte mer sensitive spørsmål (om porno, seksuelle kommentarer, deling av nakenbilder etc.) ble kun stilt til ungdoms- og videregåendeettrinnet. På ungdomsskoletrinnet ble kontaktlærere bedt om å sikre at ungdommene kunne sitte uforstyrret og gjerne fylle ut på mobil, for å hindre at medelever «så over skuldrene». Det er god representasjon i alle alderstrinn. Alle fylker er representert, og det er god fordeling mellom store og mindre klasser, i alt fra store byer til mindre bygder.

Datainnsamlingen ble gjennomført i perioden 7. mars–20. mai 2022. På grunn av lengre perioder med gult og rødt nivå på skolene under koronapandemien ble undersøkelsen utsatt i flere måneder. Undersøkelsen bygger på tilsvarende undersøkelser gjennomført av Medietilsynet i 2003, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018 og 2020. Parallelt med denne undersøkelsen har Medietilsynet gjennomført en foreldreundersøkelse med cirka 2200 voksne med barn i alderen 1–17 år. Formålet med undersøkelsene er å gi en samlet fremstilling av barn og unges digitale mediebruk. Dette omfatter barns digitale deltakelse, i tillegg til foreldres deltakelse og regulering av barn og unges mediehverdag. Temaer som kartlegges, er blant annet bruk av sosiale medier og mobil, gaming, reklame og bildedeling.

Medietilsynet har i arbeidet med Barn og medier 2022 fått innspill fra mange sentrale aktører som jobber på barn og medier-feltet, blant andre Kripos, Forbrukertilsynet og Redd Barna. I tillegg har Medietilsynet gjennomført gruppesamtaler med barn og unge i forbindelse med at spørreskjemaet ble utviklet.

Innhold

Om undersøkelsen	1
Sammendrag	5
Barn og unges tilgang til utstyr og teknologi.....	13
Mobil.....	17
Nettbrett.....	17
Hjemme-pc	18
Skole-pc.....	18
Tv	18
Spillkonsoll.....	18
Klokke man kan ringe med.....	19
Når synes du barn bør få sin første mobil?	20
Alder når man fikk sin første mobil?	21
Barn og unges bruk av sosiale medier, apper og netjtjenester	23
Hvilke sosiale medier, apper og netjtjenester bruker barn og unge?	24
Hvor stor andel av norske barn bruker sosiale medier?	27
Har barn og unge egen bruker, eller deler de med andre i familien?	29
Alder da barn får egen bruker på sosiale medier.....	30
Hvor gammel bør man være for å bruke sosiale medier?	31
Har barn og unge åpen eller privat bruker?	34
Hvordan opplever unge sosiale medier?	38
Hva gjør barn på sosiale medier?	41
Hva gjør barn når noen legger de til som «venn»/«følger» i sosiale medier?	43
Har barn blokkert noen på sosiale medier?	45
Andre aktiviteter barn og unge gjør på nett	47
Språk	49
Foreldreinvolvering	52
Får barn i alderen 9–13 år lov til å være på sosiale medier?	53
Får barn i alderen 9–13 år lov til å dele bilder/videoer?	55
Sjekker foreldrene barnets nettbruk?	57
Foreldreinvolvering i sosiale medier	60
Pleier foreldrene å dele bilder/videoer av barna i sosiale medier?.....	61
Ber barn foreldre om å slette bilder/videoer?	62
Barn og unges nyhetsbruk	65

Får barn og unge med seg nyheter?	66
Hvor ser barn og unge nyheter?	67
Hvilke norske redaktørstyrte nyhetsmedier er mest brukt?	70
Hvilke sosiale medier brukes til nyheter?	72
Hvem formidler nyheter til barn og unge?	75
Hvilke typer nyheter er barn og unge mest interessert i?	76
Barn og unges eksponering for skadelig innhold.....	79
Barn og unges forhold til influensere, youtubere og tiktokere	83
Hva slags type influensere, youtubere og tiktokere ser barn og unge?	83
Hvilke influensere, youtubere, tiktokere eller gamere er mest populære?	86
Sender barn og unge penger til influensere, youtubere, tiktokere eller gamere?	88
Hvorfor sender unge penger til influensere?	89
Spill og gaming.....	90
Hvor mange gamer?	90
Hva synes barn og unge er bra og dårlig med gaming?	92
Hvilke spill er mest populære?	94
Har du spilt spill med aldersgrense 18 år?	96
Bruk av penger i spill.....	98
Blir barn og unge lurt til å kjøpe ting i spill?	100
Beskyttelse av passord.....	101
Reklame	104
Hva slags type reklame får barn og unge på nettet?	105
Hva synes barn og unge om å motta denne type reklame?.....	109
Mobbing	113
At noen truet deg	116
Hva gjør de unge når de blir utsatt for stygge kommentarer på nettet?	117
Porno.....	120
Hvor mange har sett porno på nettet?.....	121
Hvor gamle er barn første gang de ser porno på nettet?.....	123
Hvordan kom barnet over porno?.....	125
Reklame for porno	127
Hvor får unge pornoreklame?	128
Seksuelle kommentarer på nettet.....	130
Hvor mange unge har fått seksuelle kommentarer på nettet?	131
Hva gjør barn når de får en seksuell kommentar?.....	132
Hvordan oppleves det å få seksuelle kommentarer?.....	135

Deling av nakenbilder	138
Hvor mange barn har fått nakenbilder?	139
Hvem sendte nakenbildene?.....	140
Har de unge delt nakenbilder av seg selv?	141
Blir de unge spurt om å sende nakenbilder?	143
Hvem ber de unge om å sende nakenbilder av seg selv?	144
Blir unge spurt om å sende/dele nakenbilder av seg selv mot betaling?.....	146
English summary Children and Media 2022: Main Findings	148

Sammendrag

Barn og unges tilgang til utstyr og teknologi

- 93 prosent av 9–11-åringene har mobil. Ved 12–14-årsalderen har omtrent alle egne mobiler.
- Blant 9-18 åringer svarer flest at de fikk sin første mobiltelefon da de var 8 år (20 prosent), men det er en forholdsvis jevn fordeling fra 7 år til 10 år. Over 70 prosent fikk sin første mobil i 7–10-årsalder. 10 prosent fikk sin første mobil etter 10-årsalder og 17 prosent fikk sin første mobil før 7-årsalder.
- Flest barn/unge mener at 10 år er en riktig alder for å få sin første mobiltelefon.
- På ungdomsskolen og videregående skoler har nesten alle egen mobiltelefon (99 prosent på begge trinn).
- Nesten alle har tilgang til tv hjemme (97 prosent).
- 84 prosent i barneskolen, 94 prosent i ungdomsskolen og 95 prosent på videregående skoler har egen skole-pc.
- 64 prosent av 9–18-åringene har egen pc/datamaskin hjemme.
- 26 prosent av barn og unge har tilgang til klokke man kan ringe med. Andelen er høyest hos unge i alderen 17–18 år.
- For alle utstyrstyper stiger andelen som har tilgang med alder, med unntak av nettbrett, hvor det er flest elever på barneskolen som har tilgang.

Barn og unges bruk av sosiale medier, apper og nettjenester

- 90 prosent av 9–18-åringene er på ett eller flere sosiale medier.
- Nesten halvparten av norske 9-åringer bruker sosiale medier og 56 prosent av 10-åringene. Fra og med 12-årsalder er 9 av 10 på sosiale medier.
- 95 prosent av barn og unge i alderen 9–18 år bruker YouTube. Deretter følger Snapchat (78 prosent), TikTok (73 prosent) og Instagram (64 prosent). Halvparten av 9–18-åringene bruker Facebook.
- Nesten alle barn/unge som bruker sosiale medier som Snapchat, Instagram, Facebook, TikTok, Messenger og YouTube, har egne brukere. Unntaket er YouTube hvor 8 av 10 har egen bruker.

- På Instagram og Snapchat er det vanligst å få egen bruker i 11–12-årsalderen. For Facebook og Messenger er det vanligst å få bruker i 13-årsalderen eller senere. YouTube er mediet hvor det er mest vanlig å få bruker tidlig. Flest barn/unge får egen bruker før fylte 9 år.
- På spørsmål om hvor gammel man bør være før man får lov til å bruke sosiale medier, er det to sosiale medier som skiller seg ut som hvert sitt ytterpunkt: Klart flest av 9–18 åringene mener man bør være 12 år eller eldre for å få lov til å bruke Facebook (71 prosent), klart flest mener at man ikke trenger å være over 12 år for å få lov til å bruke YouTube (81 prosent).
- Majoriteten av 9–18-åringene mener barn bør være eldre før de bruker Instagram, sammenlignet med Snapchat: 4 av 10 mener man bør være 13 år eller eldre for å bruke Instagram. Cirka to av ti mener barn bør være 13 år eller eldre for å bruke Snapchat
- For alle sosiale medier er det mest vanlig å ha en privat bruker (som bare venner kan se). TikTok er det sosiale mediet hvor flest 9–18 åringer har åpen bruker (49 prosent), og Snapchat er det sosiale mediet hvor det er minst vanlig å ha åpen bruker (34 prosent).
- 7 av 10 barn og unge mener de får for mye reklame i sosiale medier.
- Over 4 av 10 unge brukere av sosiale medier ville følt seg utenfor om de ikke hadde vært til stede på de samme sosiale mediene som sine venner.
- Rundt en tredjedel av unge brukere av sosiale medier (9–18 år) svarer at de har angret på noe de har delt i sosiale medier.
- Nesten 3 av 10 unge brukere (9–18 år) av sosiale medier svarer at de skulle ønske de klarte å logge av sosiale medier oftere. 4 av 10 oppgir at de ikke har problemer med dette.
- Over 8 av 10 barn/unge svarer at foreldrene kjenner godt til hvilke sosiale medier de bruker. 15 prosent svarer at de har blokkert foreldrene for å hindre at foreldrene skal se hva de skriver eller deler på sosiale medier.
- «Chatte med venner» er blant aktivitetene barn og unge gjør oftest på nett. Over 8 av 10 gjør dette daglig og over 9 av 10 ukentlig.

Språk

- Norsk er det vanligste språket å lese, se eller høre nyheter på for barn i alderen 9–18 år.
- Engelsk er det klart vanligste språket både i spill, på film, serier eller tv-program og på YouTube.

Foreldreinvolvering

- Foreldre til barn i 9–13-årsalderen aksepterer i større grad at barna deres bruker YouTube enn sosiale medier. 33 prosent av 9–10-åringene får lov til å bruke TikTok mens 22 prosent i samme aldersgruppe får bruke Snapchat.
- Ifølge barn er det større aksept blant foreldre at de deler bilder eller videoer på TikTok og Snapchat enn på Instagram. Rundt halvparten av barna i alderen 11–12 år svarer at de får lov til å dele bilder/videoer på TikTok og Snapchat.
- Den vanligste sjekken som barna er klar over at foreldrene gjør, er å sjekke kjøp barna har gjort i appene sine. Rundt 30 prosent av barn (9–14 år) svarer at foreldrene sjekker kjøp i appene deres.
- Over 8 av 10 barn i alderen 9–18 år svarer at foreldrene kjenner godt til (svært eller ganske godt) hvilke sosiale medier de bruker.
- 36 prosent av barn i alderen 9–18 år svarer at de har fått regler av sine foreldre for hvordan de kan bruke sosiale medier.
- 15 prosent svarer at de har blokkert foreldrene for å hindre at foreldrene skal se hva de skriver eller deler på sosiale medier. Dette er vanligere blant tenåringer enn yngre barn (9-11 år).
- Rundt 1 av 10 barn i alderen 9–18 år svarer at foreldre deler bilder av dem «ofte» i sosiale medier. I overkant av 6 av 10 svarer at foreldrene gjør dette «noen ganger».
- 27 prosent av barna i alderen 9–18 år har bedt foreldrene sine om å slette bilder eller videoer av seg selv.
- 16 prosent av barn i alderen 9–18 år har bedt foreldrene om å fjerne informasjon som foreldrene har lagt ut om dem på nett.

Barn og unges nyhetsbruk

- De aller fleste 9–18-åringene forholder seg til nyheter i større eller mindre grad: 97 prosent får med seg nyheter ofte eller av og til. Nyhetsbruken er lavere jo yngre barna er. Blant 17–18-åringene får «alle» med seg nyheter (99 prosent). Blant 9–10-åringene er det 6 prosent som svarer at de ikke får med seg nyheter i det hele tatt.
- Sosiale medier og tv er de vanligste kanalene for nyhetsoppdatering for 9–18-åringene: 89 prosent får nyheter ofte eller av og til på tv, mens 88 prosent får med seg nyheter fra sosiale medier.
- Snapchat, TikTok og YouTube er de sosiale mediene en høyest andel 9–18-åringene får med seg nyheter fra når vi ser på gruppen samlet: 66 prosent får med seg nyheter

fra Snapchat, 65 prosent fra TikTok og 62 prosent fra YouTube. For barneskolebarna er YouTube og TikTok de sosiale mediene flest bruker for nyhetsoppdatering. For tenåringsene er Snapchat, TikTok og Instagram de sosiale mediene en høyest andel får nyheter fra.

- En høy andel barn og unge bruker de redaktørstyrte nyhetsmediene NRK, VG og TV 2 til nyhetsoppdateringer: 77 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter fra NRK ofte eller av og til, mens 69 prosent får med seg nyheter fra VG ofte eller av og til.
- De nære relasjonene spiller også en vesentlig rolle i barn og unges nyhetsoppdatering: 93 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter fra foreldrene, 91 prosent fra venner og 87 prosent fra lærere/skolen.
- Nyhetstypene en høyest andel barn og unge definerer som interessante, er nyheter fra utlandet (57 prosent), deretter følger nyheter fra Norge (51 prosent) og lokale nyheter «fra der jeg bor» (49 prosent).
- Omtrent fire av ti er interessert i sport, kriminalitet/vold og underholdning/kjendiser. Rundt to av ti er interessert i klima/miljø, kultur/kunst og mote. Omtrent en firedel av barn og unge svarer at de er interessert i politikk (26 prosent).

Barn og unges eksponering for skadelig innhold

- Litt over halvparten av 13–18-åringene har sett skremmende eller voldelige bilder/filmer én eller flere ganger siste tolv måneder.
- 46 prosent av 13–18-åringene har sett hatmeldinger som angriper bestemte grupper eller enkeltpersoner på nettet siste tolv måneder.
- 40 prosent av 13–18-åringene har, i løpet av det siste året, sett innhold på nettet om måter å bli svært tynn på (for eksempel anorektisk eller bulimisk).
- En tredjedel av 13–18-åringene har det siste året sett innhold på nettet som omhandler salg av alkohol.
- Tre av ti 13–18-åringene har sett innhold på nettet som omhandler planlegging av slåssing eller slåsskamper.
- Til sammen 24 prosent av 13–18-åringene har sett innhold på nettet om måter å skade seg selv fysisk på det siste året.
- 23 prosent av 13–18-åringene har sett innhold på nettet knyttet til salg av narkotika det siste året.

Barn og unges forhold til influensere, youtubere og tiktokere

- Humor og tullevideoer er den mest populære typen innhold fra influensere, tiktokere, youtubere og gamere. Over halvparten av barn og unge trekker frem dette. Men også musikk, sport, trening, mat og mote trekkes frem av over en tredjedel av respondentene.
- Mr. Beast, Sidemen, Isabelle Eriksen, KSI og Randulle er de fem mest populære influenserne blant 9–18-åringene.
- Blant unge gutter er Mr. Beast mest populær, blant eldre gutter er Sidemen mest populær. Blant unge jenter er Isabell Eriksen mest populær, blant eldre jenter er Funkygine og Isabel Raad mest populære.
- 7 prosent av barn og unge i alderen 9–18 år har sendt penger eller gaver (som koster penger) til en influencer, tiktoker, youtuber eller gamer.
- Det er langt vanligere blant gutter enn jenter å sende penger til influensere (11 prosent mot 2 prosent). Andelen som sender penger til influensere, er også økende med alder.
- Den vanligste grunnen til å sende penger til influensere er fordi de liker personen eller det de deler på nettet.

Spill og gaming

- 76 prosent av 9–18-åringene spiller spill på pc, Playstation, mobil, nettbrett eller lignende. 92 prosent av gutter og 59 prosent av jenter svarer at de gamer.
- 57 prosent av 9–17-åringene som spiller spill, har spilt spill med aldersgrense 18 år. Andelen øker betydelig med alder og er klart størst blant guttene.
- Tre av fire blant 9–18-åringene som gamer, mener at gaming gjør dem flinkere i engelsk. Over seks av ti mener gaming er sosialt som bidrar til at de har kontakt med venner. Rundt halvparten mener at de får nye venner gjennom gamingen.
- 17 prosent av de som gamer i alderen 9–18 år, svarer at de bruker «for mye» tid på gaming. Andelen er klart høyere hos gutter. 7 prosent svarer at de ofte blir lei seg av stygge kommentarer, 6 prosent at de ofte opplever å bli utestengt av sine venner fra gamingen.
- Fortnite er det mest spilte spillet blant 9–18-åringene. Roblox er det mest spilte spillet blant jenter under 14 år. Minecraft er også mye spilt blant både jenter og gutter under 14 år. For øvrig er spill som FIFA, Counter Strike og Grand Theft Auto populært blant gutter over 14 år, og HayDay spesielt populært blant jenter over 14 år.
- 45 prosent av de som gamer i alderen 9–18 år, svarer at de har kjøpt spillgjenstander de visste hva var (som rustning/skins eller våpen). 24 prosent har kjøpt ting i spill hvor

det var en overraskelse hva de fikk (lootboxer som kortpakker i FIFA osv.).

Beskyttelse av passord

- Fire av ti barn i alderen 9–18 år har delt passord med sine venner.
- Nesten syv av ti barn kan koden til foreldrenes mobiltelefon.
- I overkant av fire av ti kan passordet til foreldrenes bankkort/kredittkort.
- En fjerdedel kan passordet til foreldrenes App Store/Google Play.

Reklame

- Over seks av ti barn i alderen 13–18-år svarer at de har fått reklame for pengespill.
- Over halvparten av 13–18-åringene, og rundt en fjerdedel av barn i alderen 9–12 år, svarer at de har fått reklame for produkter som gir dem større muskler.
- Over halvparten av unge (13–18 år), og rundt en fjerdedel av barn i alderen 9–12 år, svarer at de har fått reklame for produkter for å gå ned i vekt.
- 23 prosent av 13–18-åringene, og 16 prosent i alderen 9–12 år, svarer at de har fått reklame for alkohol på nettet.
- 34 prosent av unge i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for kosmetiske behandlinger.
- 24 prosent av tenåringene svarer at de har fått reklame for plastisk kirurgi.

Mobbing

- Årets undersøkelse viser at et mindretall har opplevd negative hendelser på nettet (21 til 40 prosent) i løpet av det siste året.
- 40 prosent av 9–18-åringene har opplevd at noen har skrevet en stygg kommentar til dem på nettet i løpet av de siste tolv månedene.
- 23 prosent av 9–18-åringene har det siste året opplevd at noen har truet dem på nett.
- 32 prosent av 9–18-åringene har opplevd å bli utestengt av noen fra en gruppe på nettet eller at noen ikke har latt dem få delta.

- 21 prosent av 9–18-åringene svarer at de har blitt mobbet via nett i løpet av det siste året – 10 prosent én gang og 11 prosent enten noen eller mange ganger.
- Blant de som har opplevd å få stygge kommentarer på nettet oppgir 6 av 10 at de har gjort ulike tiltak som følge av opplevelsen.

Porno

- Over halvparten av 13–18-åringene svarer at de har sett porno på nett. 35 prosent svarer at de ikke har sett porno.
- En betydelig høyere andel av guttene enn jentene svarer at de har sett porno på nettet (68 mot 34 prosent).
- Sammenlignet med 2018 er det en økning på 10 prosentpoeng i andelen 13–18-åringene som har sett porno på nett. Økningen skjer i størst grad hos yngre grupper og blant jenter.
- Til sammen 55 prosent av 13–18-åringene som har sett porno på nett, så porno for første gang før fylte 13 år.
- Nesten syv av ti av 13–18-åringene som har sett porno på nett, sier de søkte etter dette selv sist gang det skjedde.
- Fire av ti 13–18-åringene svarer at de har fått reklame for porno på nett.
- Av de 13–18-åringene som har opplevd å få reklame for porno på nett, er det flest som har fått dette via ulovlige nettsteder for nedlastning/strømming av film, musikk, dataspill eller lignende. Over fire av ti barn som har fått reklame for porno på nett, har fått pornoreklame fra slike kanaler.
- Over to av ti har fått reklame for porno via TikTok. Her ser vi en kraftig økning på 16 prosentpoeng sammenlignet med 2020-undersøkelsen.

Seksuelle kommentarer på nettet

- 34 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått seksuelle kommentarer på nettet i løpet av det siste året. Tilsvarende tall i 2020-undersøkelsen var 31 prosent.
- Den vanligste reaksjonen på å motta seksuelle kommentarer er å ikke gjøre noe spesielt. 44 prosent svarer dette. Det er også vanlig å blokkere personen som kommer med de seksuelle kommentarene. I overkant av to av ti gjør dette.
- Flest barn i alderen 9–18 beskriver opplevelsen av å motta seksuelle kommentarer negativt, som «ekkelig» og «ubehagelig». En høy andel beskriver opplevelse nøytralt med ord som «brydde / bryr meg ikke». En viss andel beskriver det også som positivt, men da knyttes de seksuelle kommentarene primært til partner eller kjæreste.

Deling av nakenbilder

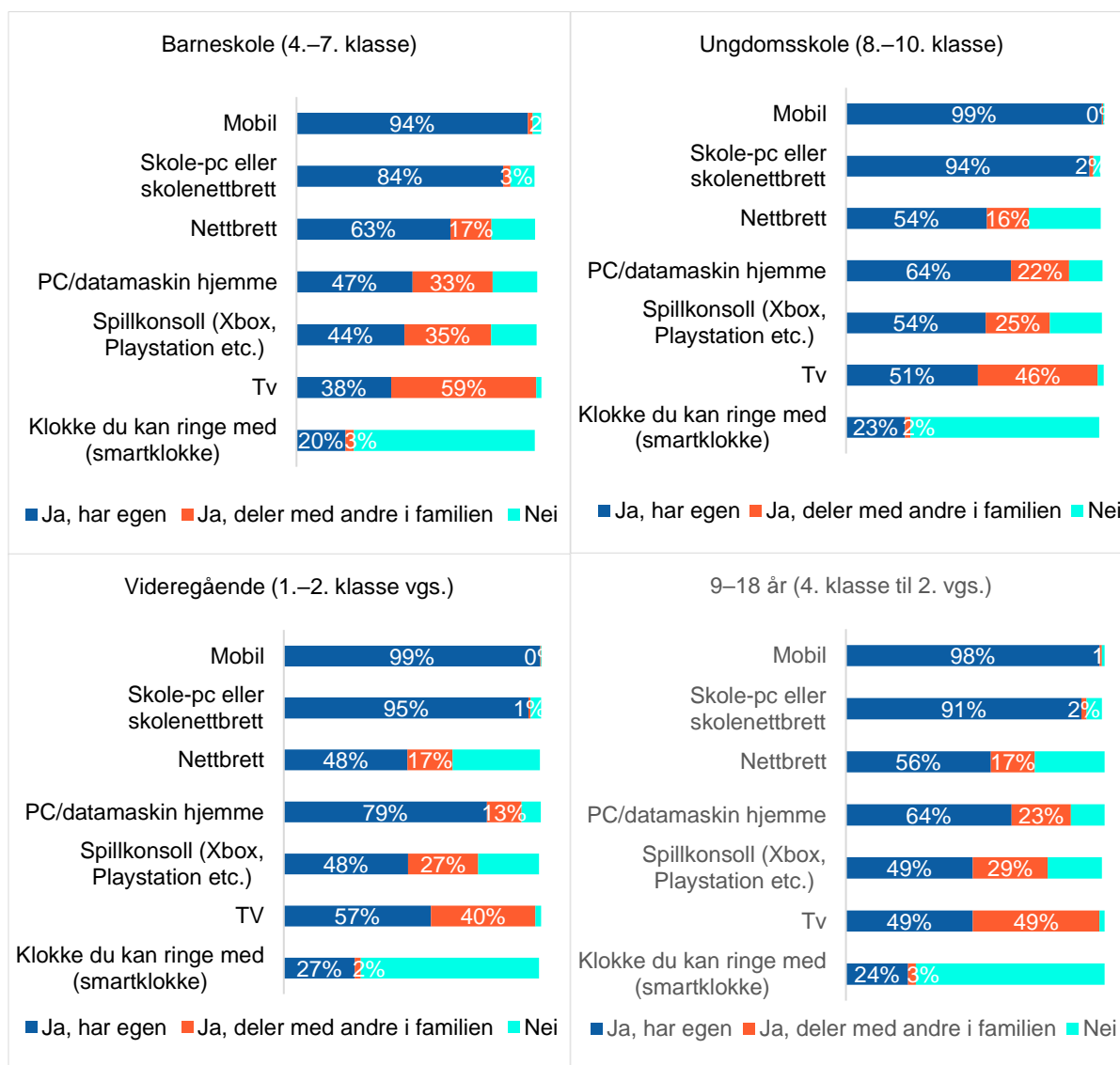
- 44 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått tilsendt nakenbilder av andre.
- Det vanligste er å motta nakenbilder fra en «ukjent på nettet». En tredjedel av de som har mottatt nakenbilder, har fått nakenbildet på denne måten.
- Det er vanligere for jenter enn gutter å motta nakenbilder fra «ukjente på nettet». Det er vanligere for gutter enn jenter å motta nakenbilder fra «kjente».
- 15 prosent av 13–18-åringene svarer at de har sendt eller delt et nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året. Tilsvarende tall i 2020-undersøkelsen var 12 prosent.
- 43 prosent av unge i alderen 13–18 år svarer at de har fått en forespørsel om å dele nakenbilder. Tilsvarende tall i 2020-undersøkelsen var 46 prosent. Imidlertid var det ikke mulig den gang å svare «vet ikke / ønsker ikke å svare», så resultatet er nok omtrent på samme nivå som i 2020.
- 13 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått en forespørsel om å sende/dele et nakenbilde av seg selv mot betaling i form av penger. 2 prosent har fått en slik forespørsel mot betaling i form av gaver eller ting.

Barn og unges tilgang til utstyr og teknologi

Sammendrag:

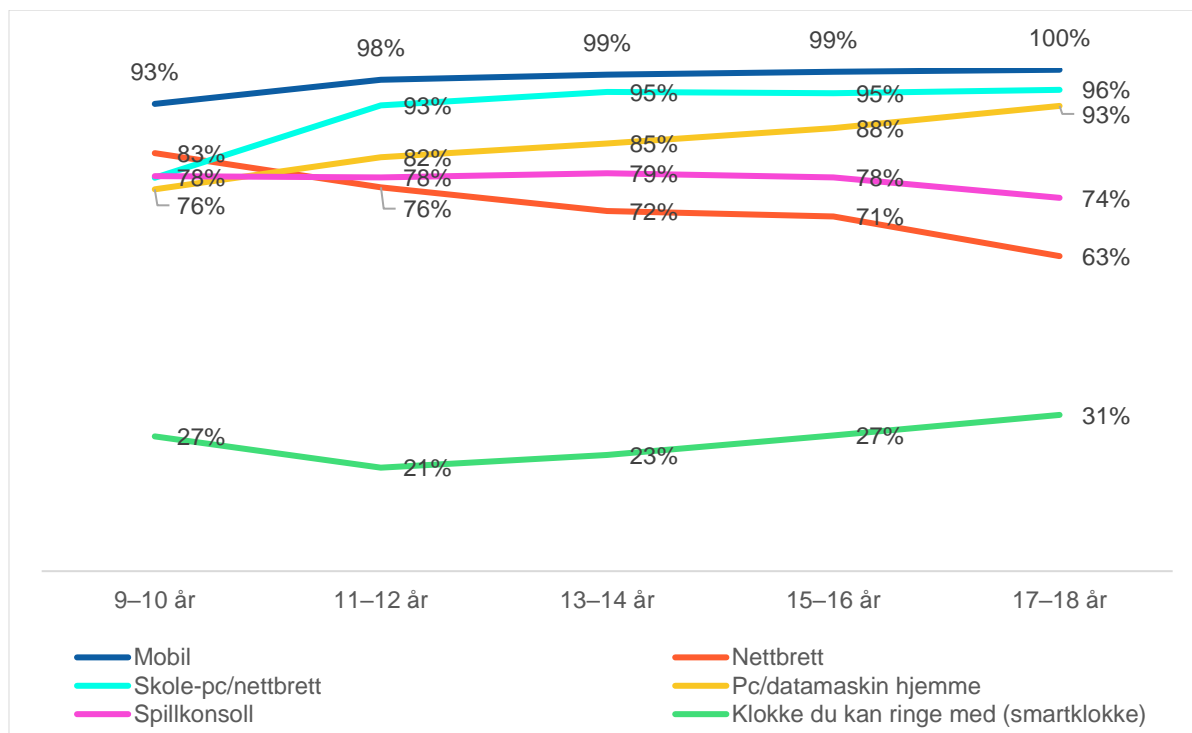
- 93 prosent av 9–11-åringene har mobil. Ved 12–14-årsalderen har omtrent alle egne mobiler.
- Blant 9-18 åringer svarer flest at de fikk sin første mobiltelefon da de var 8 år (20 prosent), men det er en forholdsvis jevn fordeling fra 7 år til 10 år. Over 70 prosent fikk sin første mobil i 7–10-årsalder. 10 prosent fikk sin første mobil etter 10-årsalder og 17 prosent fikk sin første mobil før 7-årsalder.
- Flest barn/unge (24 prosent) mener at 10 år er en riktig alder for å få sin første mobiltelefon.
- På ungdomsskolen og videregående skoler har nesten alle egne mobiltelefoner (99 prosent på begge trinn).
- Nesten alle har tilgang til tv hjemme (97 prosent).
- 84 prosent i barneskolen, 94 prosent i ungdomsskolen og 95 prosent på videregående skoler har egen skole-pc.
- 64 prosent av 9–18-åringene har egen pc/datamaskin hjemme.
- Totalt 78 prosent av 9–18-åringene har spillkonsoll koblet til tv (Xbox, Playstation eller lignende).
- 26 prosent av barn og unge har tilgang til klokke man kan ringe med.
- For alle utstyrstyper stiger andelen som har tilgang med alder, med unntak av nettbrett, hvor det er flest elever på barneskolen som har tilgang.

Figur 1: Prosentandel av skolenivå som har tilgang til utstyr («vet ikke»-andelen er lav og derfor fjernet fra figuren). (barn: n=1015, ungdom: n=1101, videregående: n=1047)



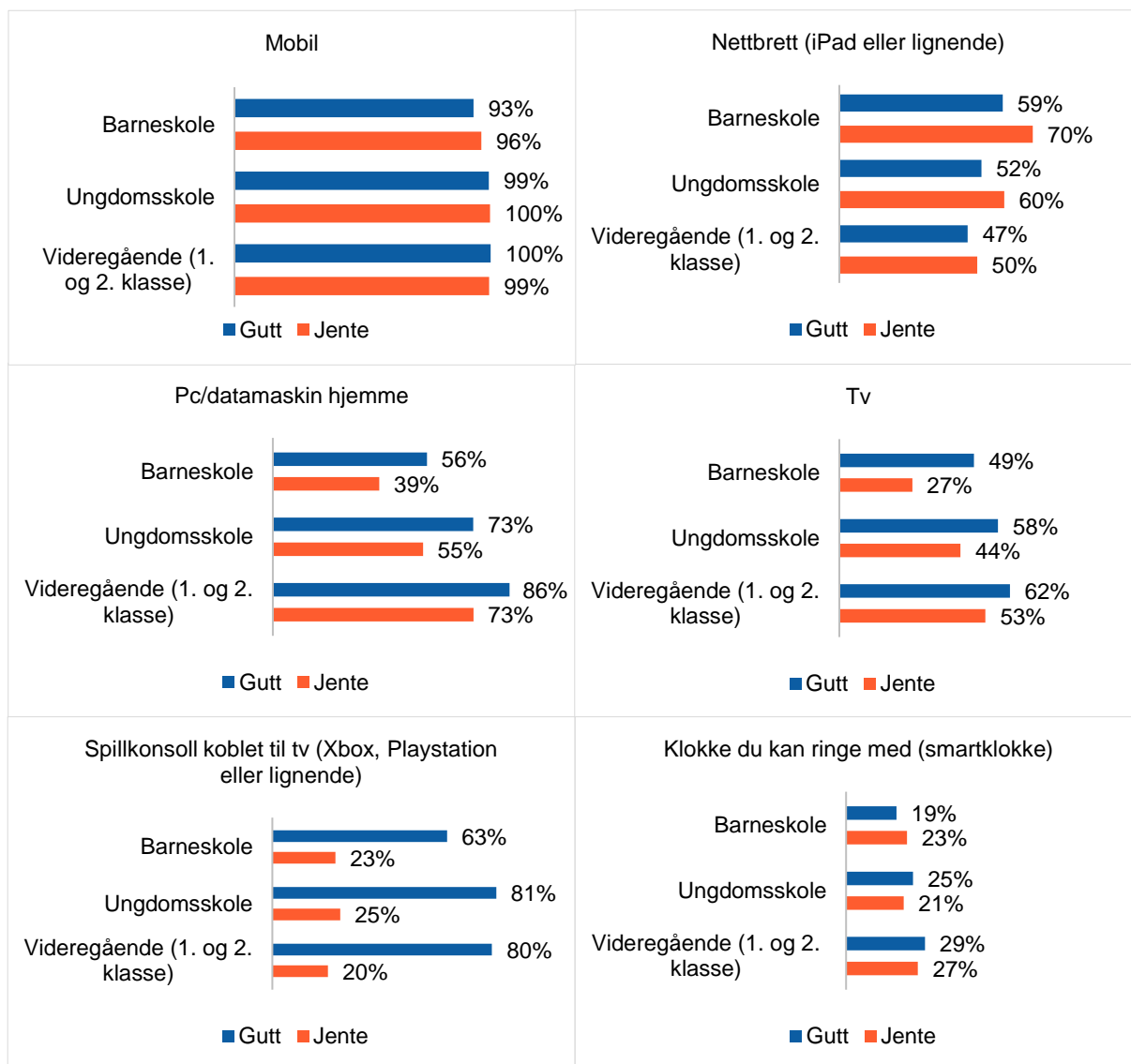
Nesten alle 9–18-åringene har mobil. De aller fleste har også tilgang til skole-pc/nettbrett. Mens 84 prosent på barneskolen har egen skole-pc/nettbrett, har 94 og 95 prosent på ungdoms- og videregående skoler det samme. Det er klart flere i ungdomsskole- og videregåendealder som har hjemme-pc, sammenlignet med de i barneskolealder.

Figur 2: Andel med tilgang («egen» eller «deler med andre») til utstyr, brutt ned på alder. (n=3160)



For de fleste utstyrstyper stiger andelen som har tilgang med alder, med unntak av nettbrett, hvor det er flest elever på barneskolen som har tilgang. Vi finner ellers svært små kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang til medieutstyr. Unntaket er spillkonsoller hvor over ni av ti gutter har tilgang. Tilsvarende tall for jenter er i overkant av seks av ti. Ser vi kun på de som har «eget» utstyr, finner vi en overvekt av gutter som har egen tv og egen hjemme-pc, og en liten overvekt av jenter som har eget nettbrett, se figur 3.

Figur 3: Prosentandel gutter og jenter i ulike klassetrinn som har egen mobil; nettbrett; pc/datamaskin; tv; Spillkonsoll koblet til tv; klokke man kan ringe med. (barn: n=1015, ungdom: n=1101, videregående: n=1047)



Mobil

De aller fleste barn og unge i alderen 9–18 år har egen mobil (98 prosent). Kun 1 prosent deler mobil med andre i familien, mens 1 prosent svarer at de ikke har mobil hjemme i det hele tatt.

- Det er relativt små kjønnsforskjeller. Nesten alle gutter og jenter har egen mobil.
- Blant barna i 9–11-årsalderen har 93 prosent egen mobil. Ved 12–14-årsalderen har omtrent alle egne mobiler.

Figur 4: Prosentandel 9–18-åringene som har egen mobil. Ikke medberegnet de som «deler med andre». Tidsserie 2014–2022¹.



Andelen 12–18-åringene med egen mobil holder seg stabil når vi sammenligner med årene 2014, 2016, 2018 og 2020. Det er mer endring blant de yngste (9–11 år). En høyere andel 9–11-åringene har egen mobil i 2022 (93 prosent) sammenlignet med 2014 (85 prosent) og 2016 (90 prosent). Vi ser tendenser til at det blir vanligere å ha egen mobil blant 9-åringene.

Nettbrett

Til sammen 73 prosent av 9–18-åringene har tilgang til nettbrett (iPad eller lignende). Dette er en nedgang på 9 prosentpoeng sammenlignet med 2020. Det er flere barn i barneskolealder som har tilgang til nettbrett (79 prosent har eget eller deler), sammenlignet med unge i

¹ 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.

ungdomsskole- og videregående skolealder. I ungdomsskolen er det 71 prosent som har, og på videregående er det 65 prosent som har tilgang til («eget» eller «deler») nettbrett.

- Litt flere jenter enn gutter har nettbrett (76 prosent mot 68 prosent).

Hjemme-pc

Over seks av ti (64 prosent) av 9–18-åringene har egen pc/datamaskin hjemme. Dette er seks prosentpoeng færre enn i 2020. Ytterligere 22 prosent har hjemme-pc de deler med andre i familien.

- Det er flest på videregående som har egen hjemme-pc. Rundt åtte av ti har dette (79 prosent). På barneskolen er det under halvparten som har egen hjemme-PC (47 prosent).
- Langt flere gutter enn jenter har egen pc hjemme (71 mot 56 prosent), mens klart flere jenter har hjemme-pc på deling med andre (30 mot 16 prosent).
- Andelen med egen hjemme-pc øker betydelig med alder, mens andelen som deler med andre, faller med alderen. 39 prosent blant 9–10-åringene og 79 prosent av 17–18 åringene har egen hjemme-pc. 37 prosent av 9–10 åringer deler med andre i familien, mens tilsvarende tall for 17–18 åringer kun er 14 prosent.

Skole-pc

Nytt av året er spørsmål knyttet til tilgang til skole-pc. Over ni av ti (91 prosent) av 9–18-åringene har egen skole-pc. 2 prosent svarer at de deler med andre i familien.

- Det er noen færre på barneskole som har skole-pc (84 prosent), sammenlignet med ungdomsskole og videregående skole (hhv. 94 og 95 prosent).
- Like mange jenter som gutter har skole-pc (91 prosent).
- Andelen med skole-pc øker med alderen, men andelen er allerede høy fra og med 9-årsalder. 74 prosent av 9–10-åringene har egen skole-pc, mens tilsvarende tall for 17–18-åringene er 95 prosent.

Tv

Nesten alle har tilgang til tv hjemme (97 prosent). 49 prosent av 9–18-åringene har egen, og 48 prosent deler med andre i familien.

- Tilgangen til tv er lik på tvers av aldersgrupper, kjønn og bosted.
- Imidlertid har flere gutter (56 prosent) enn jenter egen tv hjemme (42 prosent). Denne kjønnsforskjellen er gjennomgående for alle aldersgrupper.
- Andelen med egen tv hjemme øker med barnas alder – fra 31 prosent blant 9–10-åringene til 58 prosent blant 17–18-åringene.

Spillkonsoll

Totalt 78 prosent av 9–18-åringene har spillkonsoll koblet til tv (Xbox, Playstation eller lignende), og flest har en egen (49 prosent). Tilsvarende tall i 2020 var 81 prosent.

- Det er langt vanligere for gutter enn jenter å ha tilgang til spillkonsoll: 91 prosent blant gutter og 63 prosent blant jenter. Denne kjønnsforskjellen er tydelig i alle aldersgrupper.
- Også betydelig flere gutter enn jenter har egen spillkonsoll (74 mot 22 prosent) – en kjønnsforskjell som gjelder uavhengig av alder. Blant jentene er det betydelig mer vanlig å dele spillkonsoll med andre i familien (41 prosent mot 17 prosent blant guttene).
- I forrige årgang av rapporten var andelen med tilgang til spillkonsoll økende med alder. Denne forskjellen finner vi ikke denne gang. Andelen er svært lik på tvers av aldersgruppene. Vi finner heller ingen forskjell mellom de som bor i by, og de som bor i mindre områder.

Klokke man kan ringe med

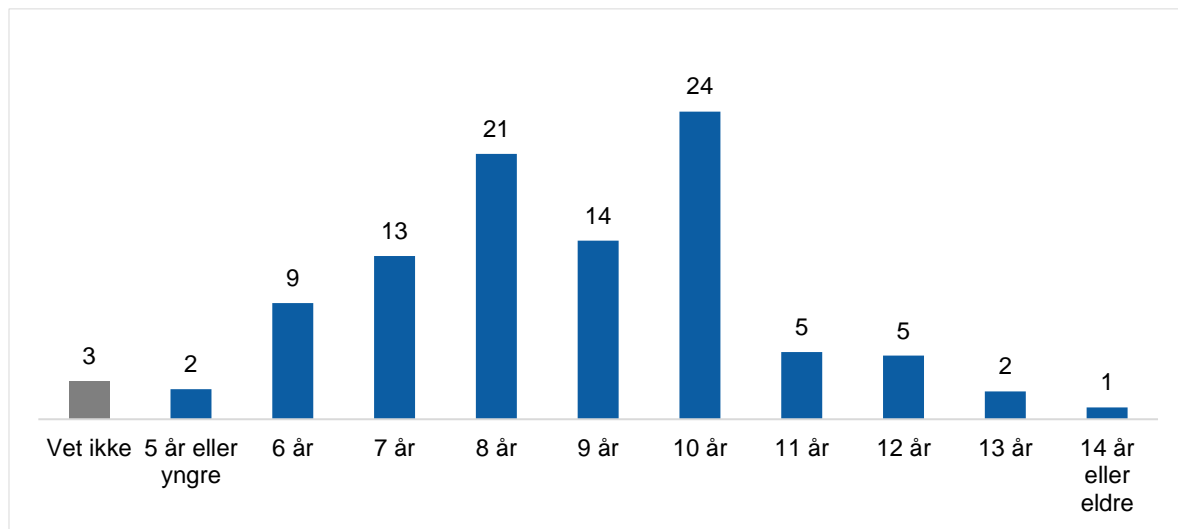
26 prosent av barn og unge har tilgang til klokke man kan ringe med, hvorav 24 prosent har egen og 2 prosent deler med andre i familien. I 2020 var det totalt 22 prosent som hadde tilgang.

- Ser vi på skoletrinn, er andelen med klokker man kan ringe med, lavest blant barn på barneskolen (23 prosent) og høyest blant unge på videregående (30 prosent).
- Andelen med egen klokke man kan ringe med, var noe høyere blant gutter enn jenter i forrige runde av undersøkelsen. I årets undersøkelse er andelen lik på tvers av kjønn.

Når synes du barn bør få sin første mobil?

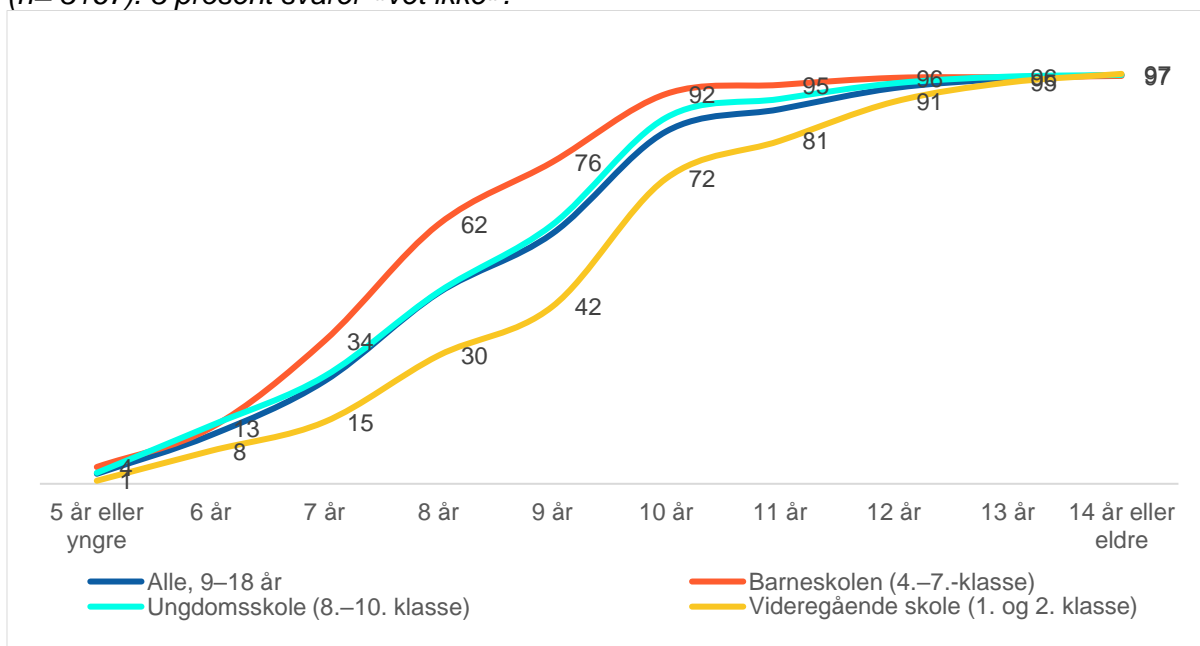
På spørsmål om hvor gammel man bør være når man får sin første mobil, er det flest som mener at 10 år er riktig alder. Nest flest mener at 8 år er riktig alder. Imidlertid er det en overvekt av barn i barneskole som mener at 8 år er riktig, mens det er en overvekt av unge i ungdomsskole og videregående skole som mener at 10 år er riktig alder.

Figur 5: 9–18-åringers mening om hva som er riktig alder for å få sin første mobil. (n= 3167)



Jo eldre man er, desto høyere alder mener man er riktig alder for å få sin første mobil. Dette kan vises i en kumulativ grafikk (se figur 6), hvor vi ser andelens mening om riktig alder per skoletrinn. Grafikken viser at over seks av ti barn på barneskolen mener at man bør få sin første mobil innen man har fylt 9 år, og ni av ti mener man bør ha fått sin første mobil før fylte 11 år. Tilsvarende tall for de på videregående trinnet er henholdsvis tre av ti og syv av ti.

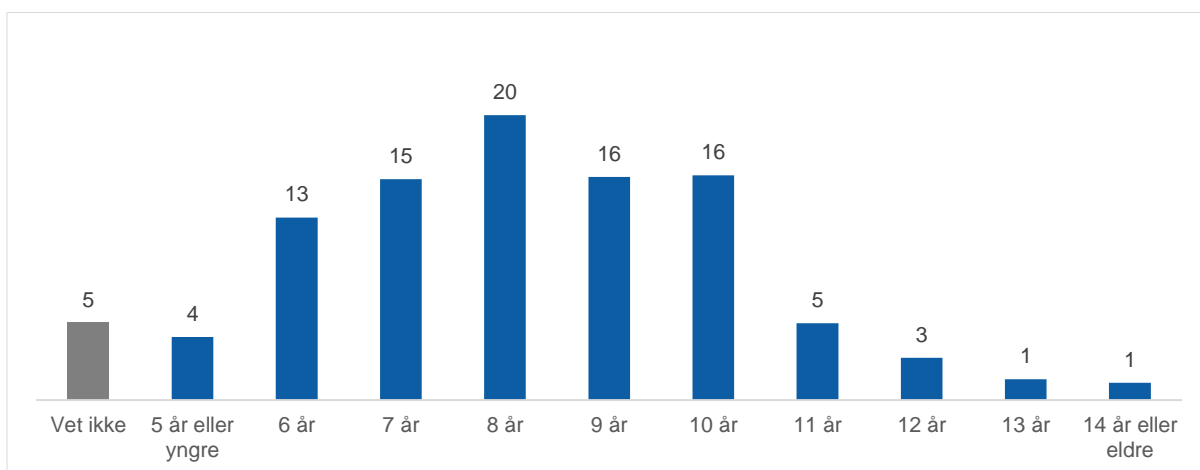
Figur 6: Kumulativt, 9–18-åringers mening om hva som er riktig alder for å få sin første mobil (n= 3167). 3 prosent svarer «vet ikke».



Alder når man fikk sin første mobil?

På spørsmål om hvor gammel man selv var når man fikk sin første mobil, er det flest som svarer 8 år (20 prosent), men det er en forholdsvis jevn fordeling fra 7 år til 10 år. Nesten syv av ti fikk sin første mobil mellom 7–10-årsalder. 10 prosent fikk sin første mobil etter 10-årsalder og 17 prosent fikk sin første mobil før 7-årsalder. 5 prosent vet ikke.

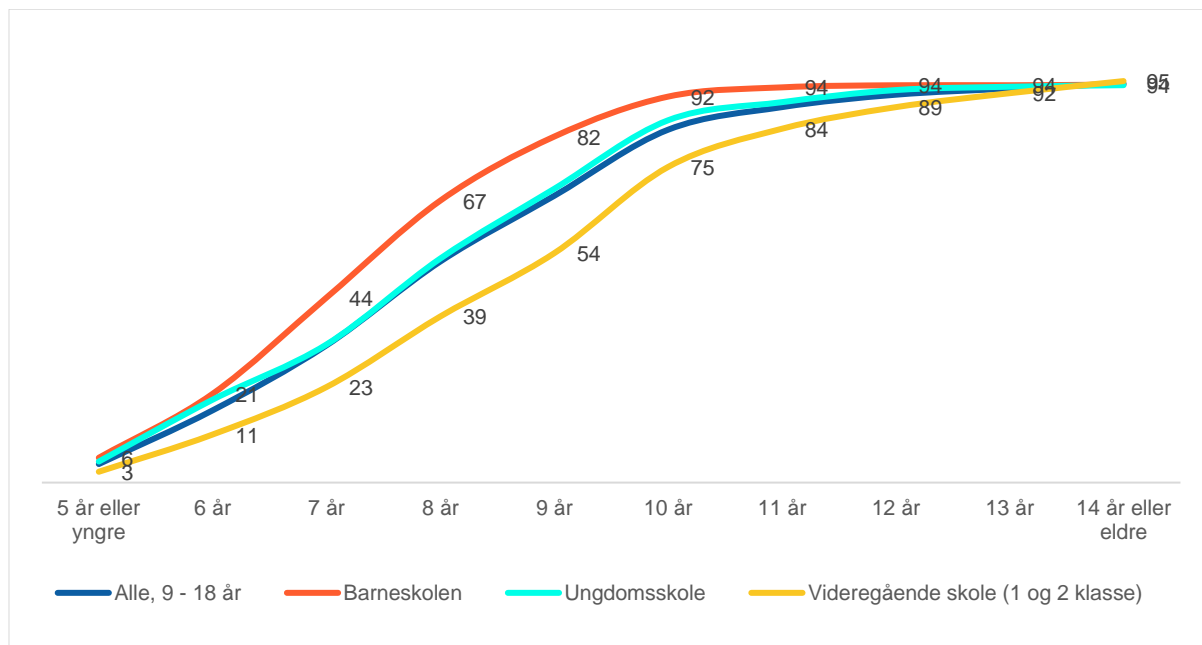
Figur 7: Alder når 9–18-åringene fikk sin første mobil. (n= 3167)



Jo eldre man er, desto høyere alder oppgir man at man hadde når man fikk sin første mobil. Dette vises kumulativt i grafikken under (se figur 8), hvor vi ser andelen per skoletrinn og når de fikk sin første mobil. Grafikken viser at nesten syv av ti barn på barneskolen hadde fått sin første mobil før fylte 9 år (67 prosent), og over ni av ti hadde fått sin første mobil før fylte 11 år (92 prosent). Tilsvarende tall for de på videregående trinnet er henholdsvis fire av ti og 75

prosent. Tallene kan vitne om at det har blitt vanligere å få sin første mobil tidligere, siden de unge i videregående selv gikk på barneskolen.

Figur 8: Kumulativt, alder når 9–18-åringene fikk sin første mobil (n= 3167). 5 prosent svarer «vet ikke».



Barn og unges bruk av sosiale medier, apper og netjtjenester

Sammendrag:

- 90 prosent av 9–18-åringene bruker sosiale medier.
- Nesten halvparten av norske 9-åringene bruker sosiale medier og 56 prosent av 10-åringene. Fra og med 12-årsalder er minst ni av ti på sosiale medier.
- 95 prosent av barn og unge i alderen 9–18 år bruker YouTube. Deretter følger Snapchat (78 prosent), TikTok (73 prosent) og Instagram (64 prosent). Halvparten av 9–18-åringene bruker Facebook.
- Nesten alle barn/unge som bruker sosiale medier som Snapchat, Instagram, Facebook, TikTok, Messenger og YouTube, har egne brukere. Unntaket er YouTube hvor åtte av ti har egen bruker.
- På Instagram og Snapchat er det vanligst å få egen bruker i 11–12-årsalderen. For Facebook og Messenger er det vanligst å få bruker i 13 årsalderen eller senere. YouTube er mediet hvor det er mest vanlig å få egen bruker tidligst. Flest barn/unge får egen bruker før fylte 9 år.
- Majoriteten av 9–18-åringene mener barn bør være eldre før de bruker Instagram, sammenlignet med Snapchat. Fire av ti mener man bør være 13 år eller eldre for å bruke Instagram. Cirka to av ti mener barn bør være 13 år eller eldre for å bruke Snapchat.
- For alle sosiale medier er det mest vanlig å ha en privat bruker (som bare venner kan se). TikTok er det sosiale mediet hvor flest 9–18-åringene har åpen bruker (49 prosent), og Snapchat er det sosiale mediet hvor det er minst vanlig å ha åpen bruker (34 prosent).
- Syv av ti barn og unge mener de får for mye reklame i sosiale medier.
- Over fire av ti unge brukere av sosiale medier ville følt seg utenfor om de ikke hadde vært til stede på de samme sosiale mediene som sine venner.
- Rundt en tredjedel av unge brukere av sosiale medier (9–18 år) svarer at de har angret på noe de har delt i sosiale medier.
- Nesten tre av ti unge brukere (9–18 år) av sosiale medier svarer at de skulle ønske de klarte å logge av sosiale medier oftere. Fire av ti oppgir at de ikke har problemer med dette.

- Over åtte av ti barn/unge svarer at foreldrene kjenner godt til hvilke sosiale medier de bruker. 15 prosent svarer at de har blokkert foreldrene for å hindre at foreldrene skal se hva de skriver eller deler på sosiale medier.
- Aktiviteten som barn og unge bruker sosiale medier klart oftest til, er å «chatte med venner». Over åtte av ti gjør dette daglig og over ni av ti ukentlig.

Hvilke sosiale medier, apper og nettjenester bruker barn og unge?

9–18-åringene fikk spørsmål om hvilke tjenester de bruker når de er på nettet. I årets undersøkelse er det spurt om flere tjenester som ikke har vært med i tidligere undersøkelser.

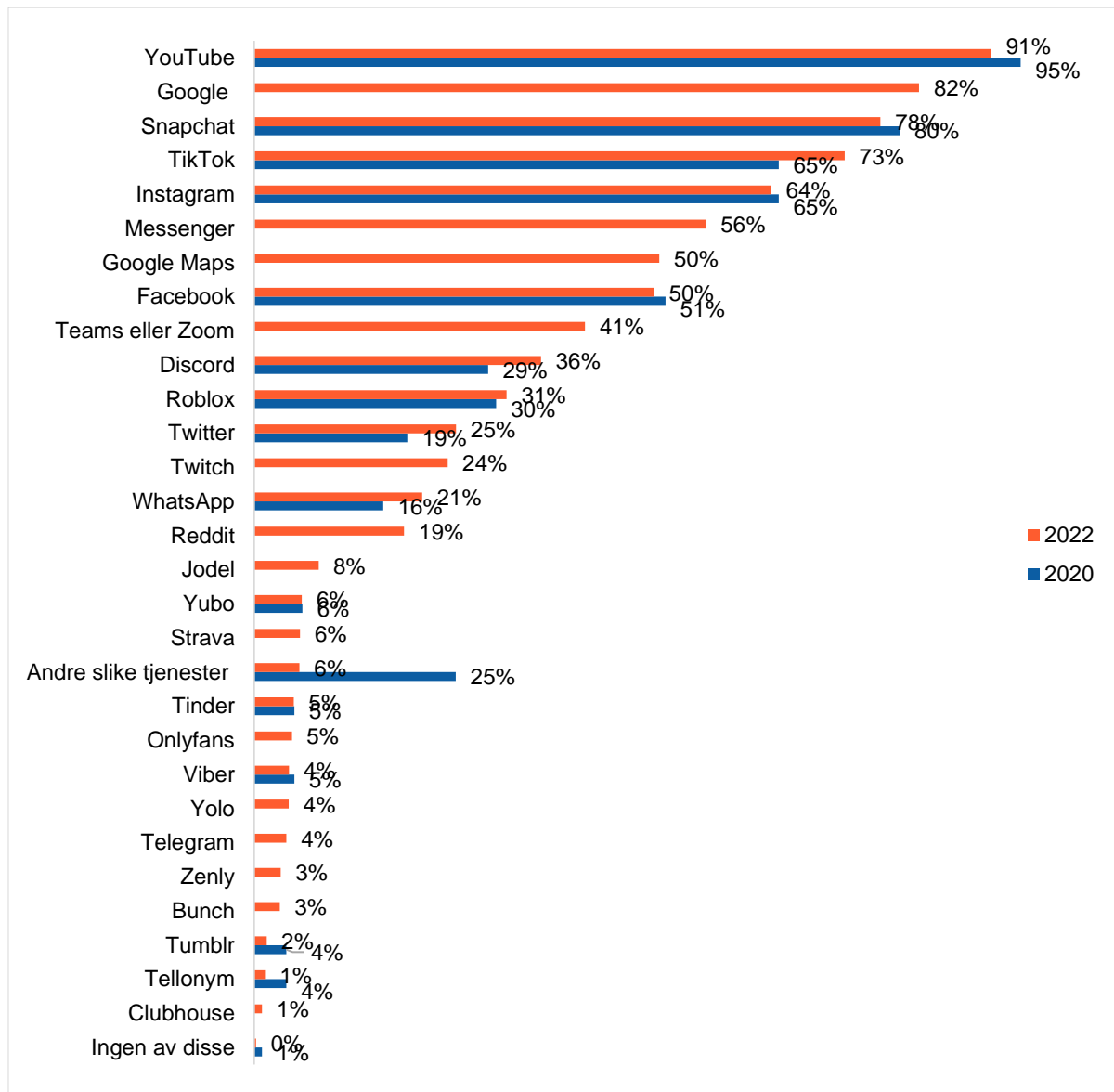
Fire tjenester er i en særstilling når det gjelder hvilke nettjenester/sosiale medier 9–18-åringene bruker mest: YouTube, Snapchat, Instagram og Tiktok (se figur 9).

Aller størst er YouTube, som brukes av ni av ti (91 prosent). Det er likevel 4 prosentpoeng færre enn i 2020. Nest størst er Snapchat, som brukes av i underkant åtte av ti (78 prosent). Tiktok brukes av over syv av ti (73 prosent), og er dermed den tredje mest brukte tjenesten. Andelen som bruker Tiktok, har økt med 8 prosentpoeng siden 2020. Fjerde størst er Instagram, som brukes av vel seks av ti 9–18-åringene.

Nettsøktjenesten Google brukes også av mange (82 prosent), mens Messenger brukes av nesten seks av ti. Videre bruker halvparten GoogleMaps, omtrent fire av ti bruker Teams eller Zoom, over to av ti bruker Twitch (24 prosent), og nesten to av 10 bruker Reddit (19 prosent).

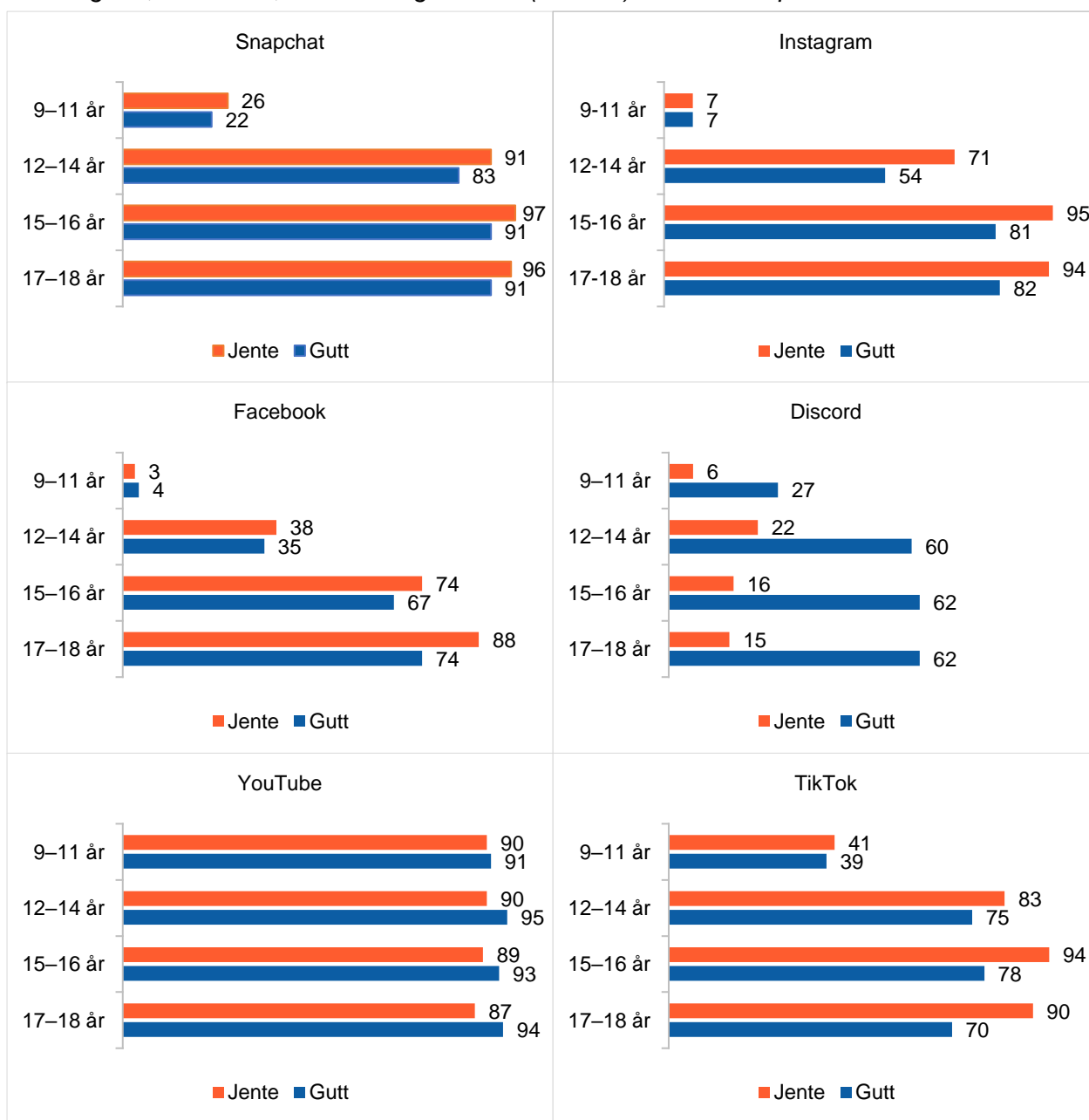
Færre en én av ti bruker nettjenester som Jodel, Strava, OnlyFans, Yolo, Telegram, Zenly, Bunch og Clubhouse.

Figur 9: «Bruker du noe av dette?» Prosentandel av 9–18-åringer. Blå stolper viser til måling i 2020. (n=3195 (2022) n=3378 (2020))



Det er store forskjeller i bruken av de ulike tjenestene, avhengig av alder, kjønn og skoletrinn. YouTube er blant de største tjenestene på tvers av alle alderstrinn, både blant jenter og gutter. Bruken av Snapchat ser vi blir stor først på ungdomsskolen. Mens det er under halvparten som bruker tjenesten på barneskolen, er det godt over ni av ti som bruker Snapchat på ungdoms- og videregående skoler. Hele 96 prosent av jentene på videregående trinn svarer at de bruker Snapchat. Det samme mønsteret finner vi også for Instagram og TikTok. På barneskolen er det henholdsvis omtrent to av ti og fem av ti som bruker disse tjenestene, på ungdoms- og videregående skole er det nærmere åtte av ti for begge tjenester. Vi ser også at det er klart flere jenter enn gutter som svarer at de bruker Instagram og TikTok. Figur 10 og 11 viser skillene i forhold til kjønn, skoletrinn og alder.

Figur 10: Prosentandel gutter og jenter i ulike alderstrinn, som bruker Snapchat, TikTok, Instagram, Facebook, YouTube og Discord (n=3184). Alle tall er i prosent.



Mens Instagram, TikTok og Snapchat har en overvekt av brukere blant jenter, er Discord en tjeneste som i betydelig grad appellerer mer til gutter. Andelen som bruker Discord, er over dobbelt så høy blant gutter enn jenter i barneskolen, og tre ganger så høy på ungdoms- og videregående skoler. Over seks av ti gutter svarer at de bruker Discord i alderen 13–18 år.

Facebook har vært det sosiale mediet som brukes klart mest av den norske befolkningen over 18 år, helt siden lanseringen i 2007². Blant de unge er derimot bruken av Facebook langt mer beskjeden. Snapchat har posisjonen som det viktigste sosiale mediet for de unge.

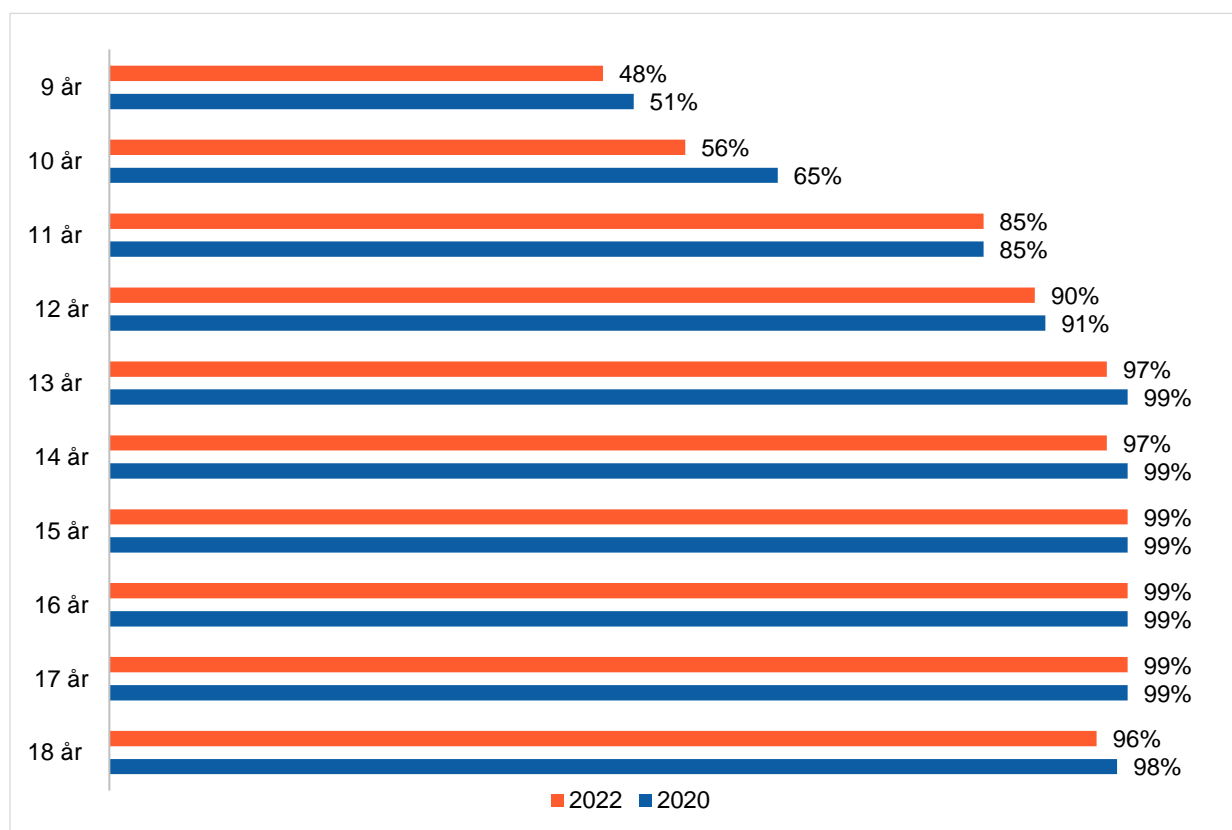
² Se for eksempel bearbejdede tall fra Norsk mediebarometer her: <https://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/412>

Ikke desto mindre ser vi at bruken av Facebook øker med alderen, også hos de unge. Mens det kun er én av ti på barneskolen som bruker Facebook, er det i overkant av syv av ti gutter (74 prosent) og nesten ni av ti jenter (86 prosent) som svarer at de bruker Facebook på videregående skoler (se figur 10 over).

Hvor stor andel av norske barn bruker sosiale medier?

9–18-åringene fikk spørsmål om hvilke sosiale medier de bruker. Basert på disse tallene finner vi at totalt 90 prosent av 9–18-åringer bruker sosiale medier. Andelen er den samme som i 2020. En litt større andel jenter (91 prosent) enn gutter (89 prosent) bruker sosiale medier. Også dette tallet er likt som i 2020. Figur 11 viser andelen som bruker ett eller flere sosiale medier fordelt på ulike aldersgrupper.

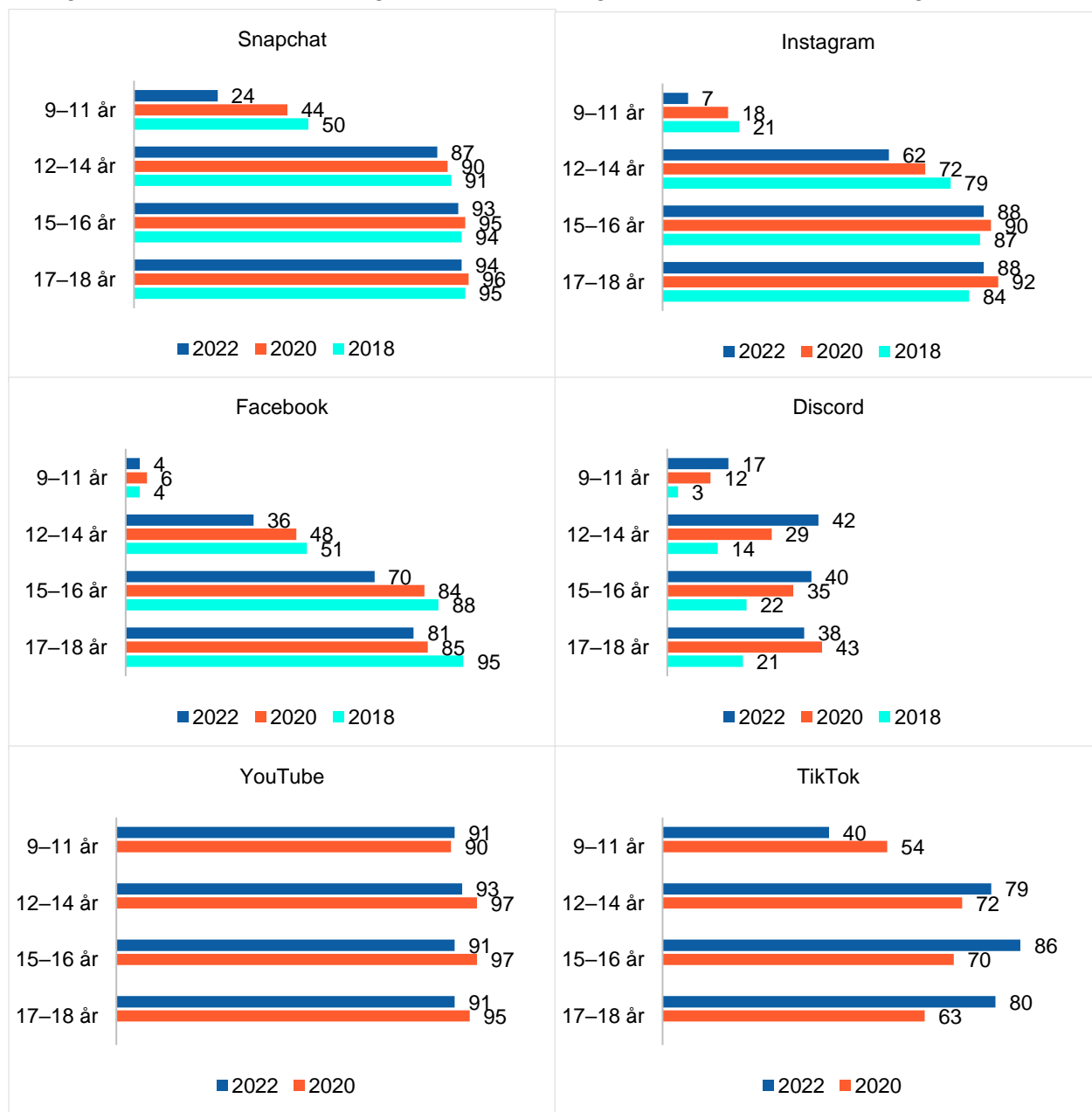
Figur 11: Prosentandel i ulike aldersgrupper som har oppgitt at de bruker ett eller flere sosiale medier etter alder. Følgende sosiale medier er inkludert i beregningen: Snapchat, Instagram, TikTok, Twitter, Discord, Facebook, WhatsApp, Viber, Yubo, Tumblr, Tellonym, Yolo, Reddit og Telegram.



Snapchat har holdt seg som det største og mest brukte sosiale mediet fra 2018. Imidlertid ser vi svake tendenser til at andelen barn/unge som bruker YouTube, er dalende. Ser vi bort fra den yngste gruppen (9–11 år), er andelen 4–6 prosentpoeng lavere i 2022 sammenlignet med 2020. TikTok har hatt en stor økning i alle aldersgrupper siden 2020, bortsett fra i den yngste aldersgruppen (9–11 år). En lavere andel av 9–11-åringene svarer at de bruker TikTok (14 prosentpoeng lavere enn i 2020), og færre i denne aldersgruppen bruker Snapchat (20 prosentpoeng lavere enn i 2020). Ser vi på de andre aldergruppene, ser vi derimot at

Snapchat holder sin svært høye oppslutning (rundt ni av ti), og at andelene som bruker TikTok, vokser kraftig. TikTok nærmer seg nivået til Snapchat og YouTube.

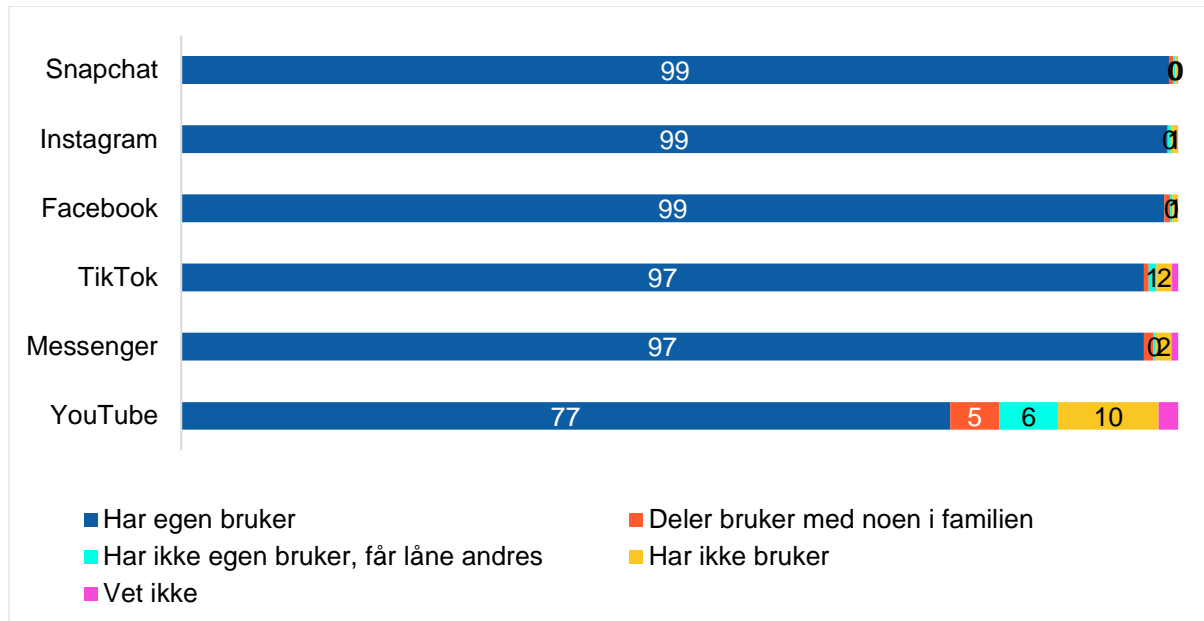
Figur 12: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som bruker Snapchat, Instagram, Facebook, Discord og TikTok, sammenlignet med resultatet i 2020 og 2018.



Har barn og unge egen bruker, eller deler de med andre i familien?

De som oppga å bruke Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube, Facebook eller Messenger, ble spurt om de har egen bruker på det aktuelle sosiale mediet. Resultatene vises i figur 13.

Figur 13: «Har du egen bruker på ...?» Prosentandel av 9–18-åringene som har egen bruker de ulike sosiale mediene.



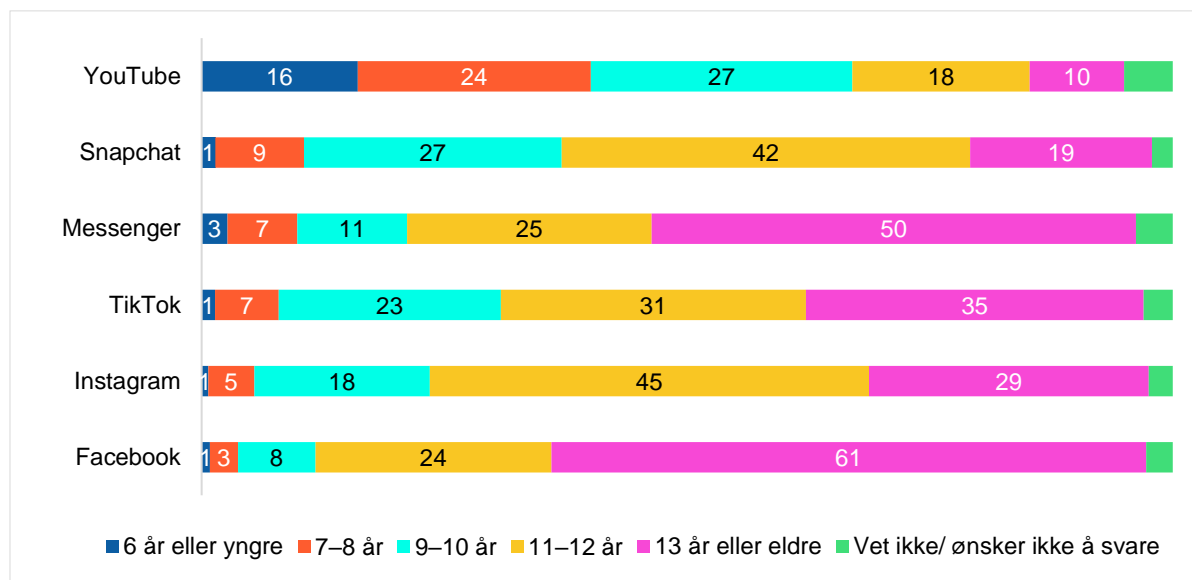
Nesten alle barn og unge i alderen 9–18 år som bruker Snapchat, Instagram og Facebook, har egen bruker (99 prosent). De aller fleste som bruker TikTok, har også egen bruker (97 prosent), mens 1 prosent deler med andre i familien og 2 prosent har ikke bruker i det hele tatt. Det samme mønsteret finner vi med Messenger: 97 prosent har egen bruker, 1 prosent deler med andre i familien og 2 prosent har ikke bruker i det hele tatt.

Et flertall av 9–18-åringene som bruker YouTube, har også egen bruker her (77 prosent, opp fra 71 prosent i 2020). Resultatet er generelt svært likt det vi så i 2020.

Alder da barn får egen bruker på sosiale medier

De som oppga å ha egen bruker på Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube, Facebook eller Messenger, fikk videre spørsmål om hvor gamle de var da de fikk bruker på disse mediene. I figur 14 vises resultatene for hvert enkelt sosialt medium på dette spørsmålet³.

Figur 14: «Hvor gammel var du da du fikk bruker på ...?» Prosentandel av 9–18-åringene som har egen bruker på de ulike sosiale mediene.

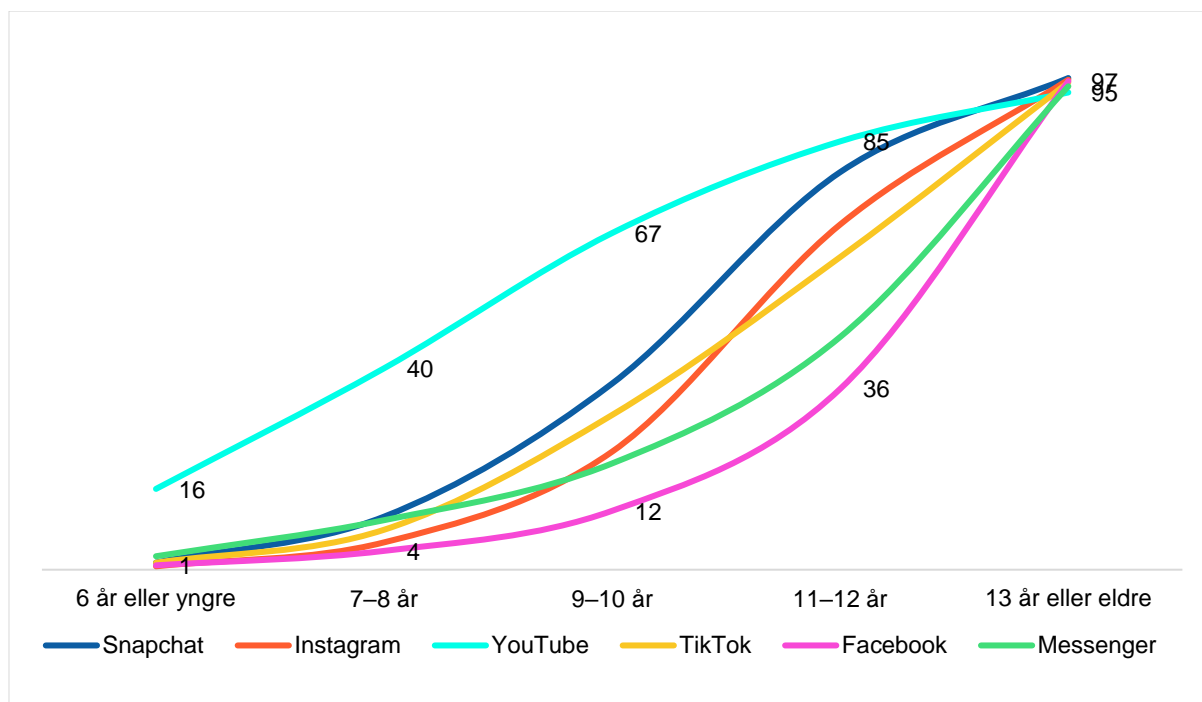


På Instagram og Snapchat fikk flest egen bruker i 11–12-årsalderen. Henholdsvis 45 og 42 prosent av barna som har egen bruker her, fikk dette da de var 11–12 år. For Facebook og Messenger er det vanligere å få bruker noe senere. Henholdsvis får seks av ti og fem av ti bruker først i 13-årsalderen eller senere. Mange TikTok-brukere fikk også egen bruker før fylte 13 år (til sammen 62 prosent), men en stor andel fikk også egen bruker da de var 13 eller eldre (35 prosent). YouTube er den tjenesten der det er mest vanlig å få egen bruker tidligst, noe vi også så i 2020. Fire av ti blant de som har bruker, fikk dette før fylte 9 år, og til sammen 85 prosent før fylte 13 år. I 2020 var denne andelen 71 prosent.

³ Resultatene må tolkes med forbehold om at kun de som har egen bruker på det aktuelle sosiale mediet, har besvart spørsmål om dette. Dette betyr at flere eldre enn yngre barn har besvart spørsmålet, siden de eldre i større grad har egen bruker. Videre bør det merkes at tallene for når man fikk bruker på de ulike sosiale mediene, ikke er helt sammenlignbare siden enkelte av de sosiale mediene (som TikTok) er relativt nye.

Figur 15 viser kumulativt hvilken alder barn og unge har når de får egen bruker i sosiale medier.

Figur 15: Kumulativt: «Hvor gammel var du da du fikk bruker på ...?» Prosentandel av 9–18-åringene som har egen bruker på de ulike sosiale mediene.



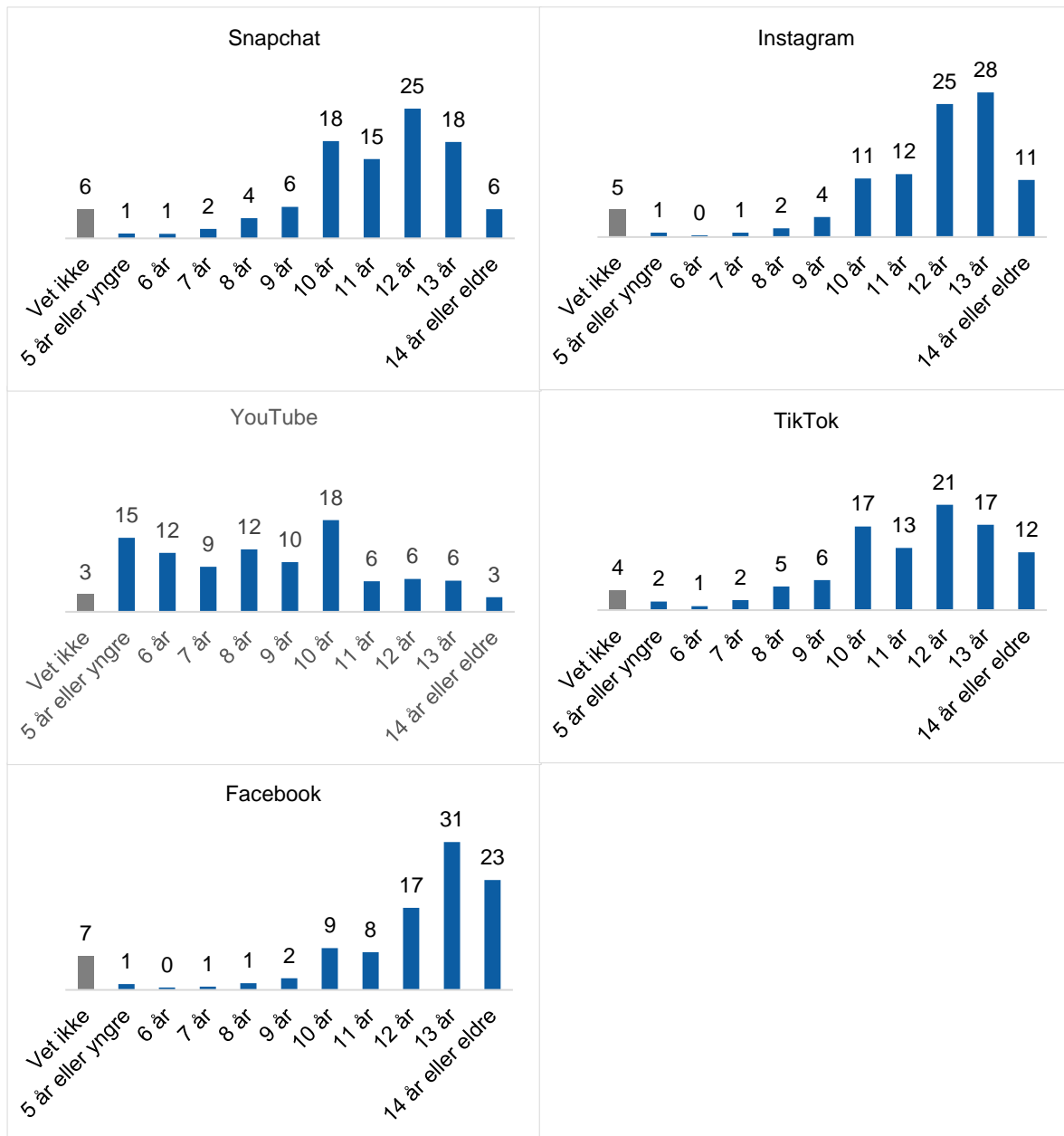
På YouTube er det mest vanlig å få egen bruker tidligst, mens det er mest vanlig å få Facebook når man er eldre. Mens 85 prosent av de som bruker YouTube, har egen bruker når de er i 11–12-årsalderen, gjelder det kun 36 prosent av Facebook-brukerne på samme alder.

Hvor gammel bør man være for å bruke sosiale medier?

På spørsmål om hvor gammel man bør være for å bruke sosiale medier, er det store forskjeller i meninger blant 9–18-åringene.

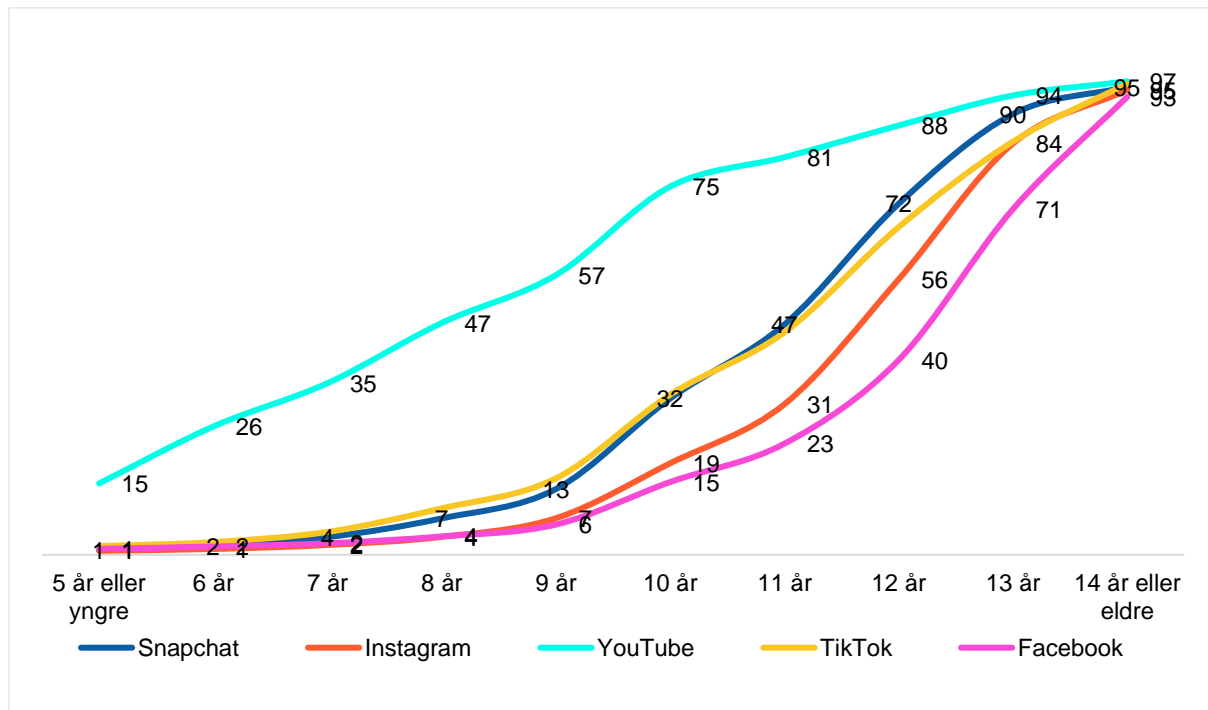
Det er to medier som skiller seg ut som hvert sitt ytterpunkt: Klart flest av 9–18-åringene mener man bør være 12 år eller eldre for å få lov til å bruke Facebook (71 prosent), klart flest mener at man ikke trenger å være over 12 år for å få lov til å bruke YouTube (81 prosent).

Figur 16: 9–18-åringenes mening om hva som er riktig alder for å få lov til å bruke sosiale medier. (n= 3167)



Også 9–18-åringenes mening om hvor gammel man bør være før man får lov til å bruke sosiale medier, kan visualiseres kumulativt:

Figur 17: Kumulativt: 9–18-åringenes mening om hvor gammel man bør være før man får lov til å bruke sosiale medier.



Vi ser for eksempel at 75 prosent av de mellom 9–18 år synes det er greit at man bruker YouTube før man er 10 år, mens bare 15 prosent mener det samme om Facebook. 15 prosent mener barn kan bruke YouTube når de er 5 år eller yngre.

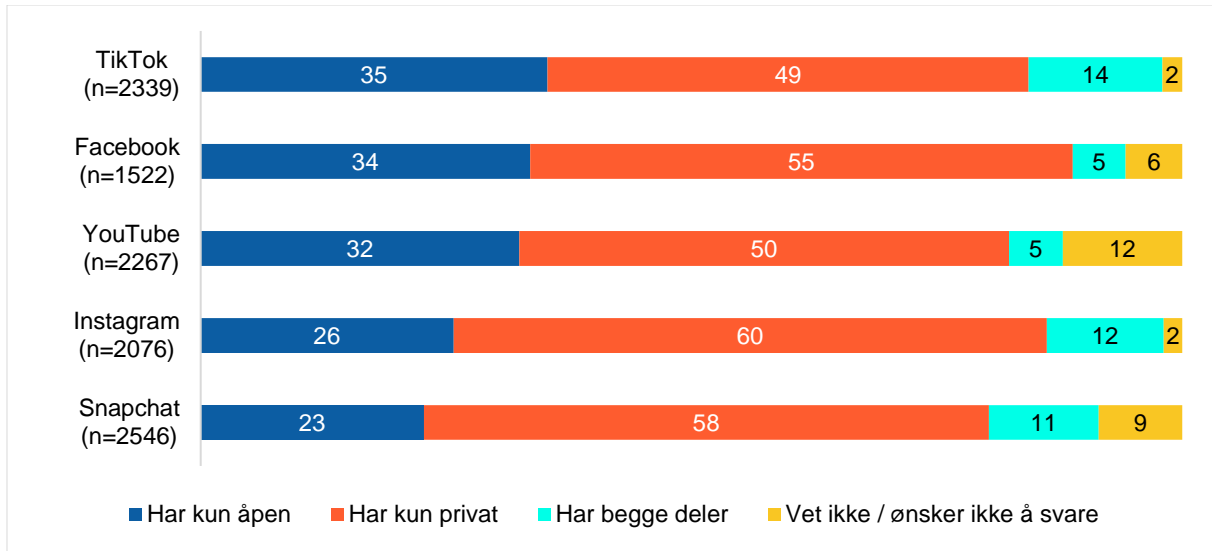
Figur 17 viser også at det er oppfatninger blant barn/unge i alderen 9–18 år om at barn bør være eldre for å bruke Instagram sammenlignet med TikTok og Snapchat. Mens kun 19 prosent av gruppen mener det er greit at barn på 10 år eller yngre kan bruke Instagram, mener 32 prosent det samme om Snapchat. Tilsvarende er det 56 prosent av gruppen som mener det er greit at barn på 12 år eller yngre bruker Instagram, mens en tydelig høyere andel på 72 prosent mener det samme om Snapchat. Selv om den offisielle aldersgrensen til Instagram er 13 år⁴, er det 16 prosent av 9–18-åringene som mener at barn bør være enda eldre før de bruker Instagram. Kun 6 prosent mener at barn bør være eldre enn 13 år for å bruke Snapchat. Som den kumulative figuren over viser, er oppfatningen om hvor gammel man bør være for å bruke TikTok, svært lik den vi finner om Snapchat.

⁴ <https://about.instagram.com/community/parents>

Har barn og unge åpen eller privat bruker?

Respondentene som har egen bruker på Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube eller Facebook, fikk spørsmål om de har åpen eller privat bruker på disse sosiale mediene.

Figur 18: «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på ...?» Prosentandel av 9–18-åringene som har egen bruker på Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube eller Facebook.



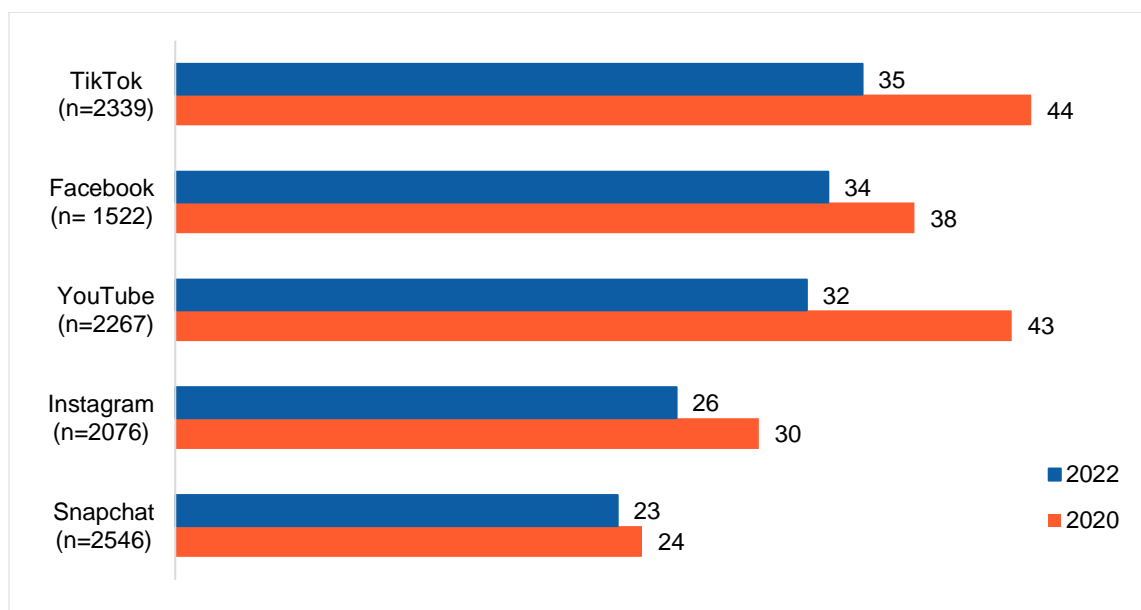
På alle disse sosiale mediene er det mest vanlig å ha privat bruker. Godt over halvparten av 9–18-åringene som har egen bruker på disse mediene, har kun privat bruker.

På TikTok er det flest 9–18-åringene som kun har en åpen bruker (35 prosent), mens det er mellom 23 og 34 prosent som kun har en åpen bruker på Facebook, YouTube, Instagram og Snapchat.

TikTok er det sosiale mediet hvor flest barn og unge har både åpen og privat bruker (14 prosent).

Sammenligner vi med forrige runde av undersøkelsen (2020), ser vi tendenser til at flere velger å gjøre brukeren privat, se figur 19.

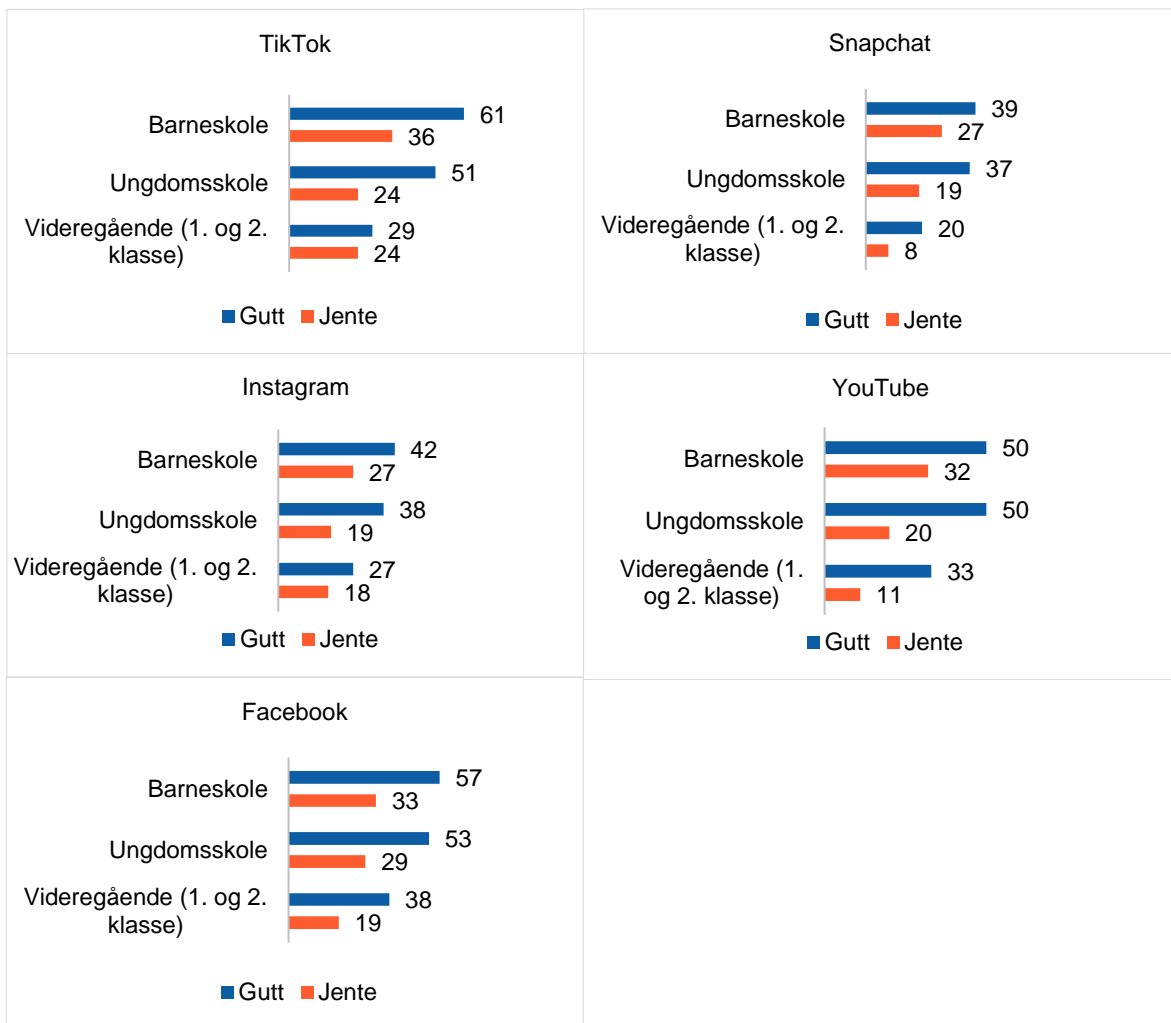
Figur 19: «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på ...?» Sammenligning av andel med «kun åpen bruker» i 2020 mot 2022. Alle tall i prosent.



Særlig utvikling i privat retning ser vi hos YouTube. I 2020 var det 43 prosent som kun hadde åpen bruker. 2022-undersøkelsen viser at det blant brukerne av YouTube er 11 prosentpoeng færre som har åpen bruker (fra 43 prosent til 32 prosent av brukere i alderen 9–18 år). Nesten like stor endring ser vi hos brukere av TikTok. Her er det 9 prosentpoeng færre som kun har åpen profil.

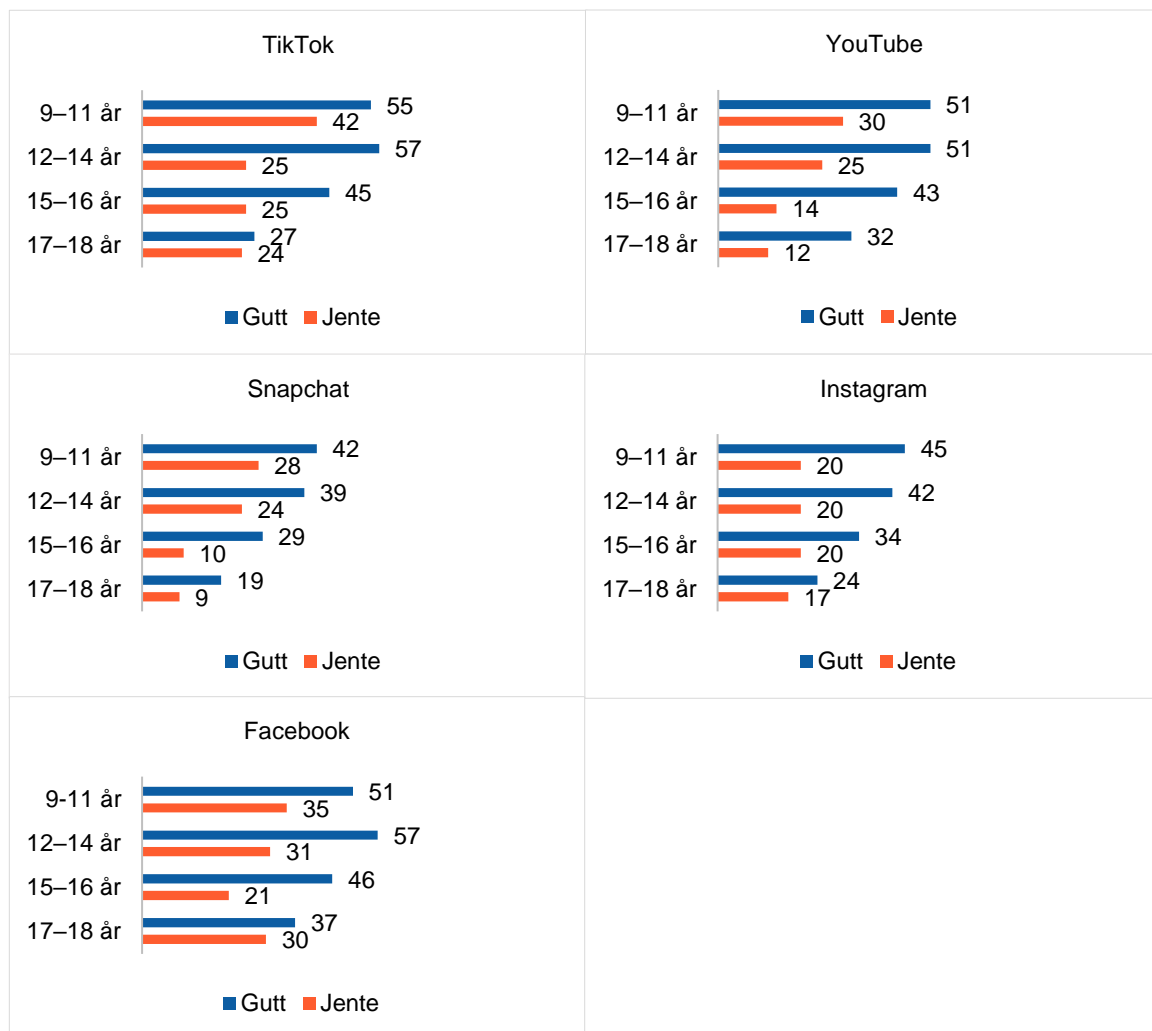
Vi finner også store forskjeller mellom kjønn og skoletrinn når det gjelder andelene som kun har åpne brukere, se figur 20.

Figur 20: «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på ...?» Andel per skoletrinn som har «kun åpen bruker». Alle tall i prosent.



Vi finner også store forskjeller mellom kjønn og aldersgrupper når det gjelder andelen som kun har åpen bruker, se figur 21.

Figur 21: «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på ...?» Andel av alderstrinn som har «kun åpen bruker». Alle tall i prosent.

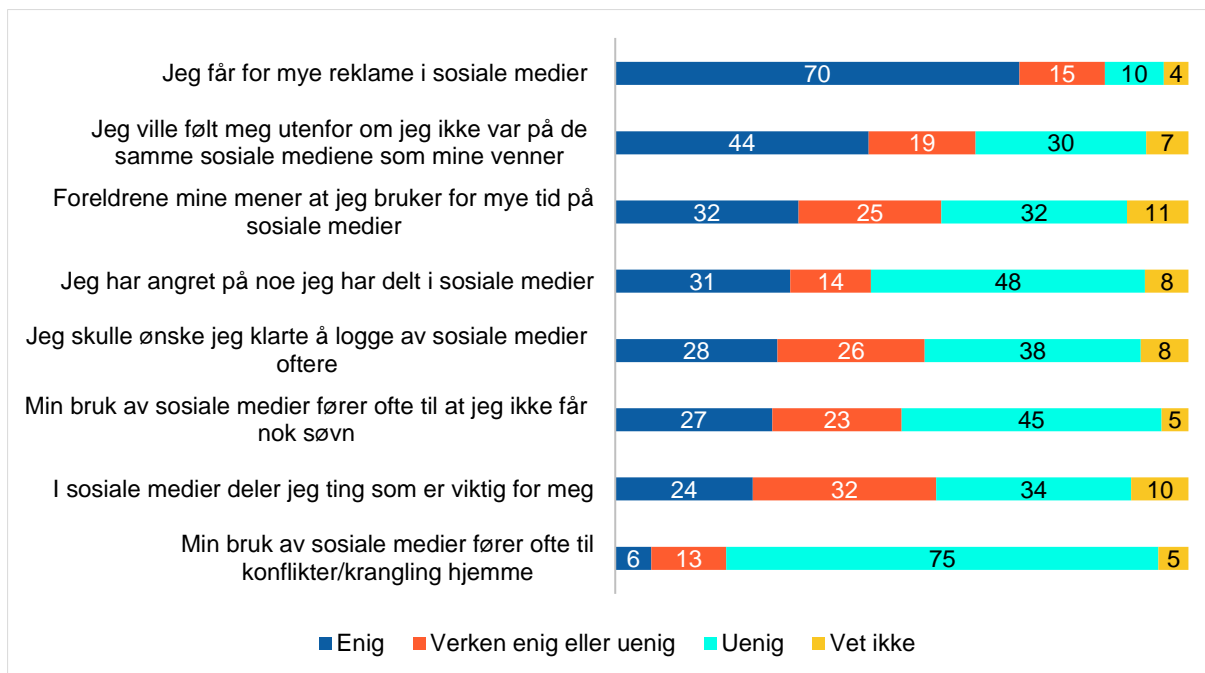


En betydelig høyere andel gutter enn jenter har kun åpen bruker, og en betydelig høyere andel av barn på barneskoletrinnet har kun åpen bruker. Å gjøre brukerne sine i sosiale medier private synes altså å bli mer vanlig med alderen. Tallene viser også at en klart høyere andel av jenter enn gutter gjør brukerne sine i sosiale medier private. Dette gjelder for alle sosiale medier.

Hvordan opplever unge sosiale medier?

Barn og unge (9–18 år) som oppga at de bruker sosiale medier⁵, ble bedt om å ta stilling til ulike utsagn om deres bruk av sosiale medier.

Figur 22: «Er du enig eller uenig i dette?» Prosentandel av 9–18-åringene som bruker sosiale medier (Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, eller egen bruker på YouTube). Alle tall i prosent. (n=2909)



Reklame i sosiale medier: Syv av ti unge brukere av sosiale medier mener de får for mye reklame i sosiale medier. Én av ti synes ikke de får for mye reklame, mens to av ti er usikre. Figur 23 viser at flere unge på videregående mener de får for mye reklame i sosiale medier (nesten åtte av ti), sammenlignet med barn på barneskolen (like over seks av ti). Jenter er også i overvekt blant de som opplever at de får for mye reklame, sammenlignet med gutter.

Betydning av å være til stede på de samme sosiale mediene: Over fire av ti unge brukere av sosiale medier ville følt seg utenfor om de ikke hadde vært til stede på de samme sosiale mediene som sine venner. Tallene er høyest blant unge på videregående, og særlig blant jenter. Over seks av ti jenter på videregående svarer at de ville følt seg utenfor om de ikke var på de samme sosiale mediene som vennene (63 prosent). Andelen er omtrent halvparten hos gutter på videregående (36 prosent).

Selvregulering, «tidsbruk»: Rundt en tredjedel av unge brukere av sosiale medier mener at foreldrene deres er kritiske til at de bruker for mye tid på sosiale medier. En tredjedel har ikke foreldre som reagerer på dette, og cirka en tredjedel tar ikke stilling eller svarer at de ikke vet. Vi finner en særlig overvekt av jenter på ungdomsskolen som opplever dette (45 prosent), men generelt har noen flere jenter denne opplevelsen enn gutter (se figur 23).

⁵ Alle som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, eller som har egen bruker på YouTube.

Krangling hjemme: 6 prosent av de unge brukerne av sosiale medier svarer at deres bruk av sosiale medier har ført til krangling i hjemmet. Også her er jenter noe overrepresentert, men ikke i stor grad. Vi finner også en overvekt av tenåringer på ungdomsskolen.

Selvregulering, «logge av»: Nesten tre av ti unge brukere av sosiale medier (28 prosent) svarer at de skulle ønske de klarte å logge av sosiale medier oftere. Fire av ti har ikke problemer med dette, og i overkant av tre av ti tar ikke stilling eller svarer «vet ikke». Andelen som ønsker å logge av sosiale medier oftere, er økende med alder. Av brukere av sosiale medier på barneskolen er det 15 prosent som skulle ønske de logget av sosiale medier oftere, på ungdomsskolen økes andelen til 24 prosent og på videregående skole er det over fire av ti som svarer at de har problemer med å logge av (41 prosent). Igjen er det særlig jenter som gir uttrykk for å ha vansker med å logge av. Nesten fire av ti jenter (37 prosent) mot to av ti gutter gir uttrykk for å ha problemer med å logge av. På videregående nivå er det over halvparten av jentene som svarer at de skulle ønske de kunne logge av oftere (52 prosent). Vi ser også at ønsket om å logge av er til stede blant flere i storbyer enn unge som bor i områder med mindre en 50 000 innbyggere (34 prosent mot 24 prosent).

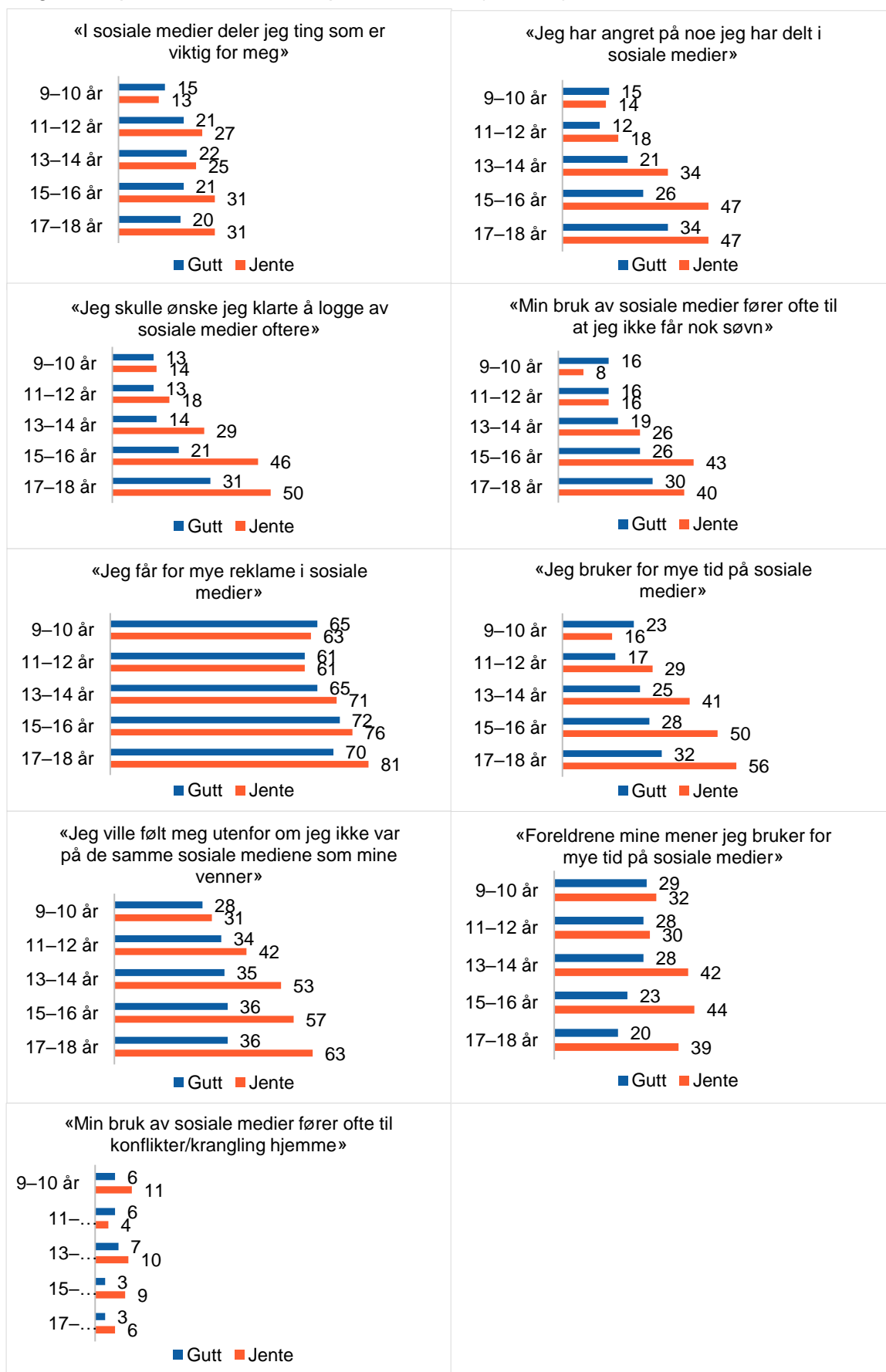
Selvregulering, «Mangel på søvn»: Nesten tre av ti svarer at deres bruk av sosiale medier ofte fører til at de får mangel på søvn (27 prosent). Over halvparten av gruppen som svarer at de har problemer med å logge av, svarer også at de har opplevd mangel på søvn på grunn av bruken av sosiale medier. Andelen øker tydelig med alder, og vi finner en tydelig overvekt av jenter, særlig fra og med 15-årsalderen (se figur 23).

«Dele-anger»: Rundt en tredjedel av unge brukere av sosiale medier svarer at de har angret på noe de har delt i sosiale medier (31 prosent). Nesten halvparten har ikke angret, og to av ti tar ikke stilling eller svarer at de ikke vet. Også her er jenter på videregående skole i klar overvekt sammenlignet med gutter. På videregående skole er det nesten halvparten av jentene som har angret på noe de har delt på sosiale medier (47 prosent), mot like i overkant av tre av ti gutter (32 prosent). Vi ser også at andelen som svarer at «de angret», er noe høyere i større byer enn blant barn og unge som bor på steder med mindre enn 50 000 innbyggere (35 prosent mot 25 prosent).

Betydningen av å dele i sosiale medier: En fjerdedel av unge brukere av sosiale medier svarer at de deler ting som er viktig for dem i sosiale medier. Å dele «viktige ting» i sosiale medier synes vanlig for flere jenter enn gutter. Rundt tre av ti jenter svarer dette, mot cirka to av ti gutter. Andelen som dette er viktig for, er også svakt økende med alder, særlig for jenter. 33 prosent av jenter på videregående skoler svarer at de deler ting som er viktig for dem i sosiale medier.

På neste side redegjøres det grafisk for fordelingen på kjønn, skole- og alderstrinn.

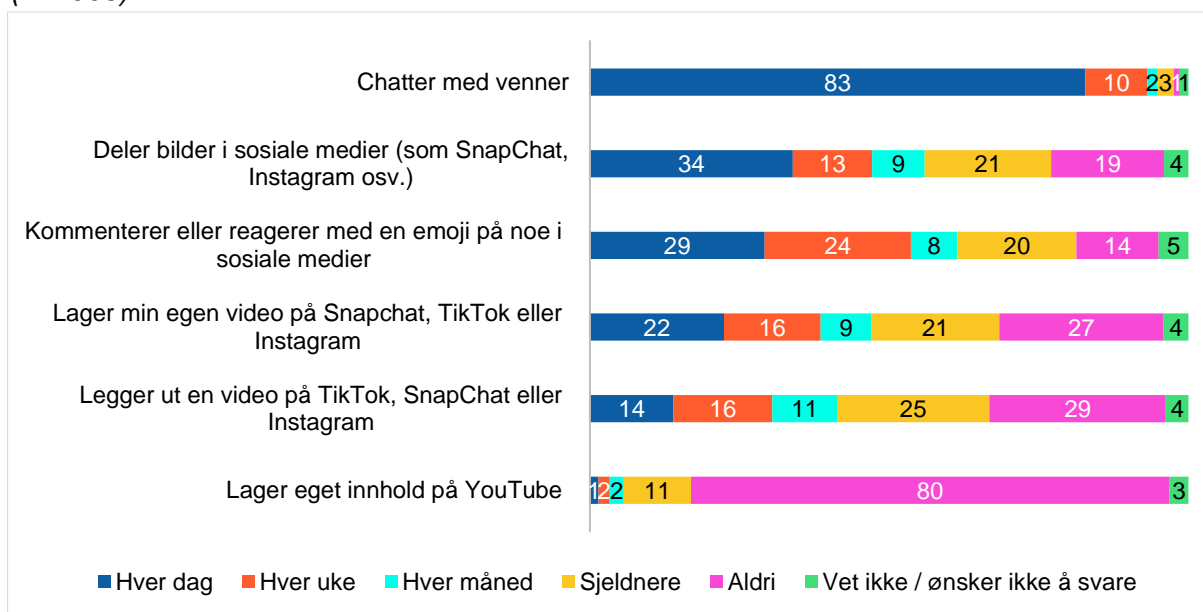
Figur 23: Prosentandel gutter og jenter i ulike alderstrinn som bruker sosiale medier, som er enig i ulike påstander, brutt ned på alderstrinn. (n=2904)



Hva gjør barn på sosiale medier?

9–18-åringene som bruker sosiale medier⁶, fikk spørsmål om hvor ofte de gjør ulike aktiviteter i sosiale medier.

Figur 24: «Hvor ofte gjør du dette på nettet? «Spørsmål knyttet til sosiale medier er kun stilt til de som bruker sosiale medier. Prosentandel av 9–18-åringer som bruker sosiale medier. (n=2908)



Chatting med venner er den aktiviteten flest barn og unge som bruker sosiale medier, gjør hyppigst. Over åtte av ti gjør dette daglig og over ni av ti ukentlig. Andelen er høy, uavhengig av alder, kjønn og bosted.

Deling av bilder i sosiale medier: En stor andel av de barna som bruker sosiale medier, deler også bilder i sosiale medier. Til sammen 47 prosent av 9–18-åringene som bruker Snapchat, TikTok eller Instagram, gjør dette minst ukentlig – 34 prosent gjør det hver dag. Her er det imidlertid både kjønns- og aldersforskjeller. Mens det blant 9–10-åringene er rundt én av ti som deler bilder, er det over halvparten blant 17–18-åringene. Det er også en noe høyere andel av jenter enn gutter som deler bilder (52 prosent mot 42 prosent).

Å kommentere eller reagere med en emoji i sosiale medier er vanlig blant barn og unge. Over halvparten gjør dette ukentlig (54 prosent), 29 prosent gjør det daglig. Denne aktiviteten er økende med alder, og vi ser at aktiviteten er mer vanlig hos jenter enn gutter, særlig fra 13-årsalderen.

Lage video i sosiale medier: Omtrent fire av ti svarer at de selv lager videoer på sosiale medier ukentlig eller oftere (39 prosent). Andelen som gjør dette ukentlig, er noe lavere enn i 2020-undersøkelsen. Da var det 48 prosent som svarte at de lagde egen video i sosiale

⁶ 9–18-åringene som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, eller som har egen bruker på YouTube.

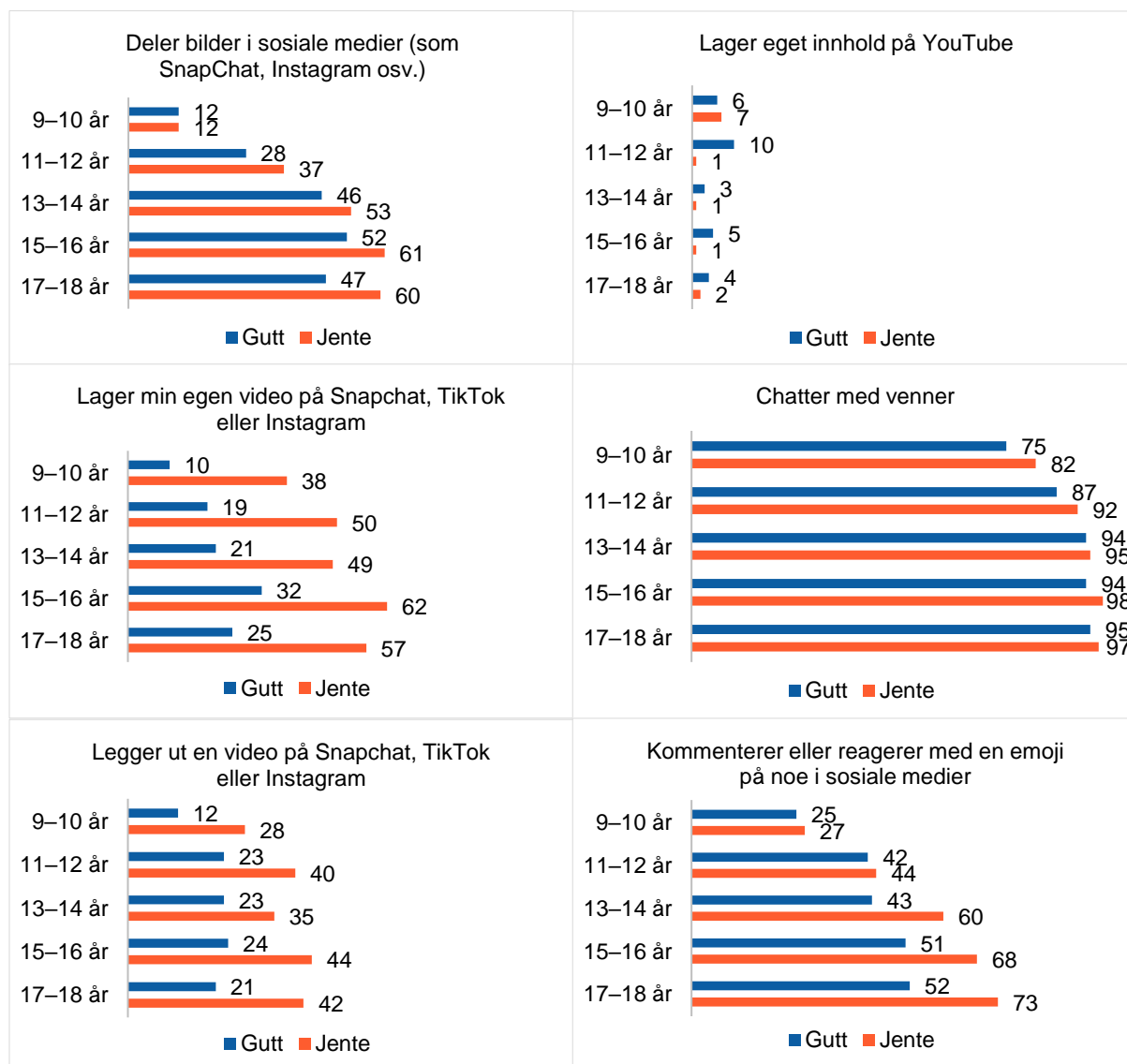
medier ukentlig eller oftere. Andelen som lager videoer på sosiale medier, er økende med alder. Langt flere jenter enn gutter gjør også dette hver uke (54 prosent mot 24 prosent).

Legger ut videoer: Tre av ti svarer at de legger ut videoer på sosiale medier ukentlig eller oftere. Langt flere jenter enn gutter gjør også dette ukentlig (40 prosent mot 22 prosent). Andelen er forholdsvis lik på tvers av aldersgruppene for gutter, men er svakt økende med alder for jenter. Høyest er andelen blant jenter i 15–16-årsalderen.

Lager eget innhold på YouTube: Selv om «nesten alle» barn og unge bruker YouTube, er det kun en liten andel som bruker kanalen til å lage eget innhold. 1 prosent av 9–18-åringene gjør dette daglig, 3 prosent ukentlig. Av de som lager eget innhold på YouTube, finner vi flest gutter i 9–12-årsalderen. Blant jenter i 9–10-årsalderen er det 7 prosent som lager eget innhold på YouTube.

I det følgende redegjøres det grafisk for fordelingen på skolenivå og kjønn.

Figur 25: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som bruker sosiale medier, og som gjør ulike aktiviteter på sosiale medier minst ukentlig. (n=2908)



Hva gjør barn når noen legger de til som «venn»/«følger» i sosiale medier?

Barn i alderen 9–18 år som bruker sosiale medier, ble spurt hva de pleier å gjøre når noen legger dem til / adder dem som «venn», eller vil følge dem i sosiale medier? Barna hadde mulighet til å svare flere av alternativene som er oppgitt.

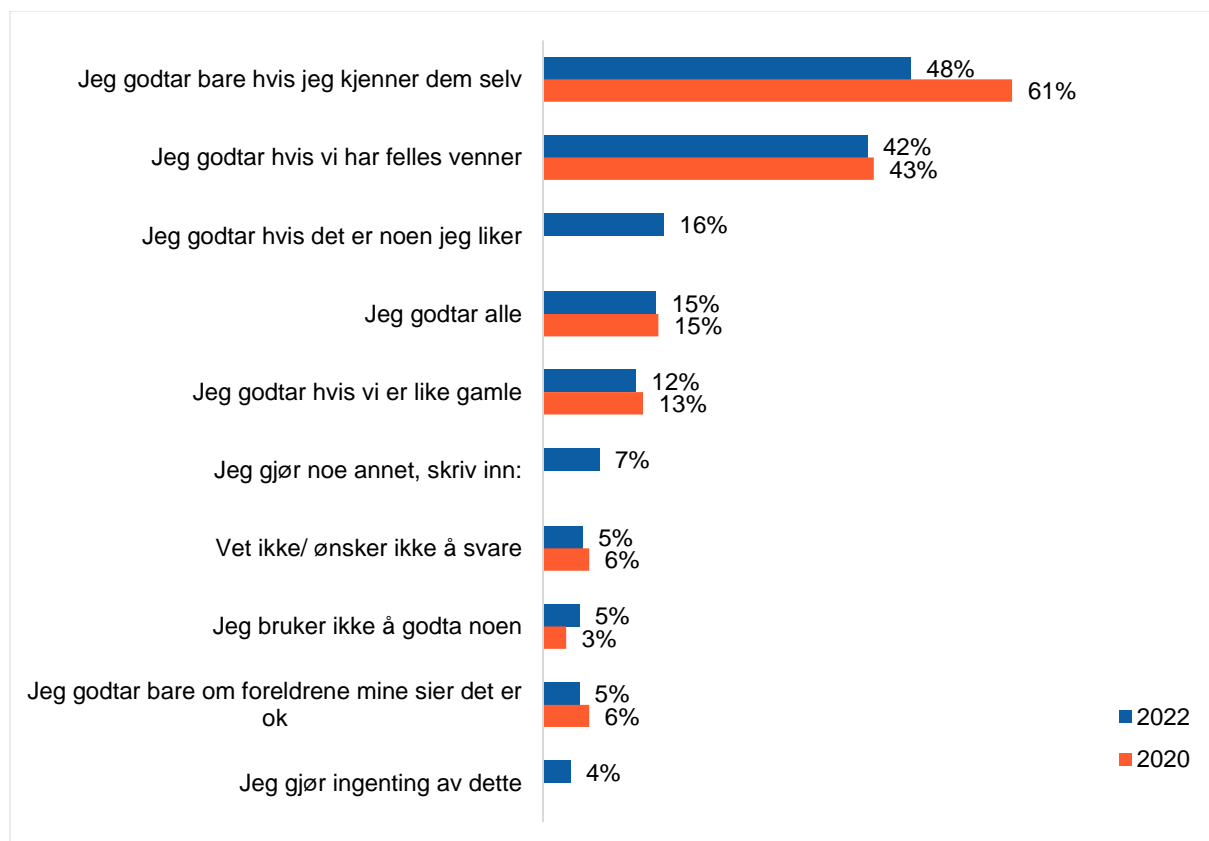
Det vanligste er å bare godta forespørselen om barna selv kjenner personen som ønsker å legge dem til. Nesten halvparten svarer dette. I overkant av fire av ti godtar forespørselen om de har felles venner.

Langt mindre vanlig er det å godkjenne forespørsler fra «noen barna liker» (16 prosent), «noen som er like gamle» (12 prosent), eller «om foreldrene sier det er OK» (5 prosent).

15 prosent svarer at de godtar alle forespørsler, og 5 prosent svarer at de ikke bruker å godta noen forespørsler. 7 prosent svarer at de gjør noe annet enn det de oppgitte alternativene foreslår. Her svarer enkelte at de «søker personen opp på nett», for å sjekke at det ikke er svindel. Enkelte svarer at de sender melding til personen bak forespørselen, om de ikke kjenner vedkommende. Generelt er det mange forslag om hva barna gjør for å vurdere om personen er til å stole på. Mange av barna svarer også at de håndterer forespørslene ulikt, avhengig av hvilken tjeneste det dreier seg om.

«På discord, hvis jeg får vennespørsel så godtar jeg, og spør hvem de er. Og hvis jeg er uinteressert i å være venner, remover jeg de som venn eller blokkerer.»
(gutt, 15 år)

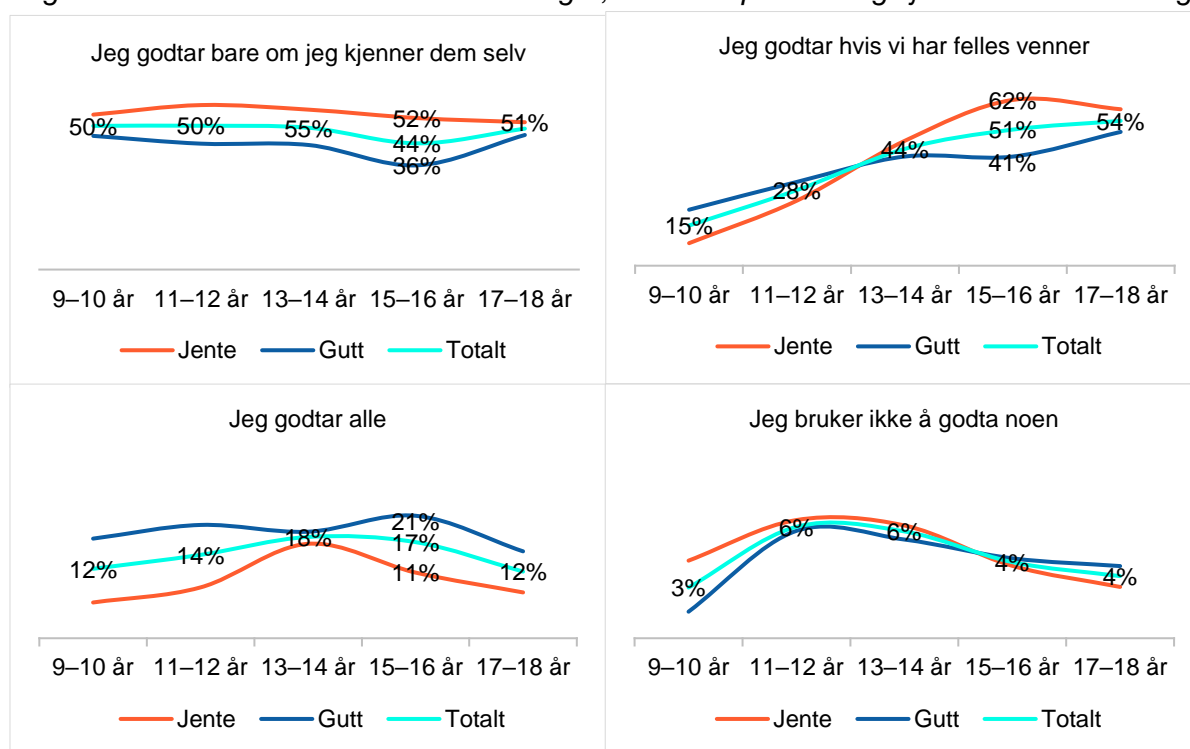
Figur 26: «Hva pleier du å gjøre når noen legger deg til / adder deg som 'venn', eller vil følge deg i sosiale medier?» Andel av 9–18-åringene som bruker sosiale medier. Flere svar mulig. (n=3195)



Sammenligner vi resultatene med 2020-undersøkelsen, er resultatene svært like, med ett unntak. En tydelig lavere andel svarer at de godtar kun hvis de kjenner den personen som ønsker å legge dem til. I 2020 var det seks av ti som svarte dette. I 2022 er det under fem av ti som svarer dette.

Andelen 9–18-åringere som bare godtar om de kjenner personen selv, er svært lik på tvers av aldersgruppene. Vi ser av figuren under at det er en noe høyere andel jenter som pleier å gjøre denne vurderingen, før de legger til personer som «venner» (54 prosent blant jenter, mot 43 prosent blant gutter). Andelen som «godtar at personer følger dem, om de har felles venner», er økende med alderen. Kun 15 prosent av de i alderen 9–10 år gjør denne type vurderinger før de godkjenner forespørselen, mot over halvparten av 17–18-åringere. Flere jenter enn gutter benytter seg av en slik vurdering før de godtar forespørselen, særlig i alderen 15–16 år, hvor 62 prosent av jenter og 41 prosent av gutter svarer dette.

Figur 27: «Hva pleier du å gjøre når noen legger deg til / adder deg som 'venn', eller vil følge deg i sosiale medier?» Andel av 9–18-åringere, brutt ned på alder og kjønn. Flere svar mulig.

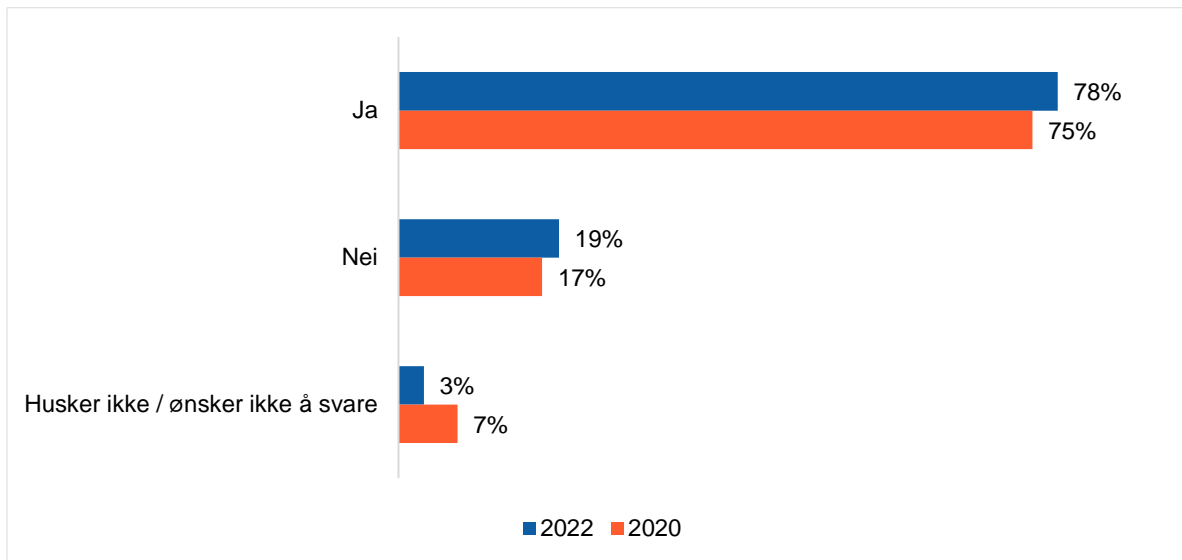


Andelen som svarer at de godtar alle venneforespørsler, er noe høyere blant gutter enn jenter (totalt 18 prosent mot 11 prosent). Andelen som ikke bruker å godta noen venneforespørsler, er størst i alderen 11–12 år (6 prosent), men det er små forskjeller mellom kjønn og de ulike aldersgruppene.

Har barn blokkert noen på sosiale medier?

Barn og unge (9–18 år) som bruker sosiale medier, ble spurt om de har blokkert noen på sosiale medier som Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook?

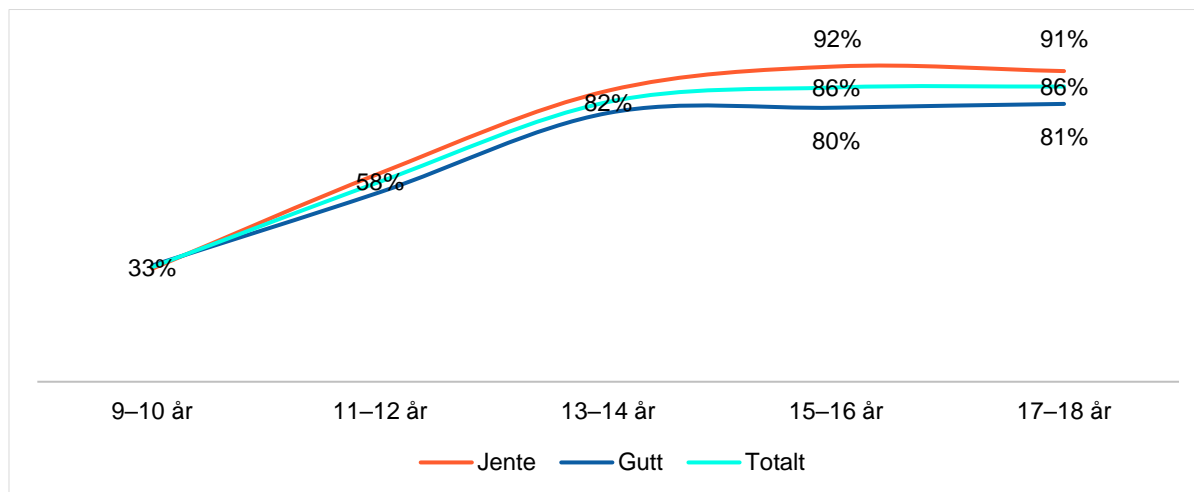
Figur 28: «Har du blokkert noen på Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook?» Prosentandel av 9–18-åringene som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook. (n=2740)



Nesten åtte av ti 9–18-åringene som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, har blokkert noen på ett eller flere av disse sosiale mediene. Betydelig lavere andeler sier de aldri har gjort dette eller at de ikke husker (henholdsvis 19 og 3 prosent).

- En noe høyere andel jenter enn gutter som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, har blokkert noen her (82 mot 74 prosent). Kjønnsforskjellen blir særlig tydelig fra og med 13-årsalderen, men er størst blant 15–16-åringene hvor henholdsvis 92 prosent av jentene og 80 prosent av guttene sier at de har blokkert noen.
- Andelen som har blokkert noen, øker betydelig med alder: fra 33 prosent blant 9–10-åringene til 86 prosent blant 15–18-åringene. Andelen som ikke har blokkert noen, avtar tilsvarende med alder, men det er samtidig betydelig høyere andeler av de yngre barna som ikke husker om de har blokkert noen (17 prosent av 9–10-åringene).

Figur 29: «Har du blokkert noen på Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook?» Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook. (n=2740)



Alle barn i alderen 9–18 år som svarte at de hadde blokkert noen på de nevnte sosiale mediene, ble også fulgt opp med et spørsmål om hvorfor de blokkerte vedkommende. Det er hovedsakelig tre årsaker at barn blokkerer personer i sosiale medier:

- **«Liker ikke personen»:** Enkelte av respondentene refererer til at de blokkerer personer de av ulike grunner ikke liker. Dette er ofte personer de kjenner til.

«Konflikter i det virkelige liv som har vært for ødeleggende til at det var nødvendig å stoppe all kontakt.»

(jente, 17 år)

«Kommer jo an på situasjonen, om det bare er noen du ikke vil ha på vennelista liksom.»

(Gutt, 15 år)

- **«Spam/Scam»:** En høy andel av barna som har blokkert noen på sosiale medier, viser til at de blokkerer «spam» eller «scam».

«Pornoroboter, folk jeg ikke liker / ikke kjenner. Folk som driver scam. Blokkerer pornoboter daglig på instagram, det er et problem.»

(gutt, 16 år)

«Spam eller folk jeg ikke kjenner som vil følge meg.»

(jente, 17 år)

- **«Upassende / uhyggelige henvendelser»:** Den største andelen av barna begrunner blokkering med at de har mottatt «upassende» innhold, som oftest fra personer de ikke kjenner.

«upassende bilder og meldinger. Ville bli min suger daddy. var ekkel og spurte om nudes. unwanted dickpics.»

(jente, 17 år)

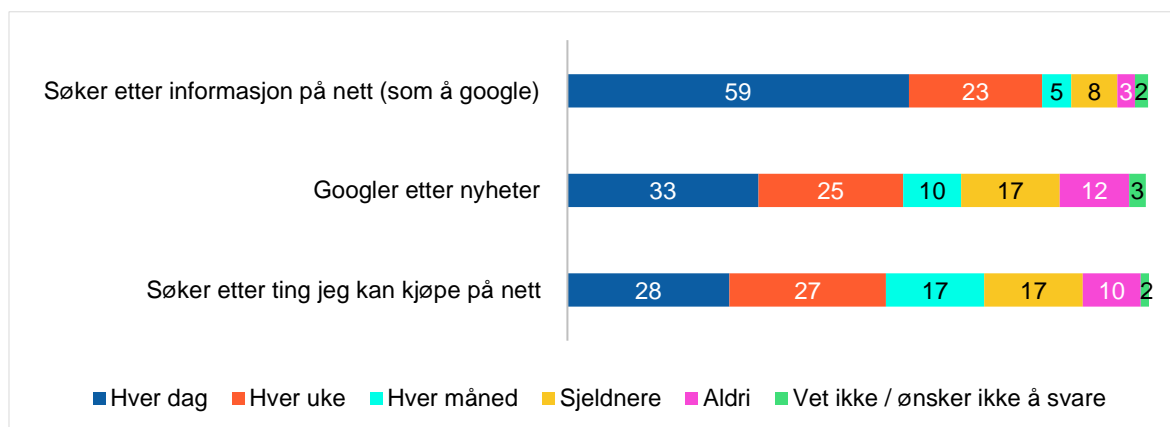
«Utga seg for å være yngre enn det de var, og kommenterte en del på kroppen min.»

(jente, 14 år).

Andre aktiviteter barn og unge gjør på nett

De 9–18-åringene som bruker sosiale medier, fikk også spørsmål om hvor ofte de søker etter ting de kan kjøpe, «googler» etter nyheter og søker etter informasjon på nett.

Figur 30: «Hvor ofte gjør du dette på nettet?» Prosentandel av 9–18-åringene. (n=2850)

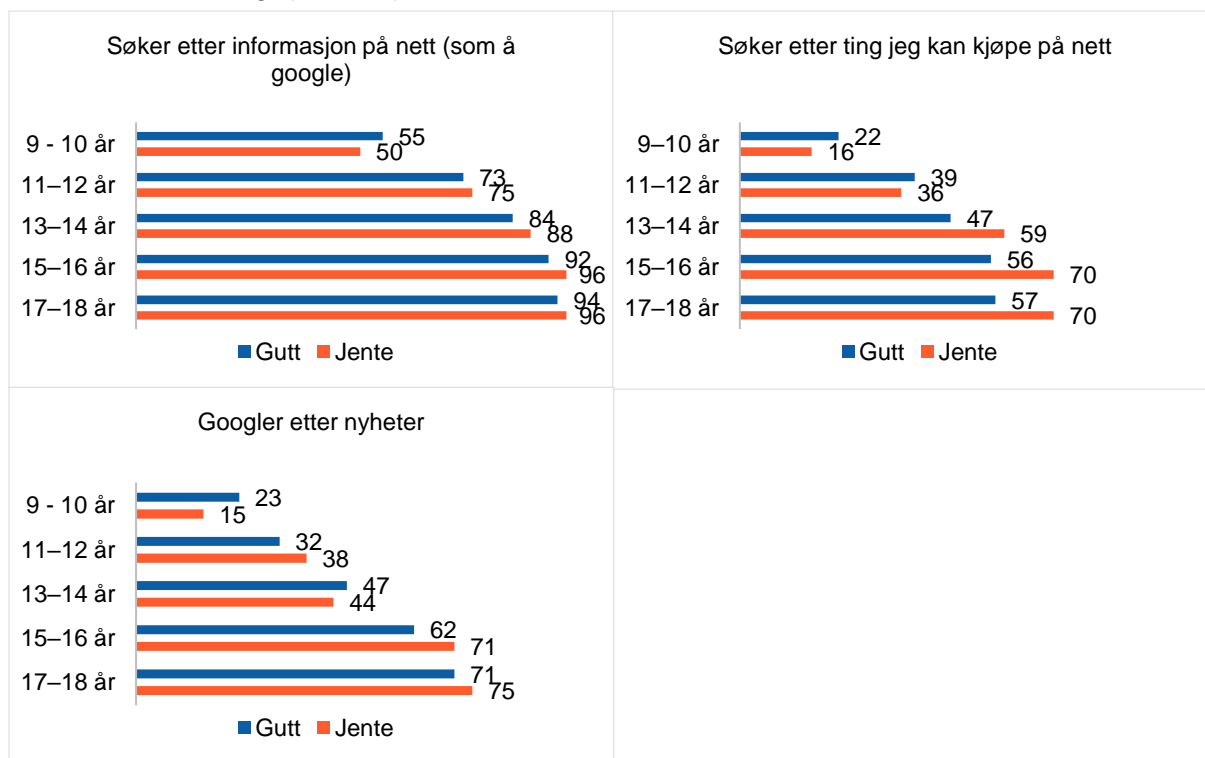


Søke etter informasjon: Nesten seks av ti 9–18-åringene søker daglig etter informasjon på nettet (59 prosent), og over åtte av ti gjør dette minst ukentlig (82 prosent). Sammenlignet med 2020 er det signifikant flere som gjør denne aktiviteten. Vi finner en økning på 7 prosentpoeng som søker etter informasjon daglig, men det ukentlige nivået er likt som i 2020. Tar vi utgangspunkt i den ukentlige aktiviteten (figur 31), ser vi at «nesten alle» søker etter informasjon på nettet når de kommer i videregåendealder. Blant gutter i alderen 17–18-år søker 94 prosent etter informasjon på nettet ukentlig, blant jenter i samme alder er tallet 96 prosent. Andelen er klart lavere i yngre grupper, men også blant 9–10-åringene er det over halvparten som søker etter informasjon på nettet ukentlig. Andelen er relativt lik for jenter og gutter.

Google etter nyheter: Over tre av ti barn/unge (9–18 år) googler etter nyheter daglig (33 prosent). Nesten seks av ti gjør dette ukentlig (58 prosent). Også her ser vi at denne aktiviteten blir vanligere med alder. Over syv av ti i alderen 15–18 år gjør dette ukentlig. Andelen som googler etter nyheter, er relativt lik mellom jenter og gutter.

Søke etter varer på nettet: I overkant av to av ti i 9–18-årsalderen søker etter ting de kan kjøpe på nettet daglig (23 prosent). Over halvparten gjør dette ukentlig (53 prosent). Det er en generell tendens til at barna gjør de ulike aktivitetene i mer ustrakt grad jo eldre de er. Dette gjelder også varesøk på nettet. Over halvparten av de unge i ungdoms- og videregåendealder søker etter ting de kan kjøpe på nettet ukentlig. På barneskolen er det over en tredjedel. Det er også noen flere jenter som gjør dette, særlig på videregående.

Figur 31: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som gjør ulike aktiviteter på nettet minst ukentlig. (n=2849)



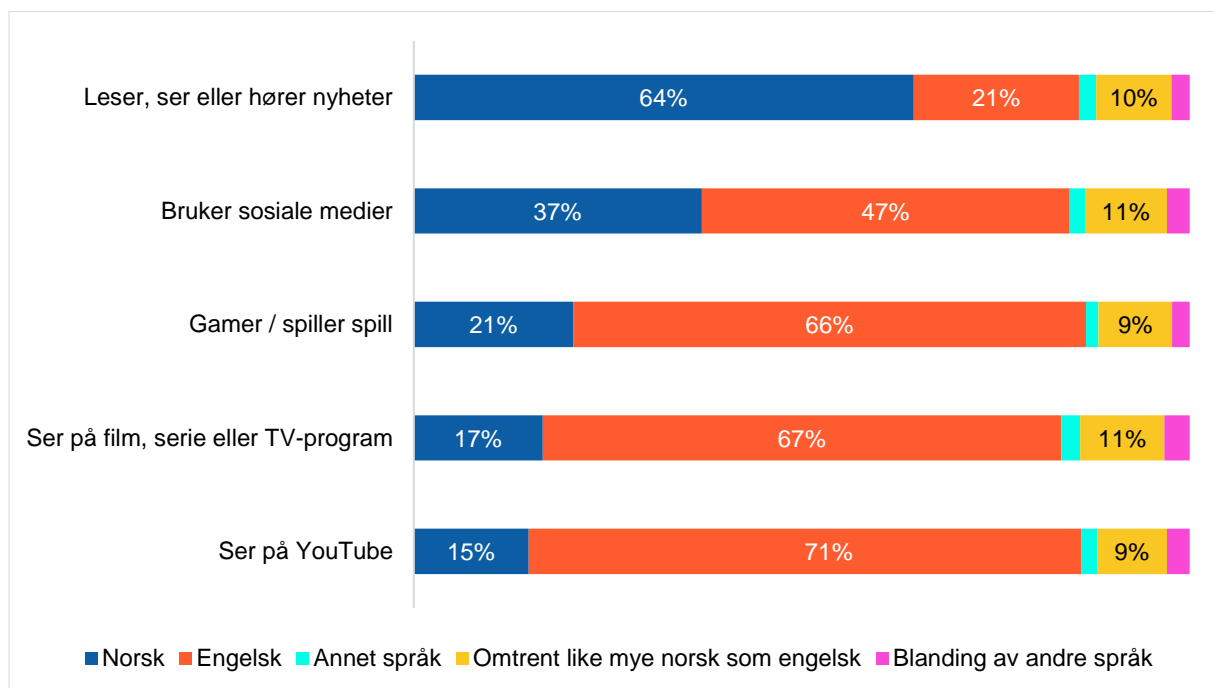
Språk

Sammendrag:

- Barn og unge (9–18 år) bruker mest norsk til å lese, se eller høre nyheter.
- Engelsk er det klart vanligste språket både i spill, film, serie eller tv-program og på YouTube.

Barn og unge i alderen 9–18 år fikk spørsmål om hvilke språk de bruker mest i ulike medier.

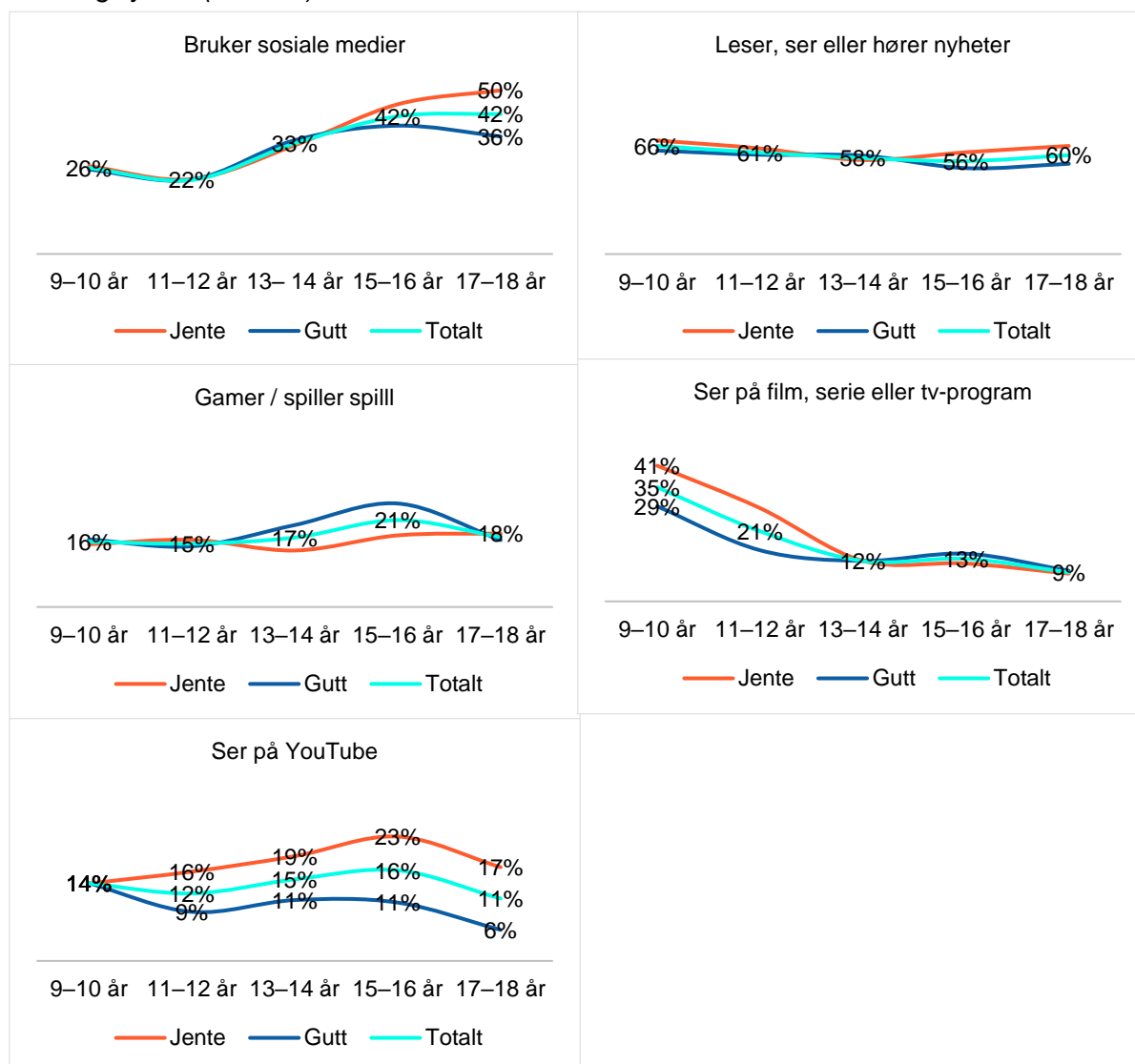
Figur 32: Hvilket språk brukes mest når du ...? Prosentandel 9–18-åringene. De som har svart «Vet ikke / ønsker ikke å svare», er tatt ut av beregningen. (n=3195)



- Norsk er det vanligste språket å lese, se eller høre nyheter på; nesten to av tre 9–18-åringene (64 prosent) bruker norsk mest når de oppdaterer seg på nyheter. I 2020-undersøkelsen var det 68 prosent som brukte norsk mest til dette formålet.
- I 2020-undersøkelsen var norsk det mest brukte språket i sosiale medier (44 prosent). I årets undersøkelse har denne andelen falt med 7 prosentpoeng til 37 prosent. Den største andelen av barna bruker «kun engelsk» på sosiale medier (47 prosent). Andelen som svarte «omtrent like mye norsk som engelsk» var på 19 prosent i 2020, i 2022 er andelen nede i 11 prosent.
- Engelsk er det klart vanligste språket både i spill, film, serie eller tv-program og på YouTube. Nesten syv av ti av barna i alderen 9–18 år svarer at de bruker mest engelsk når de ser på YouTube, spiller spill og ser på tv, film eller serier.

Sammenlignet med undersøkelsen i 2020 ser vi tendenser til at «norskandelen» er noe lavere på medieaktiviteter som nyhetskonsum (68 prosent i 2020 mot 64 prosent i 2022) og bruk av sosiale medier (44 prosent i 2020 mot 37 prosent i år). Videre er en 4 prosentpoengs høyere andel som bruker norsk når de spiller spill (17 prosent i 2020 mot 21 prosent i 2022). De andre medieaktivitetene har samme norskandel som i 2020.

Figur 33: Andel av barn i alderen 9–18 år som svarer at de bruker mest «norsk», brutt ned på alder og kjønn. (n=3195)



Andelen som bruker mest «norsk» når de **bruker sosiale medier**, er tydelig økende med alder. Blant de i alderen 9–12 år er det i overkant av to av ti, blant de i alderen 15–18 år er andelen i overkant av fire av ti. I aldersgruppen 17–18 år er andelen som bruker «norsk» høyere blant jenter (50 prosent) enn gutter (36 prosent).

Andelen som bruker mest «norsk» når de **leser, ser eller hører nyheter**, er svært lik på tvers av aldersgrupper og kjønn. Mens det er 66 prosent som bruker mest «kun norsk» i alderen 9–10 år, er andelen 60 prosent blant 17–18-åringene.

Andelen som bruker mest «norsk» når de **gamer / spiller spill**, er også relativt lik på tvers av kjønn og aldersgrupper. Blant de i alderen 9–12 år er det rundt 15 prosent som bruker mest «norsk», blant de i alderen 15–16 år er andelen 21 prosent. Vi ser også av figuren over at andelen som bruker mest «norsk», er svakt høyere blant gutter (19 prosent totalt) enn blant jenter (16 prosent), særlig i alderen 13–16 år.

Andelen som bruker mest «norsk» når de **ser på film, serier eller TV-program**, er fallende med alder. Mens det er 35 prosent som bruker mest «norsk» i alderen 9–10 år, er andelen 9 prosent blant 17–18-åringene. Vi ser også av figuren over at andelen er noe høyere blant jenter (17 prosent totalt) enn gutter (15 prosent totalt), særlig i alderen 9–13 år.

Den største forskjellen i bruken av «norsk» mellom gutter og jenter, finner vi blant de som **ser på YouTube**. 18 prosent av jentene bruker «norsk» når de ser på YouTube, mot 10 prosent av guttene. Forskjellene i andelene som bruker mest «norsk», er stor på tvers av alle aldersgruppene.

Foreldreinvolvering

Sammendrag:

- Foreldre til barn i 9–13-årsalderen aksepterer i større grad at barna deres bruker YouTube enn sosiale medier.
- Ifølge barn er det større aksept blant foreldre at barna deres deler bilder eller videoer på TikTok og Snapchat enn på Instagram. Rundt halvparten av barna i alderen 9–13 år svarer at de får lov til å dele bilder/videoer på TikTok og Snapchat.
- Den vanligste sjekken som barna er kjent med at foreldrene gjør, er å sjekke kjøp barna har gjort i appene sine. En fjerdedel av barn i alderen 9–18 år svarer at foreldre sjekker kjøp i appene deres.
- Over åtte av ti barn i alderen 9–18 år svarer at foreldrene kjenner godt til (svært eller ganske godt) hvilke sosiale medier de bruker.
- 36 prosent av barn i alderen 9–18 år svarer at de har fått regler av sine foreldre for hvordan de kan bruke sosiale medier.
- 15 prosent svarer at de har blokkert foreldrene for å hindre at foreldrene skal se hva de skriver eller deler på sosiale medier.
- Rundt ett av ti barn i alderen 9–18 år svarer at foreldre deler bilder av dem «ofte» i sosiale medier. I overkant av seks av ti svarer at foreldrene gjør dette «noen ganger».
- 27 prosent av barna i alderen 9–18 år har bedt foreldrene om å slette bilder eller videoer av seg selv.
- 16 prosent av barn i alderen 9–18 år har bedt foreldrene om å fjerne informasjon som foreldrene har lagt ut om dem på nett.

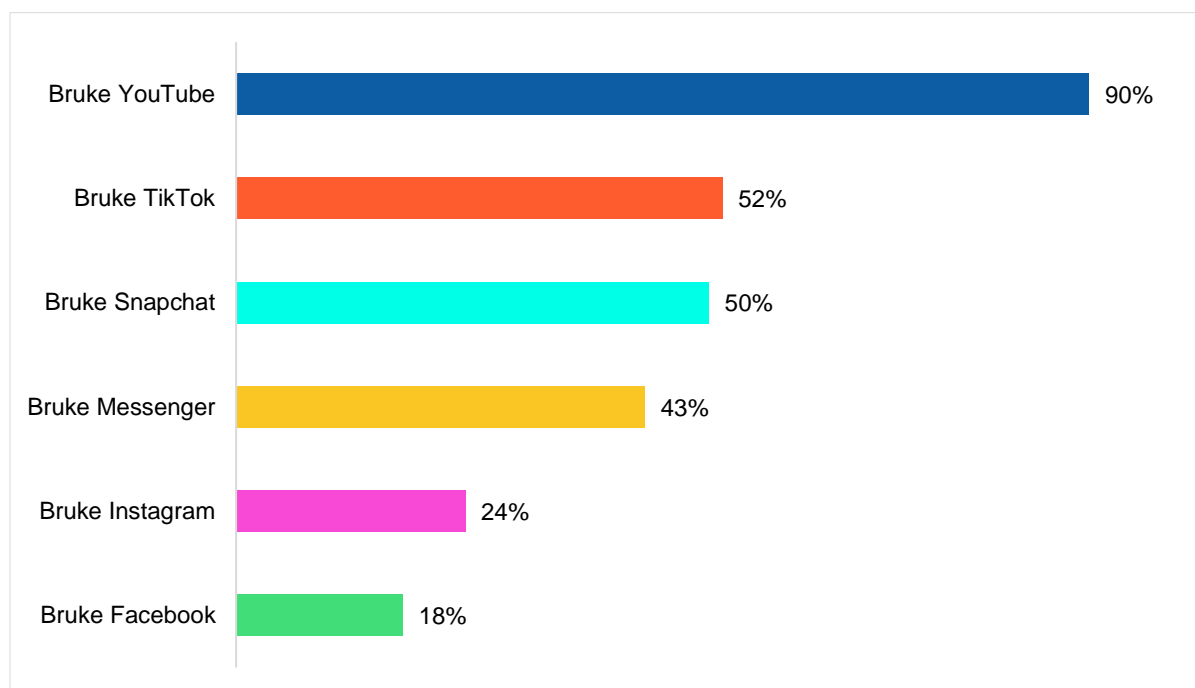
Barn og unge ble bedt om å svare på spørsmål om hvordan foreldre involverer seg i deres mediebruk, og da særlig bruken av sosiale medier.

Får barn i alderen 9–13 år lov til å være på sosiale medier?

9–13-åringene fikk flere spørsmål knyttet til foreldrenes involvering i hva de foretar seg på nett, deriblant om de får lov av foreldrene til å bruke ulike sosiale medier.

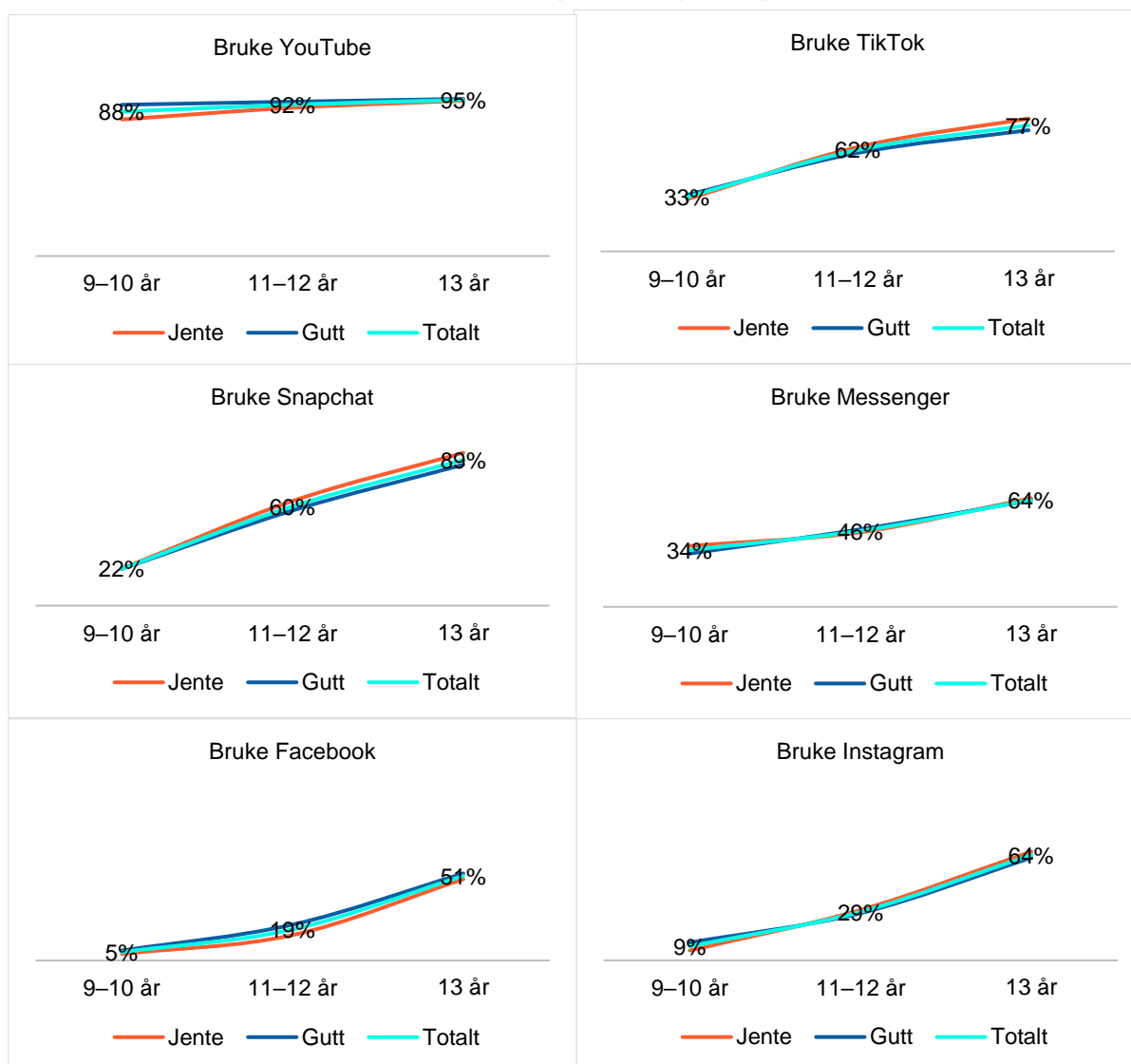
Ifølge barna på 9–13 år er aksepten for bruk av YouTube langt høyere blant foreldre sammenlignet med bruk av sosiale medier. Ni av ti i alderen 9–13 år får lov til å bruke YouTube. Rundt halvparten av barna i denne alderen får lov til å bruke TikTok og Snapchat. Selv om Messenger er meldingstjenesten til Facebook, er det langt flere barn i alderen 9–13 år som får lov av foreldre til å bruke Messenger enn Facebook. Over fire av ti får lov til å bruke Messenger, mens bare 18 prosent får lov til å bruke Facebook. 24 prosent av barna får også lov til å bruke Instagram.

Figur 34: «Får du lov av dine foreldre til å gjøre dette på nett?» Andel 9–13-åringene som får lov til å bruke ulike sosiale medier. (n=994).



Vi finner små eller ingen forskjeller mellom gutter og jenter i andelen som får lov av foreldrene til å bruke de ulike sosiale mediene (se figur 35). Imidlertid er andelen som får lov til å bruke de ulike sosiale mediene, økende med alderen. Unntaket er YouTube, som nesten like mange 9–10-åringene som 13-åringene får lov til å bruke. Foreldre virker å være mest skeptisk til at barna skal bruke Facebook. Kun 5 prosent av 9–10-åringene svarer at de får lov til å bruke tjenesten, og bare cirka halvparten av 13-åringene.

Figur 35: «Får du lov av dine foreldre til å gjøre dette på nettet?» Andel 9–13-åringe som får lov til å bruke ulike sosiale medier, brutt ned på alder. (n=994)

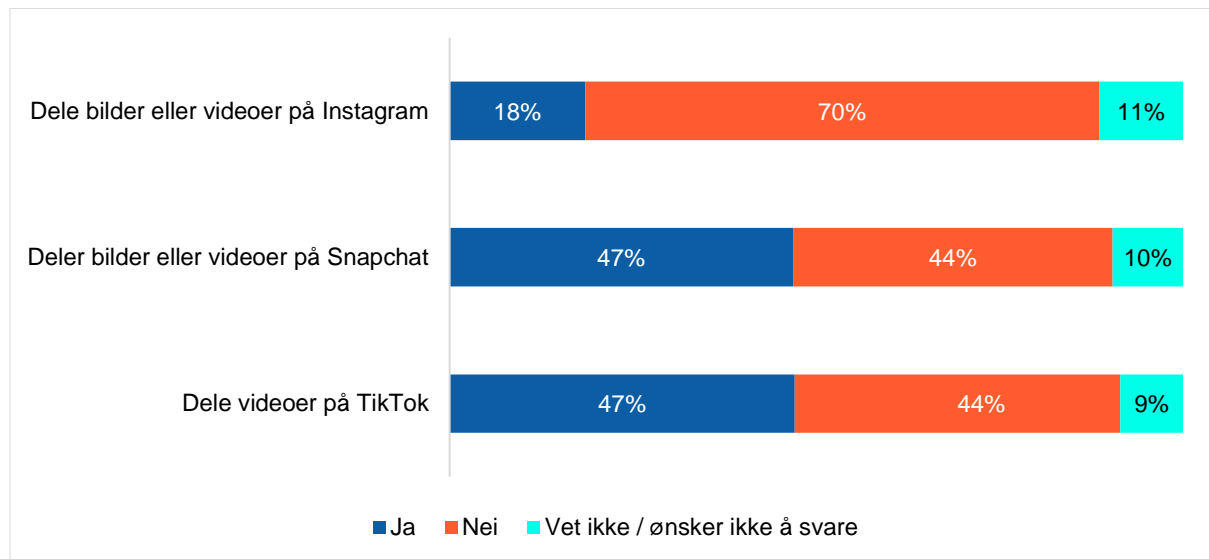


Får barn i alderen 9–13 år lov til å dele bilder/videoer?

Barn i alderen 9–13 år som tidligere hadde oppgitt å bruke sosiale medier som Instagram, Snapchat og/eller TikTok, fikk spørsmål om hvorvidt foreldrene ga dem lov til å dele bilder/videoer her.

Andelen 9–13-åringer som får lov til å dele bilder eller videoer på TikTok og Snapchat, er relativt lik. Nesten halvparten av barna som bruker disse sosiale mediene, får lov av foreldrene. Andelen av disse barna som får lov til å dele bilder/videoer på Instagram, er derimot langt lavere (18 prosent).

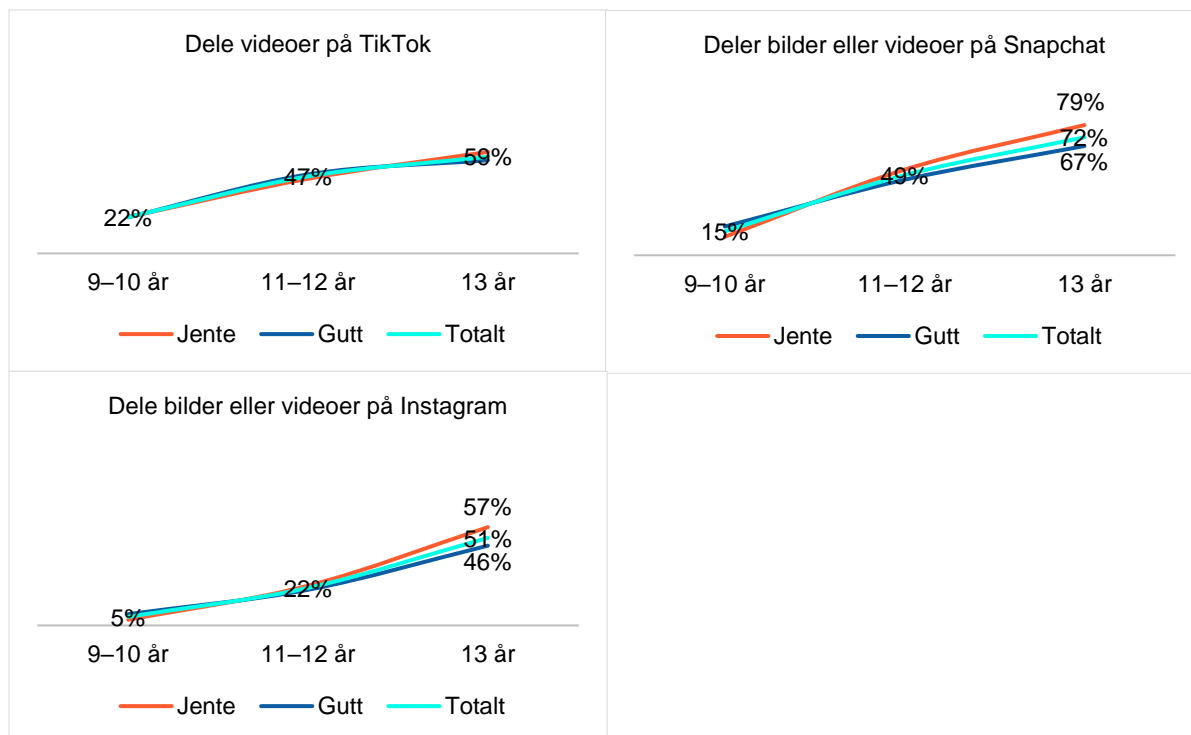
Figur 36: «Får du lov av dine foreldre til å gjøre dette på nettet?» Bilde-/videodeling på sosiale medier. Andel av 9–13-åringer som bruker de aktuelle sosiale mediene. (n=989)



Figur 37 viser at en lav andel 9–10-åringer som bruker sosiale medier får lov av foreldrene å dele bilder/videoer på sosiale medier, mens en høyere andel av 13-åringene får lov til dette.

- TikTok er det sosiale mediet hvor flest 9–10-åringer får lov til å dele bilder/videoer (over to av ti). Blant 13-åringer er det seks av ti som får lov til å gjøre det samme.
- Snapchat er det sosiale mediet hvor flest 13-åringer får lov til å dele bilder/videoer. Over syv av ti 13-åringer får lov til å dele bilder/videoer her, mot kun 15 prosent av 9–10-åringer. Blant jenter er det 79 prosent som får lov til å dele bilder/videoer, mens det blant gutter er 67 prosent.
- Av de tre sosiale mediene vi måler her, er Instagram det sosiale mediet hvor færrest barn i alderen 9–13 år får lov til å dele bilder/videoer. Kun 5 prosent av barn i alderen 9–10 år får lov til å dele, og rundt halvparten av 13-åringene. Det er noen flere jenter enn gutter i 13-årsalderen som får lov av foreldrene å dele bilder/videoer på Instagram (57 prosent mot 46 prosent).

Figur 37: «Får du lov av dine foreldre til å gjøre dette på nett?» Bilde- og videodeling på sosiale medier. Andel av 9–13-åringene som bruker de aktuelle sosiale mediene, brutt ned på kjønn og alder. (n=989)

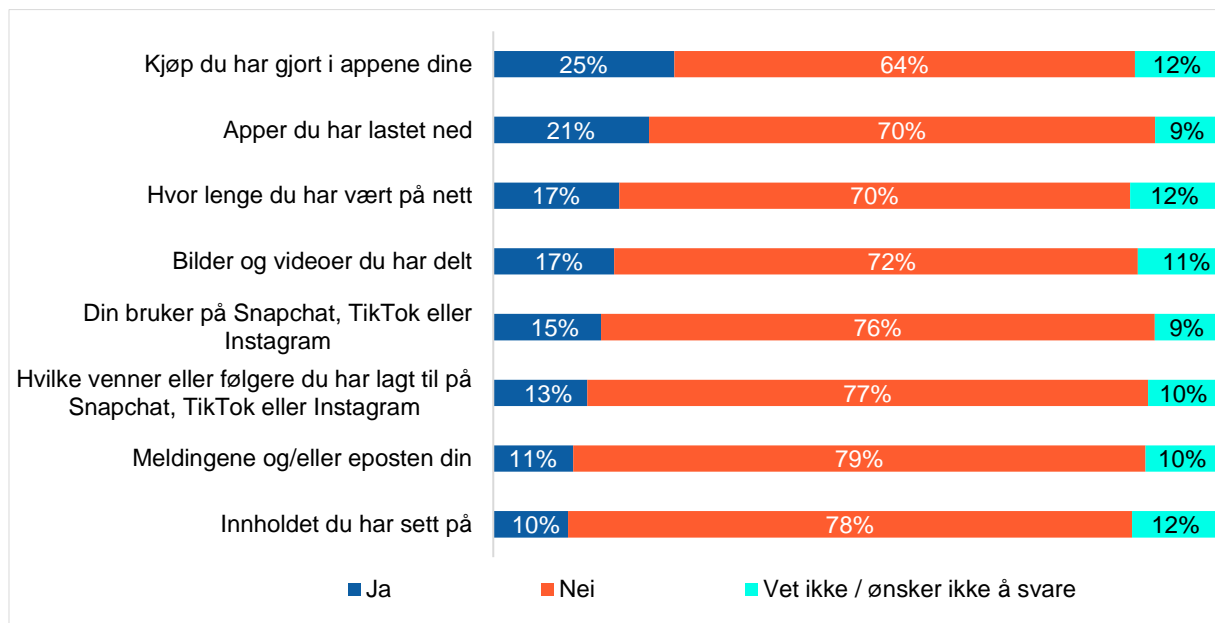


Sjekker foreldrene barnets nettbruk?

Alle barn i alderen 9–18 år ble spurt om foreldrene deres pleier å sjekke hva de har gjort på nett.

Det er viktig å være klar over at foreldre kan gjøre sjekker, uten at barna er klar over dette. Resultatene her baserer seg kun på hva barna svarer. Den vanligste sjekken som barna er klar over at foreldrene gjør, er å sjekke kjøp barna har gjort i appene sine. En fjerdedel av barna svarer at foreldrene gjør dette. To av ti barn svarer at foreldrene sjekker appene de har lastet ned. 17 prosent svarer at foreldrene sjekker hvor lenge de har vært på nettet og bilder/videoer de har delt. 15 prosent av barna svarer at foreldrene sjekker brukeren deres på sosiale medier, 13 prosent at foreldrene sjekker hvilke venner/følgere de har på sosiale medier, 11 prosent at foreldrene sjekker meldinger og/eller e-post, og 10 prosent sjekker hvilket innhold barna har sett på.

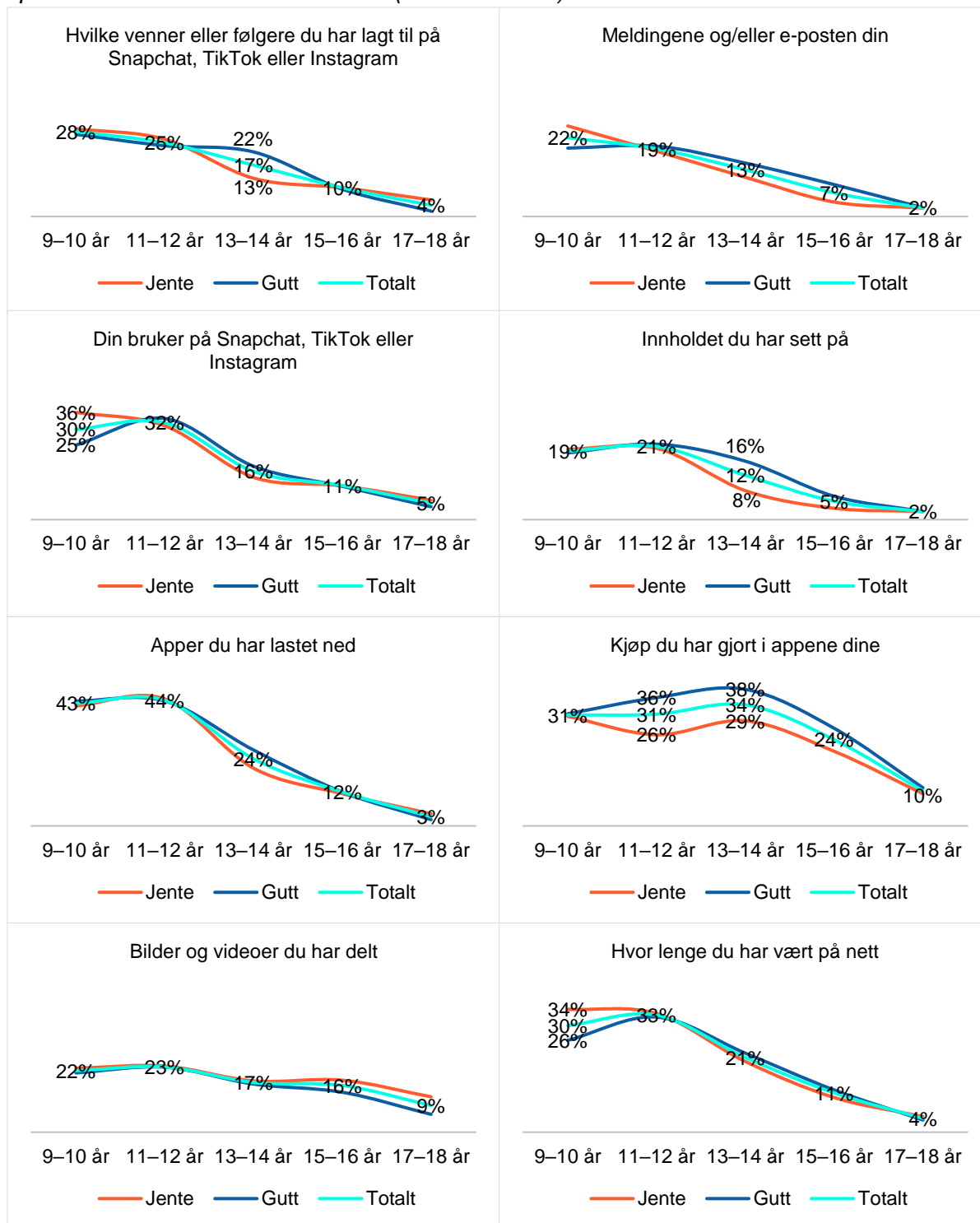
Figur 38: «Sjekker foreldrene dine dette etter at du har vært på nettet?» Prosentandel av 9–18-åringene. Kun de 9–18-åringene som bruker Snapchat, TikTok og/eller Instagram har fått spørsmålene som omhandler dette. (n= 2697–3195)



Vi finner små forskjeller mellom jenter og gutter når det gjelder andelen barn som svarer at deres foreldre gjør ulike sjekker av deres nettbruk. Ser vi derimot nærmere på aldersgruppene, finner vi store forskjeller mellom yngre og eldre grupper.

- Andelen barn som svarer at foreldre gjør ulike sjekker av deres nettbruk, er gjennomgående høyest hos yngre aldersgrupper og lavere hos de eldste.
- Rundt tre av ti barn i 9–10-årsalderen som bruker sosiale medier, svarer at deres foreldre sjekker hvilke venner eller følgere de har lagt til på Snapchat, TikTok eller Instagram. Fra og med 15-årsalderen er andelen 10 prosent eller lavere. I 13–14-årsalderen er det 22 prosent av guttene som svarer at foreldrene gjør denne sjekken, mot kun 13 prosent av jentene.
- Rundt to av ti barn i 9–10-årsalderen svarer at deres foreldre sjekker meldinger og/eller e-posten deres. Fra og med 15-årsalder er andelen under 10 prosent.

Figur 39: «Sjekker foreldrene dine dette etter at du har vært på nettet?» Prosentandel av 9–18-åringene. Kun de 9–18-åringene som bruker Snapchat, TikTok og/eller Instagram har fått spørsmålene som omhandler dette. (n= 2697–3195)



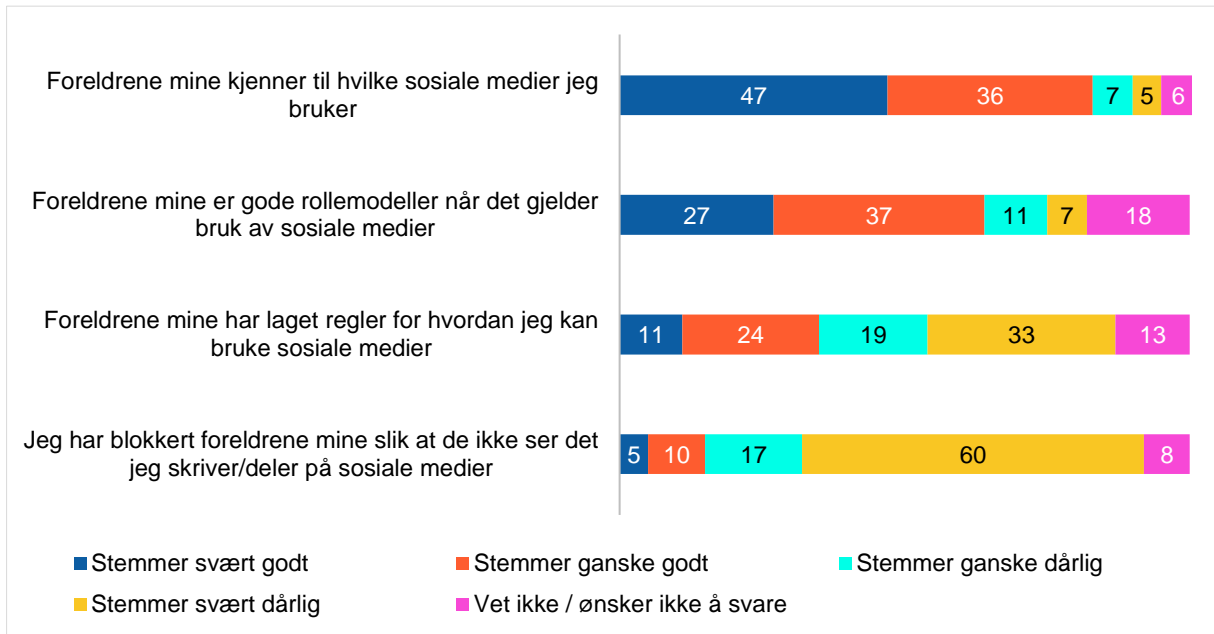
- Tre av ti barn i 9–10-årsalderen svarer at foreldrene sjekker brukeren deres på Snapchat, TikTok eller Instagram. Flere jenter (36 prosent) enn gutter (25 prosent) i denne alderen svarer at foreldrene gjør denne sjekken. Fra og med 15-årsalderen er andelen 11 prosent eller lavere.

- To av ti i alderen 9–10 år svarer at foreldrene sjekker innholdet de har sett på nett. Fra og med 15-årsalderen er andelen 5 prosent eller lavere. I 13–14-årsalderen er det langt flere gutter (16 prosent) som svarer at foreldrene sjekker dette enn jenter (8 prosent).
- Over fire av ti barn i 9–10-årsalderen svarer at foreldrene sjekker apper de har lastet ned. Fra og med 15-årsalder er andelen 12 prosent eller lavere.
- Over tre av ti barn i 9–10-årsalderen svarer at foreldrene sjekker kjøp de har gjort i appene sine. Her er imidlertid andelen høyest hos 13–14-åringene hvor 34 prosent svarer at foreldrene gjør denne sjekken. Det er også langt flere gutter enn jenter som svarer at foreldrene gjør denne sjekken (28 prosent mot 22 prosent), særlig i alderen 11–14 år. Når barnet er 17–18 år er det bare 10 prosent som svarer at foreldrene gjør denne sjekken.
- Over to av ti barn i 9–10-årsalderen svarer at foreldrene sjekker bilder og videoer de har delt. Fra og med 15-årsalder er andelen 16 prosent.
- Tre av ti barn i 9–10-årsalderen svarer at deres foreldre sjekker hvor lenge de har vært på nett. Her er andelen noe høyere hos jenter (34 prosent) enn hos gutter (26 prosent). Fra og med 15-årsalder er andelen 11 prosent eller lavere.

Foreldreinvolvering i sosiale medier

Barn og unge i alderen 9–18 år som bruker sosiale medier, ble bedt om å ta stilling til ulike utsagn om hvordan foreldrene involverer seg i deres bruk av sosiale medier.

Figur 40: «Hvor godt stemmer det som står nedenfor, for deg?» Prosentandel av 9–18-åringene som bruker sosiale medier. (n=2842)

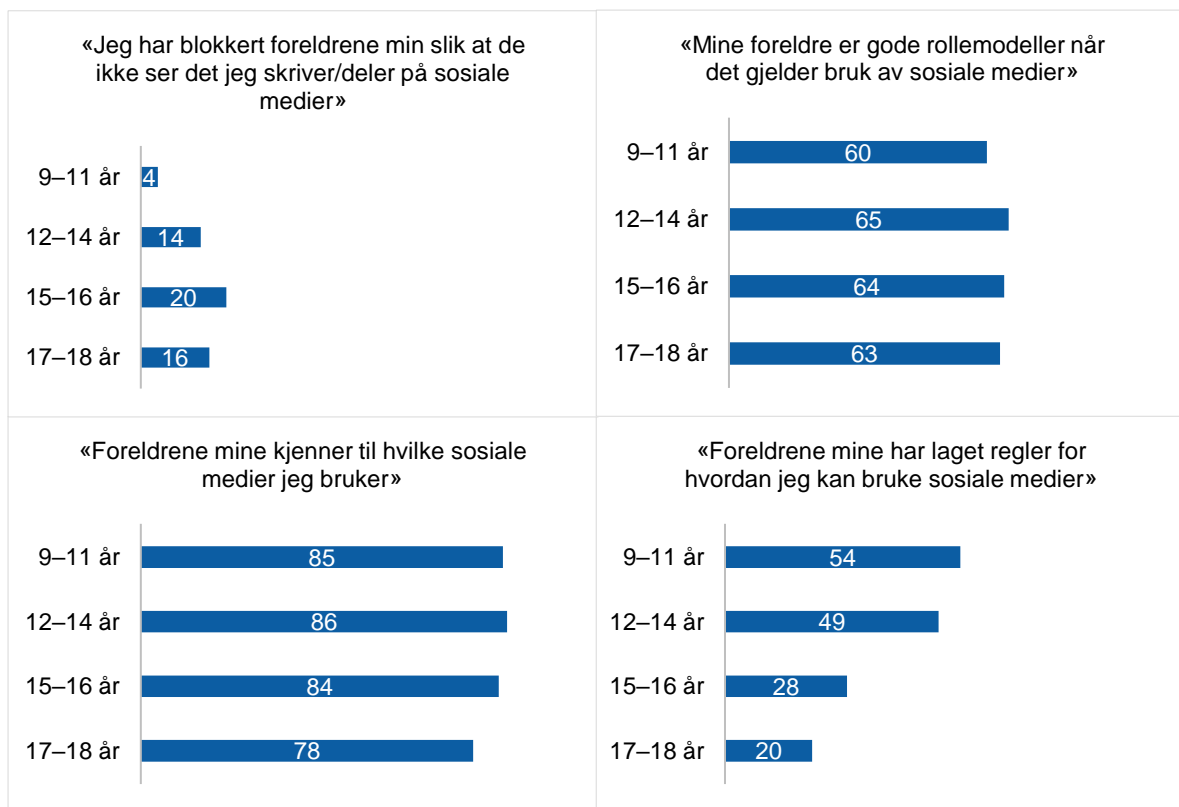


Over åtte av ti svarer at foreldrene kjenner godt til (svært eller ganske godt) hvilke sosiale medier de bruker (83 prosent). 12 prosent mener foreldrene kjenner dårlig til dette. Basert på responsen til unge brukere av sosiale medier, synes foreldrenes kjennskap til hvilke sosiale medier barna bruker, å være forholdsvis lik på tvers av aldersgrupper, kjønn og geografiske områder. Nesten ni av ti jenter mener foreldrene deres kjenner til hvilke sosiale medier de bruker (88 prosent), mens i underkant av åtte av ti gutter mener det samme (78 prosent).

15 prosent svarer at de har blokkert foreldrene for å hindre at foreldrene skal se hva de skriver eller deler på sosiale medier. Blant barn i alderen 9–11 år er det kun 4 prosent som svarer at de har blokkert foreldrene, blant 15–16 åringene er det 20 prosent. Majoriteten av barn/unge mener også at foreldrene er gode rollemodeller gjennom foreldrenes egen bruk av sosiale medier. 64 prosent av de unge mener dette, og kun 18 prosent mener det ikke stemmer at deres foreldre er gode rollemodeller. Andelen er også relativ lik på tvers av aldersgrupper, kjønn og om man bor i by eller på landet.

36 prosent av barn og unge svarer at de har fått regler av foreldrene om hvordan de kan bruke sosiale medier. Andelen som har regler for bruk av sosiale medier, er langt høyere hos de yngste barna sammenlignet med de eldste. Blant 9–11-åringene er det over halvparten som har regler for bruk av sosiale medier, blant de i alderen 17–18 år er det to av ti som svarer at de har fått regler av foreldrene.

Figur 41: «Hvor godt stemmer det som står nedenfor, for deg?» Andel som svarer at det stemmer svært – eller ganske godt, brutt ned på alder.

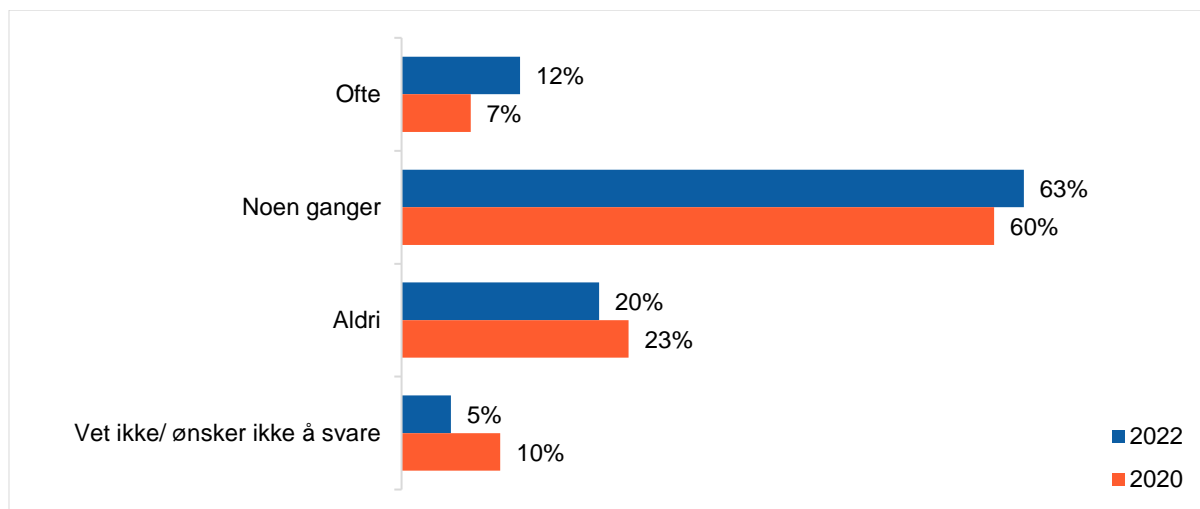


Pleier foreldrene å dele bilder/videoer av barna i sosiale medier?

Alle barn i alderen 9–18 år fikk spørsmål om foreldrene deres pleier å dele bilder/videoer av dem i sosiale medier, som Instagram, Facebook eller Snapchat. Rundt én av ti svarer at foreldre «ofte» deler bilder av dem i sosiale medier. I overkant av seks av ti svarer at foreldrene gjør dette «noen ganger». To av ti svarer at foreldrene «aldri» gjør dette, og 5 prosent svarer «vet ikke».

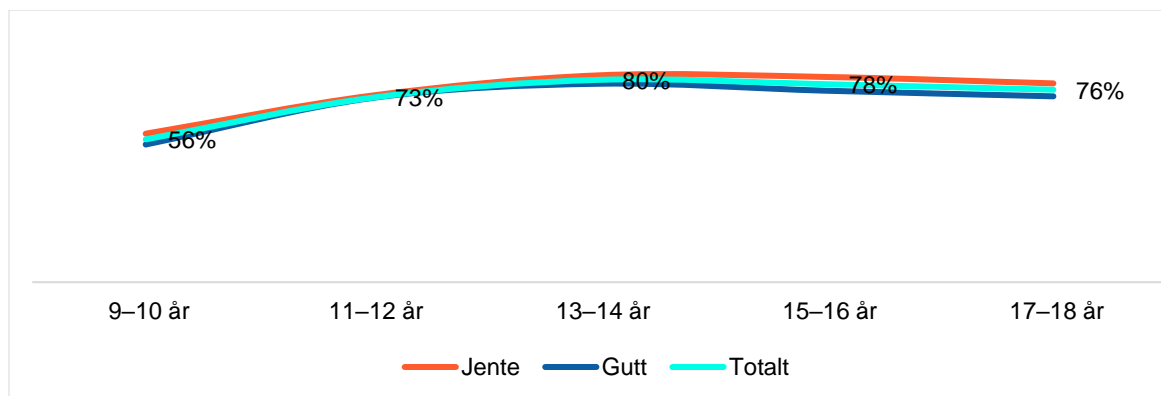
I 2020-undersøkelsen svarte 67 prosent av 9–18-åringene at foreldrene deres delte bilder/videoer av dem «ofte» eller «noen ganger». I 2022 er resultatet 8 prosentpoeng høyere – 75 prosent.

Figur 42: «Pleier foreldrene dine å dele bilder/videoer av deg i sosiale medier, som Instagram, Facebook eller Snapchat?»⁷. Andel 9–18-åringene. (n=3195)



Ser vi på alder og kjønn, finner vi at det er flest i alderen 13–14 år som svarer at de har foreldre som deler bilder/videoer av dem i sosiale medier som Facebook, Instagram eller Snapchat «ofte» eller «noen ganger». Åtte av ti i denne alderen svarer at foreldre har delt bilder/videoer av dem «ofte» eller «noen ganger». Tilsvarende tall blant 9–10-åringene er 56 prosent. Det er svært liten forskjell mellom gutter og jenter (se figur 43).

Figur 43: Andel barn som svarer at foreldre deler bilder/videoer «ofte» eller «noen ganger», brutt ned på alder og kjønn. (n=3195)

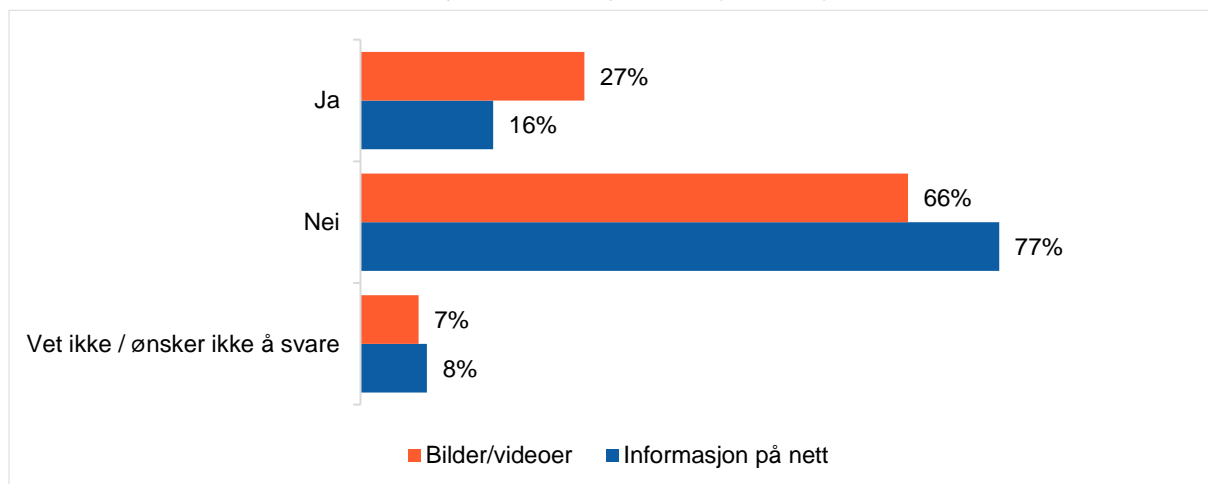


Ber barn foreldre om å slette bilder/videoer?

27 prosent av barna i alderen 9–18 år har bedt foreldrene sine om å slette bilder eller videoer av seg selv. En lavere andel har bedt foreldrene om å fjerne informasjon som foreldrene har lagt ut om dem på nettet (16 prosent). I underkant av én av ti svarer «vet ikke».

⁷ I 2020 var spørsmålet «Hvor ofte deler foreldrene dine bilde(r) av deg på Instagram, Facebook eller Snapchat?»

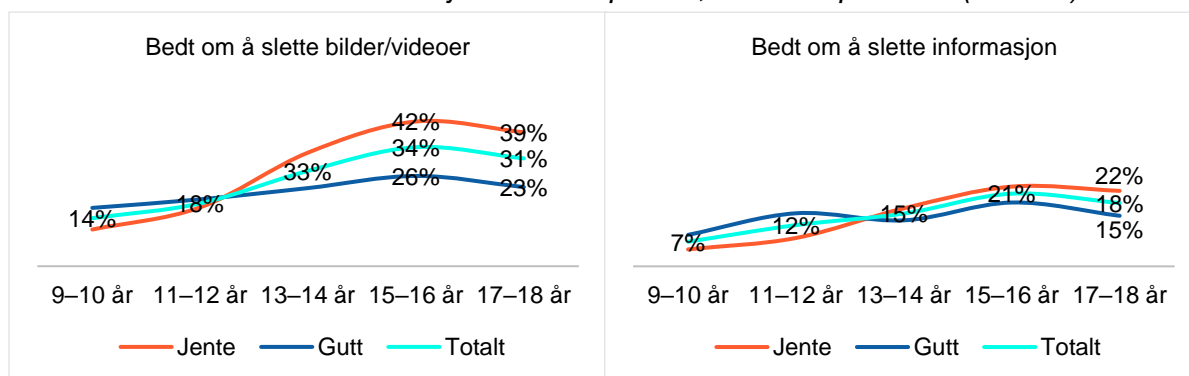
Figur 44: Prosentandel av barn i alderen 9–18 år som oppgir at de har bedt foreldre om å slette bilder/videoer eller informasjon om dem på nett. (n=3195).



Andelen som har bedt foreldrene sine om å slette bilder eller videoer, er stigende med alder. Blant 9–10-åringene er det i overkant av én av ti som har gjort dette, men blant 15–18-åringene er det over tre av ti. Andelen er også langt høyere blant jenter enn gutter. Særlig ser vi dette fra og med 15-årsalderen, hvor rundt fire av ti jenter har bedt foreldrene slette bilder/videoer, mens bare i overkant av to av ti av guttene har gjort det.

Figur 45 viser at skillene i alder og kjønn ikke er like sterke når vi ser på andelen barn som har bedt foreldrene slette informasjon. 7 prosent av barn i alderen 9–10 år har bedt foreldrene slette informasjon, mot 21 prosent i alderen 15–16 år, hvor vi finner den høyeste andelen barn som har gjort dette. Det er heller ikke store skiller mellom gutter og jenter, men størst skille finner vi i aldersgruppen 17–18 år, hvor 22 prosent jenter og 15 prosent gutter har bedt foreldre om å slette informasjon om dem på nett.

Figur 45: Prosentandel av barn i alderen 9–18 år som oppgir at de har bedt foreldre om å slette bilder/videoer eller informasjon om dem på nett, brutt ned på alder. (n=3195).



Barn og unge som svarte at de hadde bedt foreldrene om å slette bilder av dem på nett, fikk også spørsmål om *hvorfor* de ba om dette. Barna ble bedt om å skrive inn årsaken. Det er hovedsakelig tre årsaker til at barn ber foreldre om å slette bilder av dem:

- **«Bildene var stygge»:** Den vanligste grunnen til at barn ber foreldre slette bildene av dem på nett, er at bildene ikke er fine nok.
- **«Kleint»:** En høy andel av barna bruker ordet «kleint» eller «flaut» for å beskrive hvordan det oppleves at foreldre legger ut bilder av dem, og at de derfor ber foreldrene slette bilder.
- **«De spurte ikke først»:** En del av barna viser til at de har oppdaget at foreldrene har lagt ut bilder av dem på nett, uten at de var klar over dette. Dette omtales som et «brudd på avtalen», og barna ber derfor foreldrene om å slette bildene.

Barn og unges nyhetsbruk

Sammendrag

- De aller fleste 9–18-åringene får med seg nyheter i større eller mindre grad: 97 prosent ofte eller av og til.⁸ Nyhetsbruken er lavere jo yngre barna er. Blant 17–18-åringene får «alle» med seg nyheter (99 prosent). Blant 9–10-åringene er det 6 prosent som svarer at de ikke får med seg nyheter i det hele tatt.
- Sosiale medier og tv er de vanligste kanalene for nyhetsoppdatering for 9–18-åringene: 89 prosent får nyheter ofte eller av og til på tv, mens 88 prosent får med seg nyheter fra sosiale medier.
- Når vi ser på gruppen samlet, får en høyest andel 9–18-åringene med seg nyheter fra sosiale medier som Snapchat, TikTok og YouTube: 66 prosent får med seg nyheter fra Snapchat, 65 prosent fra TikTok og 62 prosent fra YouTube. For barneskolebarna er YouTube og TikTok de sosiale mediene flest bruker for nyhetsoppdatering. For tenåringene er Snapchat, TikTok og Instagram de sosiale mediene en høyest andel får nyheter fra.
- En høy andel barn og unge bruker de redaktørstyrte nyhetsmediene NRK, VG og TV 2 til nyhetsoppdateringer: 77 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter fra NRK ofte eller av og til, mens 69 prosent får med seg nyheter fra VG ofte eller av og til.⁹
- De nære relasjonene spiller også en vesentlig rolle i barn og unges nyhetsoppdatering: 93 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter fra foreldrene, 91 prosent fra venner og 87 prosent fra lærere/skolen.
- Nyhetstypene en høyest andel barn og unge definerer som interessante, er nyheter fra utlandet (57 prosent), deretter følger nyheter fra Norge (51 prosent) og lokale nyheter «fra der jeg bor» (49 prosent).
- Omtrent fire av ti er interessert i sport, kriminalitet/vold og underholdning/kjendiser. Rundt to av ti er interessert i klima/miljø, kultur/kunst og mote. Omtrent en av fire barn og unge svarer at de er interessert i politikk (26 prosent).

⁸ I undersøkelsen er det overlatt til respondentene selv å definere hva en nyhet er. Respondentene eksponeres ikke for noen definisjon i forkant av sitt svar. Med andre ord har de ulike respondentene trolig lagt til grunn ulike definisjoner av nyhetsbegrepet.

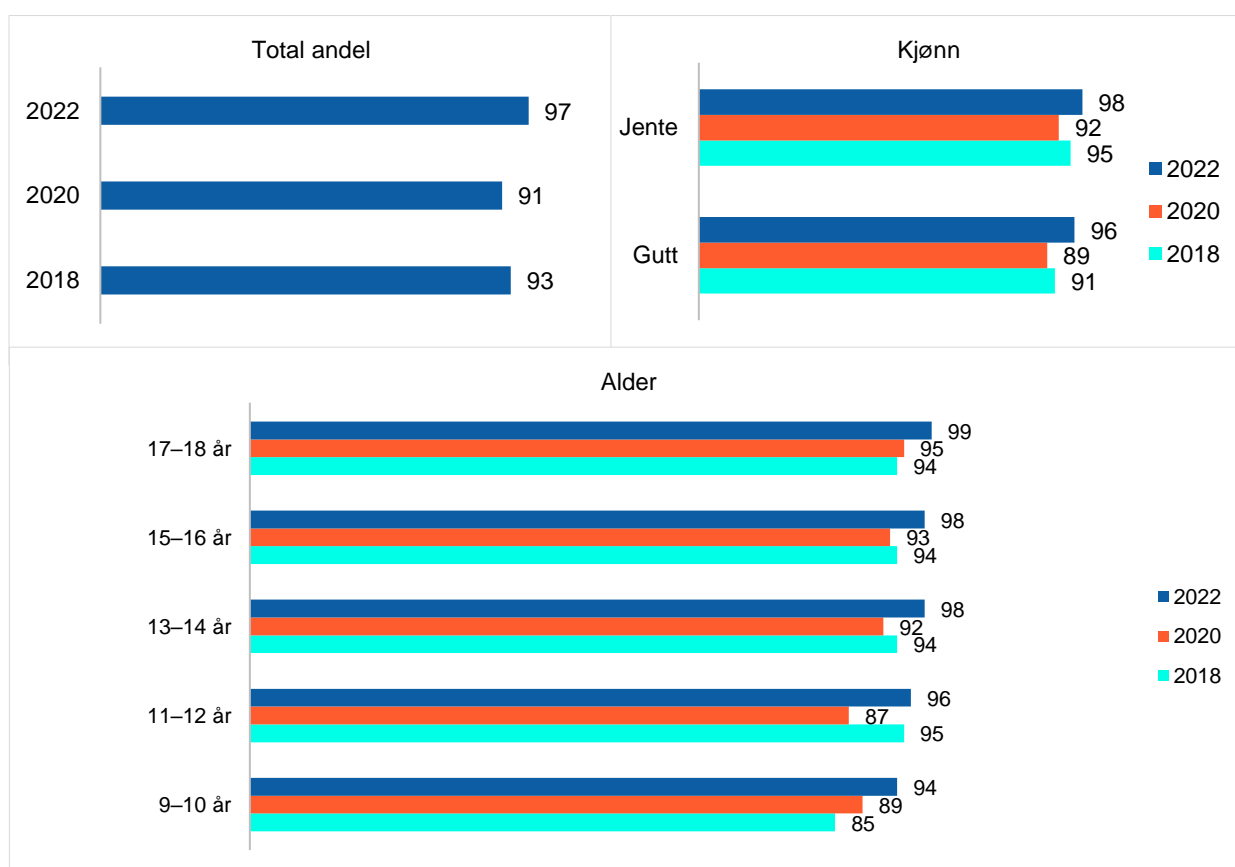
⁹ I dette spørsmålet har vi spurt om de unge får med seg nyheter fra medier som NRK, TV 2 og VG, uten å spesifisere plattform innenfor de ulike mediene, som for eksempel NRK TV, NRKs nettside eller NRK i sosiale medier. Det er kun inkludert et begrenset utvalg av norske redaktørstyrte medier på grunn av undersøkelsens omfang. Følgende medier er med i dette spørsmål: NRK, TV 2, VG, Aftenposten junior, Aftenposten (ikke junior), lokalavisen og Supernytt.

Får barn og unge med seg nyheter?

I undersøkelsen ble det stilt spørsmål om barn og unge får med seg nyheter, hvilke kanaler de bruker til å oppdatere seg på nyheter, og hva slags type nyheter de er interessert i.

De aller fleste 9–18-åringene får med seg nyheter i større eller mindre grad¹⁰. Kun 3 prosent svarer at de ikke får med seg nyheter i det hele tatt¹¹. Ikke desto mindre er det store forskjeller i type nyheter som barn og unge har et forhold til, hvilke plattformer de henter nyhetene fra, hvilke nyhetskilder de bruker, og hvem de snakker om nyheter med. Nyhetsbruken er lavere jo yngre barna er. Blant 17–18-åringene får «alle» med seg nyheter (99 prosent). Blant 9–10-åringene er det 94 prosent som får med seg nyheter.

Figur 46: Total andel som «får med seg nyheter» fra nettaviser, papiraviser, sosiale medier, podkast/radio eller TV, «ofte» eller «av og til» (se fotnote angående metodejustering). Prosentandel 9–18-åringene som leser, hører eller ser nyheter uavhengig av plattform. Tidsserie fra 2018–2022. Med nedbrytninger på alder og kjønn. (n=3149)



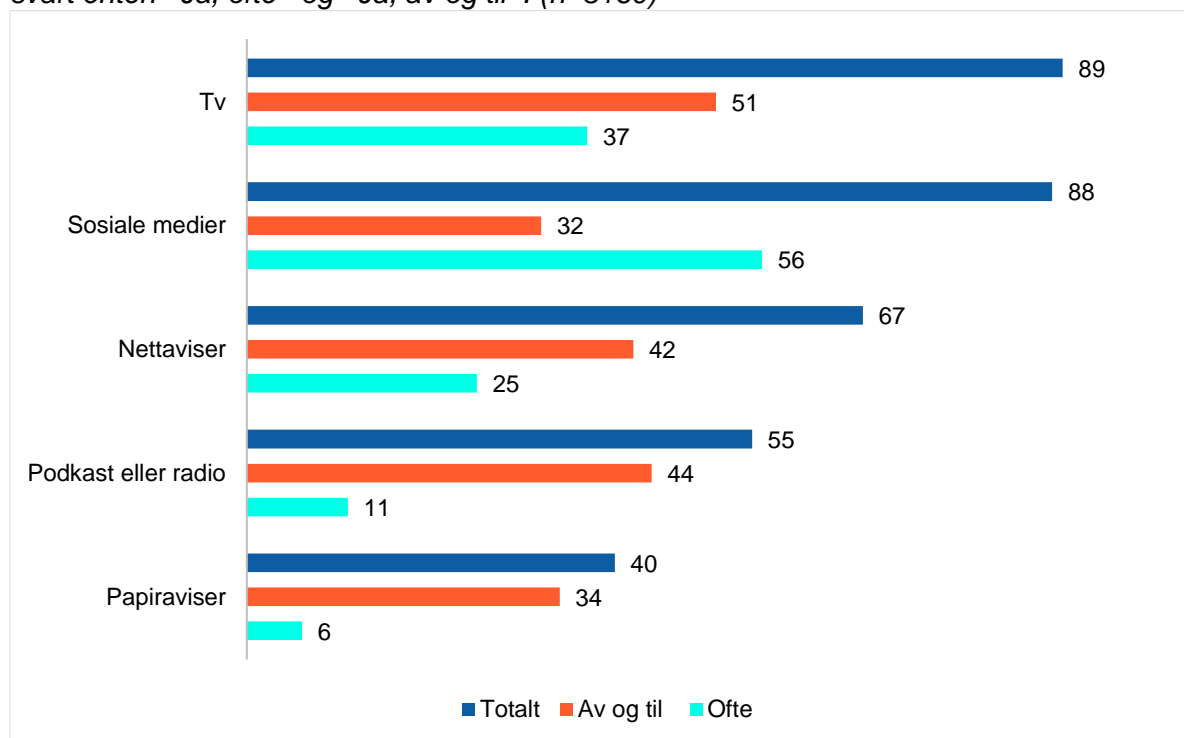
¹⁰ I undersøkelsen er det overlatt til respondentene selv å definere hva en nyhet er. Respondentene eksponeres ikke for noen definisjon i forkant av sitt svar. Med andre ord har de ulike respondentene trolig lagt til grunn ulike definisjoner av nyhetsbegrepet.

¹¹ Spørsmålet som ligger til grunn for beregningen, er justert fra tidligere runder. Tidligere ble andelen som får med seg til nyheter, definert ut fra de som svarte at de «leser, hører eller ser på nyheter», enten «ofte» eller «av og til», på en av plattformene nettaviser, papiraviser, sosiale medier, podkast/radio, tv eller at de så på nyheter på Supernytt. I 2022 brukes spørsmålet: «Får du med deg nyheter fra...» Totalandelen beregnes ut fra de som svarer «ofte» eller «av og til» på minst én av plattformene. Vi kan ikke se bort fra at årets resultat skyldes endring i formulering, når vi sammenligner med tidligere runder av undersøkelsen.

Hvor ser barn og unge nyheter?

Tv og sosiale medier er de nyhetskanalene flest 9–18-åringene får nyheter fra: 89 prosent svarer at de får med seg nyheter fra tv ofte eller av og til, mens 88 prosent får nyheter fra sosiale medier ofte eller av og til. Sosiale medier er den plattformen en høyest andel barn og unge får nyheter ofte fra (56 prosent).

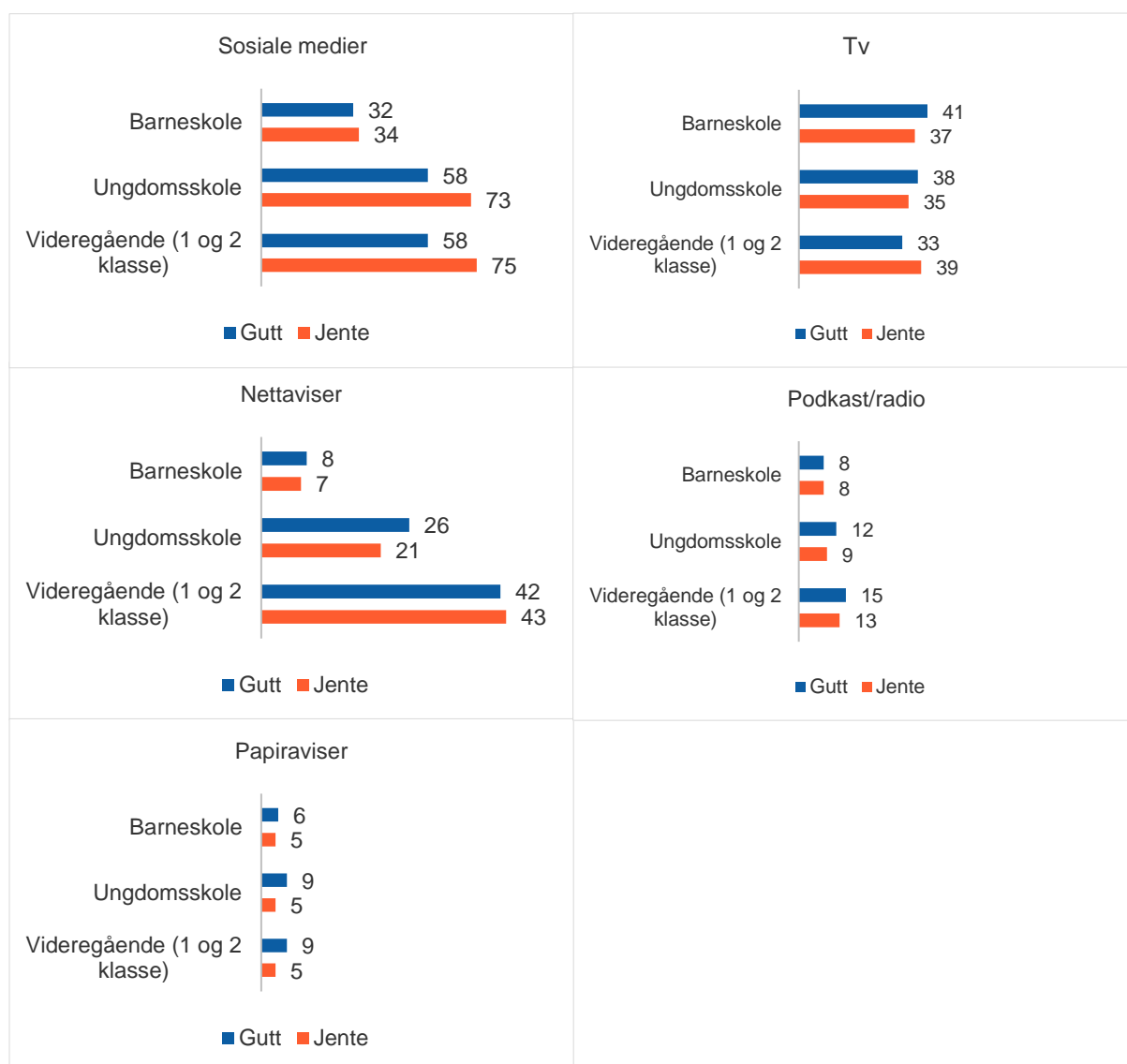
Figur 47: «Får du med deg nyheter fra ...?». Prosentandelen av de mellom 9–18 år som har svart enten «Ja, ofte» og «Ja, av og til». (n=3160)



I underkant av syv av ti får med seg nyheter fra nettavisar ofte eller av og til (67 prosent). Over halvparten får med seg nyheter ofte eller av og til fra radio eller podkast (55 prosent), men her er det kun 11 prosent som får med seg nyheter «ofte». Fire av ti får med seg nyheter ofte eller av og til fra papiravisar, men kun 6 prosent «ofte».

Når vi ser nærmere på forskjeller i mediebruk mellom kjønn og ulike aldersgrupper, ser vi bort fra den mer sporadiske nyhetsbruken som skjer «av og til», og fokuserer på nyhetsbruken som skjer «ofte». Vi ser i figur 48 at det særlig er jenter på ungdoms- og videregående skole som «ofte» får med seg nyheter fra sosiale medier. Over syv av ti svarer dette. Tilsvarende andel hos gutter er i underkant av seks av ti (58 prosent). Ser vi på andelen som får med seg nyheter «ofte», er altså sosiale medier den største nyhetsplattformen for barn og unge i ungdoms- og videregående skoler. I barneskolen er andelen i overkant av tre av ti både blant jenter og gutter.

Figur 48: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som får med seg nyheter «ofte» på ulike plattformer.



Tv er den største nyhetsplattformen for barn på barneskolen, selv om det bare er en marginalt høyere andel som får med seg nyheter fra tv sammenlignet med sosiale medier. Andelen som får med seg nyheter fra tv «ofte», er relativ lik på tvers av aldersgrupper og kjønn. I motsetning til de andre medieplattformene ser vi at gutter på barneskolen har den høyeste andelen som svarer at de får med seg nyheter «ofte» fra tv (41 prosent). Også en høy andel jenter på barneskoletrinnnet får med seg nyheter fra tv (37 prosent).

Andelen som får med seg nyheter «ofte» fra nettavisar, er sterkt økende med alder. Mens det på barneskolen er under én av ti som får med seg nyheter «ofte» fra nettavisar, er det over fire av ti på videregåendeettrinnnet. På ungdomsskolen er det i overkant av to av ti. Bruken av nettavisar som nyhetskilde synes dermed vanligere jo nærmere man kommer voksen alder.

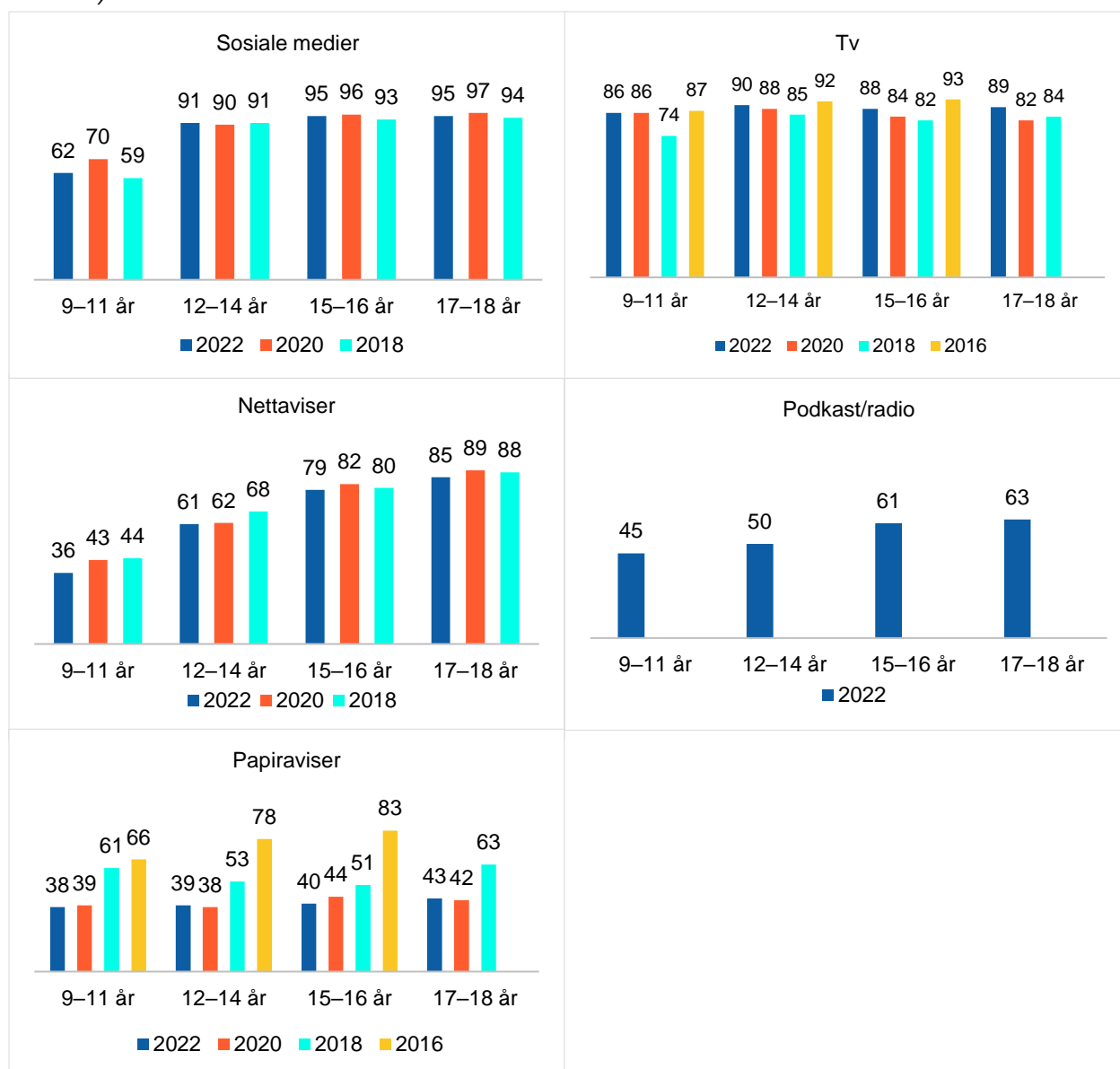
Bruken av podkast /radio som nyhetskilde er ikke like sterkt økende med alder som nettavisar. Vi finner heller ikke særlig skiller mellom gutter og jenter. Mens det er 8 prosent

som får med seg nyheter «ofte» fra radio/podkast på barneskolen, er andelen 14 prosent på videregåendetrinnet.

Under én av ti barn og unge bruker papiravisen «ofte» til nyheter. Dette gjelder på tvers av alle skoletrinn. Imidlertid ser vi at noen flere gutter enn jenter får med seg nyheter «ofte» fra papiravisen.

I det følgende vil vi se på utvikling tilbake til 2016 for tv og papiraviser og tilbake til 2018 for nettaviser og sosiale medier.¹²

Figur 49: Prosentandel barn i ulike aldersgrupper som «får med seg nyheter fra...». Sammenslåing av «ofte» og «av og til». I tidligere runder var spørsmålsstillingen «leser, ser eller hører nyheter på», med samme sammenslåing av alternativer. Tidsserie. (2022: n=3149)



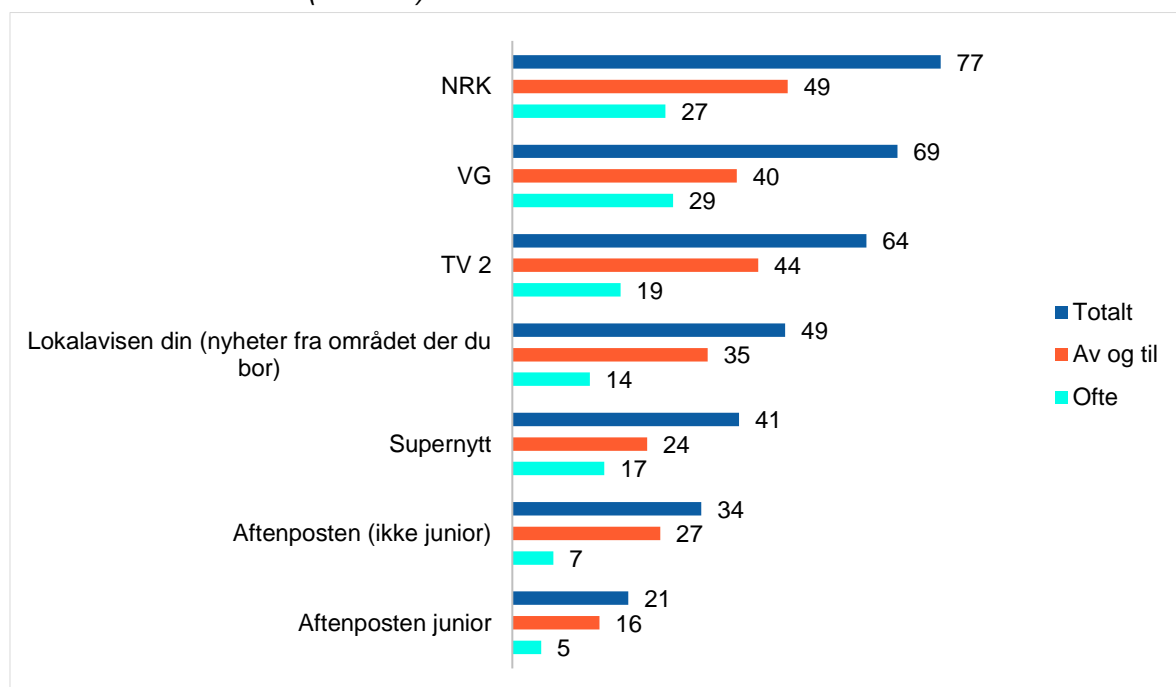
¹² Spørsmålsformuleringen er endret i årets undersøkelse. I tidligere runder var spørsmålsstillingen «leser, ser eller hører du nyheter på [medieplattform]». I årets undersøkelse er formuleringen «får du med deg nyheter fra [medieplattform]». Vi bruker samme sammenslåing av alternativer («ofte» og «av og til»).

Det synes å være små endringer i nyhetskonsument til barn og unge mellom 2016 og 2022. Mest markant er fallet i bruken av papiravis som nyhetskilde. Sammenlignet med 2016 er andelen brukere omtrent halvert. Bruken av sosiale medier og tv som nyhetskilde er stabilt høy gjennom hele perioden. Andelen som bruker nettavis som nyhetskilde, ligger noe lavere i 2022 enn i tidligere undersøkelser.

Hvilke norske redaktørstyrte nyhetsmedier er mest brukt?

I undersøkelsen har vi også stilt spørsmål om de unge får med seg nyheter fra utvalgte norske redaktørstyrte medier¹³. NRK, VG og TV 2 er de tre mest brukte norske redaktørstyrte nyhetsmediene blant barn og unge når vi ser på utvalgte norske nyhetsmedier som brukes «ofte» eller «av og til». Det er også verdt å nevne at lokalavisen er en viktig nyhetskilde for de unge: Halvparten av de unge får meg seg nyheter fra området de bor i, se figur 50.

Figur 50: «Får med seg nyheter fra ...». Sammenslåing av «ofte» og «av og til». Prosentandel 9–18 år. (n=3195)



Bryter vi derimot resultatene ned på alder og kjønn, og igjen kun ser på andelen som svarer at de bruker nyhetsmediene «ofte», finner vi store forskjeller i bruken, se figur 51.

Barneskolen: Supernytt er den redaksjonelle nyhetskilden som klart flest barn på barneskolen «ofte» får med seg nyheter fra. Nesten halvparten av jenter (49 prosent) og fire av ti gutter på barneskolen får «ofte» med seg nyheter fra Supernytt. NRK er det redaksjonelle mediet som nest flest på barneskolen får med seg nyheter fra. 26 prosent av

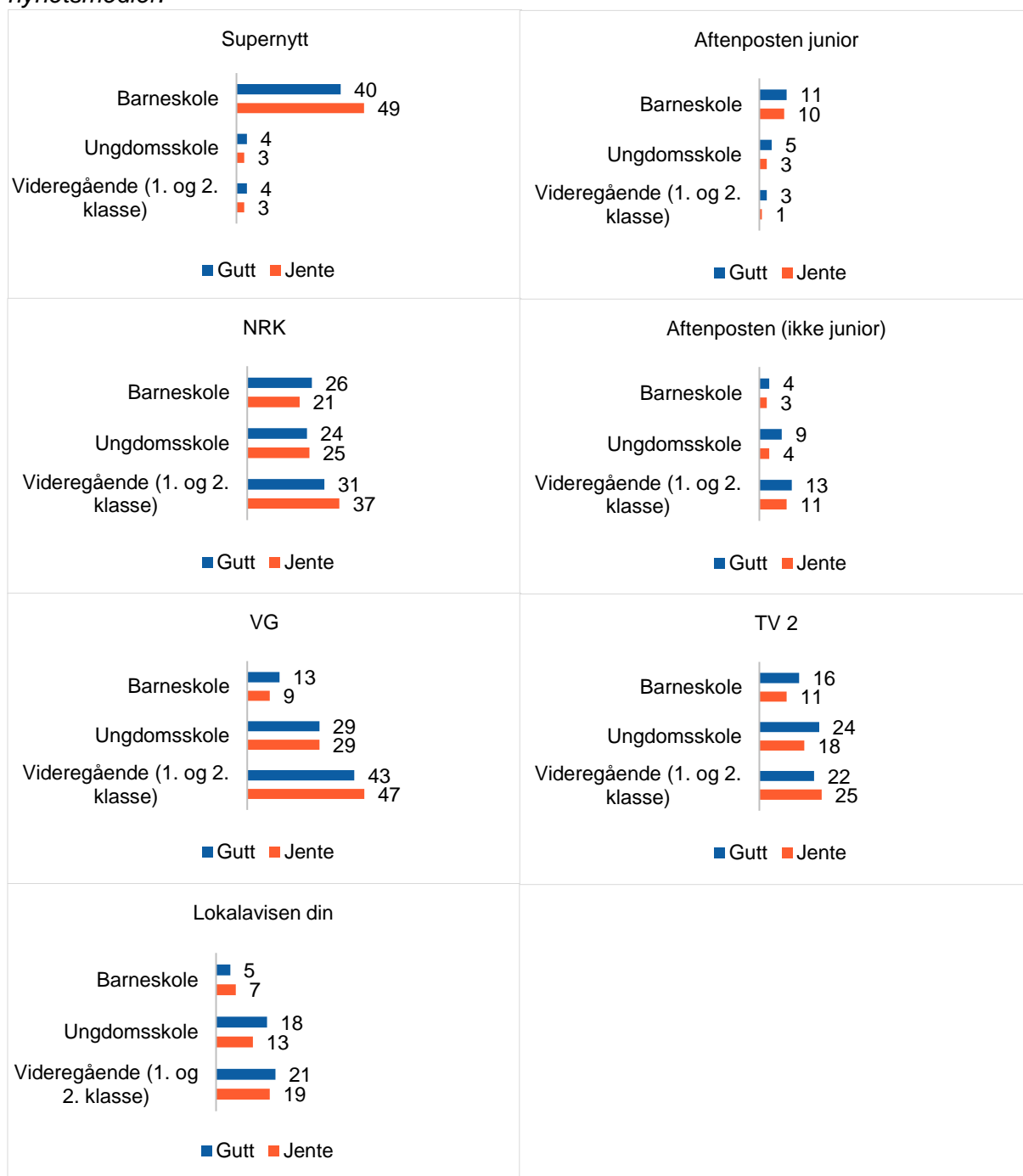
¹³ I dette spørsmål har vi spurt om de unge får med seg nyheter fra medier som NRK, TV 2 og VG, uten å spesifisere plattform innenfor de ulike mediene, som for eksempel NRK TV, NRKs nettside eller NRK i sosiale medier. Det er kun inkludert et begrenset utvalg av norske redaktørstyrte nyhetsmedier i dette spørsmålet: NRK, TV 2, VG, Aftenposten junior, Aftenposten (ikke junior), lokalavisen og Supernytt.

guttene og 21 prosent av jentene får med seg nyheter «ofte» fra NRK. TV 2 er det tredje største nyhetsmediet for barn på barneskolen. 16 prosent av guttene og 11 prosent av jentene får med seg nyheter «ofte» fra TV 2.

Ungdomsskolen: På ungdomsskolen byttes Supernytt ut med VG, som det redaksjonelle nyhetsmediet flest får nyheter «ofte» fra. På ungdomsskolen er det nesten tre av ti som «ofte» får med seg nyheter fra VG (29 prosent). Dette gjelder både jenter og gutter. Også på ungdomsskolen er NRK nummer to, og TV 2 nummer tre. Andelen som bruker NRK, er relativ lik mellom jenter og gutter (cirka 25 prosent), mens vi finner en liten overvekt av gutter som bruker TV 2 (24 mot 18 prosent hos jentene).

Videregående (1. og 2. klasse): VG er det redaksjonelle mediet flest unge får med seg nyheter «ofte» fra. 47 prosent av jentene og 43 prosent av guttene får med seg nyheter «ofte» fra VG. Også blant videregående elever (1. og 2. klasse) følger NRK og TV 2 som nummer to og tre blant nyhetsmediene som de bruker «ofte». 34 prosent i videregående bruker NRK og 23 prosent bruker TV 2 «ofte». For begge nyhetsmediene er det en liten overvekt av jenter som får med seg nyheter herfra «ofte».

Figur 51: Prosentandel barn i ulike aldersgrupper som får med seg nyheter «ofte» fra ulike nyhetsmedier.

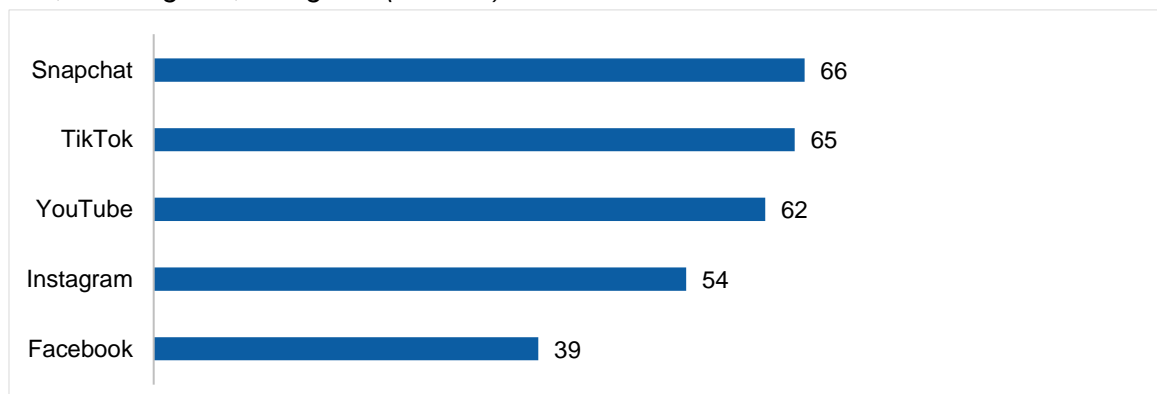


Hvilke sosiale medier brukes til nyheter?

Som vi så i delen «hvor ser barn og unge nyheter», får en høy andel av barn/unge med seg nyheter fra sosiale medier (88 prosent). Men hvilke sosiale medier brukes mest?

Snapchat, TikTok og YouTube er de sosiale mediene som flest i alderen 9–18 år får med seg nyheter fra, se figur 52. 67 og 66 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter ofte eller av og til fra Snapchat og TikTok, og 63 prosent fra YouTube. Litt over halvparten (54 prosent) får med seg nyheter fra Instagram, og nesten fire av ti får med seg nyheter fra Facebook (39 prosent).

Figur 52: «Får du med deg nyheter fra...» Prosentandel av alle 9–18-åringene som har svart «Ja, ofte» og «Ja, av og til». (n=3195)



Bryter vi resultatene ned på alder og kjønn, og igjen kun ser på andelen som svarer at de får med seg nyheter «ofte» fra de ulike sosiale mediene, finner vi store forskjeller, se figur 53.

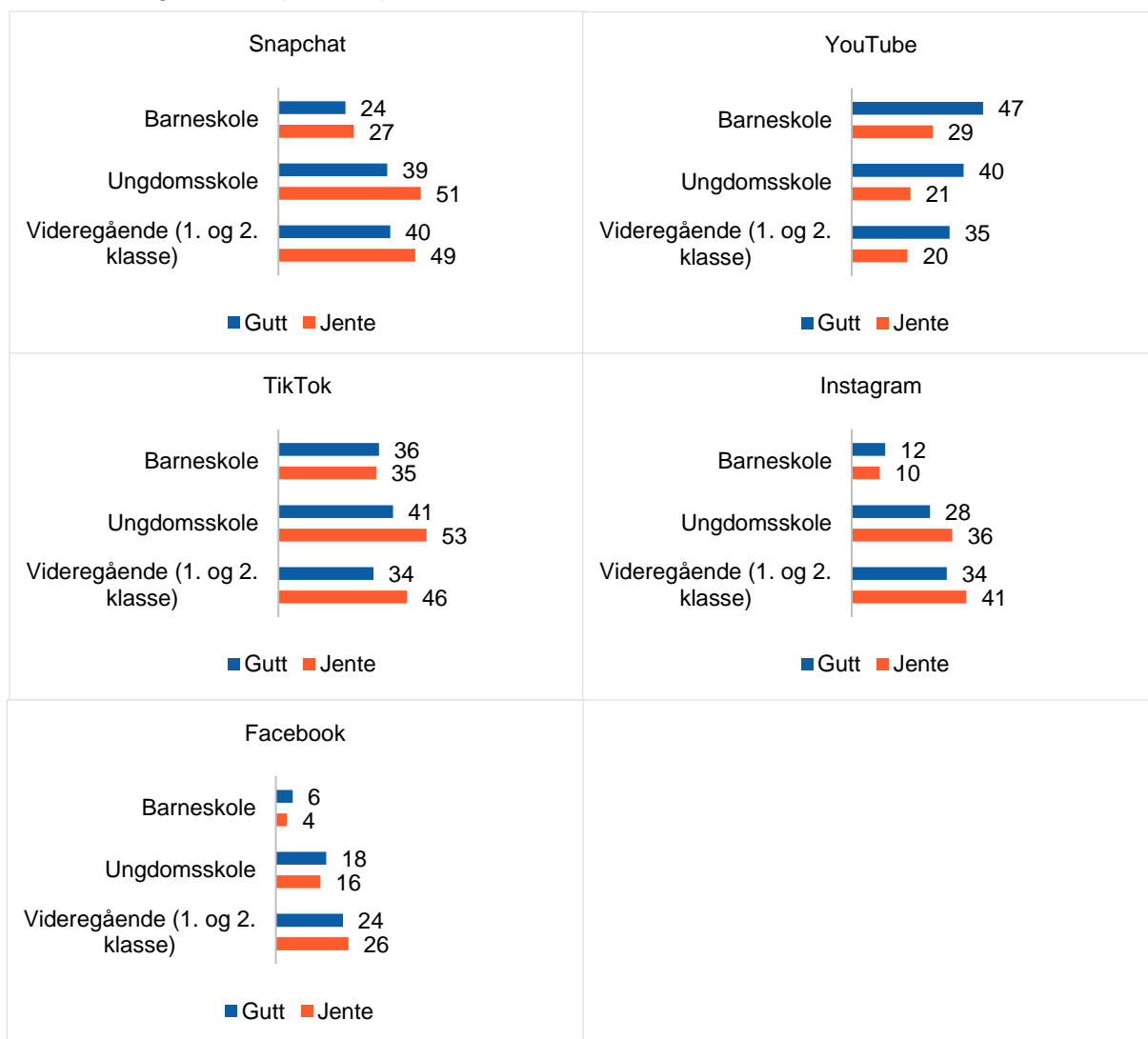
YouTube er det sosiale mediet klart flest gutter på barneskolen får med seg nyheter «ofte» fra. Nesten halvparten i denne gruppen bruker YouTube som en nyhetskanal «ofte» (47 prosent). Andelen er langt lavere for jenter på barneskolen, selv om også nesten tre av ti jenter får med seg nyheter «ofte» via YouTube (29 prosent). For jenter på barneskolen er TikTok den største nyhetskanalen om vi tar utgangspunkt i andelen som svarer at de får med seg nyheter «ofte». 35 prosent av jentene på barneskolen får med seg nyheter «ofte» fra TikTok.

TikTok og Snapchat er kanalene som flest jenter på ungdomsskolen «ofte» får med seg nyheter fra (53 og 51 prosent). TikTok, YouTube og Snapchat er tilsvarende like store for gutter i ungdomsskolen.

På videregåendetrinnet er Snapchat størst for både jenter og gutter (49 og 40 prosent får med seg nyheter «ofte» fra Snapchat).

Av de fem sosiale mediene som er med i målingen, er andelen som «ofte» får med seg nyheter fra Facebook, klart lavest på alle skoletrinn. Ikke desto mindre er den økende med alder. På videregåendetrinnet er det cirka 25 prosent som får med seg nyheter «ofte» via Facebook.

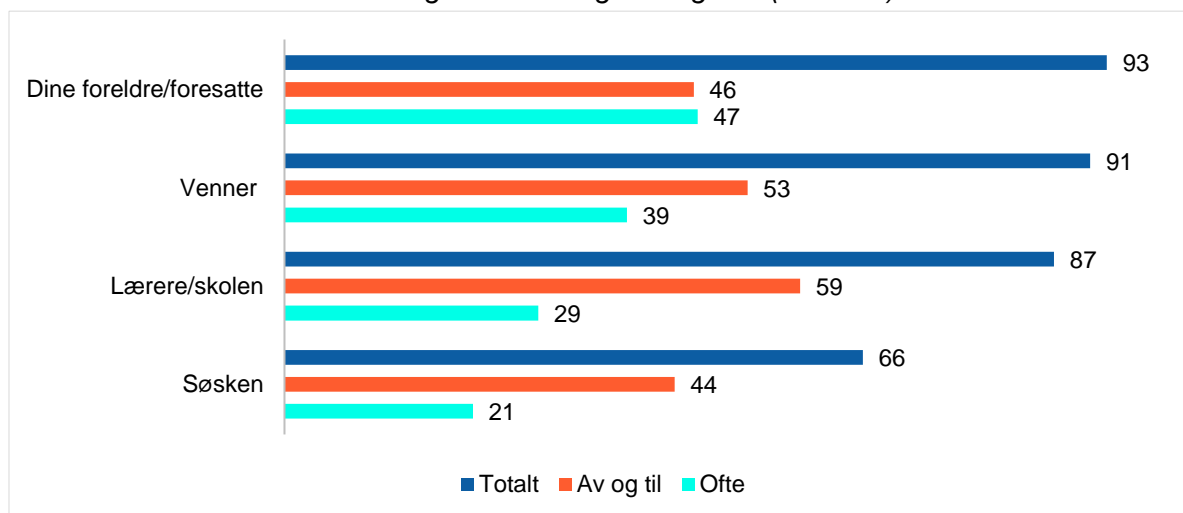
Figur 53: Andelen som får med seg nyheter «ofte» fra Snapchat, YouTube, Instagram, Facebook og TikTok. (n=2791)



Hvem formidler nyheter til barn og unge?

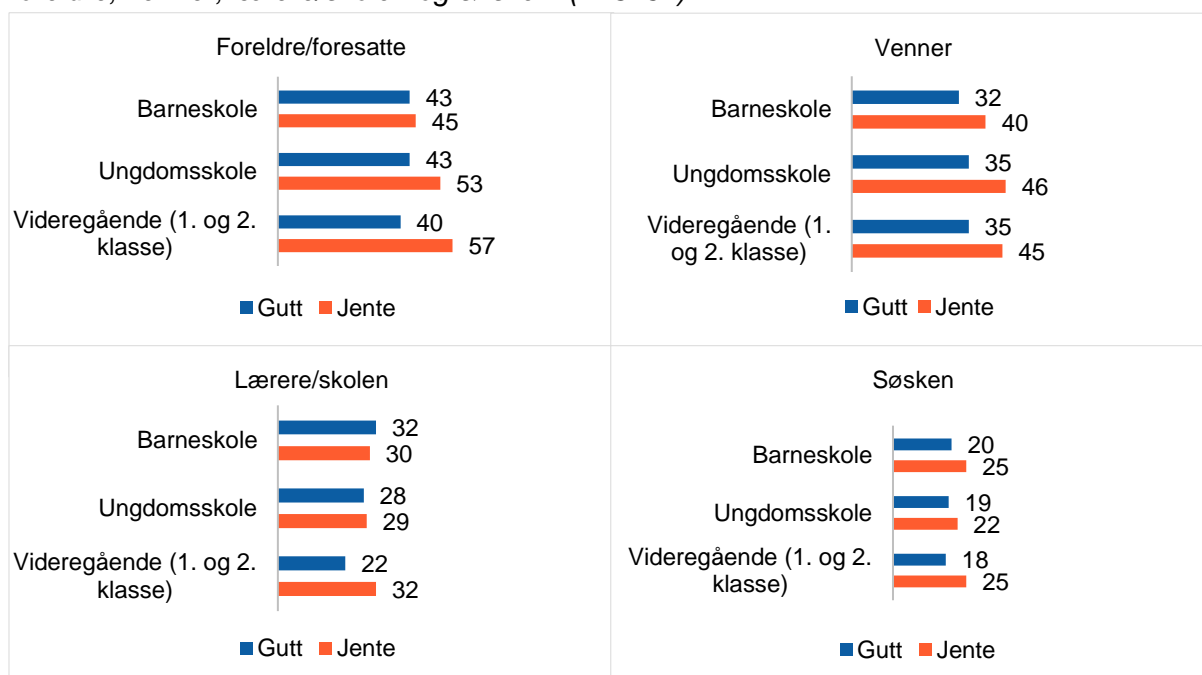
Nytt i årets undersøkelse er spørsmål om hvem barn får med seg nyheter fra. Barn og unge i alderen 9–18 år fikk spørsmål om «får du med deg nyheter fra foreldre, venner, lærere/skolen og søsken?». 93 prosent svarte at de får med seg nyheter fra foreldre «ofte» eller «av og til». Også venner og lærere/skole er viktige nyhetsformidlere for barn og unge. Rundt ni av ti får med seg nyheter fra venner og lærere/skolen.

Figur 54: «Får du med deg nyheter fra ...» Andelen som har svart «Ja, ofte» og «Ja, av og til». «Totalt» er en sammenslåing av «ofte» og «av og til». (n= 3167)



Bryter vi derimot resultatene ned på skoletrinn og kjønn, og igjen kun ser på andelen som svarer at de får med seg nyheter «ofte» fra de ulike personene, finner vi større skiller, se figur 55.

Figur 55: Andelen av gutter og jenter i ulike skoletrinn som får med seg nyheter «ofte» fra foreldre, venner, lærere/skolen og søsken. (n=3167)



Gjennomgående er det en noe høyere andel jenter som får med seg nyheter «ofte» fra foreldre/foresatte, søsken og venner sammenlignet med guttene. Det er også interessant å se at denne andelen øker med alderen for jenter, men holder seg stabil for gutter. Særlig fra foreldre/foresatte og venner får jenter i klart høyere grad enn gutter med seg nyheter «ofte». Mens nesten seks av ti jenter på videregående «ofte» får med seg nyheter fra foreldre/foresatte, er tilsvarende andel for gutter kun fire av ti.

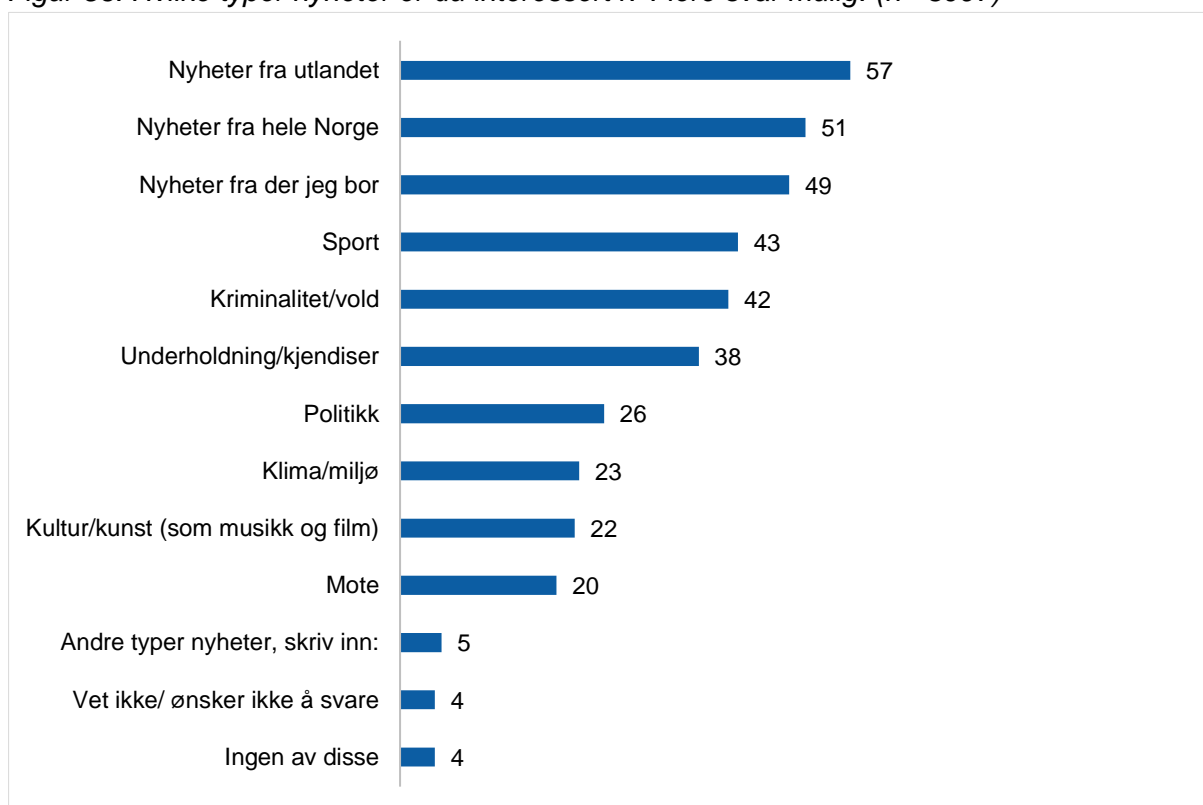
Fra lærere/skolen er andelen relativt lik mellom gutter og jenter på barne- og ungdomsskolen, men en klart høyere andel av jenter enn gutter får med seg nyheter fra lærere/skolen på videregående.

Hvilke typer nyheter er barn og unge mest interessert i?

På spørsmål om hvilke typer nyheter barn og unge er interessert i, er det flest barn og unge som trekker frem nyheter fra utlandet (57 prosent),¹⁴ deretter følger nyheter fra Norge (51 prosent) og lokale nyheter «fra der jeg bor» (49 prosent).

Omtrent fire av ti er interessert sport, kriminalitet/vold og underholdning/kjendiser, Rundt to av ti er interessert i klima/miljø, kultur/kunst og mote. Omtrent en fjerdedel av barn og unge svarer at de er interessert i politikk (26 prosent).

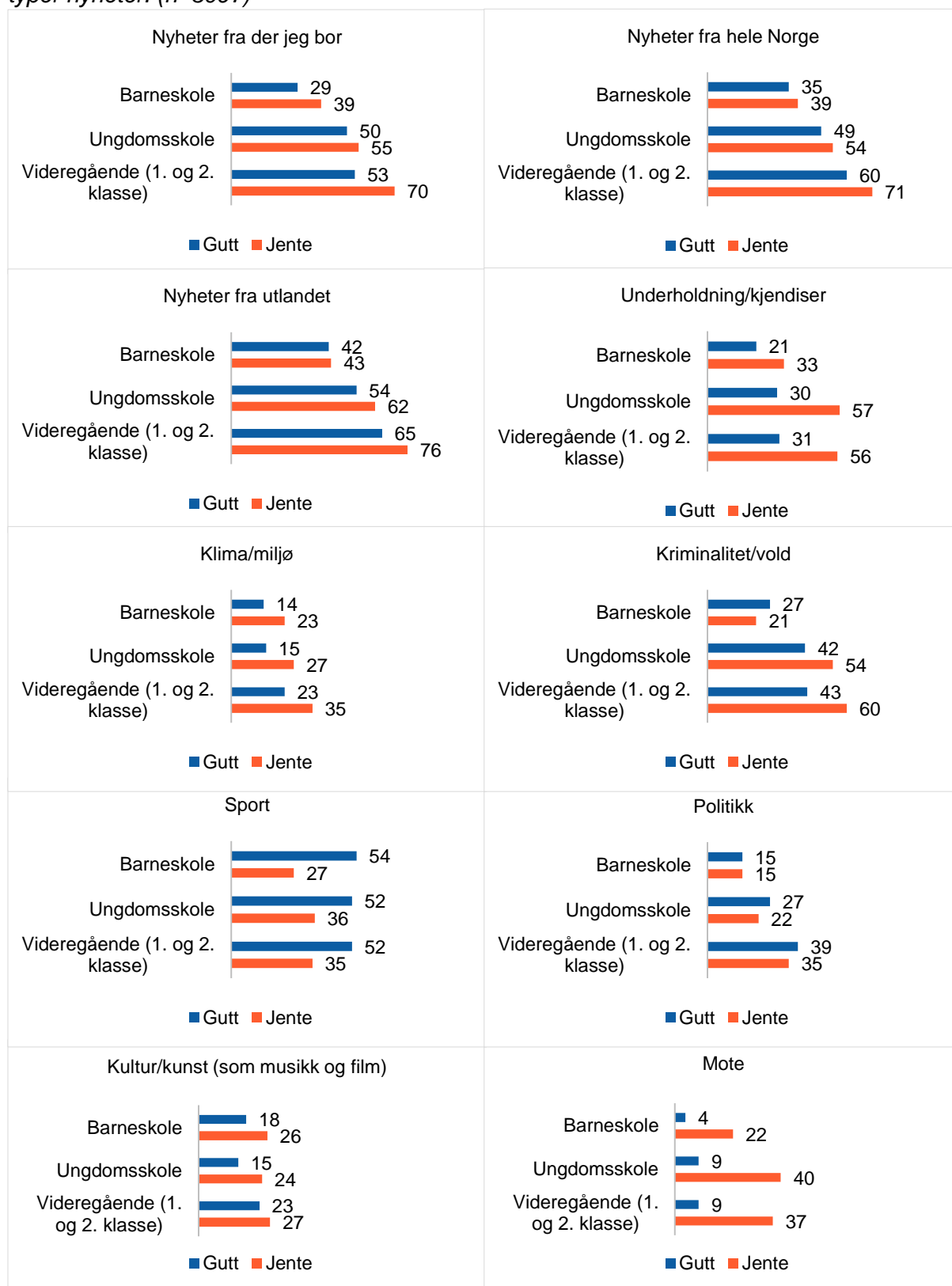
Figur 56: Hvilke typer nyheter er du interessert i? Flere svar mulig. (n= 3097)



¹⁴ I sammenheng med andre mediebruksundersøkelser gjennomført mot befolkningen over 18 år skårer ofte utenrikskategorien høyest i tilsvarende spørsmål (se for eksempel Kantars Forbruker & Media-undersøkelse). Imidlertid viser målinger at selv om interessen registreres som høy, gjenspeiles ikke dette i økt lesing eller antall klikk. Andre nyhetskategorier er langt mer populære.

Figur 57 viser at det er forskjeller i interesse mellom jenter og gutter og på de ulike skoletrinnene.

Figur 57: Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som er interessert i ulike typer nyheter. (n=3097)



Interessen for både lokalstoff, innenriks- og utenriksstoff er jevnt over noe høyere blant jenter enn gutter, og skillene øker med alder. På videregående trinn er det syv av ti jenter som har interesse for lokalstoff, men kun i overkant av fem av ti gutter. Andelen jenter som er interessert i innenriks- og utenriks, er 11 prosentpoeng høyere enn hos gutter for begge nyhetstyper (respektive 71 prosent for jenter og 60 prosent for gutter, og 76 prosent for jenter og 65 prosent for gutter). Ellers ser vi at interessen for disse nyhetstypene er klart økende med alderen.

Sport er den eneste nyhetstypen som klart flere gutter enn jenter er interesserte i. Det er også en litt høyere andel av gutter som er interessert i politikk, særlig på ungdomsskole og videregående skole.

Nyhetstyper som kultur/kunst, underholdning/kjendiser, klima/miljø og særlig mote er det klart flere jenter enn gutter som er interesserte i. Kriminalitet/vold er det også flest jenter som er interesserte, men da hovedsakelig på ungdoms- og videregående trinnene.

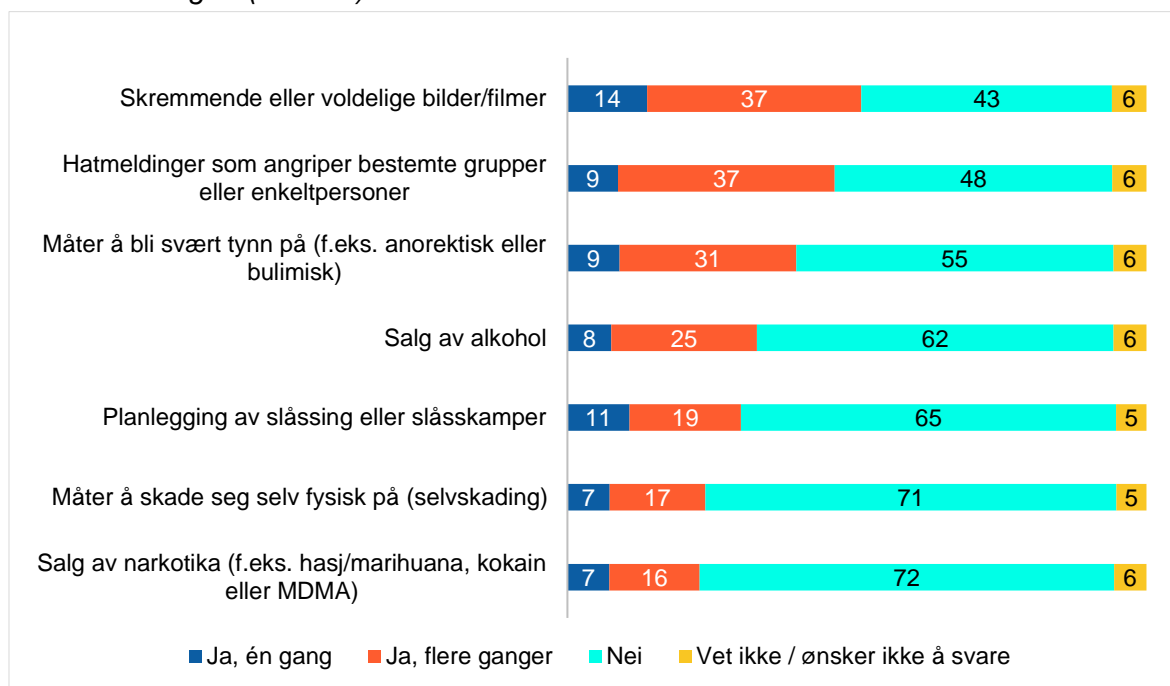
Barn og unges eksponering for skadelig innhold

Sammendrag

- Litt over halvparten av 13–18-åringene har sett skremmende eller voldelige bilder/filmer én eller flere ganger siste tolv måneder.
- 46 prosent av 13–18-åringene har sett hatmeldinger som angriper bestemte grupper eller enkeltpersoner på nettet, siste tolv måneder.
- 40 prosent av 13–18-åringene har, i løpet av det siste året, sett innhold på nettet om måter å være svært tynn på.
- En tredjedel av 13–18-åringene har det siste året sett innhold på nettet som omhandler salg av alkohol.
- Tre av ti 13–18-åringer har sett innhold på nettet som omhandler planlegging av slåssing eller slåsskamper.
- Det siste året har til sammen 24 prosent av 13–18-åringene sett innhold på nettet om måter å skade seg selv fysisk på.
- 23 prosent av 13–18-åringene har sett innhold på nettet knyttet til salg av narkotika det siste året.

13–18-åringene fikk spørsmål om de har sett innhold på nettet som viser salg av alkohol eller narkotika, selvskading, hatmeldinger, planlegging av slåssing eller om de har kommet over skremmende eller voldelige bilder eller videoer på nettet i løpet av de siste tolv månedene. De yngste som deltok i undersøkelsen (9–12 år), fikk ikke disse spørsmålene.

Figur 58: «Har du i løpet av de siste tolv månedene sett følgende på nettet?» Prosentandel av 13–18-åringene. (n=2046)



Skremmende eller voldelige bilder: Litt over halvparten av 13–18-åringene (51 prosent) har sett skremmende eller voldelige bilder/filmer, for eksempel av mennesker som skader andre mennesker eller dyr, på nettet. Dette er en økning på 8 prosentpoeng sammenlignet med 2020-undersøkelsen, se figur 59. Andelen som har sett slikt innhold på nett, er relativt lik på tvers av kjønn og alder, selv om andelen er noe lavere blant 13–14-åringene sammenlignet med eldre barn/unge.

Hatmeldinger som angriper bestemte grupper eller enkeltpersoner: 46 prosent av 13–18-åringene har sett hatmeldinger som angriper bestemte grupper eller enkeltpersoner på nettet, siste tolv måneder. Andelen er 3 prosentpoeng høyere enn i 2020, se figur 59. Mens andelen som hadde sett hatmeldinger på nettet var høyere blant 17–18-åringene i 2020, er det 15–16-åringene som har den høyeste andelen i 2022. Vi ser også at jenter er overrepresentert blant de som har sett hatmeldinger på nettet.

Måter å bli tynn på: 40 prosent av 13–18-åringene har sett innhold på nettet om måter å bli svært tynn på i løpet av det siste året, en økning på 6 prosentpoeng fra 2020 (34 prosent). Økningen er klart størst i aldersgruppen 13–14 år hvor vi finner en endring på 11 prosentpoeng. Blant jenter i denne aldersgruppen er økningen på hele 17 prosentpoeng. Betydelig flere jenter enn gutter har sett innhold på nettet om måter å bli svært tynn på (55 mot 23 prosent).

Salg av alkohol: En tredjedel av 13–18-åringene (33 prosent) har det siste året sett innhold på nettet som omhandler salg av alkohol. Andelen har økt med 5 prosentpoeng, fra 28 prosent i 2020. Andelen øker fra 13–14-årsalderen (26 prosent) til 15–16-årsalderen (37 prosent), men er noe lavere igjen blant 17–18-åringene (33 prosent). Det er kun små kjønnsforskjeller.

Planlegging av slåssing eller slåsskamper: Tre av ti 13–18-åringene har sett innhold på nettet som omhandler planlegging av slåssing eller slåsskamper. Dette er på nivå med 2020-resultatene. Andelen som har sett dette på nettet det siste året, er relativt lik blant gutter og jenter (30 prosent mot 29 prosent). Den høyeste andelen som har sett denne type innhold finner vi blant gutter i ungdomsskolen (37 prosent). Andelen er lavest hos 17–18-åringene (25 prosent).

Måter å skade seg selv fysisk på (selvskading): Det siste året har til sammen 24 prosent av 13–18-åringene sett innhold på nettet om fysisk selvskading, en nedgang på 6 prosentpoeng fra 2020 (30 prosent). Flere jenter enn gutter har sett innhold om selvskading (30 mot 17 prosent). I 2020 økte andelen som hadde sett innhold om selvskading med alder, i årets undersøkelse er resultatet omvendt. Høyest andelen finner vi blant 13–14-åringene (27 prosent), og lavest andel blant 17–18-åringene (21 prosent). Blant jenter i 13–14-årsalderen er andelen 37 prosent.

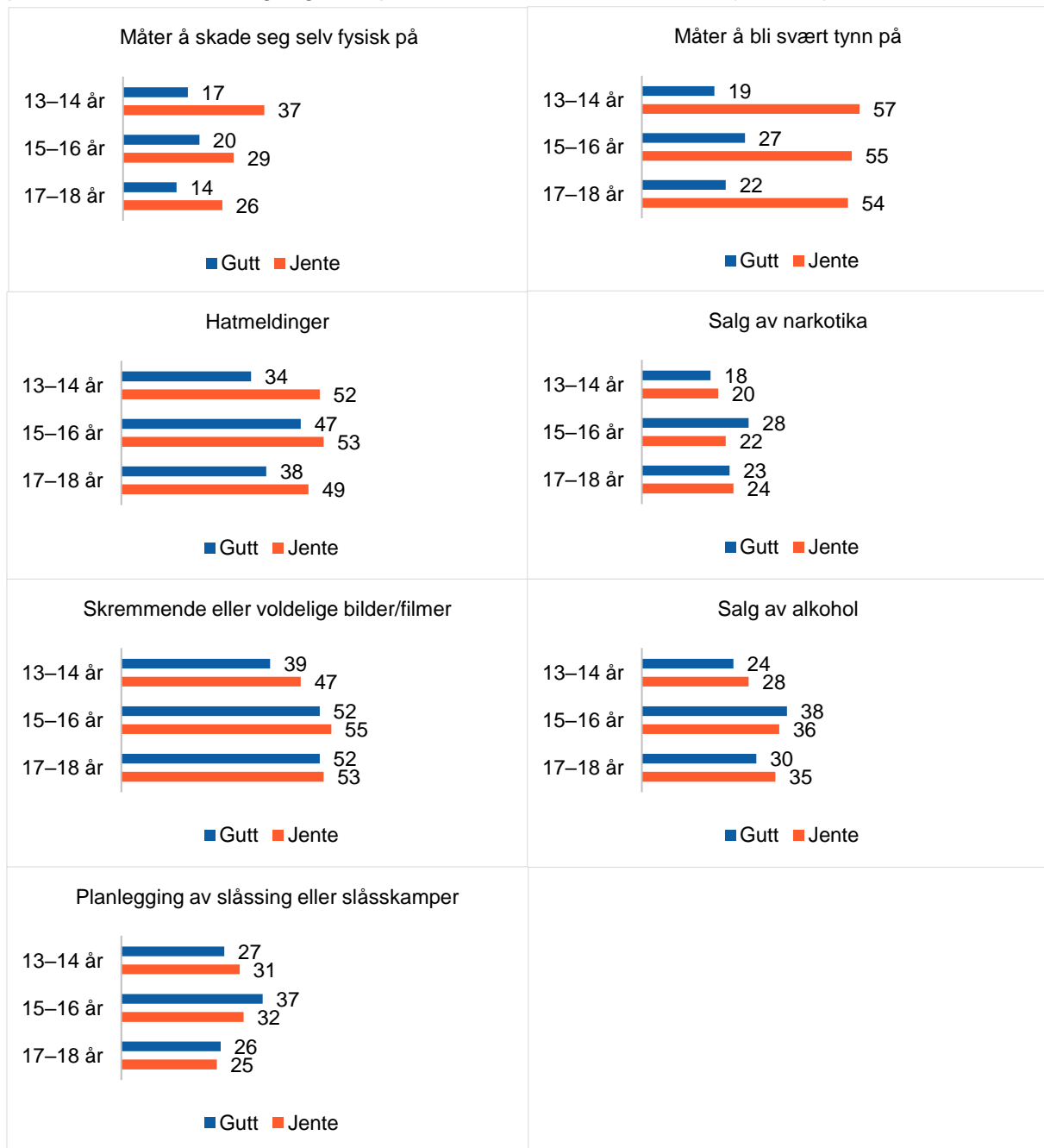
Salg av narkotika: 23 prosent av 13–18-åringene har sett innhold på nettet knyttet til salg av narkotika det siste året. Resultatet er identisk med 2020-undersøkelsen. Andelen er relativt lik for jenter og gutter (22 mot 23 prosent). Andelen er noe lavere blant 13–14-åringene enn hos eldre barn/unge. 18 prosent av 13–14-åringene har sett innhold knyttet til salg av narkotika siste året, 25 prosent blant 15–16-åringene og 24 prosent blant 17–18-åringene. Forholdsmessig er andelen særlig høy blant gutter på 15–16 år (28 prosent).

Figur 59: Sammenligning 2022 versus 2020. Har du i løpet av de siste tolv månedene sett følgende på nettet?¹⁵ Prosentandel av 13–18-åringene. (n= 2046)



¹⁵ I 2020 var spørsmålsformuleringen: «Har du i løpet av det siste året sett innhold eller diskusjoner på nettet der folk snakker om eller viser noe av følgende?»

Figur 60: Prosentandel gutter og jenter i alderen 13–18 år som har sett følgende type innhold på nettet én eller flere ganger i løpet av de siste tolv månedene. (n=2046)



Barn og unges forhold til influensere, youtubere og tiktokere

Sammendrag

- Humor og tullevideoer er det mest populære innholdet fra influensere, tiktokere, youtubere og gamere. Over halvparten av barn og unge trekker frem dette. Men også musikk, sport, trening, mat og mote trekkes frem av over en tredjedel av respondentene.
- MrBeast, Sidemen, Isabelle Eriksen, KSI og Randulle er de fem mest populære influenserne blant 9–18-åringene.
- Hos unge gutter er MrBeast mest populær, hos eldre gutter er Sidemen mest populær. Hos unge jenter er Isabell Eriksen mest populær, hos eldre jenter er Funkygine og Isabel Raad mest populære.
- 7 prosent av barn og unge i alderen 9–18 år har sendt penger eller gaver (som koster penger) til en influencer, tiktoker, youtuber eller gamer.
- Det er langt vanligere blant gutter enn jenter å sende penger til influensere, tiktokere, youtubere eller gamere (11 prosent mot 2 prosent). Andelen som sender penger, er også økende med alder.
- Den vanligste grunnen til at de sender penger til influensere, tiktokere, youtubere eller gamere, er at de liker personen eller det de deler på nettet.

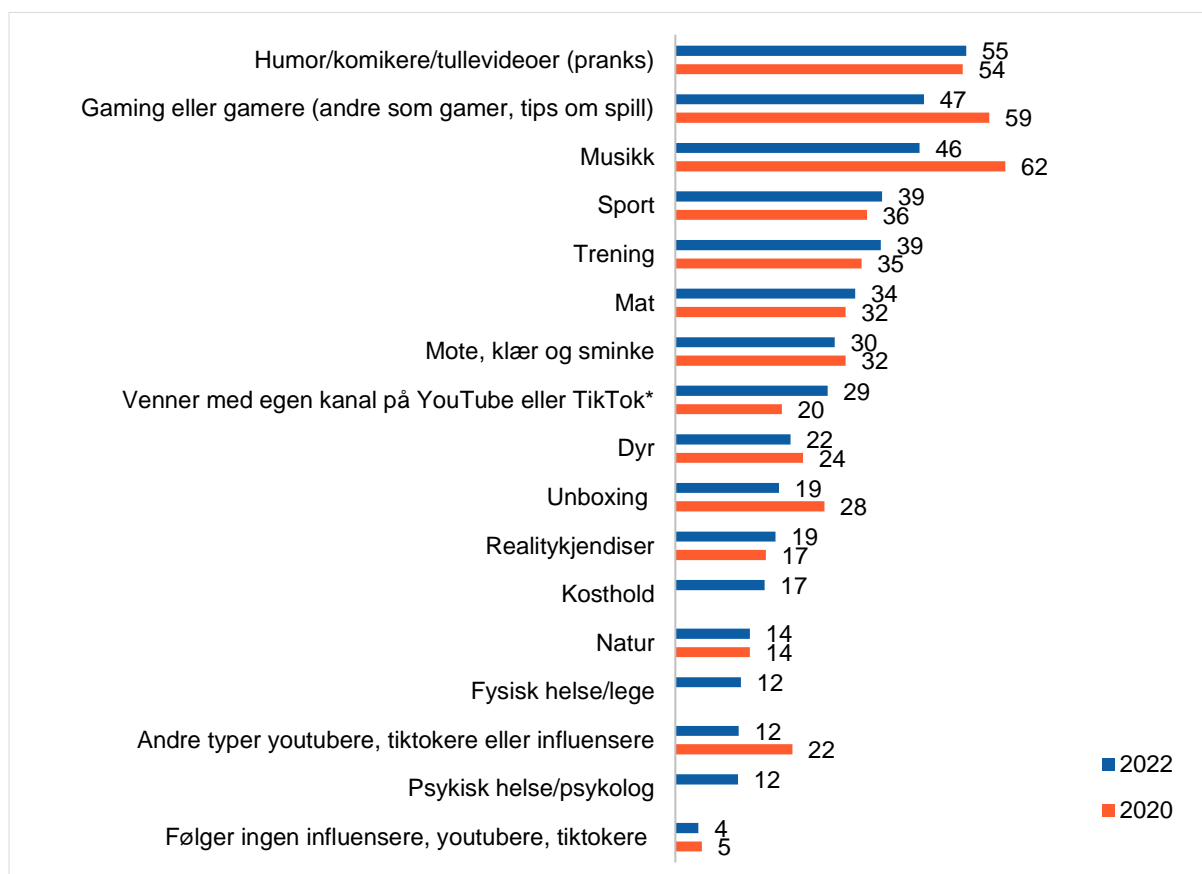
Hva slags type influensere, youtubere og tiktokere ser barn og unge?

I undersøkelsen ble det stilt spørsmål om hva slags type influensere, youtubere, tiktokere og gamere som er mest populære. I hvilken grad har barn og unge et forhold til disse, og sender barn og unge penger til disse influenserne?

Humor og tullevideoer er det mest populære innholdet fra influensere, tiktokere, youtubere og gamere. Over halvparten av barn og unge trekker frem dette. Men også musikk, sport, trening, mat og mote trekkes frem av over en tredjedel av respondentene.

Interesse for innholdstyper som musikk, gaming og unboxing er langt lavere i 2022 sammenlignet med resultatene i 2020. Interesse for trening og sport er noe høyere enn i 2020.

Figur 61: Hva slags type youtubere, tiktokere eller influensere ser du på nett? (n=3130)



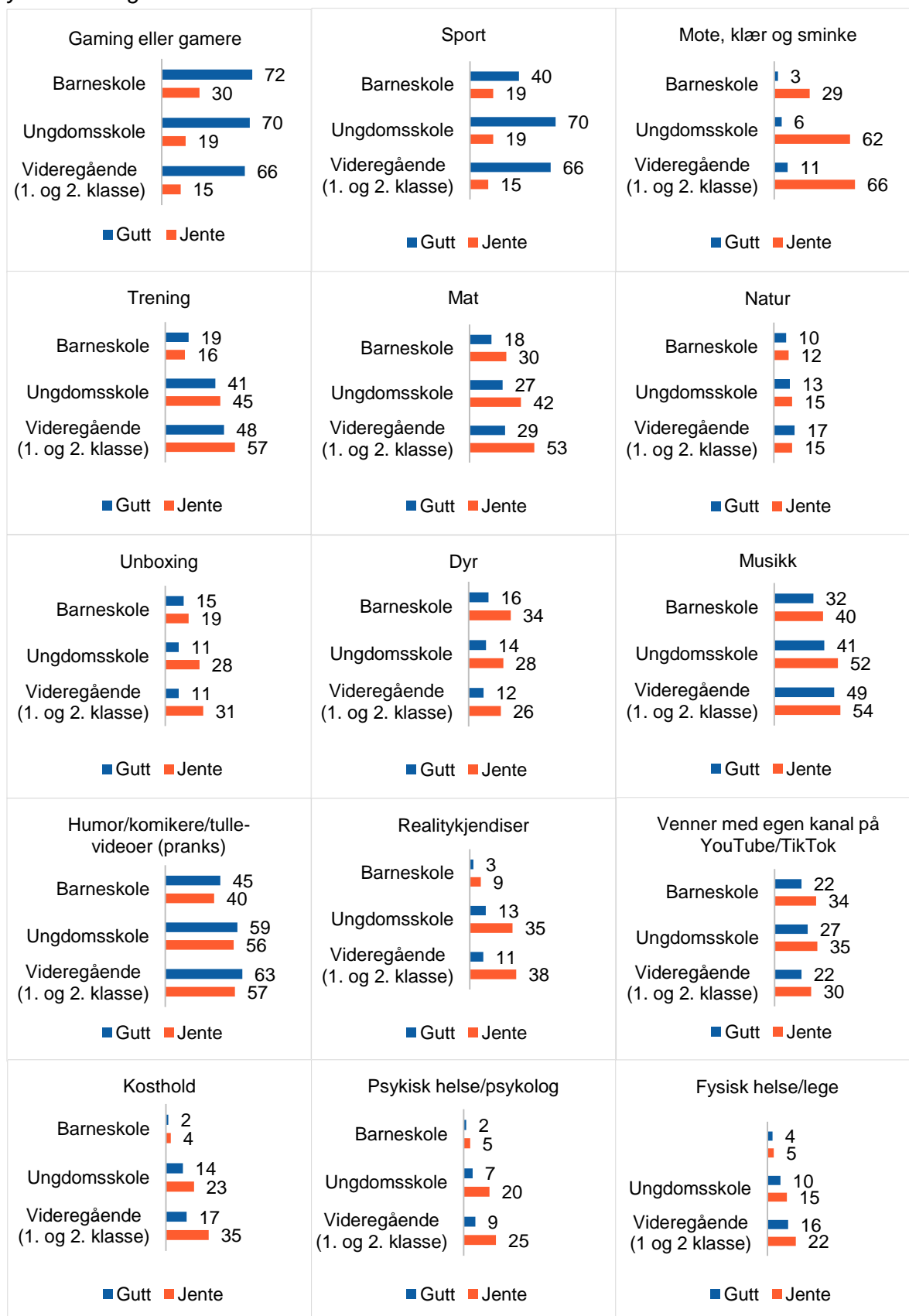
* I 2020 var alternativet «venner med egen kanal på YouTube». TikTok er med i 2022 for første gang, noe som nok forklarer den store økningen.

Interessen for gaming eller gamere, sport og humor/tullevideoer er høyere blant gutter enn jenter. Innholdstyper som mote, klær og sminke, trening, mat, dyr, musikk, fysisk- og psykisk helse og realitydeltakere er mer populært blant jenter enn gutter.

Sjangrene gaming og dyr er noe mer vanlig å se blant de yngre enn de eldre barna, og andelen som ser på dette på nett, avtar med alder. Andelen som ser på sport, mote, klær og sminke, trening, mat, musikk, fysisk- og psykisk helse og realitydeltakere, øker alle betydelig med alder.

Figur 62 viser forskjeller mellom gutter og jenter i ulike aldersgrupper, i hvilke type youtubere, tiktokere, gamere og influensere barn og unge ser på/følger.

Figur 62: Prosentandel gutter og jenter på ulike skoletrinn som ser ulike typer influensere, youtubere og tiktokere.



Hvilke influensere, youtubere, tiktokere eller gamere er mest populære?

De unge fikk også spørsmål om hvilke youtubere, tiktokere, gamere og influensere de ser mest på, med mulighet til å skrive inn maksimalt tre svar. Ordskyen under viser de hyppigst nevnte youtuberne, tiktokerne, gamerne og influenserne blant 9–18-åringene.

Figur 63: «Hvilke influensere, youtubere eller tiktokere ser du mest på?» Ordsky basert på svar fra samtlige respondenter i alderen 9–18 år. Alle svar er vasket. Kun ord som er nevnt åtte ganger eller mer, er med i ordskyen.



MrBeast er den mest populære influenseren når vi ser aldersgruppen 9–18 år under ett.

Andre utenlandske influensere som Sidemen og KSI er også ofte nevnt. Av norske influensere er Isabelle Eriksen, Randulle, Funkygine og Isabel Raad oftest nevnt.

MrBeast er mest populær blant gutter i både 9–10-årsalderen, 11–12-årsalderen og 13–14-årsalderen. MrBeast er også populær blant mange jenter. Influenseren er topp fem blant jenter i alderen 9–14 år.

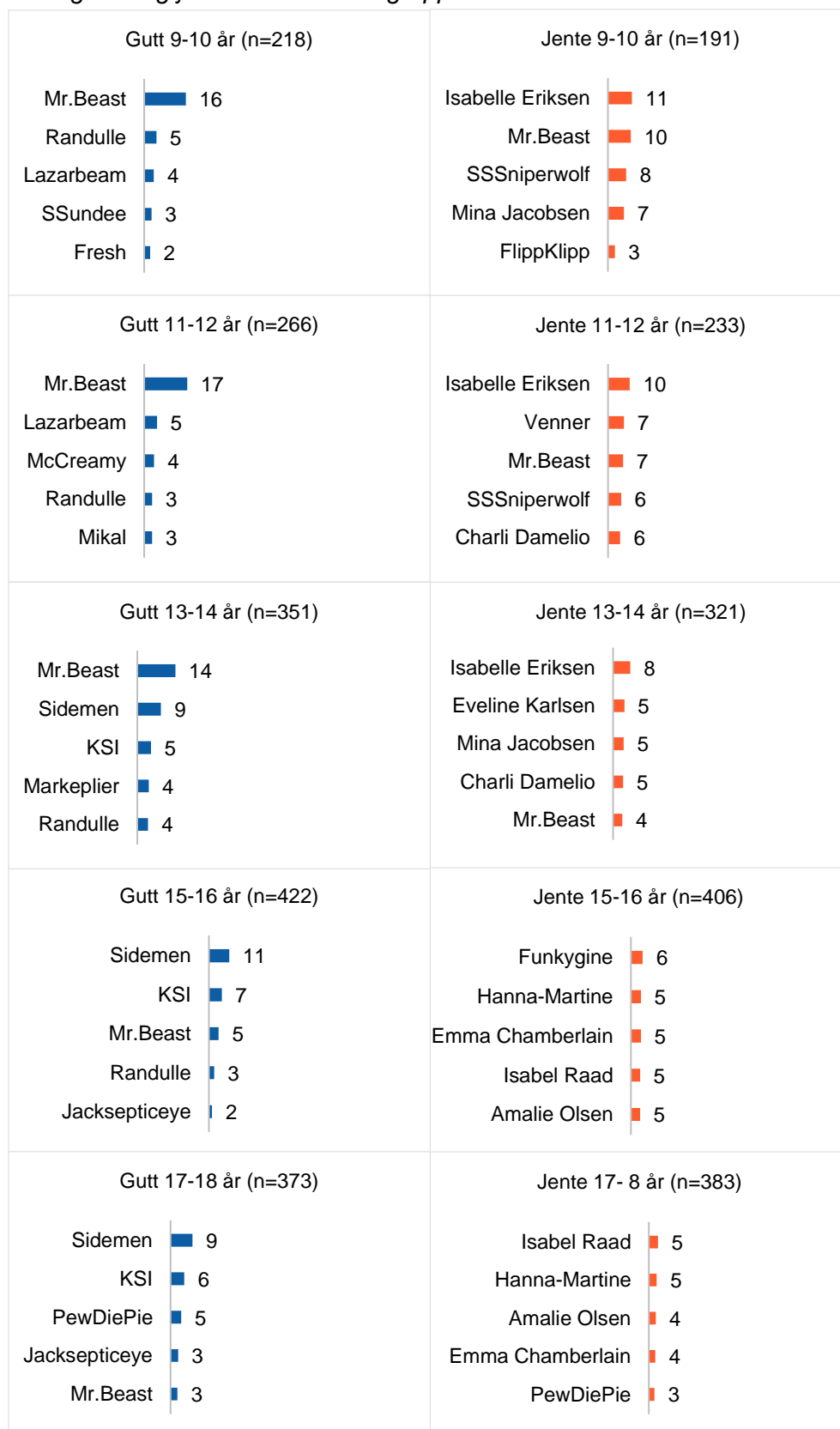
Også Randulle er populær blant gutter i alderen 9–16 år. Han er til stede på topp fem i alle alderskategorier for gutter, bortsett fra i den eldste kategorien (17–18 år). Fra og med 15-årsalderen er Sidemen, KSI og Jacksepticeye de mest populære influenserne hos gutter.

For jenter i alderen 9–14 år er Isabelle Eriksen klart mest populær. Men også Mina Jacobsen, SSSniperwolf, Eveline Karlsen og Charli D'Amelio nevnes av flere.

Fra og med 15-årsalderen er det Funkygine, Hanna-Martine, Isabel Raad, Emma Chamberlain og Amalie Olsen som nevnes oftest.

I 2020 var PewDiePie den klart mest sette influenseren for gruppen i alderen 13–18 år. I 2022 er PewDiePie kun topp fem blant 17–18-åringer.

Figur 64: «Hvilke influensere, youtubere eller tiktokere ser du mest på?» Topp fem nevnt blant gutter og jenter i ulike aldersgrupper. Prosentandel.

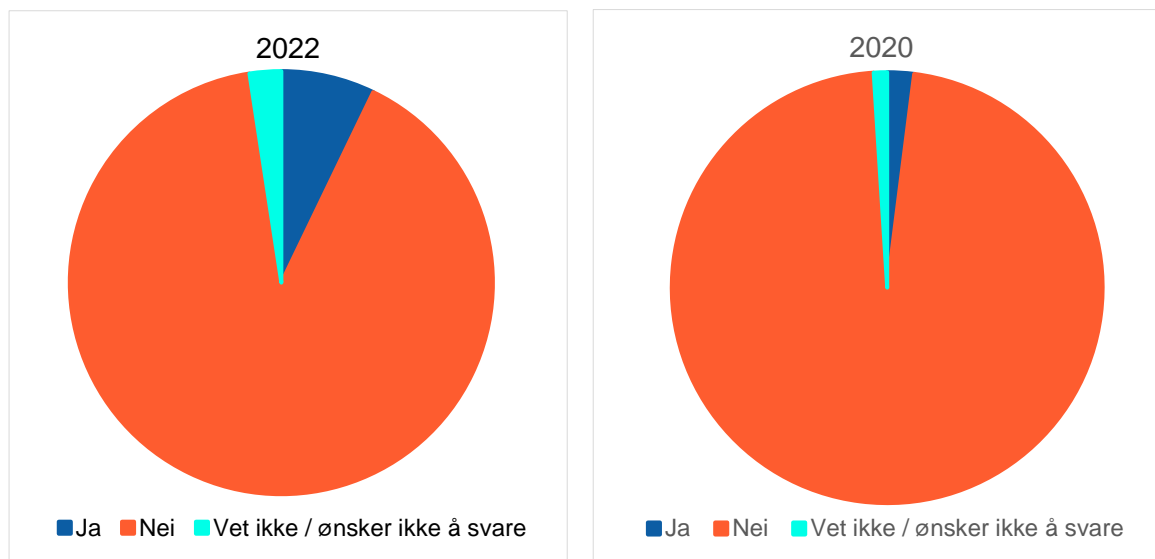


Sender barn og unge penger til influensere, youtubere, tiktokere eller gamere?

7 prosent av 9–18-åringene svarer at de har sendt penger eller gaver (som koster penger) til en influencer. I tilsvarende måling i 2020 var denne andelen på 2 prosent.

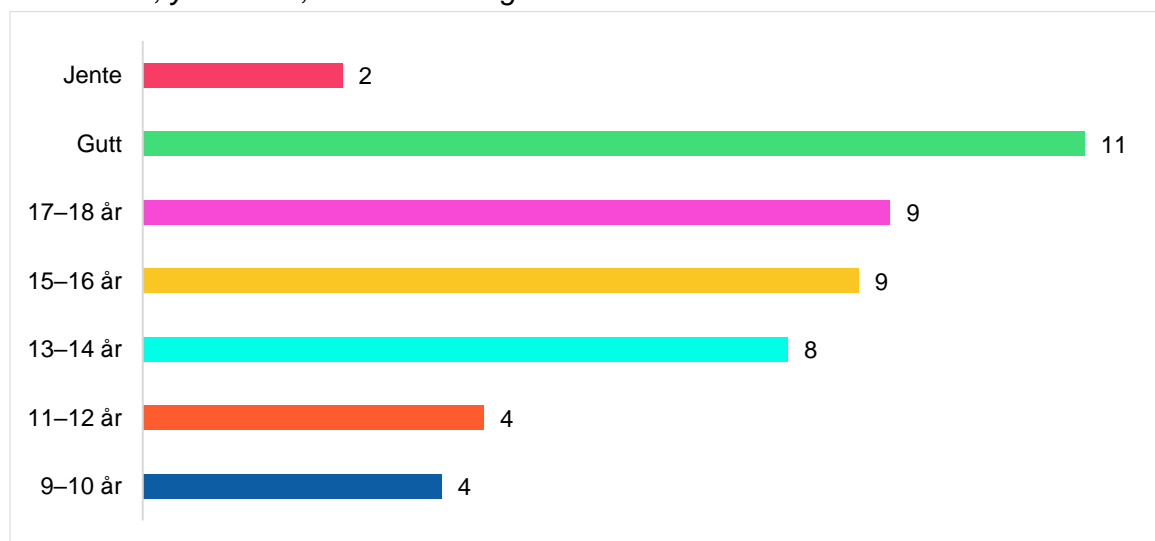
Spørsmålsformuleringen var annerledes i 2020: «Har du sendt penger til en TikTok-er eller noen på Snapchat?». Endringen i formulering kan forklare den store økningen.

Figur 65: «Har du noen gang sendt penger eller gaver (som koster penger) til en influencer, tiktoker, youtuber eller gamer?» Prosentandel av 9–18-åringene som har sendt penger. I 2020 var spørsmålsformuleringen: «Har du sendt penger til en TikTok-er eller noen på Snapchat?»



En klar overvekt av gutter har sendt penger til influensere, tiktokere, youtubere eller gamere: Mens 11 prosent av guttene har sendt penger, har kun 2 prosent av jentene gjort det samme. Andelen som har sendt penger, er økende med alderen: 4 prosent i alderen 9–12 år og 9 prosent i aldersgruppen 15–18 år.

Figur 66: Andel av jenter og gutter og ulike aldersgrupper som har sendt penger til influensere, youtubere, tiktokere eller gamere.



Hvorfor sender unge penger til influensere?

Barn og unge som svarte at de hadde sendt penger til en influencer, tiktokker, youtuber eller gamer, fikk oppfølgingsspørsmål om hvorfor de gjorde det. Den klart vanligste begrunnelsen er at de liker personen og innholdet influenceren deler. 65 prosent av de som har sendt penger, svarer dette. 16 prosent har sendt penger i forbindelse med konkurranser, og 10 prosent har sendt penger for å få gaver eller produkter som influencerne tilbyr. En lav andel av barn og unge sender penger for å få likes eller for å få influencerne til å følge dem (henholdsvis 2 og 5 prosent blant de som har sendt penger).

Figur 67: «Hvorfor sendte du penger/gaver til en influencer, tiktokker, youtuber eller gamer?» Andel av barn og unge som har sendt penger (7 prosent av alle barn/unge). Flere svar mulig. (n=214)



Flere av de som har sendt penger, oppgir «andre grunner» til å sende penger enn de som er gitt som alternativer i spørsmålet. Blant annet svarer enkelte at de sender penger fordi de ønsker å støtte opp om formålet til det influenceren jobber med:

«Jeg har sendt penger fordi denne youtuberen bruker pengene for å hjelpe folk som trenger hjelp rundt i verden.» (gutt, 17 år)

Andre viser til at de sendte penger for å vise at de bryr seg om influenceren, at de gjør det for å være snille eller rett og slett fordi influenceren skaper glede:

«Fordi jeg ville at de skulle vite hvor morsomme de er og at de skaper glede til meg og får meg til å smile.» (gutt, 13 år)

Noen synes det er spennende å sende penger, fordi de bidrar til personer som har stor oppslutning rundt om i verden:

«Det er stas, i hvert fall når personen har flere millioner følgere. Sendte penger til en med over 15 millioner følgere på TikTok.» (jente, 14 år)

Spill og gaming

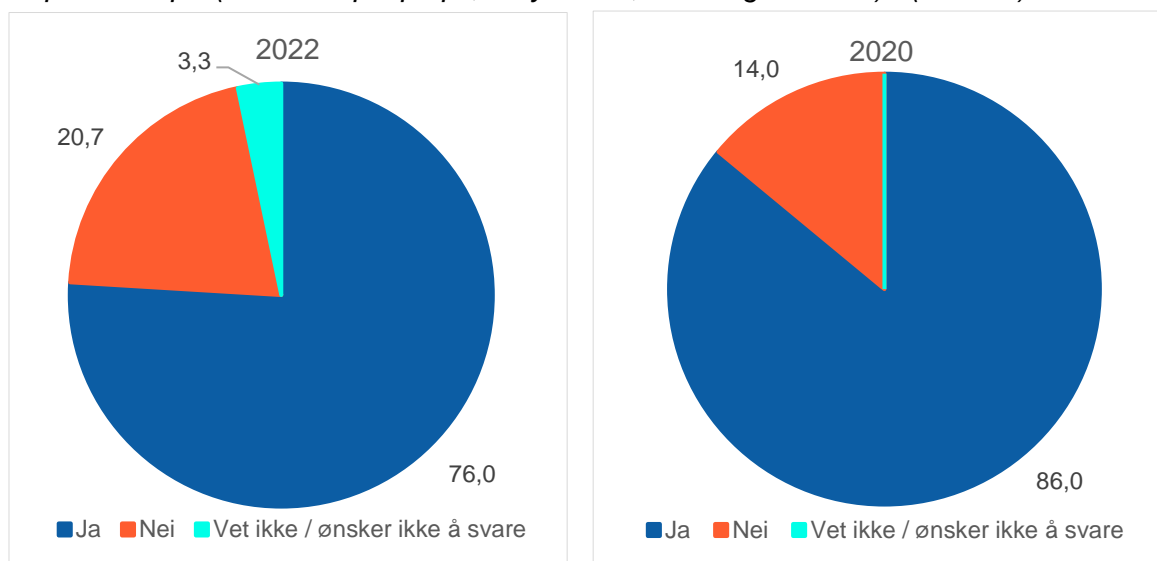
Sammendrag

- 76 prosent av 9–18-åringene spiller spill på pc, Playstation, mobil, nettbrett eller lignende. 92 prosent av guttene og 59 prosent av jentene gamer.
- 57 prosent av 9–17-åringene som spiller spill, har spilt spill med aldersgrense 18 år. Andelen øker betydelig med alder og er klart størst blant guttene.
- Tre av fire 9–18-åringer som gamer, mener at gaming gjør dem flinkere i engelsk. Over seks av ti mener gaming er sosialt og bidrar til at de har kontakt med venner. Rundt halvparten mener at de får nye venner gjennom gamingen.
- 17 prosent av de som gamer i alderen 9–18 år, svarer at de bruker «for mye» tid på gaming. Andelen er klart høyere hos gutter. 7 prosent svarer at de ofte blir lei seg av stygge kommentarer, 6 prosent sier at de ofte opplever å bli utestengt fra gamingen av vennene sine.
- Fortnite er det mest spilte spillet blant 9–18-åringene. Roblox er det mest spilte spillet blant jenter under 14 år. Minecraft er også mye spilt blant både jenter og gutter under 14 år. For øvrig er spill som FIFA, Counter Strike og Grand Theft Auto populært blant gutter over 14 år. HayDay er spesielt populært blant jenter over 14 år.
- 45 prosent av de som gamer i alderen 9–18 år, svarer at de har kjøpt spillgjenstander de visste hva var (som rustning/skins eller våpen). 24 prosent har kjøpt ting i spill hvor det var en overraskelse hva de fikk (lootbokser som kortpakker i FIFA osv.).

Hvor mange gamer?

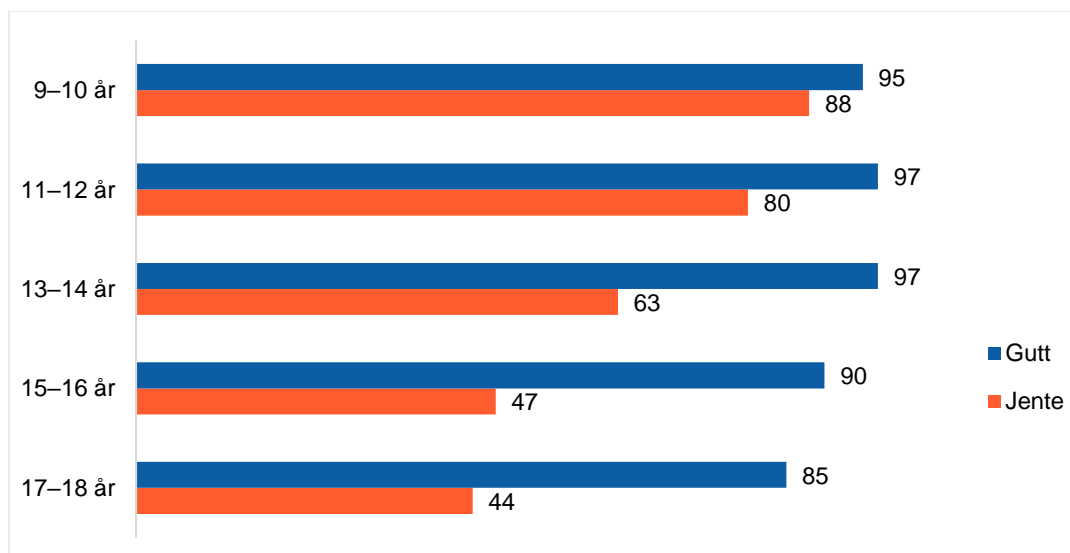
76 prosent av 9–18-åringene spiller spill på pc, Playstation, mobil, nettbrett eller lignende. 21 prosent sier de ikke spiller spill. Figur 68 viser at det er 10 prosentpoeng færre som svarer at de gamer/spiller, sammenlignet med 2020-undersøkelsen.

Figur 68: «Gamer/spiller du (for eksempel på pc, mobil, nettbrett eller spillkonsol som Xbox eller Playstation)?» Prosentandel 9–18-åringene (n=3195). I 2020 var spørsmålsformuleringen: «Spiller du spill (for eksempel på pc, Playstation, mobil og nettbrett)?» (n=3195)



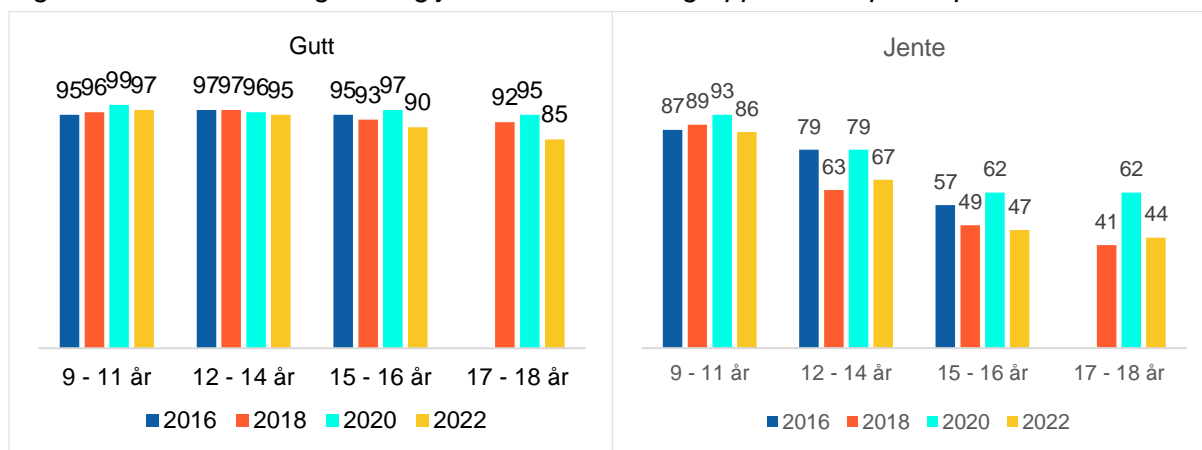
Det er en betydelig høyere andel gutter enn jenter som spiller spill (92 mot 59 prosent). Kjønnsforskjellen øker med barnas alder og er størst i aldersgruppen 15–18 år, se figur 69.

Figur 69: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill (gamer). (n=3195)



Andelen gutter som spiller, er svakt redusert sammenlignet med 2020, fra 96 til 92 prosent. Den store nedgangen finner vi blant jentene. Der 76 prosent av jentene spilte dataspill i 2020, har dette tallet nå falt til 59 prosent, altså en reduksjon på 17 prosentpoeng. Dette er også lavere enn andelen i 2018, som var på 63 prosent. Reduksjonen fra 2020 til 2022 er imidlertid ikke jevnt fordelt: Mens jenteandelen i aldersgruppen 9–11 år er stabil, har andelen jenter som gamer i aldersgruppen 15–18 år, sunket fra seks av ti til under halvparten. Generelt har andelen jenter som gamer, variert de siste fire målingene.

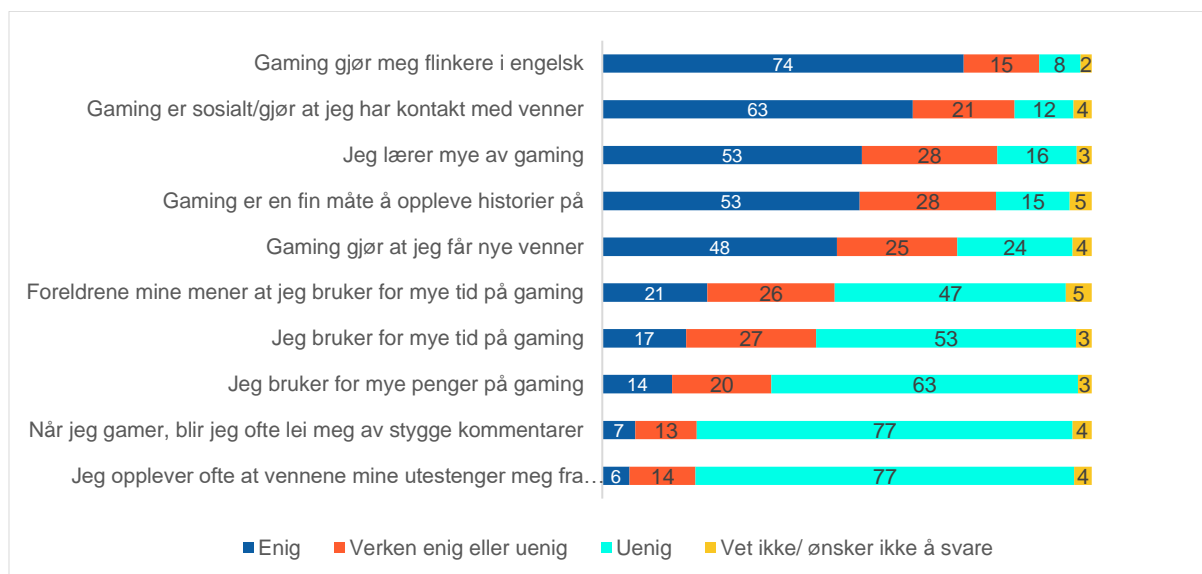
Figur 70: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill. Tidsserie.



Hva synes barn og unge er bra og dårlig med gaming?

Barn og unge som oppga å spille spill, ble bedt om å ta stilling til ulike påstander om gaming.

Figur 71: «Er du enig eller uenig i dette?» Prosentandel 9–18-åringene som spiller spill, om ulike egenskaper ved gaming. (n=2267)



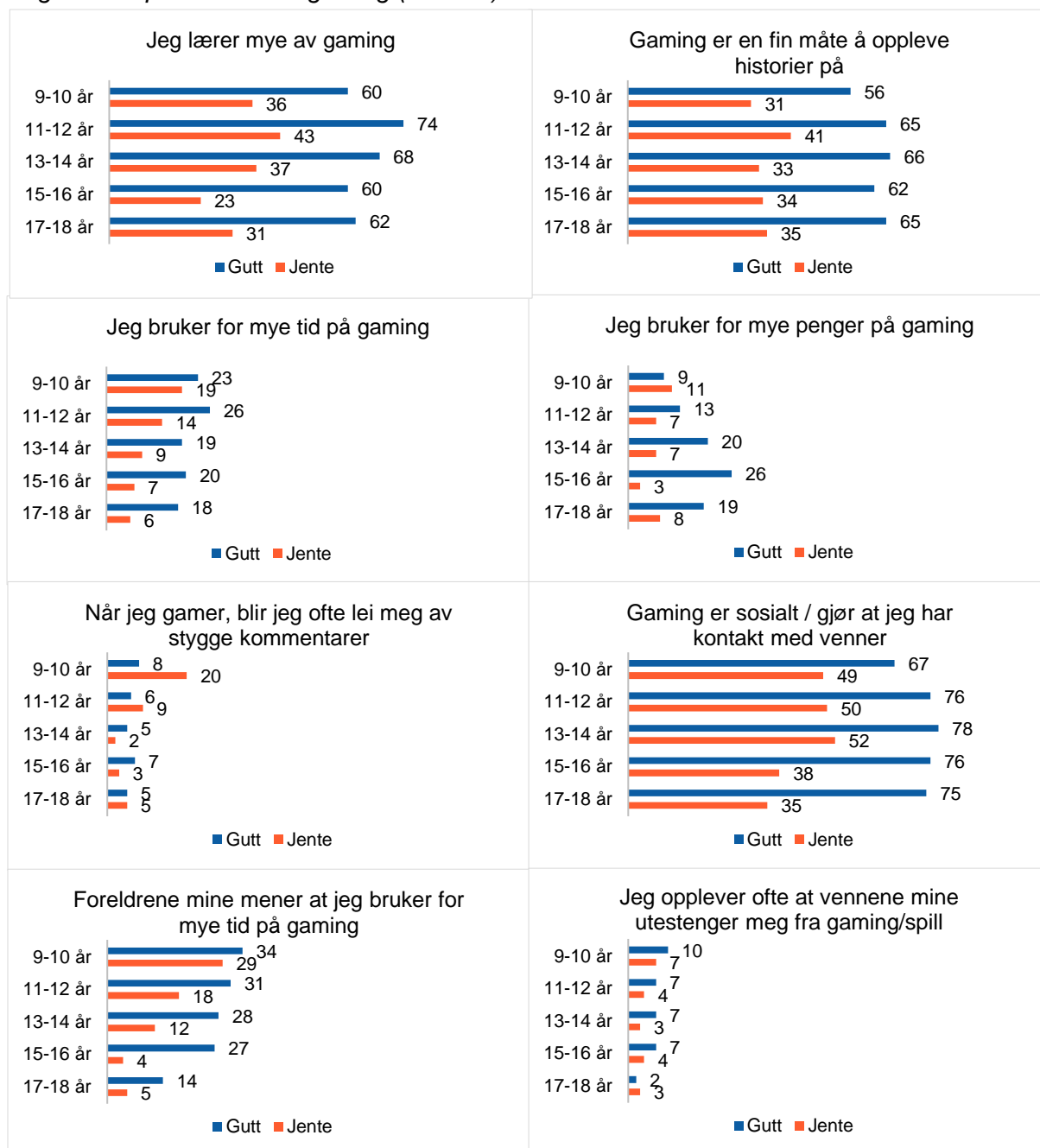
Det er stor enighet blant 9–18-åringene som spiller spill, om at gaming gjør dem flinkere i engelsk. Over syv av ti er enige i denne påstanden. Over seks av ti er også enige i at gaming er sosialt. Litt over halvparten av de som spiller spill, er enige i at de lærer mye av gaming, og at gaming er en fin måte å oppleve historier på. Rundt halvparten svarer at de får nye venner av å game. Tallene bekrefter at dataspill er en viktig sosial arena for dagens unge.

I underkant av to av ti mener de bruker for mye tid på gaming, mens i overkant av to av ti svarer at foreldrene deres mener de bruker for mye tid på det. Over halvparten er imidlertid uenig i at de bruker mye tid på denne aktiviteten. 14 prosent er enige i at de bruker for mye penger på gaming. Når det gjelder påstandene om at man blir lei seg på grunn av mange

stygge kommentarer, er det 7 prosent som svarer at de er enige i dette. 6 prosent svarer at de ofte opplever at vennene dere utestenger dem fra spill.

Figur 72 viser andelen gutter og jenter i ulike aldre som spiller spill, og som er enige i de ulike påstandene om gaming. Generelt er det flere gutter enn jenter som er enige i påstandene. Unntaket er påstanden «når jeg gamer, blir jeg ofte lei meg av stygge kommentarer», hvor vi ser at jenter i alderen 9–12 år har en klart høyere andel som er enig i påstanden.

Figur 72: Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill, og som er enige i ulike påstander om gaming (n=2267)

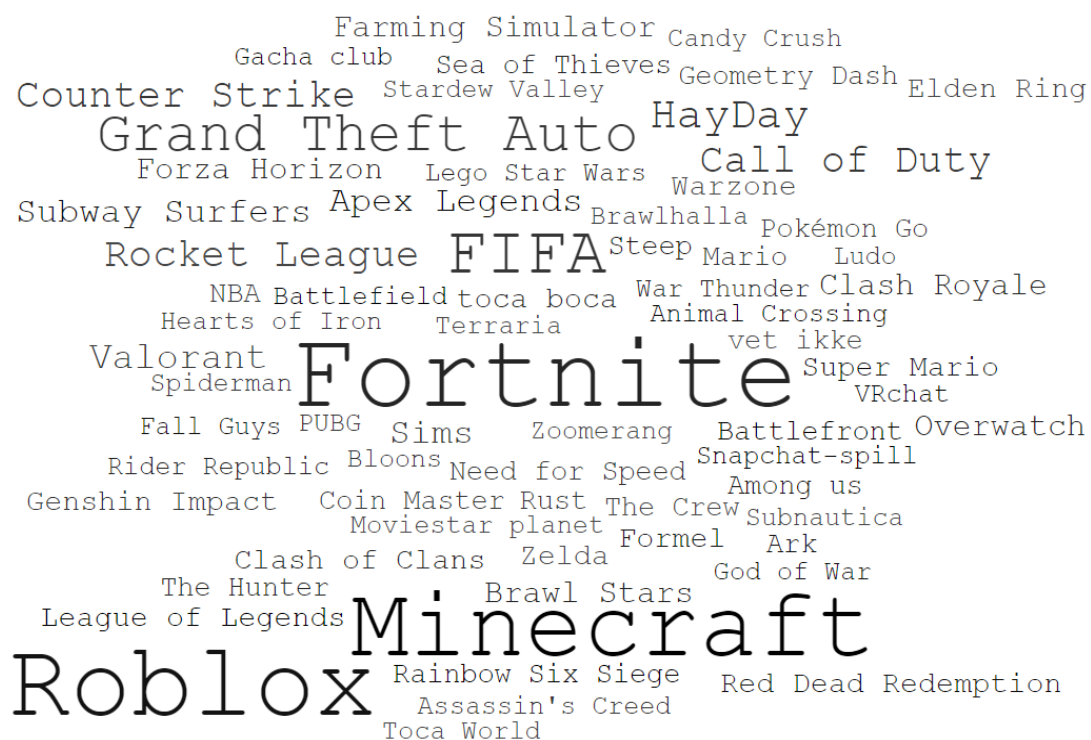


Hvilke spill er mest populære?

Barna som oppga å spille spill, fikk også spørsmål om hvilke spill de spiller mest, med mulighet for å nevne opp til tre spill. 76 prosent av 9–18-åringene svarte altså at de gamer, men bare 64 prosent oppga minst ett spill.

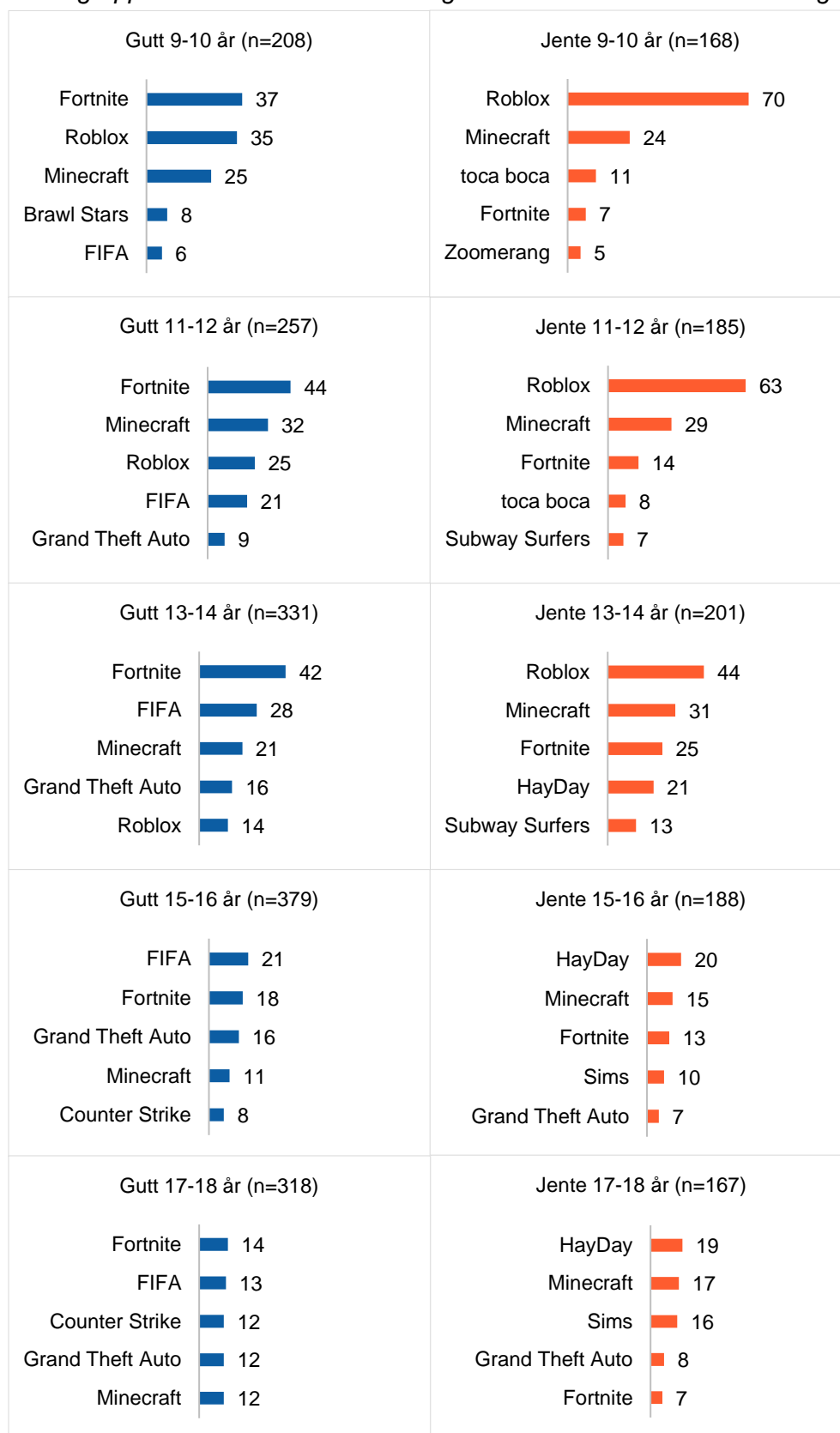
Som ordskyen i figur 73 viser, er Fortnite, Roblox og Minecraft spillene som klart flest gamer. Av de som oppga minst ett spill, er det 28 prosent som nevner Fortnite, 27 prosent som nevner Roblox og 25 prosent som nevner Minecraft. Videre er det litt avstand ned til 15 prosent som nevner FIFA, og 11 prosent som nevner Grand Theft Auto.

Figur 73: «Hvilke spill spiller du mest?» Ordsky basert på svar fra samtlige respondenter i alderen 9–18 år. Alle svar er vasket. Kun ord som er nevnt ti ganger eller mer, er med i ordskyen. (n=2267)



Topp fem blant de mest populære spillene blant gutter og jenter i ulike aldersgrupper er vist i figur 74. Prosentandelen i oversikten er beregnet blant de som har svart at de gamer (76 prosent av det totale utvalget).

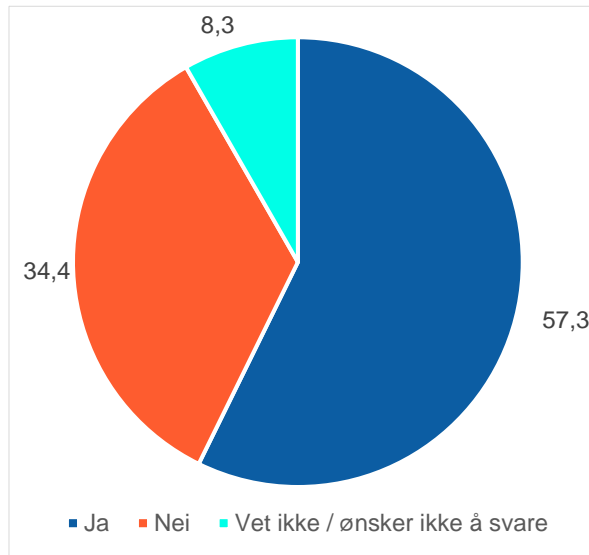
Figur 74: «Hvilke spill spiller du mest?» Topp fem nevnt blant gutter og jenter i ulike aldersgrupper. Prosentandelen er beregnet blant de som har svart at de gamer. (n=2267)



Har du spilt spill med aldersgrense 18 år?

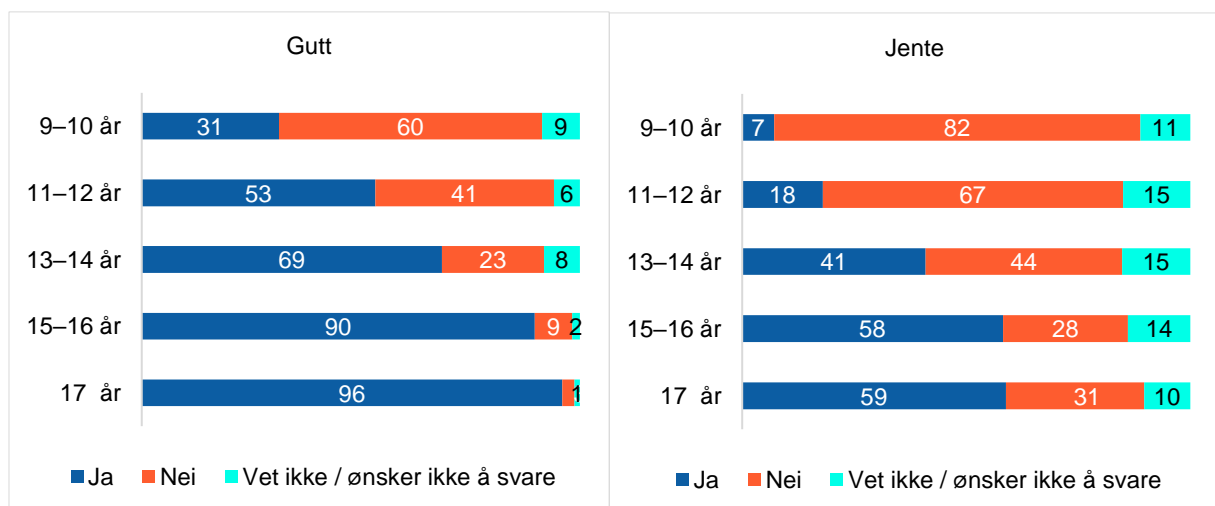
Barn og unge som gamer, fikk spørsmål om de har spilt spill med aldersgrense 18 år.

Figur 75: «Har du spilt spill med aldersgrense 18 år?» Prosentandel av 9–17-åringene som spiller spill. (n=2267)



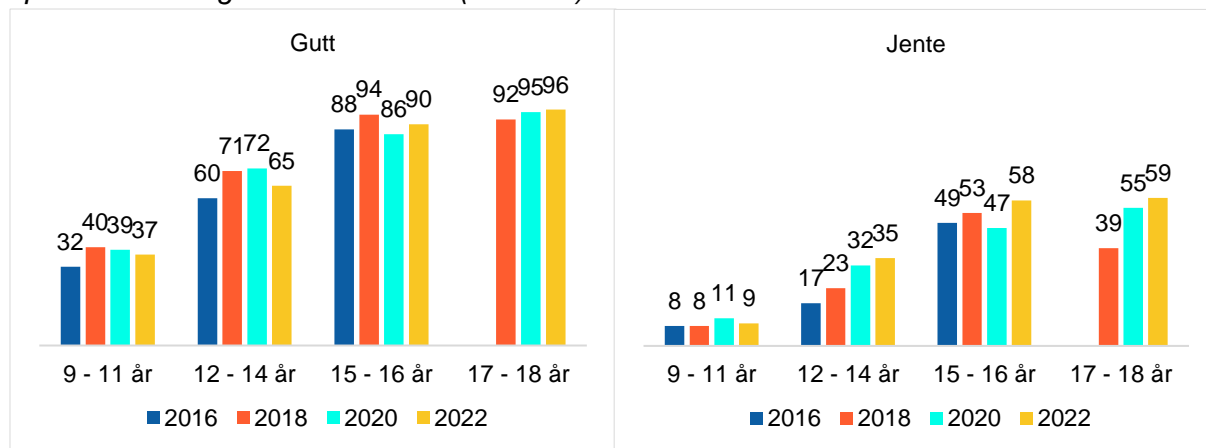
Nesten seks av ti av 9–17-åringene som gamer, har spilt spill med aldersgrense 18 år. I 2020-undersøkelsen var det 51 prosent som svarte det samme. 35 prosent sier de aldri har spilt slike spill, mens 8 prosent er usikre eller ønsker ikke å svare.

Figur 76: «Har du spilt spill med aldersgrense 18 år?» Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill med aldersgrense 18 år. (n= 2267)



En signifikant høyere andel gutter enn jenter (9–17 år som spiller spill) har spilt spill med 18-årgrense (70 mot 36 prosent). Kjønnsforskjellen er tydelig i alle aldersgrupper. Jentene er generelt mer usikre enn guttene på om de har spilt spill med aldersgrense 18 år (13 mot 5 prosent). Andelen som har spilt spill med 18-årgrense, øker naturlig nok med alder. 31 prosent av gutter i 9–10-årsalderen som spiller, har spilt slike spill mot 90 prosent av 15–16-åringene. Tilsvarende tall for jenter er 7 prosent og 58 prosent.

Figur 77: Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill, som har spilt spill med 18-årgrense. Tidsserie. (n= 2267)



Sammenlignet med tidligere målinger finner vi en relativ stabil og høy andel gutter som spiller spill med 18-årgrenser. Andelen ligger noe lavere for 9–14-åringene i 2022, men noe høyere blant 15–18-åringene. Blant jenter som spiller spill, finner vi derimot en liten økning i andelen som har spilt spill med aldersgrense 18 år. Særlig er økningen tydelig blant 15–16-åringene.

Bruk av penger i spill

9–18-åringene som spiller spill, fikk spørsmål om de noen gang har kjøpt noe med ekte penger i et spill.

Figur 78: «Har du kjøpt noe med ekte penger i et spill?» Prosentandel av 9–18-åringene som spiller spill¹⁶. (n=2267). Flere svar mulig.



63 prosent av 9–18-åringene som spiller spill, har kjøpt noe med ekte penger i spill. Tilsvarende andel i 2020-undersøkelsen var 58 prosent. 45 prosent har kjøpt spillgjenstander de visste hva var, og 24 prosent har kjøpt ting i spill hvor det de fikk, var en overraskelse. 14 prosent har kjøpt andre ting i spill. Omtrent én av ti er usikre på om de har kjøpt noe med ekte penger i et spill.

Figur 79: «Har du kjøpt noe med ekte penger i et spill?» Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill. (n=2267)



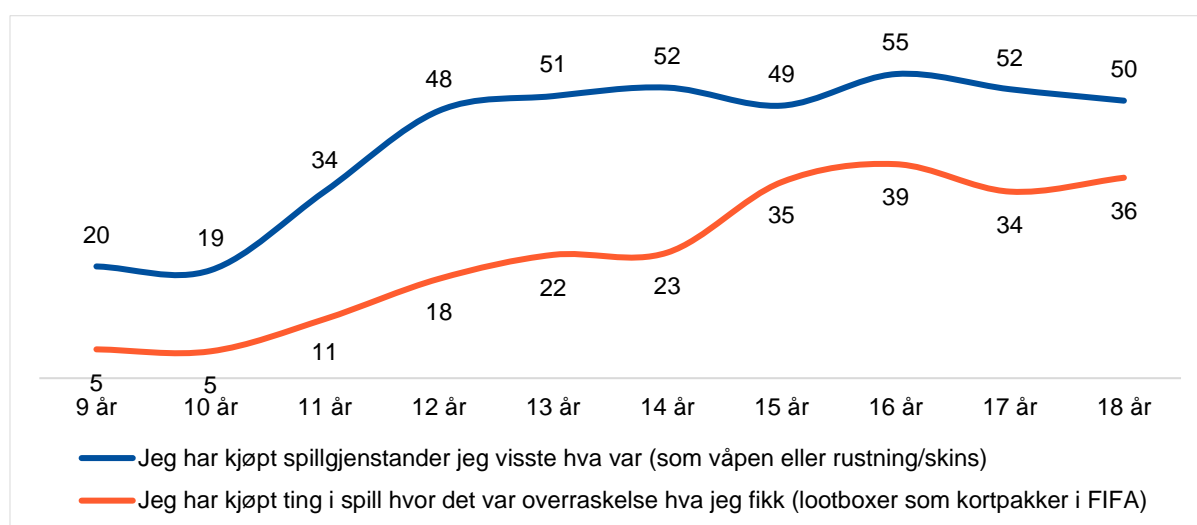
Betydelig flere gutter enn jenter har kjøpt noe med ekte penger i spill. Blant dem som spiller, har henholdsvis 60 prosent av guttene og 20 prosent av jentene kjøpt spillgjenstander de visste hva var. 36 prosent av guttene, mot 6 prosent av jentene, har kjøpt ting i spill hvor det

¹⁶ I 2020 var alternativet «mine foreldre har kjøpt ting i spill til meg» med.

de fikk, var en overraskelse. En betydelig høyere andel jenter enn gutter sier at de ikke har kjøpt noe med ekte penger i spill (41 mot 16 prosent) eller at de er usikre / ikke husker (13 mot 6 prosent). Kjønnsforskjellen øker også med alder, se figur 79.

Andelen som har kjøpt noe med ekte penger i spill – enten noe de visste hva var, eller noe som var en overraskelse – øker også betydelig med alder, som figur 80 viser. 20 prosent av 9-åringene har kjøpt noe de visste hva var, og 5 prosent noe som var en overraskelse. Disse andelen øker jevnt med alder til henholdsvis 55 og 39 prosent blant 16-åringene, før andelen daler noe når vi ser på 17- og 18-åringene. Spesielt blant guttene øker andelen som selv har kjøpt noe med ekte penger i spill, med alder. Nesten syv av ti gutter i 17–18-årsalderen har kjøpt noe i spill som de visste hva var.

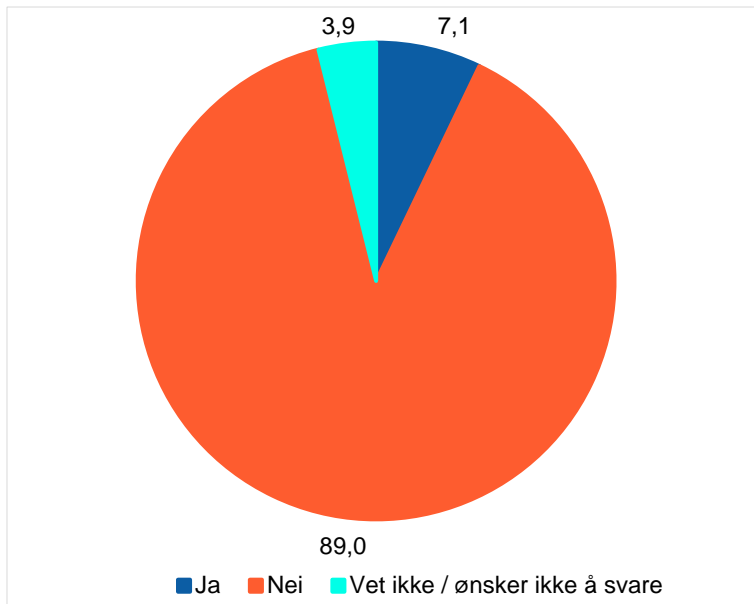
Figur 80: «Har du kjøpt noe med ekte penger i et spill?» Prosentandel av 9–18-åringene i ulike alder som spiller spill, og som har kjøpt spillgjenstander med ekte penger. (n=2267)



Blir barn og unge lurt til å kjøpe ting i spill?

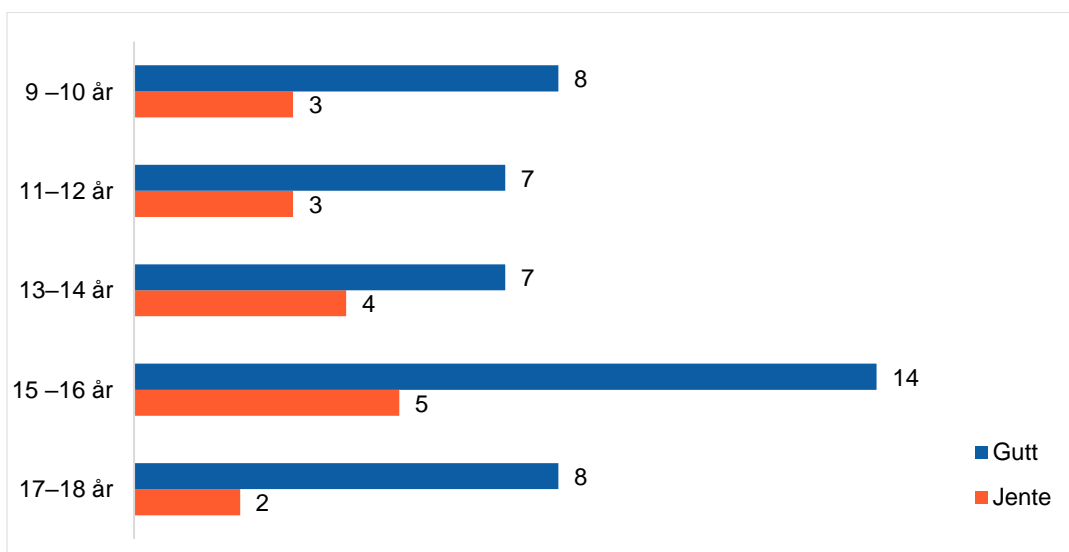
I årets undersøkelse fikk 9–18-åringene spørsmål om de noen gang har blitt lurt til å kjøpe noe med ekte penger i spill. 7 prosent svarer at de har opplevd dette.

Figur 81: «Har du blitt lurt til å kjøpe noe med ekte penger i spill (som lootbox, skins, våpen eller lignende)?» Prosentandel av 9–18-åringene som spiller spill, og som har blitt lurt til å kjøpe noe med ekte penger i spill. (n=2267)



Som figur 66 under viser, er det langt flere gutter enn jenter som har opplevd å bli lurt til å kjøpe noe i spill. Særlig stor er forskjellen blant 15–16-åringene, hvor 14 prosent av guttene har opplevd dette, mot 5 prosent av jentene.

Figur 82: «Har du blitt lurt til å kjøpe noe med ekte penger i spill (som lootbox, skins, våpen eller lignende)?» Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill. (n=2267)



Beskyttelse av passord

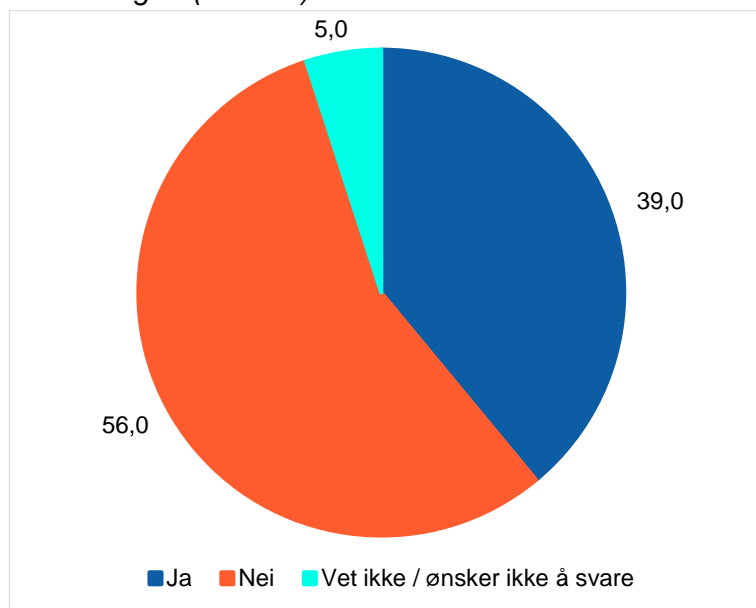
Sammendrag

- Fire av ti barn i alderen 9–18 år har delt passord med sine venner.
- Nesten syv av ti barn kan koden til foreldrenes mobiltelefon.
- I overkant av fire av ti kan passordet til foreldrenes bankkort/kredittkort.
- En fjerdedel kan passordet til foreldrenes App Store / Google Play.

Barn og unge ble stilt ulike spørsmål knyttet til deling av egne passord og kjennskap til foreldrenes passord.

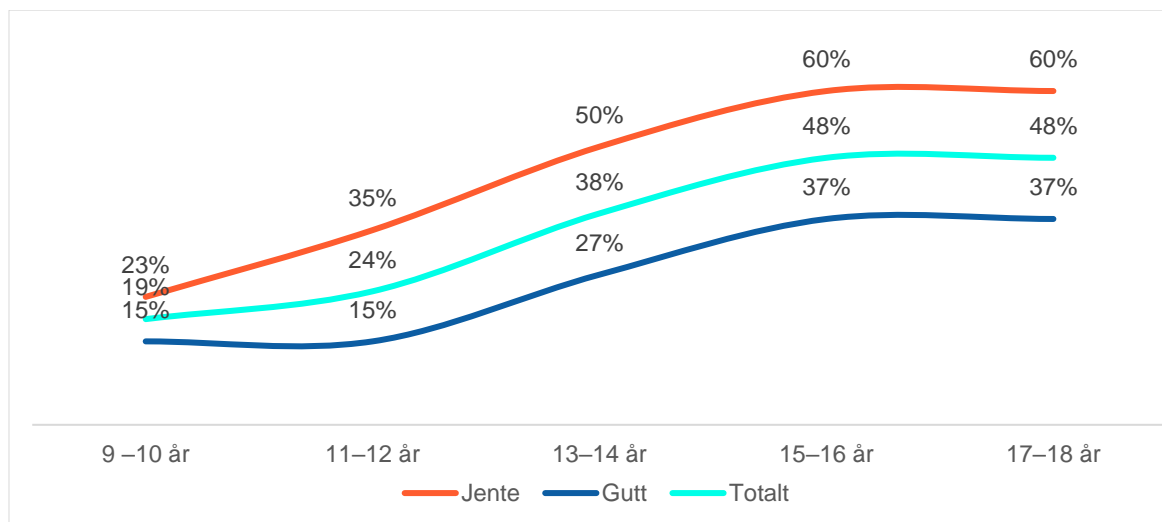
9–18-åringene ble spurt om de noen gang har delt passordet sitt med noen av sine venner. Rundt fire av ti svarer at de har gjort det.

Figur 83: «Har du noen gang delt passordet ditt med noen av dine venner?» Prosentandel av 9–18-åringene. (n=3195)



Det er langt flere som deler passord med venner, jo eldre man er. Blant 9–10-åringene er det kun rundt to av ti, fra og med 15-årsalderen er det rundt halvparten av barna som har delt passord med noen av sine venner. Som figur 84 viser, er det også langt mer vanlig at jenter deler passord, sammenlignet med gutter. Dette gjelder alle aldergrupper, men størst kjønnsforskjell er det fra og med 15-årsalderen, hvor i underkant av fire av ti gutter og hele seks av ti jenter har delt passord med noen av vennene sine.

Figur 84: «Har du noen gang delt passordet ditt med noen av dine venner?» Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper. (n=3195)

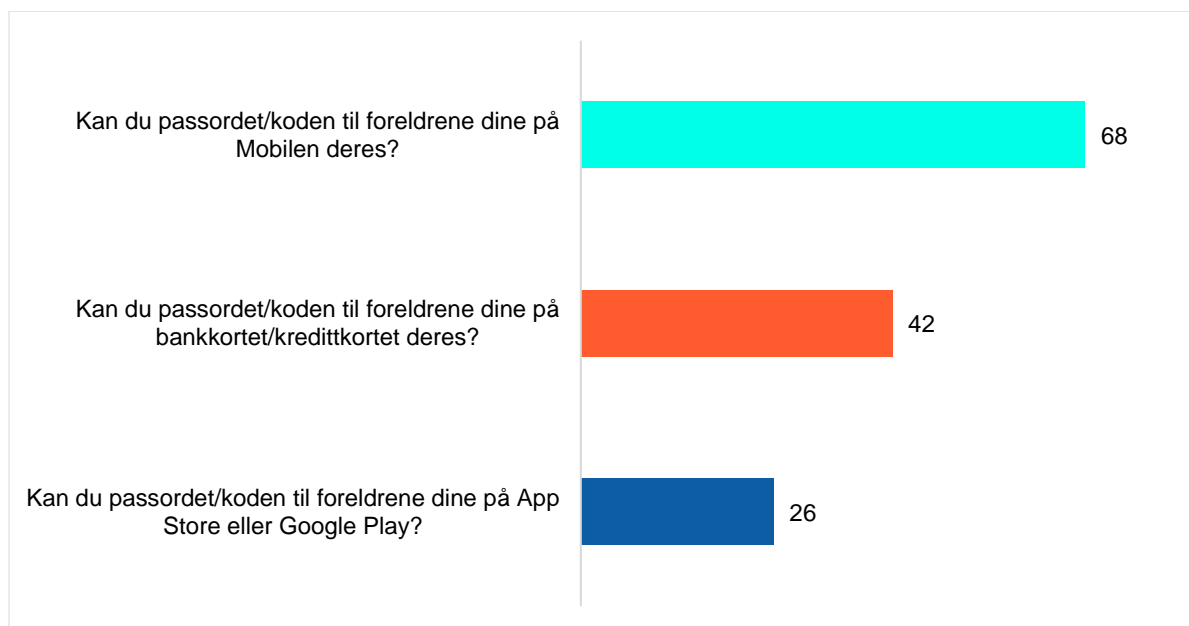


I 2020-undersøkelsen fikk barn i alderen 9–18 år spørsmålet: «Kan du passordet i sosiale medier til noen av vennene dine?». Den gang var det 23 prosent som svarte «ja» på dette. I år har vi altså gjort spørsmålet bredere, til å omfatte kjennskap til passord generelt.

Alle barn i alderen 9–18 år fikk også spørsmålet om de kan passordet/koden til foreldrenes mobiltelefon, bankkort/kredittkort og App Store / Google play.

Nesten syv av ti barn kan koden til foreldrenes mobiltelefon, i overkant av fire av ti kan passordet til foreldrenes bankkort/kredittkort og rundt en fjerdedel kan passordet til App Store / Google Play.

Figur 85: «Kan du passordet/koden til foreldrene dine på...» Prosentandel av 9–18-åringene. (n=3195)



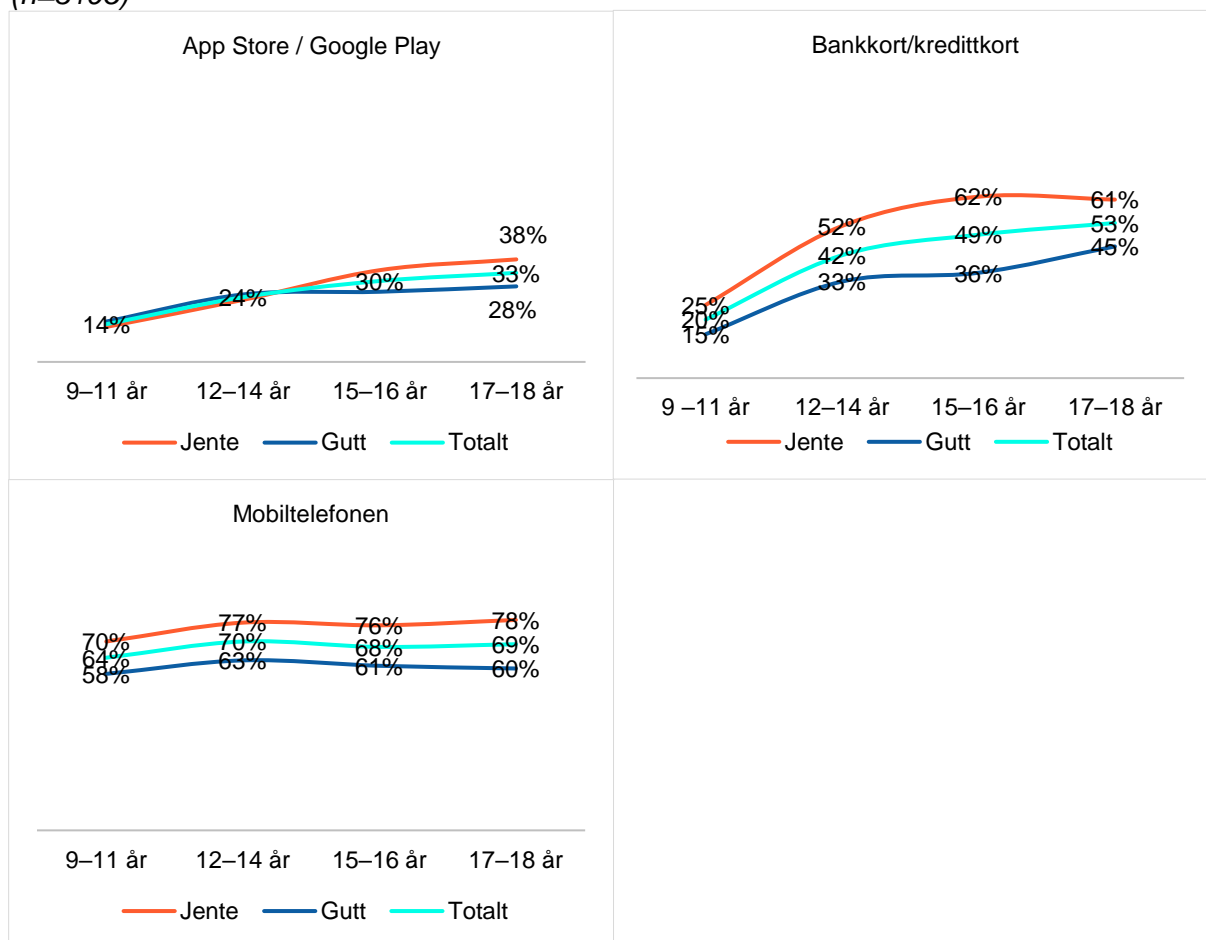
Vi finner imidlertid store forskjeller i tilgang til foreldrenes passord/kode, både når det gjelder alder og kjønn.

Særlig stor er kjønnsforskjellene når vi ser på unges tilgang til bankkort/kredittkort, særlig i aldersgruppen 15–16 år. Mens 62 prosent av jentene har tilgang til foreldrenes kode på bankkort, er tilsvarende tall blant guttene 36 prosent. Andelen er også sterkt økende med alder. Mens to av ti barn i alderen 9–11 år har tilgang til foreldrenes bankkort, har over halvparten tilgang når de er 17–18 år.

Andelen av barna som har tilgang til foreldrenes passord til App Store / Google Play, er også tydelig økende med alder. Når barna er i alderen 9–11 år, er det 14 prosent som har tilgang til passordet. Når barnet er 17–18 år, er andelen økt til 33 prosent. Vi finner også en liten kjønnsforskjell i tilgangen til passordet, særlig når barna er 17–18 år. 38 prosent av jentene har tilgang i denne alderen, mot 28 prosent av guttene. Sammenligner vi med resultatene fra 2020, ser vi at andelen som kjenner passordet til foreldrenes App Store / Google Play-kontoer, er 3 prosentpoeng lavere (fra 29 prosent i 2020, til 26 prosent i 2022).

Tilgangen til koden til foreldrenes mobiltelefon er derimot forholdsvis lik på tvers av aldersgruppene. 64 prosent av 9–11-åringene har tilgang, mot 69 prosent av 17–18-åringene. Ikke desto mindre finner vi også her klare forskjeller mellom jenter og gutter. Mens seks av ti gutter har tilgang til koden på foreldrenes mobil, er andelen nesten åtte av ti blant jenter (76 prosent), se figur 86.

Figur 86: «Kan du passordet/koden til foreldrene dine på...» Prosentandel av 9–18-åringene. (n=3195)



Reklame

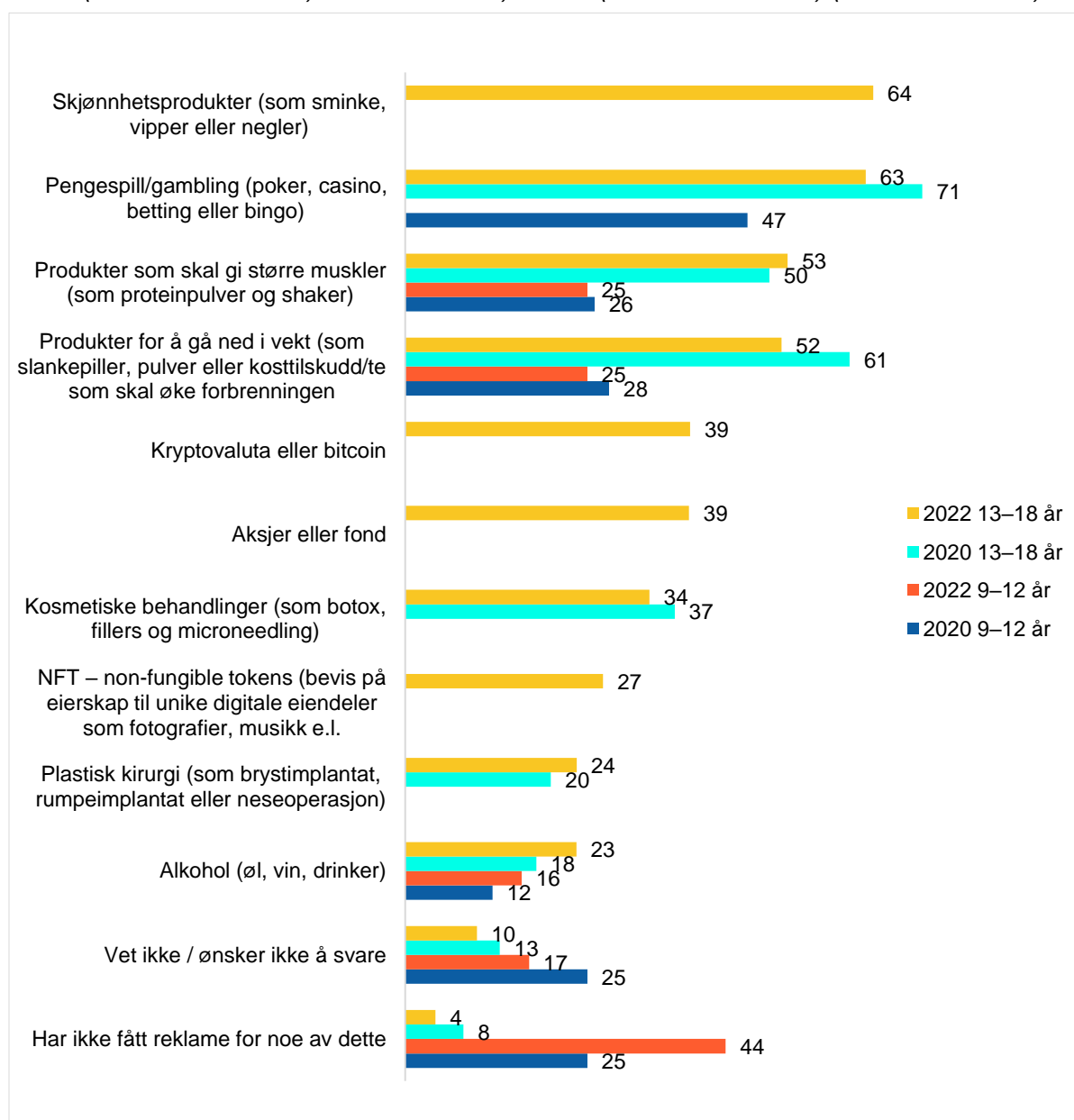
Sammendrag:

- Nesten to av tre unge i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for skjønnhetsprodukter via nettet.
- Over halvparten av 13–18-åringene og rundt en fjerdedel av barn i alderen 9–12 år svarer at de har fått reklame for produkter som gir de større muskler.
- Over halvparten av barna i alderen 13–18 år og rundt en fjerdedel av barna i alderen 9–12 år svarer at de har fått reklame for produkter for å gå ned i vekt.
- 23 prosent av barna i alderen 13–18 år og 16 prosent i alderen 9–12 år svarer at de har fått reklame for alkohol på nettet.

Hva slags type reklame får barn og unge på nettet?

Hvor høy andel av tenåringene har fått reklame for kosmetiske behandlinger, alkohol og pengespill på nettet? Er det vanlig at barn får reklame for produkter som skal gi større muskler, eller produkter for å gå ned i vekt?

Figur 87: «Kryss av for alt du har fått reklame for på nettet, (for eksempel i sosiale medier).» 2022: (13–18 år: n=2020) 9–12 år: n=966). 2020: (13–18 år: n=1869) (9–12 år: n=1157).



Skjønnhetsprodukter: Nesten to av tre unge i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for skjønnhetsprodukter via nettet. Her er det store forskjeller mellom jenter og gutter.

- Andelen jenter som har fått reklame for skjønnhetsprodukter (84 prosent), er over dobbelt så høy som andelen gutter (37 prosent).
- Andelen er forholdsvis lik på tvers av aldersgruppene, selv om det er en litt høyere andel jenter i 17–18-årsalderen (86 prosent) som har mottatt denne type reklame, enn jenter i 13–14-årsalderen (78 prosent).

Pengespill/Gambling: Over seks av ti barn i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for pengespill.

- Andelene er svært like på tvers av kjønn og aldersgrupper.
- Andelen er lavere i 2022 enn i 2020.

Produkter som skal gi større muskler: Over halvparten av barna i alderen 13–18 år og rundt en fjerdedel av barna i alderen 9–12 år svarer at de har fått reklame for produkter som gir de større muskler.

- Andelene er like på tvers av kjønn og aldersgrupper.

Produkter for å gå ned i vekt: Over halvparten av barna i alderen 13–18 år og rundt en fjerdedel av barna i alderen 9–12 år svarer at de har fått reklame for produkter for å gå ned i vekt.

- Fra og med 13-årsalderen er det langt flere jenter enn gutter som har fått denne type reklame.
- Når barna er 17–18 år, er det dobbelt så mange jenter som gutter som har fått slik reklame (67 prosent mot 34 prosent).
- Andelen er lavere i 2022 enn i 2020.

Kryptovaluta og bitcoin: Rundt fire av ti barn i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for kryptovaluta og bitcoin.

- Rundt dobbelt så mange gutter som jenter svarer at de har mottatt denne type reklame (54 prosent mot 25 prosent).
- Andelen som har mottatt slik reklame, er relativ lik på tvers av aldersgruppene.

Aksjer og fond: Rundt fire av ti barn i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for aksjer og fond.

- Rundt dobbelt så mange gutter som jenter svarer at de har mottatt denne type reklame (51 prosent mot 27 prosent).
- Andelen som har mottatt slik reklame, er relativ lik på tvers av aldersgruppene.

Kosmetiske behandlinger: 34 prosent i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for kosmetiske behandlinger.

- Rundt dobbelt så mange jenter som gutter svarer at de har mottatt denne type reklame (43 prosent mot 23 prosent).
- Andelen som har mottatt slik reklame, er relativ lik på tvers av aldersgruppene.

NFTs – Non-fungible tokens (bevis for eierskap til unike digitale eiendeler): 27 prosent av unge i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for NFT.

- Over dobbelt så mange gutter som jenter svarer at de har mottatt denne type reklame (39 prosent mot 16 prosent).
- Andelen som har mottatt slik reklame, er relativ lik på tvers av aldersgruppene.

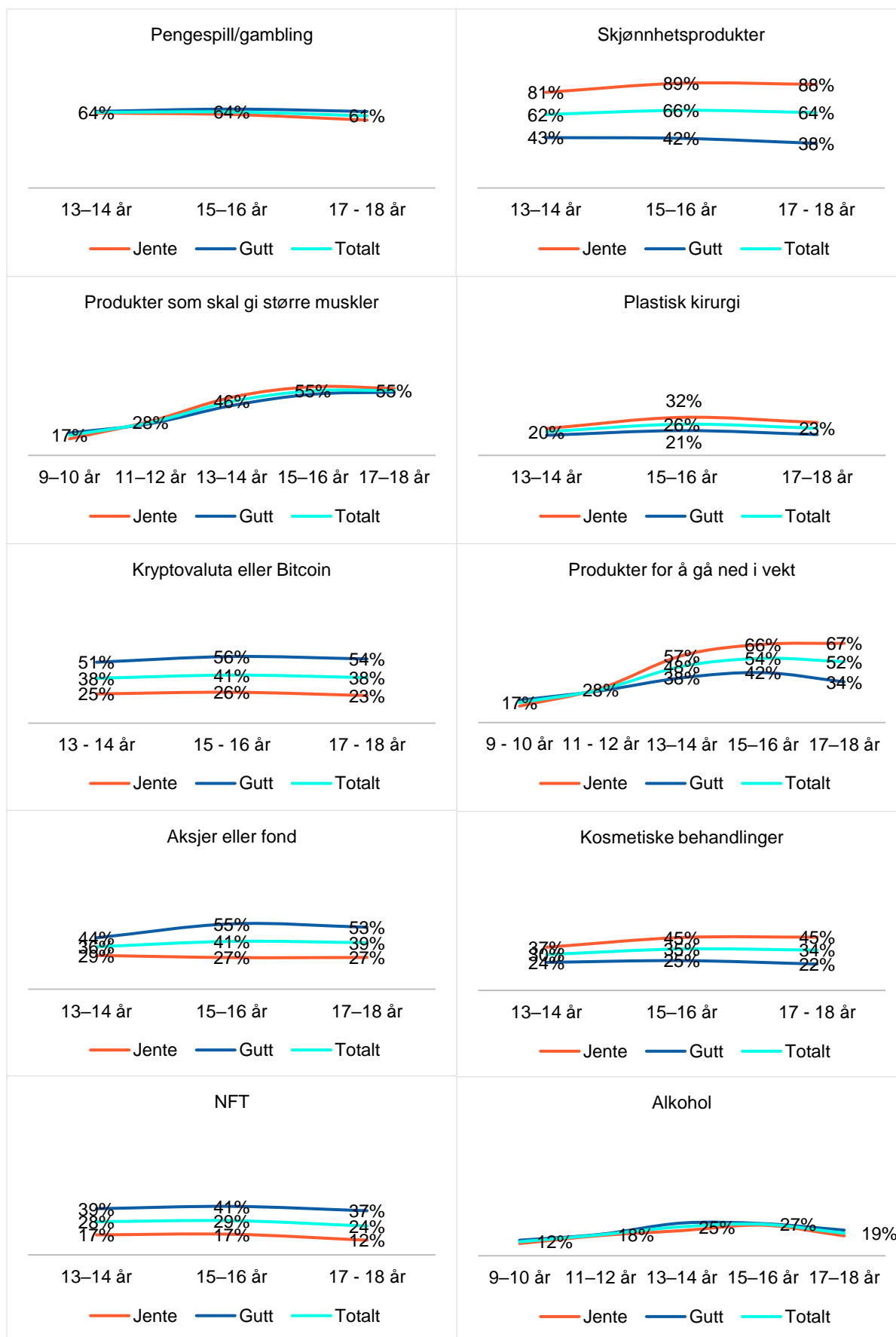
Plastisk kirurgi: 24 prosent i alderen 13–18 år svarer at de har fått reklame for plastisk kirurgi.

- En klart høyere andel jenter enn gutter svarer at de har mottatt denne type reklame (28 prosent mot 18 prosent).
- Andelen som har mottatt slik reklame, er relativ lik på tvers av aldersgruppene.
- Andelen er høyere i 2022 enn i 2020.

Alkohol: 23 prosent av barna i alderen 13–18 år og 16 prosent i alderen 9–12 år svarer at de har fått reklame for alkohol på nettet.

- Andelene er relativt like på tvers av kjønn og aldersgrupper. Aldersgruppen 9–12 år har en noe lavere andel som har kommet over alkoholreklame.
- Andelen er for begge aldersgruppene høyere i 2022 enn i 2020.

Figur 88: «Kryss av for alt du har fått reklame for på nettet», brutt ned på alder og kjønn. (n = 1011/2140)



Hva synes barn og unge om å motta denne type reklame?

Barn og unge (9–18 år) som oppga at de hadde fått reklame for pengespill/gambling, skjønnhetsprodukter, produkter som skal gi større muskler, kosmetiske behandler, alkohol eller noen av de andre produktene nevnt i figur 88, fikk et åpent spørsmål om hva de synes om å motta denne type reklame¹⁷. Gjennomgående varierte responsen mellom at barna enten «blir irritert» eller «synes det er helt greit». Den aller mest vanlige responsen er likevel «likegyldighet». Det kan tyde på at de unge har blitt vant til at reklame er en del av innholdet de blir eksponert for på nettet.

NFTs – non-fungible tokens (n=69): Responsen blant de 13–18-åringene som svarte hva de synes om å få reklame for NFTs, viser at de aller fleste er likegyldige til denne type reklame.

«Jeg har ikke så mye mening om det jeg bare skipper om det kommer opp.»
(gutt, 14 år)

Likevel er det en liten andel som finner dette spennende:

«Jeg liker NFTs ganske mye og har tenkt å begynne med det når jeg blir sånn 15 eller noe. Da kan jeg bruke litt tid på å lage digital kunst og så selge det etterpå, selv om jeg vet at det er vanskelig.»

(gutt, 13 år)

Kryptovaluta eller bitcoin (n=149): Responsen blant de 13–18-åringene som svarte hva de synes om å få reklame for kryptovaluta eller bitcoin, er svært lik den vi finner om NFTs. De aller fleste er likegyldige til denne type reklame. Imidlertid er det noen av barna som forbinder denne type reklame med svindel:

«Pleier å ignorere pga. mest sannsynlig scam.»
(gutt, 17 år)

En respondent viser til bekymringen for at barn skal bli lurt av reklame:

«Jeg synes det er greit, firmaer må få reklamere for seg selv. Jeg er nesten en voksen person, så jeg legger ikke merke til reklamer jeg får lenger. Men jeg ser ikke noe galt i det, så lenge den ikke er for små unger på 7–13 år som kan prøve seg på å gjøre noe med det.»
(jente, 17 år)

Skjønnhetsprodukter (n=286): Responsen blant de 13–18-åringene som svarte hva de synes om å få reklame for skjønnhetsprodukter, er i størst grad negativ. Imidlertid er det enkelte barn som synes det er greit med reklame så lenge den er relevant for dem.

¹⁷ Alle respondentene ga åpent svar for kun ett alternativ. Alternativene ble randomisert blant respondentene, slik at barna kun ble bedt om å si sin mening om en av reklametyperne.

«Dette er noe jeg interesserer meg for, så det gjør ikke noe for meg.»
(jente, 14 år)

«Jeg synes det er ganske praktisk, siden jeg er veldig interessert i sånt.»
(jente, 13 år)

«Det spørs hva det er. Noen ting er gøy hvis det f.eks. er sminke jeg liker.»
(jente, 15 år)

Likevel er følgende respons mer representativ, særlig blant de mer eldre barna:

«Unødvendig å reklamere for ting som gjør at du kan endre på utseendet.»
(gutt, 16 år)

Aksjer eller fond (n=160): Responsen blant de 13–18-åringene som svarte hva de synes om å få reklame for aksjer eller fond, er lik den vi finner om bitcoin og NFTs over. For de aller fleste barna omtales dette som «uinteressant». Likevel er det ganske mange av barna som også beskriver dette som «interessant», som noe de ønsker å jobbe med i fremtiden.

«Jeg synes det er helt greit siden jeg interesserer meg litt for det, så det går fint.»
(jente, 14 år)

«Synes det er greit siden jeg prøver å lære meg hvordan man handler aksjer.»
(jente, 18 år)

Enkelte svar vitner om bevissthet om at reklame kan være skadelig, særlig blant yngre barn.

«Sikkert greit så lenge de som får reklamen, ikke er for unge til å ta gode digitale valg.»
(jente, 14 år)

Produkter som skal gi større muskler (n= 217): Responsen blant de 13–18-åringene som svarte hva de synes om å få reklame for produkter som skal gi større muskler, er gjennomgående negativ. Mange omtaler reklamen som «teit», «idiotisk» og «tull», mange er likegyldige. Likevel er det også mange som ikke tar avstand. En respondent mener at det bare er de «som er oppegående nok», som bør få slik reklame.

«For de som er oppegående nok til å skjønne at man nødvendigvis ikke trenger proteinpulver for å bygge muskler, synes jeg at man fortsatt bør tillate eksponering av den type reklame.»
(gutt, 16 år)

«Når det er reell informasjon, er det heilt greit, men om det er informasjon som jeg er usikker på eller vet ikke er riktig, så blir jeg oppgitt.»
(gutt, 17 år)

Produkter for å gå ned i vekt (n= 215): Andelen som tar avstand, er høy blant 13–18-åringene når det kommer til produkter for å gå ned i vekt. Her brukes det beskrivelser som «veldig uetisk», «unødvendig», «plagsomt», «ikke greit».

«Jeg liker det ikke. Det kan påvirke både en persons psyke og helse.»
(jente, 17 år)

En respondent svarer at denne type reklame er akseptabel, så lenge «det den sier er sant».

«Jeg liker det ikke, men det kommer an på hvordan de fremstiller produktet og virkningen av det, hvis det de sier om det er sant, så er det mer innafor enn om det er forfalskning av resultater.»

(jente, 17 år)

Plastisk kirurgi og kosmetiske behandlinger (n= 56 (9–12 år) / n=134 (13–17 år): Høyest avstand tar 13–18-åringene når det kommer til reklame for plastisk kirurgi og kosmetiske behandlinger. Her beskrives særlig de negative sidene med «kroppspress». En respondent omtaler dette som «nedtrykkende»:

«Nedtrykkende, og når såpass mange unge er på sosiale medier, skaper det urealistiske forhåpentligvis og body image.»
(jente, 16 år).

En jente reagerer på at denne type reklame slippes til på nettet.

«Synes det er veldig rart, det passer bare ikke sammen å reklamere for klinikker som gjør forandringer på folk.»
(jente, 17 år)

En annen jente fremhever den negative påvirkningen slik reklame kan ha.

«Unødvendig, dei som er uforneøgde med seg sjav, veit dette finst. Det at dette blir kasta i trynet på folk som ikkje har tenkt så mykje på, det kan påverke dei mykje.»
(jente, 17 år)

En yngre respondent skriver at det kan skape feil forestillinger om hvordan man bør se ut.

«Jeg synes det er bra for noen, men ikke for alle. Folk kan tro at det er sånn man må se ut som.»
(gutt, 12 år)

Alkohol (n=74): Andelen som tar avstand fra alkoholreklame, er ikke like stor som i tilfellet med plastisk kirurgi og reklametyper som skaper kroppspress. Respondentene har få sterke meninger om denne type reklame.

«Synes det er helt greit så lenge det ikke reklameres til ti åringer eller yngre.»
(jente, 16 år)

«Jeg synes det er helt greit for meg, for jeg vet hva jeg selv vil på dette planet. Men jeg tror ikke det er smart å normalisere alkohol for barn yngre enn meg.»
(jente, 16 år)

Pengespill/gambling (n=380): Gruppen barn som har mottatt reklame for pengespill, gir i liten grad uttrykk for at de blir preget av det. Mange svarer at det «ikke er bra», «er irriterende» og at de «ikke liker det». Men en stor andel er også likegyldige. De svarer at «jeg bryr meg ikke» eller at «reklamen er kjedelig».

«Kunne ikke brydd meg mindre. Når jeg først får reklame, så har det ikke så mye å si hva det er den handler om.»

(gutt, 16 år)

Likevel er det også enkelte som ser – og viser til – farepotensialet med denne type reklame:

«Kjedelig, men de får det til å se gøy ut. Noen kan gå i fellen for dette, men ikke jeg.»

(jente, 15 år)

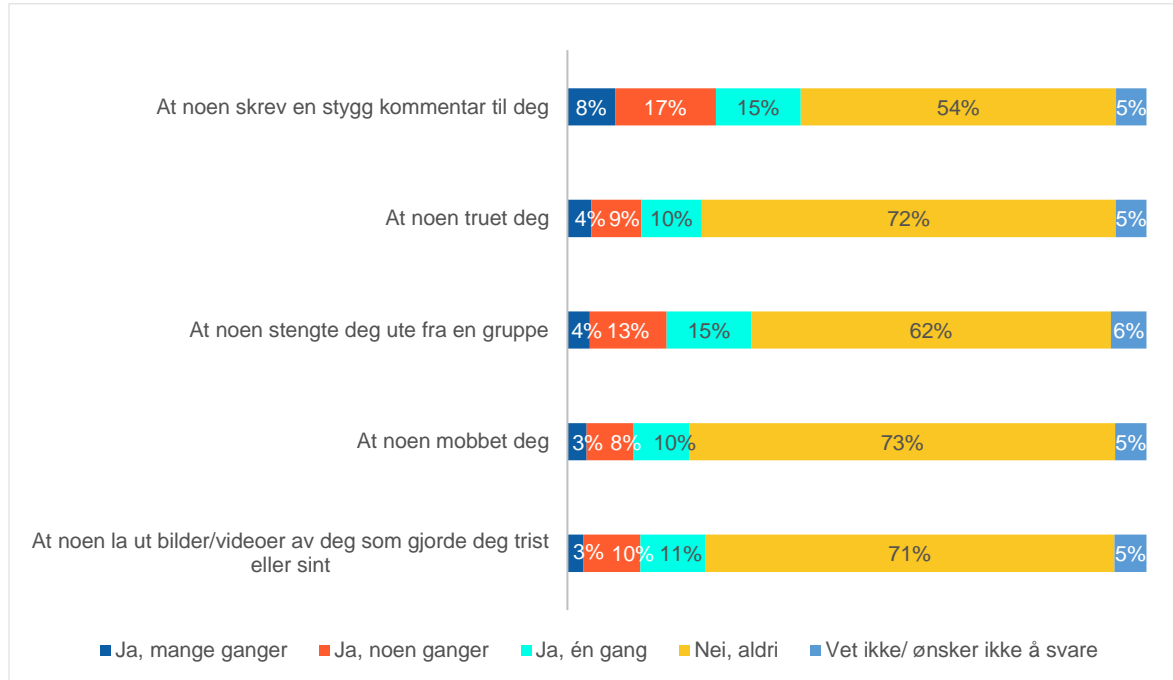
Mobbing

Sammendrag

- Årets undersøkelse viser at et mindretall har opplevd negative hendelser på nettet (21 til 40 prosent) i løpet av det siste året.
- 40 prosent av 9–18-åringene har opplevd at noen har skrevet en stygg kommentar til dem på nettet i løpet av de siste tolv månedene.
- 23 prosent av 9–18-åringene har det siste året opplevd at noen har truet dem på nett.
- 32 prosent av 9–18-åringene har opplevd å bli utestengt av noen fra en gruppe på nettet eller at noen ikke har latt dem få delta.
- 21 prosent av 9–18-åringene svarer at de har blitt mobbet via nett i løpet av det siste året – 10 prosent én gang og 11 prosent enten noen eller mange ganger.
- Blant de som har opplevd å få stygge kommentarer på nettet oppgir 6 av 10 at de har gjort ulike tiltak som følge av opplevelsen.

I undersøkelsen ble det stilt spørsmål om hvorvidt barna har opplevd ulike former for mobbing på nettet, og hva de eventuelt gjorde da dette skjedde.

Figur 89: «Har du i løpet av det siste året opplevd ...». Andel 9–18-åringene som har opplevd ulike negative hendelser på nettet, og hvor ofte dette oppleves. (n=3195)



I løpet av det siste året har til sammen 40 prosent av 9–18-åringene opplevd at noen har skrevet en stygg kommentar til dem på nettet, i 2020 var det 31 prosent som svarte det samme. I 2022 oppgir 15 prosent å ha opplevd dette én gang, mens til sammen 25 prosent har opplevd dette noen eller mange ganger.

23 prosent av 9–18-åringene har det siste året opplevd at noen har truet dem på nettet, i 2020 var det 15 prosent som oppga å ha blitt truet. For 10 prosent har dette skjedd én gang, mens det for totalt 13 prosent har skjedd noen eller mange ganger.

Totalt 32 prosent har opplevd å bli utestengt av noen fra en gruppe på nettet, i 2020 var det 24 prosent som svarte det samme. 15 prosent har opplevd dette én gang det siste året, mens 17 prosent har blitt utestengt noen eller mange ganger.

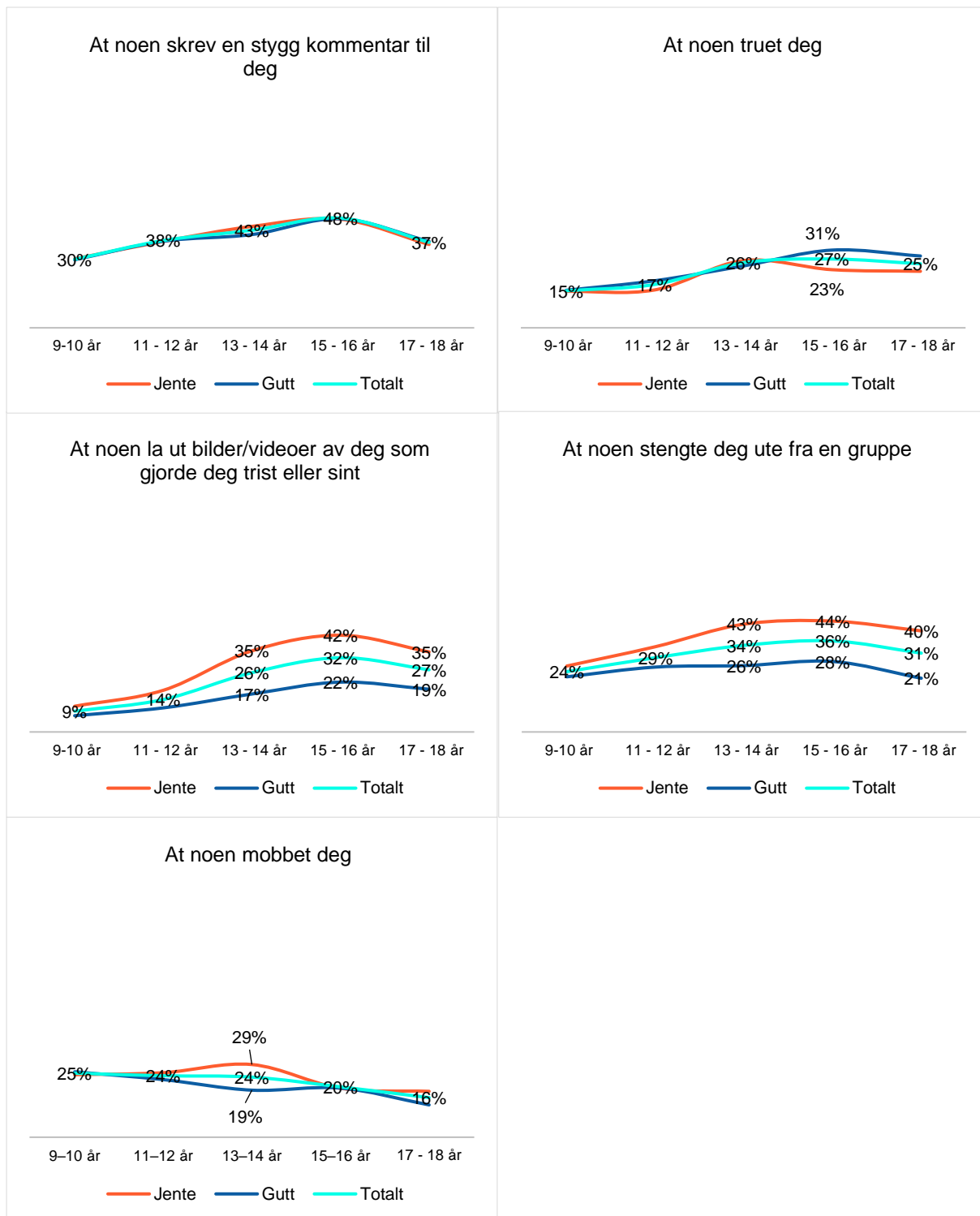
21 prosent av 9–18-åringene svarer at de har opplevd å ha blitt mobbet på nett det siste året – 10 prosent én gang og 11 prosent enten noen eller mange ganger¹⁸.

24 prosent av 9–18-åringene svarer at noen har lagt ut bilder/videoer av dem som gjorde dem trist eller sint. Tilsvarende tall i 2020 var 14 prosent. 11 prosent har opplevd dette én gang, mens 13 prosent har opplevd dette flere ganger det siste året.

¹⁸ Alternativet er ikke sammenlignbart med tallet i 2020, siden formuleringen den gang var: «Vært slemme med deg eller mobbet deg på nett, mobil eller spill» (totalt 26 prosent opplevde dette i 2020).

Det er noen forskjeller mellom gutter og jenter og ulike aldersgrupper når det gjelder negative hendelser på nett, se figur 90.

Figur 90: Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som har opplevd ulike typer negative hendelser på nettet de siste tolv månedene, én gang eller oftere. (n=3195).



At noen truet deg

- En større andel gutter enn jenter har opplevd at noen har truet dem (25 prosent mot 21 prosent).
- Blant guttene øker andelene som har opplevd dette, betydelig med alder, frem til de er 15–16 år. Deretter faller andelen svakt, når de blir 17–18 år.

At noen la ut bilder/videoer av deg som gjorde deg trist eller sint

- Jenter har i større grad enn gutter opplevd at noen har lagt ut bilder som gjorde dem trist eller sint i løpet av det siste året. Fra 13–16-årsalder er det nesten dobbelt så mange jenter som gutter som har opplevd dette.
- I alderen 15–16 år er det 42 prosent av jentene og 22 prosent av guttene som har opplevd at noen har lagt ut bilder av de som har gjort dem triste eller sinte.

At noen skrev en stygg kommentar til deg

- Like mange jenter som gutter har opplevd at noen har skrevet en stygg kommentar til dem på nett, i løpet av det siste året (40 %).
- Flest opplever dette i alderen 15–16 år (48 %).

At noen stengte deg ute fra en gruppe

- Jenter har i større grad enn gutter opplevd at noen har stengt dem ute fra grupper i løpet av det siste året. Fra 13–18-årsalderen er det nesten dobbelt så mange jenter enn gutter som har opplevd dette.
- I alderen 15–16 år er det 44 prosent av jentene og 28 prosent av guttene som har opplevd at noen har stengt dem ute fra grupper.

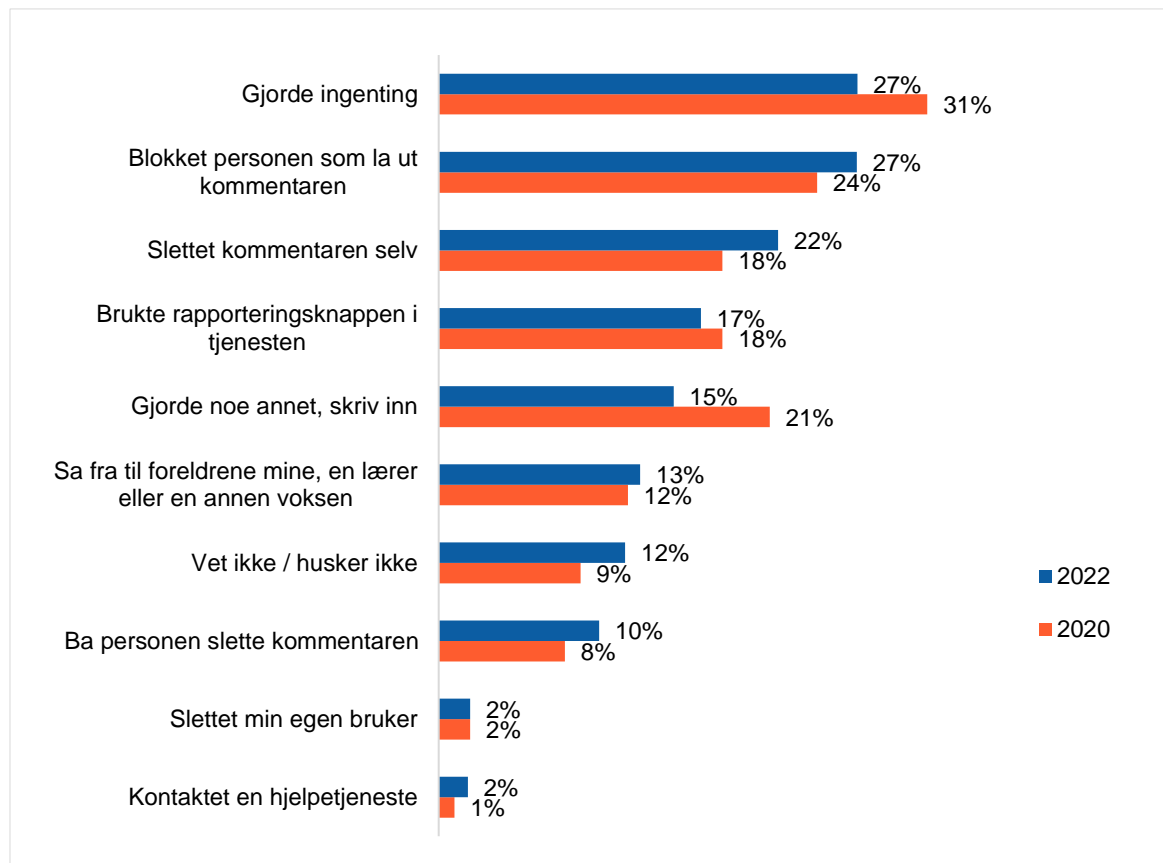
At noen mobbet deg

- Andelene som opplever at de har blitt mobbet på nettet de siste tolv månedene, er fallende med alder. Mens det er 25 prosent i alderen 9–10 år som har opplevd dette, har andelen falt til 16 prosent blant 17–18-åringene.
- Blant 13–14-åringene oppgir 29 prosent av jentene at de har opplevd å bli mobbet på nettet, mens kun 19 prosent av guttene i denne aldersgruppen svarer det samme.

Hva gjør de unge når de blir utsatt for stygge kommentarer på nettet?

Unge i alderen 9–18 år som svarte at de har opplevd at noen har skrevet en stygg kommentar til dem på nettet siste året, fikk spørsmål om hva de gjorde sist gang de var utsatt for dette.

Figur 91: «Sist gang noen skrev en stygg kommentar til deg på nett, spill eller sosiale medier, hva gjorde du?» Flere svar mulig. (n= 1233)



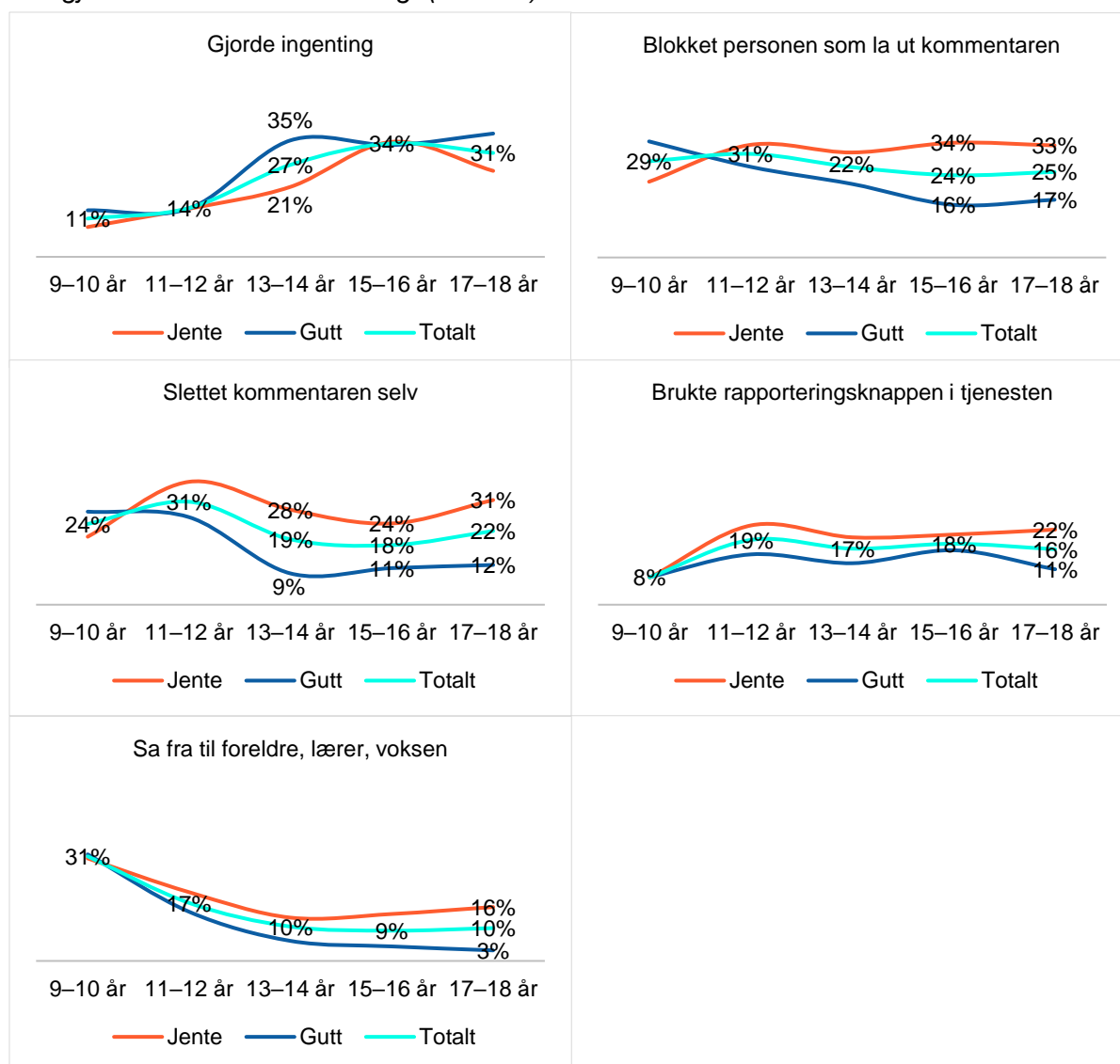
Blant de som har opplevd å få stygge kommentarer på nettet oppgir 6 av 10 at de har gjort ulike tiltak som følge av opplevelsen.

24 prosent svarer at de blokkerte personen som skrev kommentaren, opp 3 prosentpoeng, sammenlignet med 2020. 22 prosent slettet kommentaren selv (18 prosent i 2020), 17 prosent brukte rapporteringsknappen i nettjenesten (18 prosent i 2020). 13 prosent av 9–18-åringene som har opplevd å få stygge kommentarer på nettet, ga beskjed til foreldrene sine eller en annen voksen, og 10 prosent ba personen om å slette kommentaren. Få oppgir at de har slettet brukeren sin (2 prosent) eller at de har kontaktet en hjelpetjeneste (1 prosent).

15 prosent gjorde noe annet enn de alternative som nevnes. Det som oftest går igjen i de åpne kommentarene, er at man svarte vedkommende med en tilsvarende stygg kommentar, ga beskjed til vedkommende om hva man syntes om å få kommentaren, eller at man ikke brydde seg så mye om det. 12 prosent husker ikke hva de gjorde. Av 9–18-åringene som har opplevd at noen har skrevet en stygg kommentar til dem på nettet de siste tolv månedene, svarer 27 prosent at de «gjorde ingenting».

Vi finner en del forskjeller i hvordan jenter, gutter og barn i ulike aldre håndterer stygge kommentarer på nettet, se figur 92.

Figur 92: «Sist gang noen skrev en stygg kommentar til deg på nett, spill eller sosiale medier, hva gjorde du?» Flere svar mulig. (n=1233)



- Andelen barn som svarer at de ikke «gjorde noen ting» sist gang de ble utsatt for en stygg kommentar på nettet, er økende med alderen. Mens rundt én av ti ikke gjorde noen ting i alderen 9–10 år, er andelen over tre av ti fra og med 13-årsalderen. Det er også noen flere gutter enn jenter som svarer at de ikke gjorde noen ting (29 prosent mot 24 prosent). Størst er forskjellen i 13–14-årsalderen, da 35 prosent av guttene og 21 prosent av jentene som har vært utsatt for stygge kommentarer, svarer at de ikke gjorde noen ting da de ble utsatt for en stygg kommentar.
- Andelen som svarer at de blokkerte personen som la ut den stygge kommentaren, er relativ lik på tvers av aldersgruppene. En høyere andel jenter enn gutter bruker blokkering når de opplever stygge kommentarer på nettet (32 prosent mot 21 prosent). Størst er forskjellen i 15–16-årsalderen, da 34 prosent av jenter som har vært utsatt for stygge kommentarer på nett blokkerer, mot 16 prosent av guttene.

- «Å slette kommentaren selv» er også en vanligere blant jenter enn gutter, særlig fra 13-årsalderen.
- Andelen som brukte rapporteringsknappen til nettjenestene sist gang de opplevde at noen skrev noe stygt til dem på nettet, er relativ lik på tvers av aldersgrupper og kjønn frem til 16 år. Blant 17–18-åringene er det en større andel jenter enn gutter som har brukt rapporteringsknappen i tjenesten.
- Tre av ti 9–10-åringene har sagt ifra til foreldre, lærer eller andre voksne sist gang de opplevde at noen skrev en stygg kommentar til dem på nettet, mens én av ti i 13–18-åringene gjør dette.

Porno

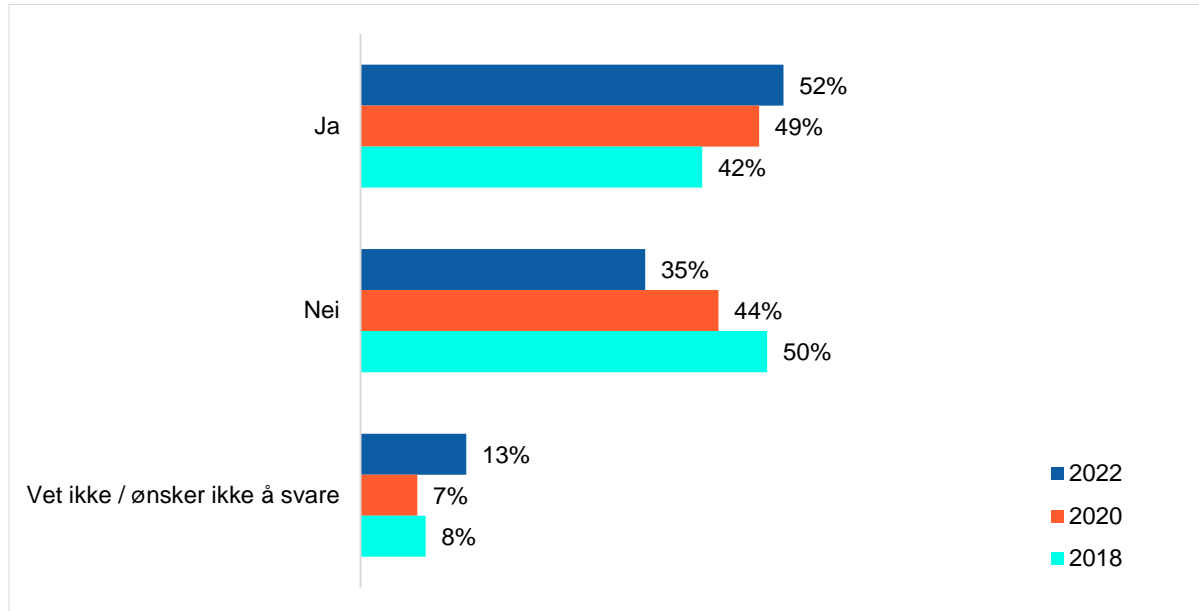
Sammendrag

- Over halvparten av 13–18-åringene svarer at de har sett porno på nettet. 35 prosent svarer at de ikke har sett porno.
- En betydelig høyere andel av guttene enn jentene svarer at de har sett porno på nettet (68 mot 34 prosent).
- Sammenlignet med 2018 er det en økning på 10 prosentpoeng i andelen 13–18-åringene som har sett porno på nett. Økningen skjer i størst grad hos yngre grupper og blant jenter.
- Til sammen 55 prosent av 13–18-åringene som har sett porno på nettet, så porno for første gang før fylte 13 år.
- Nesten syv av ti av 13–18-åringene som har sett porno på nettet, sier de søkte etter dette selv sist gang det skjedde.
- Fire av ti 13–18-åringene svarer at de har fått reklame for porno på nettet.
- Av de 13–18-åringene som har opplevd å få reklame for porno på nettet, er det flest som har fått dette via ulovlige nettsteder for nedlastning/strømming av film, musikk, dataspill eller lignende. Flere enn fire av ti unge som har fått reklame for porno på nettet, har fått pornoreklame fra slike kanaler.
- Mange får reklame for porno via tjenester som Google og TikTok. Av de unge som har mottatt pornoreklame, har over tre av ti fått reklamen via Google, og to av ti via TikTok. Andelen som får pornoreklame via TikTok, har økt med 16 prosentpoeng fra to år tilbake.

Hvor mange har sett porno på nettet?

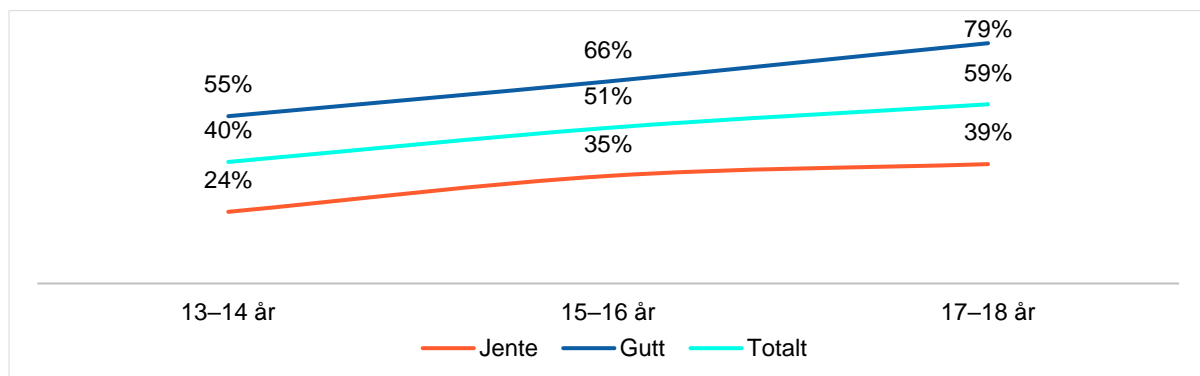
13–18-åringene i undersøkelsen fikk ulike spørsmål om porno på nettet – om de har sett det, hvor gamle de var første gang de så porno, og om de har fått reklame for porno på nettet.

Figur 93: «Har du sett porno på nettet?» Prosentandel 13–18-åringene. Tidsserie. (n=1931)



Over halvparten av 13–18-åringene svarer at de har sett porno på nettet. 35 prosent svarer at de ikke har sett porno, og 13 prosent svarer at de ikke vet eller ikke ønsker å svare. Sammenlignet med 2018 er det en økning på 10 prosentpoeng i andelen 13–18-åringene som har sett porno på nett. Sammenlignet med 2020 finner vi en økning på 3 prosentpoeng. En betydelig høyere andel av guttene enn jentene har sett porno på nettet (68 mot 34 prosent). Andelen som har sett porno på nettet, øker med alder både blant gutter og jenter: fra 40 prosent av 13–14-åringene til 51 prosent av 15–16-åringene og 59 prosent av 17–18-åringene.

Figur 94: «Har du sett porno på nettet?» Prosentandel 13–18-åring, brutt ned på aldersgrupper og kjønn. (n=1931)

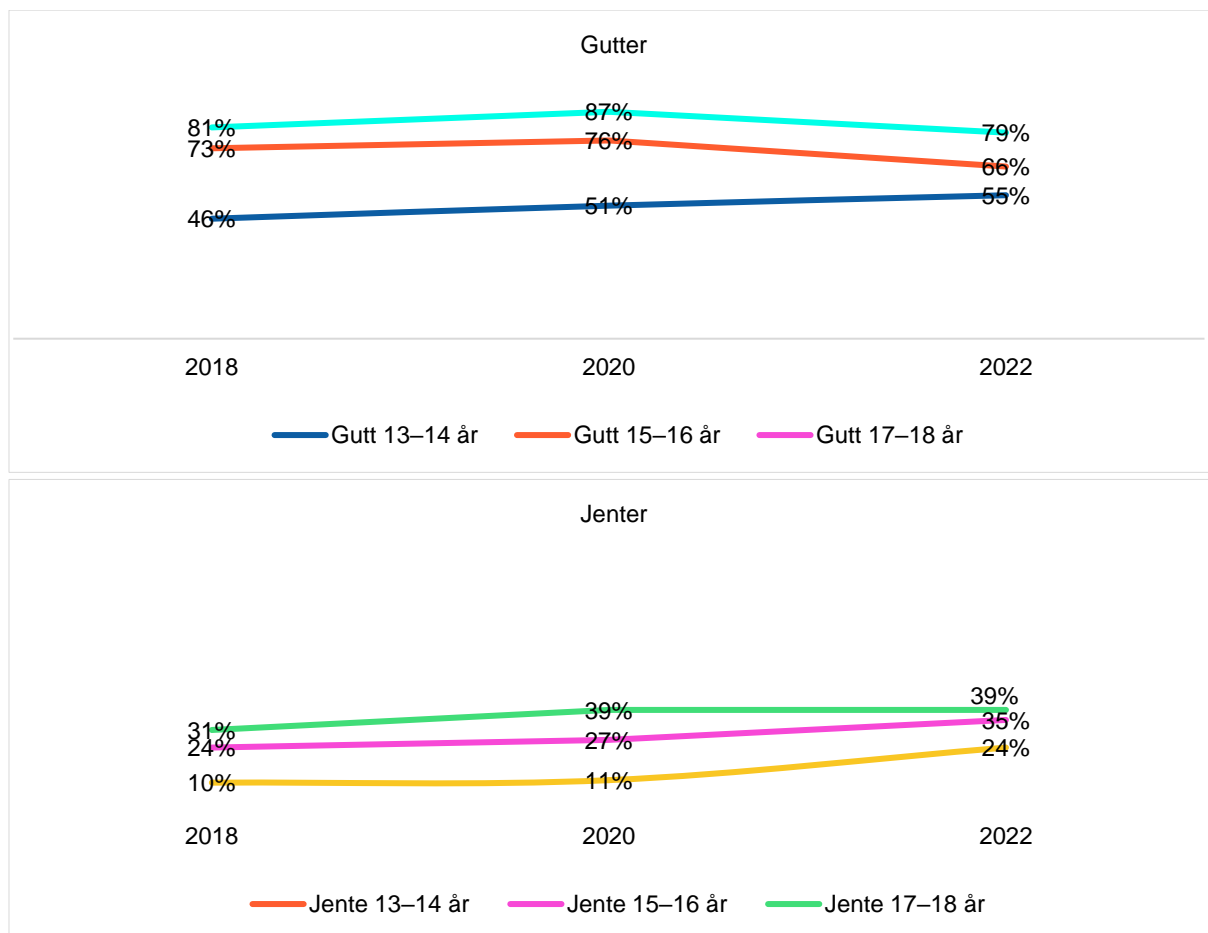


Kjønnforskjellen er gjennomgående stor i alle aldersgrupper. Selv om andelen som har sett porno, øker med alder både blant jenter og gutter, er andelen gutter i 13–14-årsalderen som har sett porno, større enn tilsvarende andel blant jenter i 17–18-årsalderen (55 mot 39 prosent).

Fra 2018 til 2022 ser vi altså en økning i andelen 13–18-åring som har sett porno på nettet. Vi finner at økningen i størst grad skjer hos yngre grupper og for jenter.

- Andelen jenter i alderen 13–14 år som har sett porno på nettet, har økt fra 10 prosent i 2018 til 24 prosent i 2022. Andelen gutter i samme alder som har sett porno på nettet, har økt fra 46 prosent i 2018 til 55 prosent i 2022.
- Andelen jenter i alderen 15–16 år som har sett porno på nettet, har økt fra 24 prosent i 2018 til 35 prosent i 2022, tilsvarende andel hos jenter i alderen 17–18 år har økt fra 31 prosent i 2018 til 39 prosent i 2022.

Figur 95: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som har sett porno på nettet. Tidsserie.

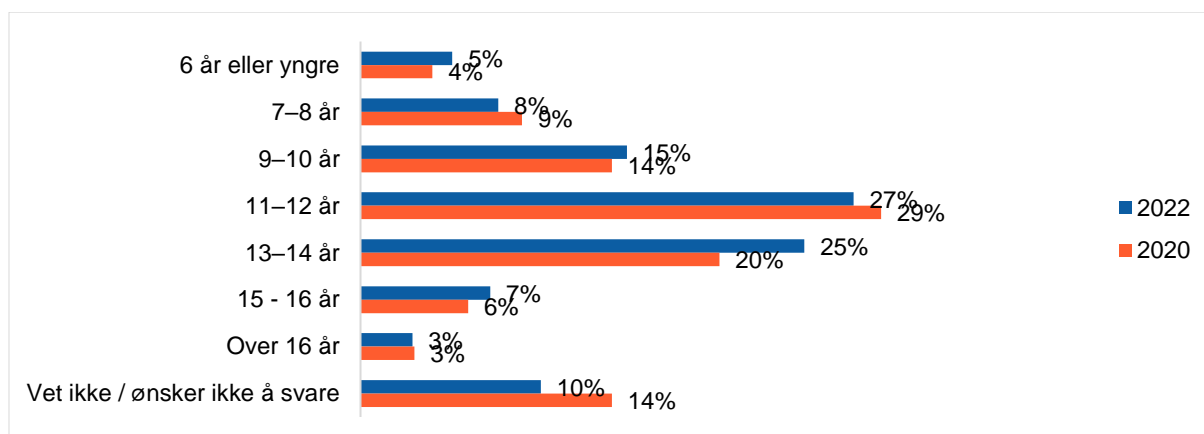


Imidlertid er andelen som har sett porno på nettet, lavere enn de to foregående målingene for gutter i alderen 15–16 og 17–18 år. Det kan være flere grunner til dette, blant annet har vi tilrettelagt for at respondentene kan svare «ønsker ikke svare» på et såpass sensitivt spørsmål. Andelen som svarer «vet ikke / ønsker ikke å svare» har totalt økt med 6 prosentpoeng fra forrige runde av undersøkelsen. Andelen som svarer «vet ikke / ønsker ikke å svare», er høyest hos gutter (18 prosent hos gutter i 13–14-årsalderen, 17 prosent hos gutter i alderen 15–16 og 12 prosent hos gutter i alderen 17–18 år).

Hvor gamle er barn første gang de ser porno på nettet?

De 13–18-åringene som oppga å ha sett porno på nettet, fikk videre spørsmål om hvor gamle de var første gang de så dette.

Figur 96: «Hvor gammel var du første gang du så porno?» Prosentandel av 13–18-åringers som har sett porno på nettet. (n=920)¹⁹

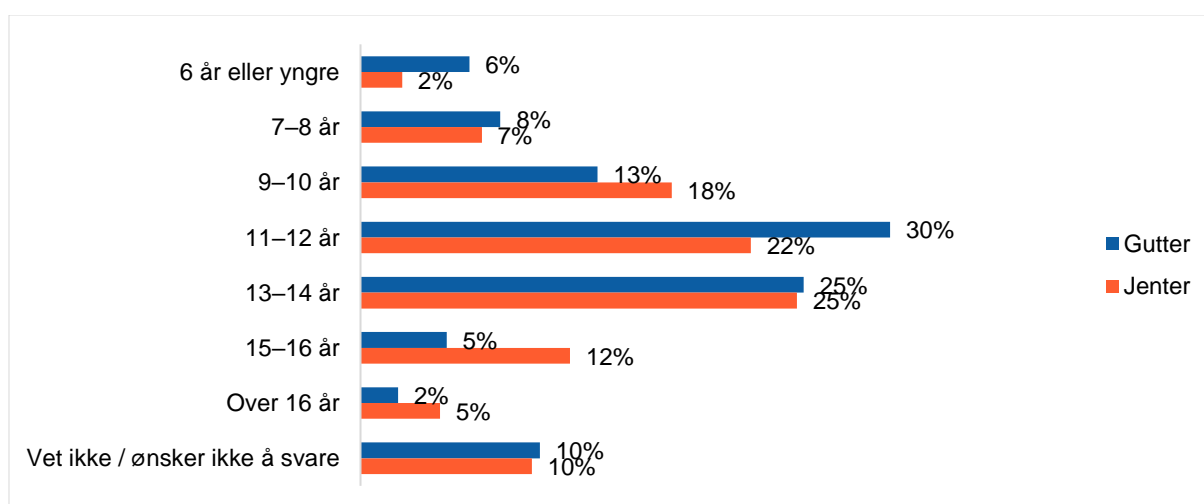


Til sammen 55 prosent av 13–18-åringene som har sett porno på nettet, så porno for første gang før fylte 13 år. Tilsvarende tall i 2020 var 57 prosent. Ellers er aldersfordelingen for når barna så porno for første gang, svært lik sammenlignet med 2020-undersøkelsen.

Tre av ti av 13–18-åringene som har sett porno på nettet, så porno første gang da de var 11–12 år, mens 15 prosent gjorde det i 9–10-årsalderen. 13 prosent var 8 år eller yngre første gang de så porno. Til sammen 35 prosent sier de var eldre enn 12 år første gang de så porno, mot 29 prosent i 2020-undersøkelsen.

Vi ser imidlertid at det er tydelige forskjeller mellom gutter og jenter når det gjelder hvor tidlig man begynner å se på porno, se figur 97.

Figur 97: «Hvor gammel var du første gang du så porno?» Prosentandel av 13–18-åringers som har sett porno på nett, brutt ned på kjønn. (n=920)



En høyere andel av guttene som har sett på porno, så første gang på porno når de var under 13 år (58 prosent), sammenlignet med jenter (49 prosent). Imidlertid er forskjellen mindre enn i 2020-undersøkelsen. Den gang var det 63 prosent av guttene og 43 prosent av jentene

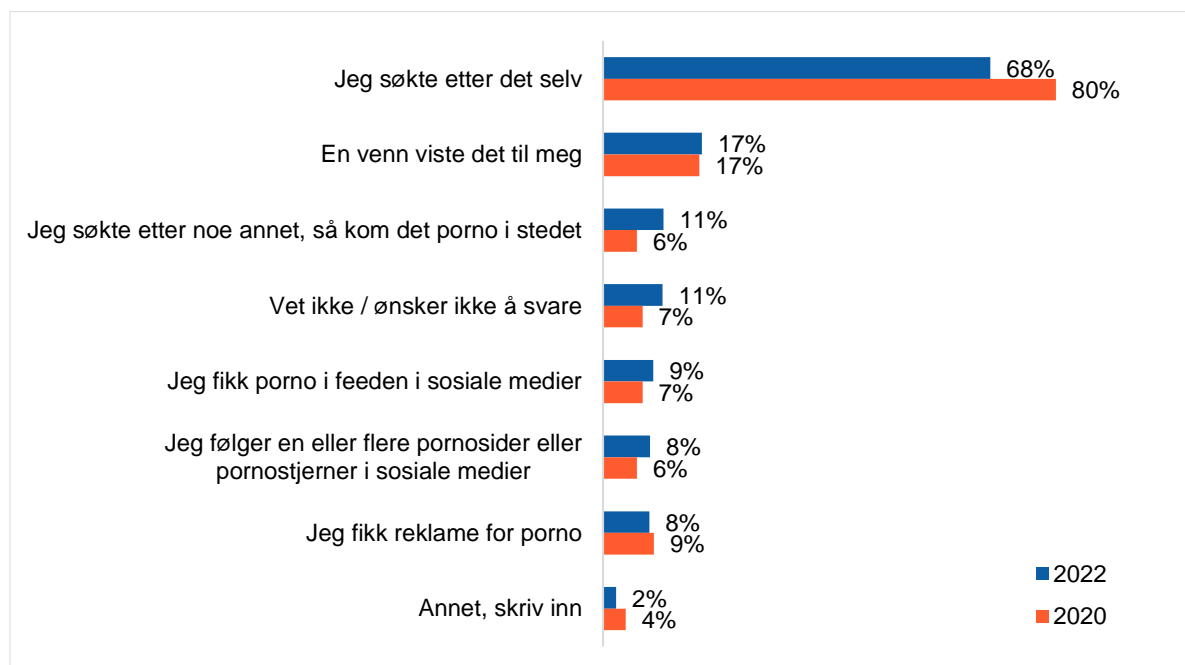
¹⁹ Respondentene har kun fått oppgitt aldre som er lavere eller lik egen alder, som svaralternativer.

som hadde sett porno før fylte 13 år. Altså var forskjellen 20 prosentpoeng i 2020, mens den bare er 9 prosentpoeng i 2022. Motsatt oppgir en høyere andel av jentene enn guttene som har sett porno, at de var eldre enn 12 år første gang de så dette (41 mot 32 prosent).

Hvordan kom barnet over porno?

13–18-åringene som har sett porno på nettet, fikk også spørsmål om hvordan det skjedde sist gang de gjorde det.

Figur 98: «Sist gang du så porno på nettet, hvordan skjedde det?» Prosentandel av 13–18-åringene som har sett porno på nettet. Flere svar mulig. Tidsserie. (n=955)

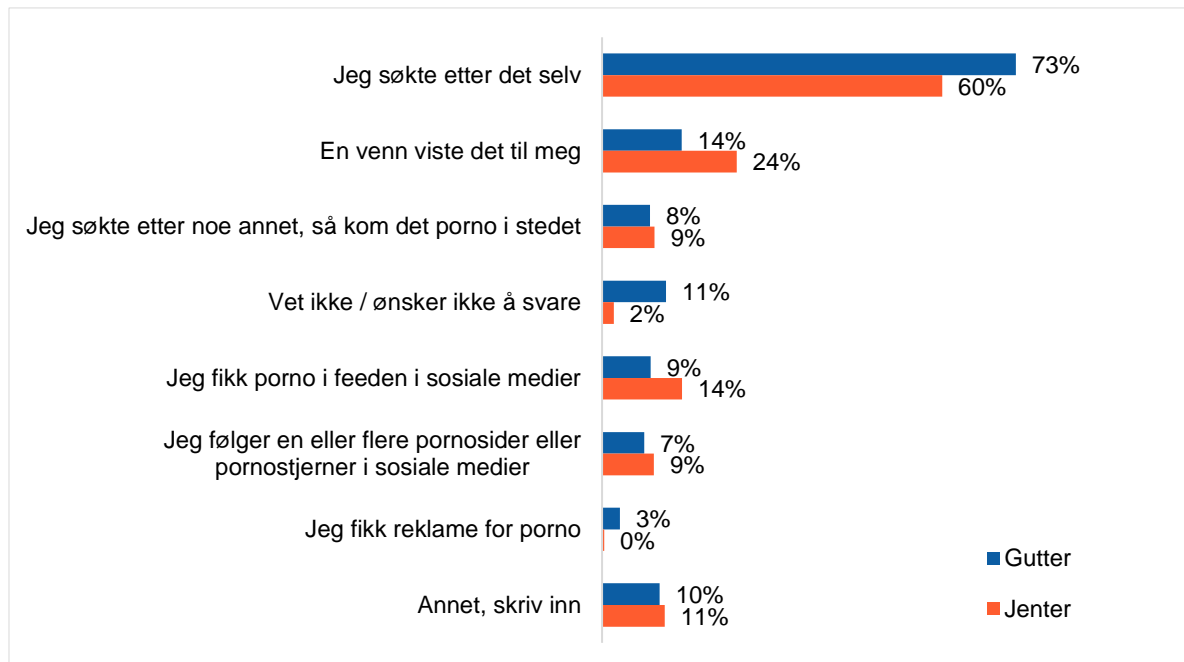


Et klart flertall (68 prosent) av 13–18-åringene som har sett porno på nettet, sier de søkte etter det selv sist gang det skjedde. En lavere andel svarte at dette var måten de fikk tilgang til porno «sist gang» i 2022, sammenlignet med forrige gang undersøkelsen ble gjennomført. I 2020 var det 80 prosent som svarte at de «søkte opp selv», sist gang de så porno. I 2022 er det en høyere andel som svarer at de tilfeldigvis kom over porno i sammenheng med at de søkte etter annet innhold, sammenlignet med 2020 (11 prosent mot 7 prosent). Ellers er resultatene svært like som i 2020.

Alle andre alternativer enn «jeg søkte etter porno selv», er betydelig mindre utbredt, men en relativt stor andel oppgir også at en venn viste dem det sist gang de så porno (17 prosent). I underkant av én av ti svarer at dette skjedde sist gang fordi de fikk reklame for porno, at de fikk porno i feeden i sosiale medier og fordi de følger pornosider eller -stjerner i sosiale medier. 2 prosent av 13–18-åringene som har sett porno på nettet, oppgir annet, mens 11 prosent svarer at de ikke vet eller ikke ønsker å svare. Det er kun mindre forskjeller etter

alder på dette spørsmålet, og de aller fleste søkte etter porno selv sist gang de så på det på nettet. Blant gutter og jenter er det imidlertid noen forskjeller, se figur 99.

Figur 99: «Sist gang du så porno på nettet, hvordan skjedde det?» Prosentandel av 13–18-åringene som har sett porno på nettet. Flere svar mulig. Brutt ned på kjønn. (n=955)

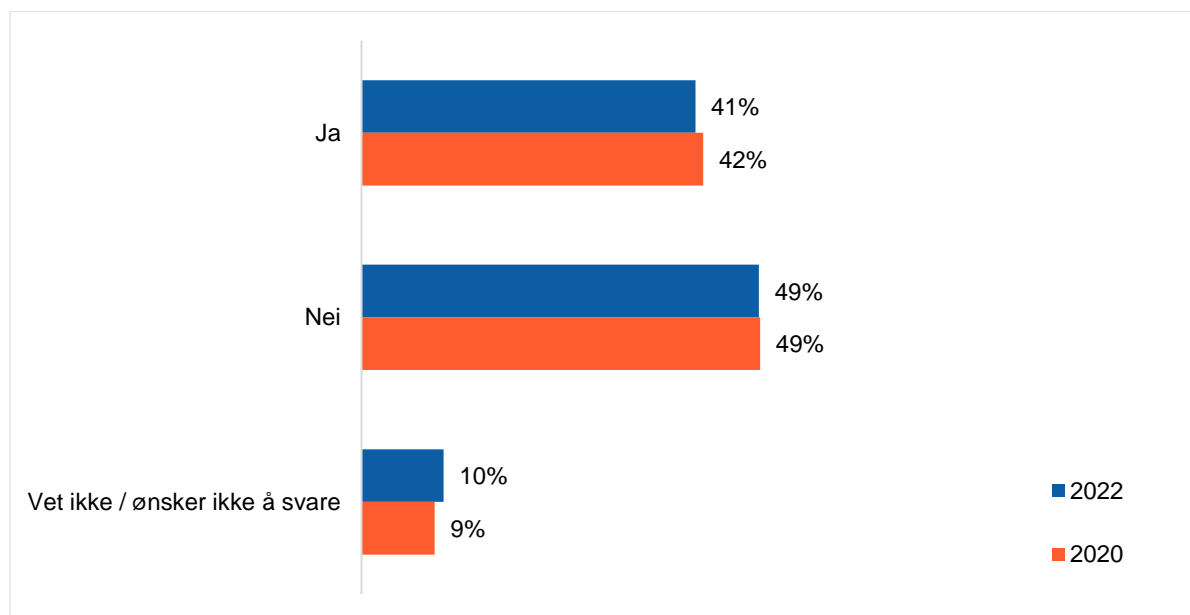


En tydelig høyere andel av guttene enn jentene som har sett porno på nettet, sier de søkte etter det selv sist gang de så på det (73 mot 60 prosent). Det er imidlertid betydelig mer utbredt blant jenter enn gutter å oppgi at «en venn viste det til meg», og at det var slik de sist så porno på nettet (24 mot 14 prosent). Andelen som svarer at de fikk porno i feeden i sosiale medier, er også betydelig større blant jenter enn gutter (14 mot 9 prosent). En langt høyere andel av guttene enn jentene svarer at de ikke vet eller ikke ønsker å svare.

Reklame for porno

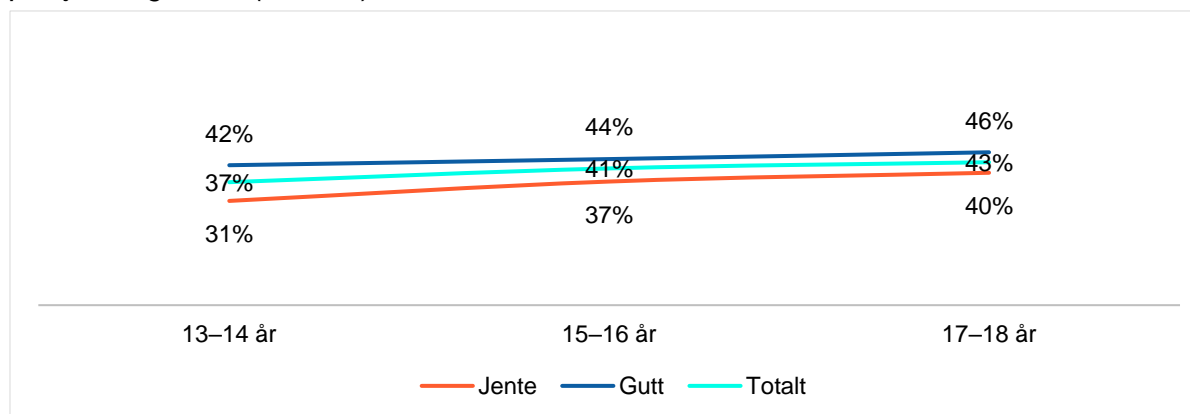
Videre fikk 13–18-åringene spørsmål om de har fått reklame for porno på nettet.

Figur 100: «Har du fått reklame for porno på nettet?» Prosentandel 13–18-åringene. Tidsserie. (n=1929)



Fire av ti 13–18-åringene har fått reklame for porno på nettet. Fem av ti sier de aldri har fått reklame for dette, mens én av ti er usikre. Det er mindre forskjeller etter både kjønn og alder i svarene på spørsmålet om reklame for porno, vist i figur 101.

Figur 101: «Har du fått reklame for porno på nettet?» Prosentandel 13–18-åringene. Brutt ned på kjønn og alder. (n=1929)

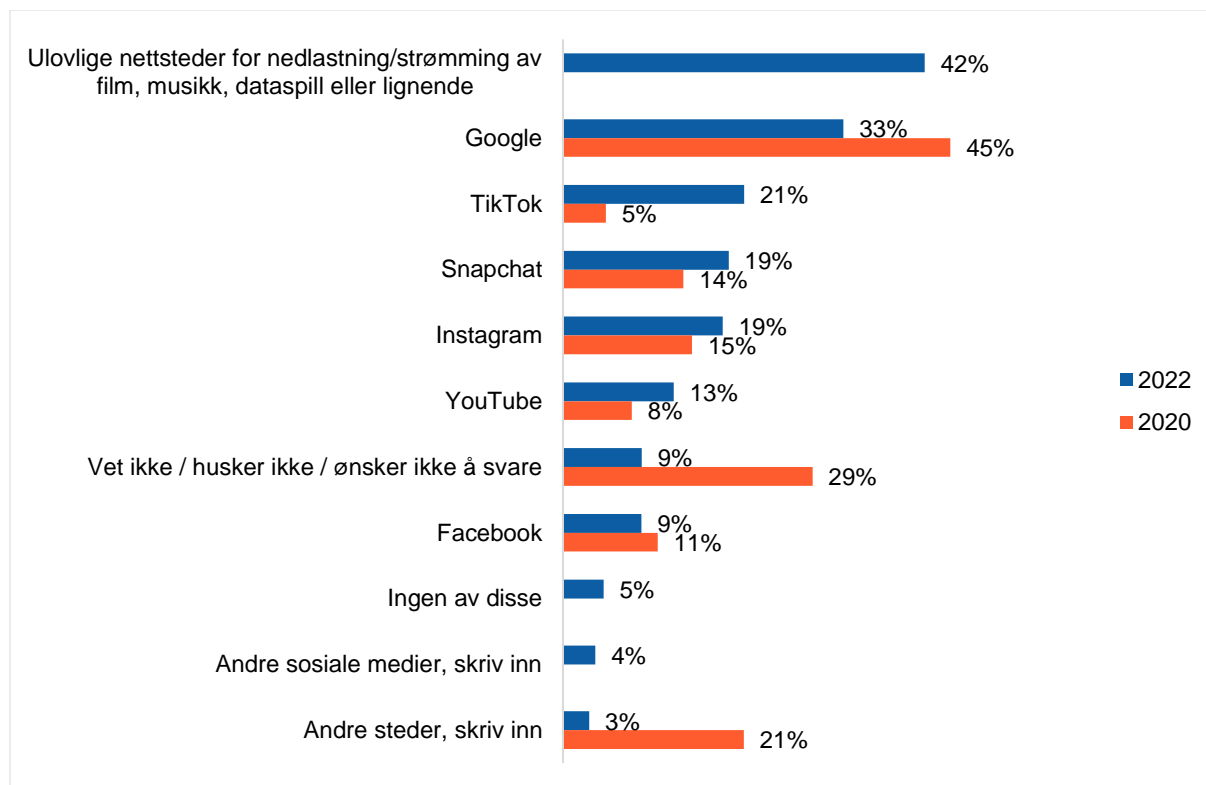


En noe høyere andel gutter enn jenter har fått reklame for porno på nettet (44 mot 37 prosent). Som figuren over viser, er det også en noe høyere andel av eldre barn i alderen 17–18 år som har fått reklame for porno (43 prosent), sammenlignet med yngre barn i alderen 13–14 år (37 prosent). Ikke desto mindre må forskjellene betraktes som lave.

Hvor får unge pornoreklame?

De 13–18-åringene som oppga å ha fått reklame for porno på nettet, ble også spurt om hvor de har fått slik reklame.

Figur 102: «Hvor på nettet har du fått reklame for porno?» Prosentandel av 13–18-åringer som har fått reklame for porno på nettet. (n=790). Flere svar mulig. Tidsserie.

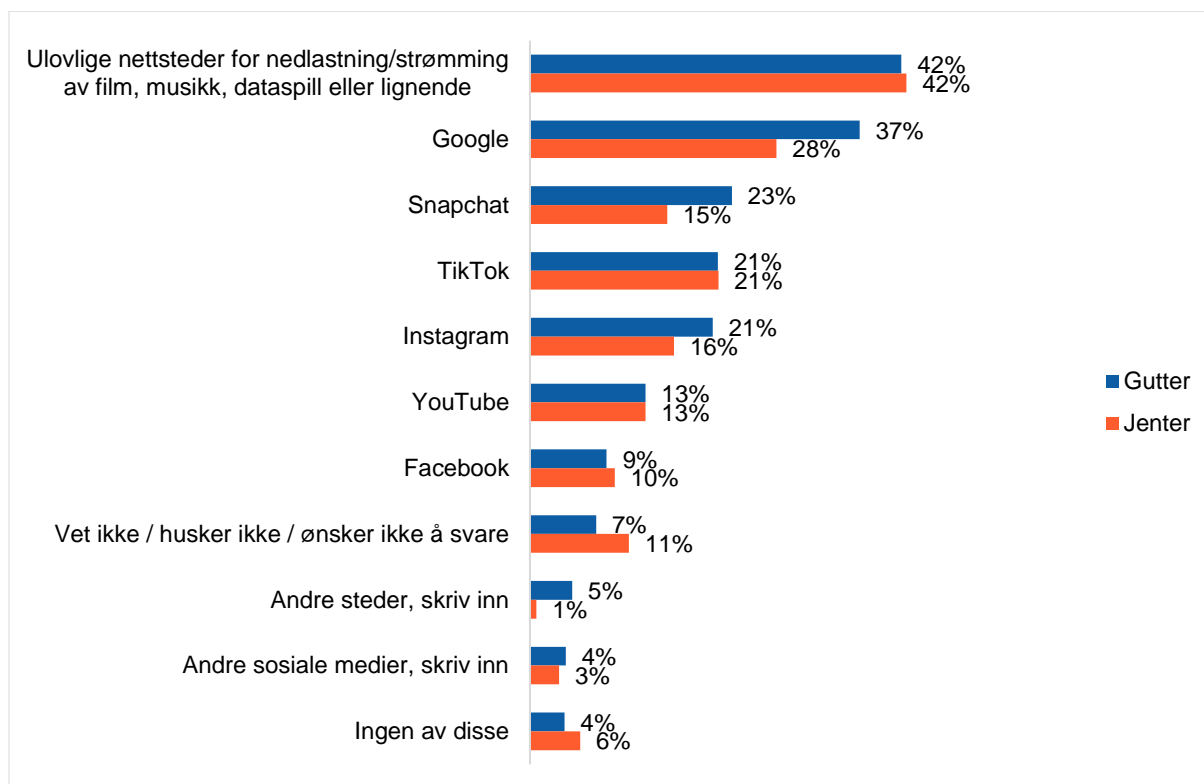


Av de som har opplevd å få reklame for porno på nettet, er det flest som har fått dette via ulovlige nettsteder for nedlastning/strømming av film, musikk, dataspill eller lignende. Over fire av ti barn som har fått reklame for porno på nettet, har fått pornoreklame fra slike kanaler. Den nest vanligste kanalen er Google, hvor i overkant av tre av ti har opplevd å motta reklame for porno. Tilsvarende andel i 2020-undersøkelsen var 45 prosent, altså en nedgang på 12 prosentpoeng. Over to av ti har fått reklame for porno via TikTok, og her ser vi en kraftig økning på 16 prosentpoeng sammenlignet med 2020-resultatene. Av samtlige sosiale medier som måles, er det altså flest som svarer at de får pornoreklame fra TikTok. I underkant av to av ti sier de har fått pornoreklame på Instagram og Snapchat. Også her finner vi en liten økning sammenlignet med 2020-undersøkelsen (henholdsvis 4 og 5 prosentpoeng). 13 prosent har sett pornoreklame på YouTube, og 9 prosent har fått slik reklame på Facebook.

3 prosent svarer at de har fått reklame for porno «andre steder». Her nevnes det flere typer pornotjenester (som Pornhub og «ulovlige nettsteder»). 4 prosent svarer at de har fått reklame for porno i «andre sosiale medier»: Her refereres det mest til Twitter, Reddit og Viber.

Det er kun mindre forskjeller mellom aldersgruppene, men større forskjeller mellom gutter og jenter, se figur 103.

Figur 103: «Hvor på nettet har du fått reklame for porno?» Prosentandel av 13–18-åringene som har fått reklame for porno på nettet. Brutt ned på kjønn. (n=790). Flere svar mulig.



Betydelig høyere andeler gutter enn jenter i alderen 13–18 år har fått reklame for porno på Google, Snapchat og Instagram. Blant jentene er det derimot mer vanlig å ikke huske hvor man har fått reklame for porno, sammenlignet med guttene.

Seksuelle kommentarer på nettet

Sammendrag

- 34 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått seksuelle kommentarer på nettet i løpet av det siste året.
- Den vanligste reaksjonen på å motta seksuelle kommentarer er å ikke gjøre noe spesielt. 44 prosent svarer dette. Det er også vanlig å blokkere personen som kommer med de seksuelle kommentarene. I overkant av to av ti gjør dette.
- Flest barn i alderen 13–18 beskriver opplevelsen av å motta seksuelle kommentarer negativt, som «ekkelig» og «ubehagelig». En høy andel beskriver opplevelse nøytralt med ord som «brydde / bryr meg ikke». En viss andel beskriver det også som positivt, men da knyttes de seksuelle kommentarene primært til partner eller kjæreste.

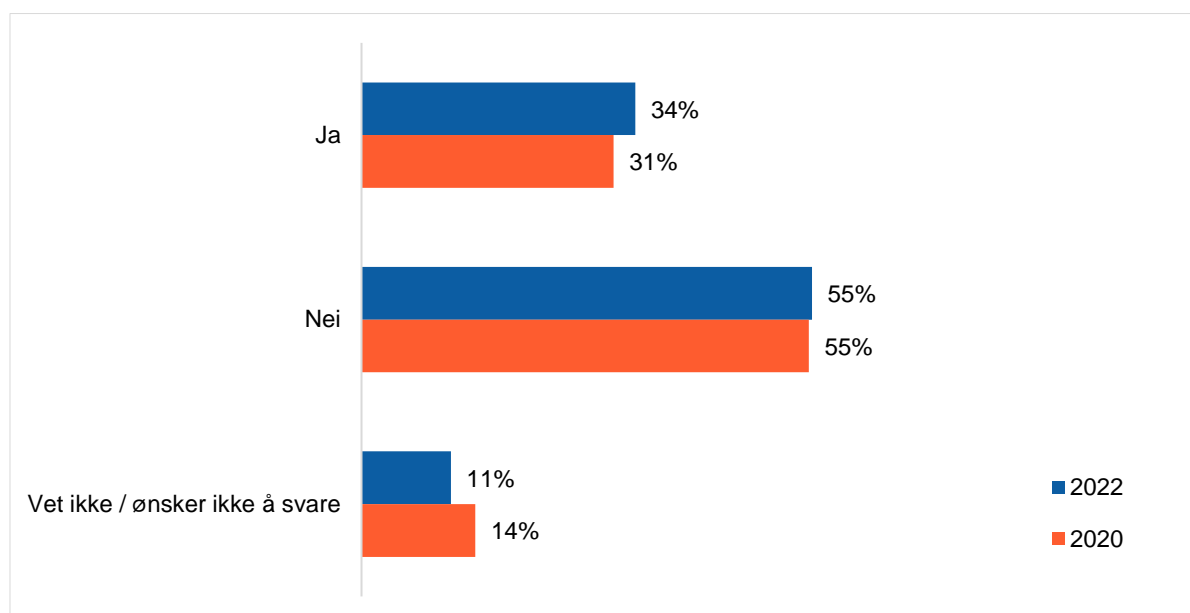
Hvor mange unge har fått seksuelle kommentarer på nettet?

13–18-åringene ble spurt om de i løpet av det siste året har fått seksuelle kommentarer på nettet (for eksempel i sosiale medier, spill eller på mobil)?

34 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått seksuelle kommentarer på nettet i løpet av det siste året. Flertallet har imidlertid ikke fått slike kommentarer (55 prosent), mens 11 prosent sier de ikke husker eller er usikre.

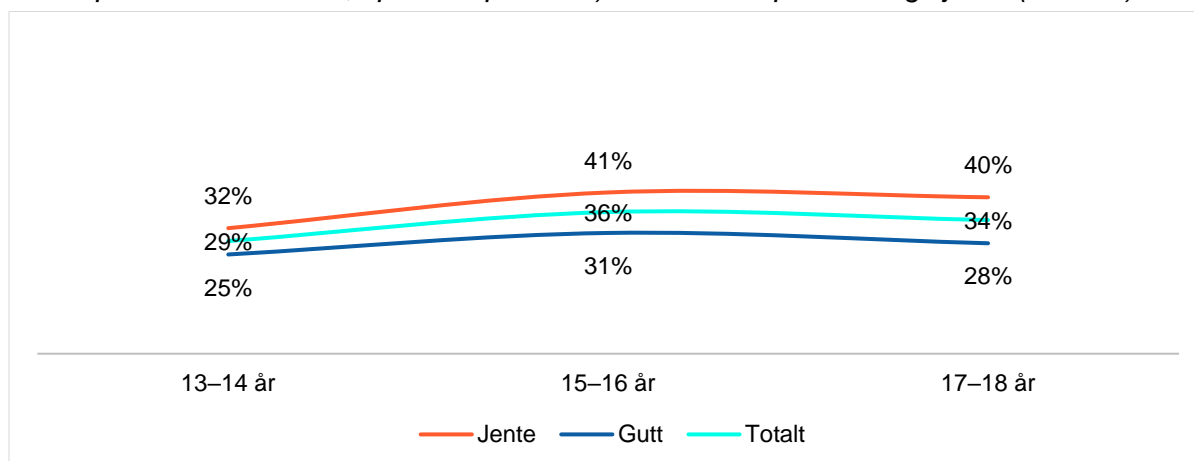
Sammenlignet med 2020-undersøkelsen er det 3 prosentpoeng flere som svarer at de har fått seksuelle kommentarer. Imidlertid er andelen som svarer at de ikke har mottatt slike kommentarer, uendret siden sist. I forrige runde var det en 3 prosentpoengs høyere andel som svarte «vet ikke / ønsker ikke å svare».

Figur 104: «Har du i løpet av det siste året fått seksuelle kommentarer på nettet (for eksempel i sosiale medier, spill eller på mobil)?» Prosentandel 13–18-åringene. (n= 1923)



Det er mindre forskjeller etter alder i svarene på spørsmålet om 13–18-åringene har fått seksuelle kommentarer på nett. I alderen 13–14 år er det 29 prosent, mens andelen er høyest i alderen 15–16 år, hvor 36 prosent har fått seksuelle kommentarer på nettet. 34 prosent av 17–18-åringene har fått seksuelle kommentarer. Imidlertid ser vi at det er forskjeller mellom jenter og gutter. Totalt er det omtrent tre av ti gutter og fire av ti jenter i denne alderen som har mottatt seksuelle kommentarer på nettet. For både gutter og jenter er andelen høyest i 15–16-årsalderen, hvor 31 prosent av guttene og 41 prosent av jentene har mottatt seksuelle kommentarer, se figur 105.

Figur 105: «Har du i løpet av det siste året fått seksuelle kommentarer på nettet (for eksempel i sosiale medier, spill eller på mobil)?» Brutt ned på alder og kjønn. (n=1929)

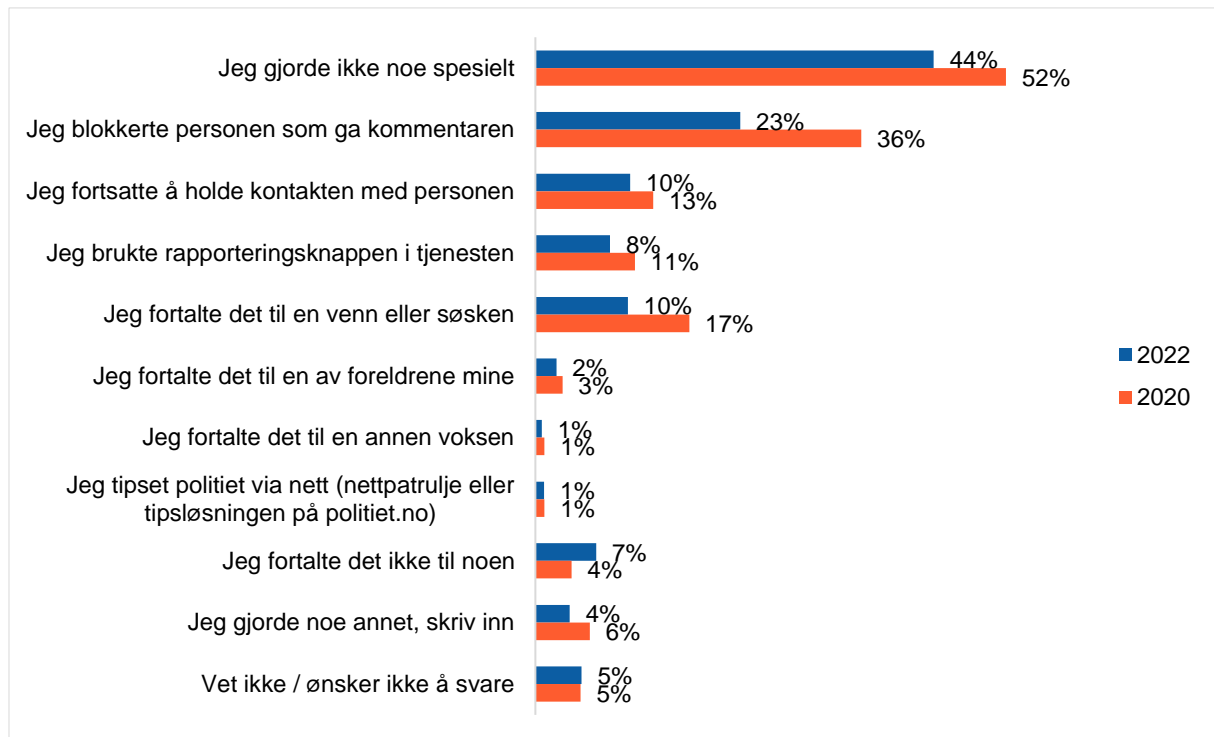


Hva gjør barn når de får en seksuell kommentar?

De 13-18-åringene som svarte at de hadde fått seksuelle kommentarer på nettet, fikk også spørsmål om hva de gjorde sist gang det skjedde.

Den vanligste reaksjonen er å ikke gjøre noe spesielt. 44 prosent svarer dette. Det er også vanlig å blokkere personen som kommer med de seksuelle kommentarene. I overkant av to av ti gjør dette. Sammenlignet med 2020-tallene er det 13 prosentpoeng færre i 2022 som svarer at de blokkerte personen som ga kommentaren, sist gang de opplevde å få seksuelle kommentarer.

Figur 106: «Sist gang du fikk en seksuell kommentar på nettet, hva gjorde du?»
 Prosentandel av 13–18-åringene som har fått seksuelle kommentarer i løpet av det siste året
 (n=655). Flere svar mulig.



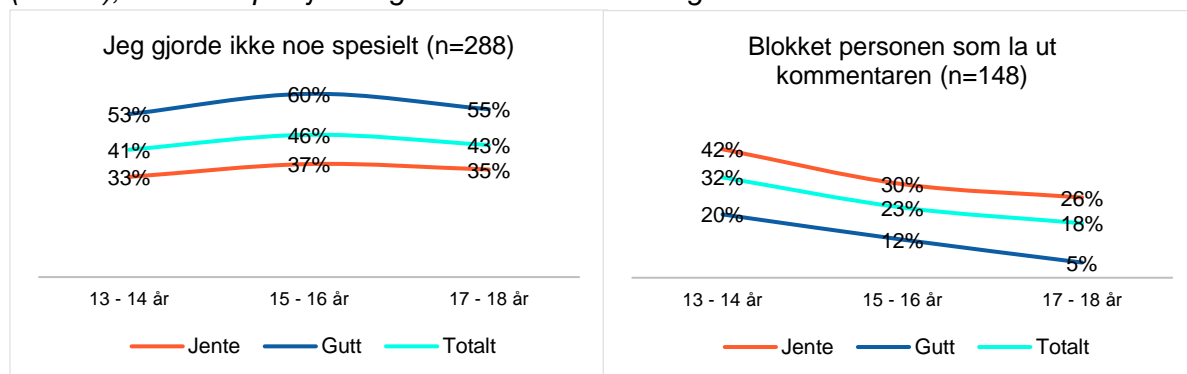
Imidlertid er det ett av ti barn som har mottatt seksuelle kommentarer, som svarer at de fortsetter å holde kontakten med personen som sendte den.

10 prosent fortalte om hendelsen til venner eller søsken (ned fra 17 prosent i 2020), 2 prosent fortalte om det til foreldrene og 1 prosent fortalte om dette til en annen voksen. 7 prosent svarer at de ikke fortalte om den seksuelle kommentaren til noen. Denne andelen er 3 prosentpoeng høyere enn i 2020-undersøkelsen (fra 4 til 7 prosent).

8 prosent av barna som har mottatt seksuelle kommentarer, brukte rapporteringsknappen i tjenesten de benyttet. Dette er 3 prosentpoeng lavere enn i 2020 (ned fra 11 prosent i 2020). 1 prosent svarer at de tipset politiet.

5 prosent svarer at de ikke vet eller ikke ønsker å svare. 4 prosent svarer at de gjorde noe annet. Her er den vanligste responsen at de ikke brydde seg eller beskrivelser av hvordan de responderte til personen som sendte den seksuelle kommentaren.

Figur 107: «Sist gang du fikk en seksuell kommentar på nettet, hva gjorde du?» Prosentandel av 13–18-åringene som har fått seksuelle kommentarer i løpet av det siste året (n=655), brutt ned på kjønn og alder. Flere svar mulig.



På grunn av et lavt antall svar i undergruppene av kjønn og alder brytes ikke alle svarene ned i egne figurer. Ikke desto mindre viser svarene fra de to mest vanlige «reaksjonene» på å motta seksuelle kommentarer, vist i figurer over, at andelen gutter som ikke gjør noe spesielt når de mottar seksuelle kommentarer, er nesten dobbelt så høy som hos jenter, og at andelen jenter som blokkerte personen som la ut den seksuelle kommentaren, er over dobbelt så høy som hos gutter. Figurene viser også at forholdsmessig flere barn i alderen 13–14 år tar i bruk blokkeringsfunksjoner, sammenlignet med barn i alderen 15–18 år. Forskjellene er signifikante. Andelene som «ikke gjør noe spesielt», er relativt like på tvers av aldersgruppene.

Hvordan oppleves det å få seksuelle kommentarer?

De 13–18-åringene som i løpet av det siste året har fått seksuelle kommentarer på nettet, fikk videre et åpent spørsmål, hvor de ble bedt om å beskrive hvordan de opplevde dette sist gang det skjedde. Ordskyen under viser hvilke ord som er brukt oftest blant tenåringene. Det klart mest brukte ordet er «ekkel» og «brydde / bryr» (som i «brydde / bryr meg ikke»). Også ord som «ubehagelig», «morsomt» og «rart» nevnes ofte.

Figur 108: Ordsky: «Sist gang du fikk en seksuell kommentar på nettet, hvordan opplevde du dette [sist gang du fikk en seksuell kommentar på nettet]?» (n=299). Kun ord som er nevnt mer enn fem ganger, er med. Alle fyllord er ekskludert.



En koding av de 299 åpne svarene viser at flest gjør nøytrale beskrivelser av sin opplevelse av å få seksuelle kommentarer via nett (37 prosent av svarene registreres som nøytrale). Her er gutter i flertall. Blant de nøytrale kommentarene dreier de aller fleste seg om at «man ikke bryr seg»:

«Brydde meg egt. ikke, tar det ganske rolig»

Enkelte mener at det spiller en rolle om man får seksuelle kommentarer fra noen man kjenner, eller noen man ikke kjenner.

«Altså det var fra en person jeg ikke kjente, så jeg brydde meg ikke så mye, jeg bare dreit i å snakke med h*n. Hadde det vært noen jeg kjenner, så hadde det vært annerledes»

Flere unge viser til at de mottar seksuelle kommentarer via såkalte «boter» som automatisk sender ut innhold, særlig via sosiale medier.

«Var av en bot på snap så brydde meg ikke. Blokket boten etterpå. Opplevde det ikke støtende»

«Det er bots/spamkontoer som fort blir blokkert eller slettet av tjenesten. Man kan enkelt slette det, og man skjønner det hver gang man får det hvis man bruker hodet eller ser etter hint i kommentaren som er enkle å finne»

Én respondent svarer at det å motta seksuelle kommentarer er blitt så normalt at han ikke bryr seg:

«Det er så normalisert at jeg ikke bryr meg lengre»

Rundt en tredjedel av svarene gir negative beskrivelser av det å motta seksuelle kommentarer (34 prosent av svarene registreres som negative), og blant disse er jenter i overfall. De aller fleste negative beskrivelsene er variasjoner av «ekkelig», «ubehagelig», «irriterende», «plagsomt», «stressende» og til og med «traumatiserende» (nevnes av to respondenter).

En del av responsen vitner om at de som opplever dette, ikke lar de seksuelle kommentarene gå inn på seg:

«Jeg valgte å ikke bry meg og blokke personen»

«Jeg blokkerte personen og fortsatte livet»

«Jeg synes det ikke er så veldig gøy, men jeg bare prøver å ikke bry meg, også sier jeg til personen at han/hun må skjerpe seg»

Mange beskriver mer en opplevelse av «oppgitt»:

«Jeg vet ikke om det telles, men når folk spør om nudes blir jeg mest skuffa over de, og lei av at de maser så mye. Jeg blir ikke ukomfortabel eller noe slikt, men mest lei og irritert»

«Jeg ble overasket over friheten folk tar for å skrive hva enn de vil til andre. Jeg svarte ikke og blokkerte brukeren»

Flere svarer også at det er mest ukomfortabelt når det kommer fra noen de kjenner:

«Er upassende og ukomfortabelt når det kommer fra noen du ikke vil det skal komme ifra»

«Jeg synes det var litt ukomfortabelt siden jeg visste hvem han var og ønsket ikke å fjerne han, men ønsket ikke gjøre noe med han»

En høy andel viser til at de seksuelle kommentarene går inn på dem:

«Følte meg ekkel og brukt»

«Ble sjokkert og blokkerte personen»

Imidlertid er det også en viss andel av de unge som er positive til de seksuelle kommentarene (23 prosent av svarene er kodet som positive). De aller fleste positive beskrivelsene er variasjoner av beskrivelsene «morsomt», «koselig» og «hyggelig».

Mange av de positive kommentarene vitner om at de unge i stor grad definerer de seksuelle kommentarene som en morsom sjargong som brukes når man «gamer» på nettet, eller kommuniserer på sosiale medier, og at de er ufarlige:

«Det var bare flørtemeldinger på spillet jeg spiller (jeg drepte dem i spillet fordi de var ubehagelige)»

«Det var morsomt, jeg tar det som kødd»

Flere referer til at kommentarene kommer fra kjæreste, og slik sett er ønsket:

«God følelse, da det var mellom meg og en partner»

«Det var mellom meg og en person som var forelsket i hverandre, så det var greit»

Flere unge synes også denne type kommentarer er greit, så lenge det kommer fra personer de liker, eller at kommentarene er «fine»:

«Helt ærlig, det var egentlig en ganske grei kommentar som komplimenterte utseende mitt»

«Det var fra en person som jeg liker så det gikk bra»

«Brydde meg ikke, ble litt glad fordi det var fine kommentar om meg»

7 prosent av de åpne svarene defineres som tullesvar.

Deling av nakenbilder

Sammendrag

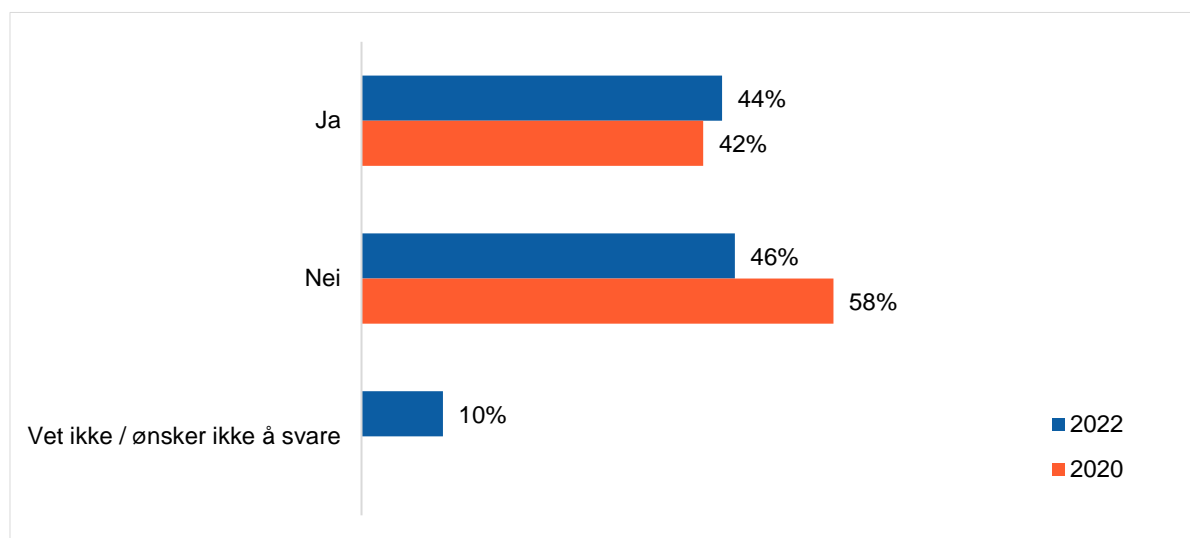
- 44 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått tilsendt nakenbilder av andre. Andelen er svært lik den vi finner i 2020-undersøkelsen (2 prosentpoeng opp).
- Det vanligste er å motta nakenbilder fra en «ukjent på nettet». En tredjedel av de som har mottatt nakenbilder, har fått nakenbildet på denne måten.
- Det er vanligere for jenter enn gutter å motta nakenbilder fra «ukjente på nettet». Det er vanligere for gutter enn jenter å motta nakenbilder fra «kjente».
- 15 prosent av 13–18-åringene svarer at de har sendt eller delt et nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året. Tilsvarende tall i 2020-undersøkelsen var 12 prosent.
- 43 prosent av unge i alderen 13–18 år svarer at de har fått en forespørsel om å dele et nakenbilde. Tilsvarende tall i 2020-undersøkelsen var 46 prosent. Imidlertid var det ikke mulig den gang å svare «vet ikke / ønsker ikke å svare», så resultatet er nok omtrent på samme nivå som i 2020.
- 13 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått en forespørsel om å sende/dele et nakenbilde av seg selv mot betaling i form av penger. 2 prosent har fått en slik forespørsel mot betaling i form av gaver eller ting.

Hvor mange barn har fått nakenbilder?

13–18-åringene i undersøkelsen fikk ulike spørsmål knyttet til deling av nakenbilder: om de har fått tilsendt nakenbilder av andre, om noen har spurt om de kan dele nakenbilder av seg selv, og om de selv har sendt nakenbilder av seg selv eller av andre.

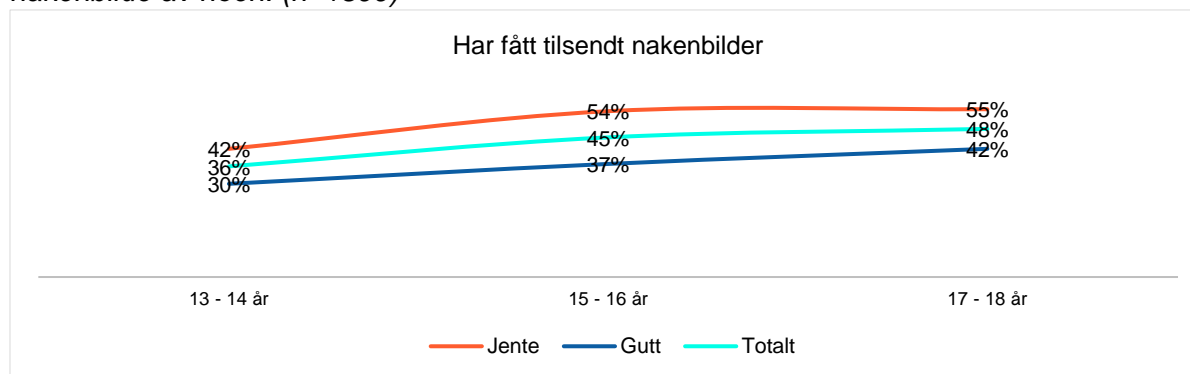
44 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått tilsendt nakenbilder av andre. Andelen er svært lik den vi finner i 2020-undersøkelsen (2 prosentpoeng opp). Omtrent like mange har ikke fått tilsendt nakenbilder (46 prosent), og 10 prosent svarer at de ikke vet eller ikke ønsker å svare.

Figur 109: «Har noen sendt deg et nakenbilde før (som for eksempel nudes eller dickpick)?» Prosentandel 13–18-åringene. (n=1899)



Figur 110 viser at det er store forskjeller både mellom gutter og jenter og ulike aldersgrupper når det gjelder andelen som har fått tilsendt nakenbilder. I alderen 13–14 år svarer 36 prosent at de har fått nakenbilder tilsendt, mens i aldersgruppen 17–18 år har nesten halvparten (48 prosent) fått dette.

Figur 110: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som har fått tilsendt et nakenbilde av noen. (n=1899)



Forskjellen mellom gutter og jenter i andel som har mottatt nakenbilder, er størst i alderen 15–16 år, hvor 37 prosent av guttene og 54 prosent av jentene har mottatt nakenbilder. Totalt har 37 prosent av guttene og 51 prosent av jentene mottatt nakenbilder av noen.

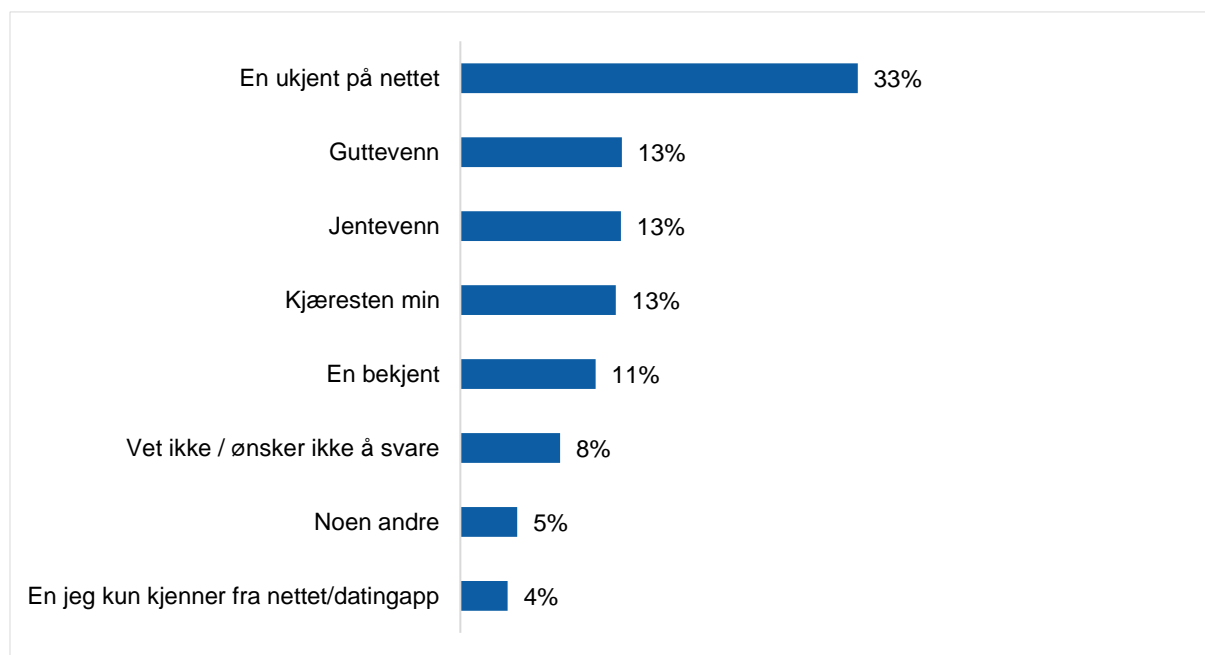
Hvem sendte nakenbildene?

De 13–18-åringene som oppga å ha fått tilsendt nakenbilder av noen før, fikk spørsmål om hvem som sendte dem nakenbilde(r) sist gang²⁰.

Det vanligste er å motta nakenbilder fra en ukjent på nettet. En tredjedel av de som har mottatt nakenbilder, har fått nakenbildet på denne måten. Andelen som har fått fra guttevenn, jentevenn eller kjæreste, er på 13 prosent for alle disse alternativene. Andelen som har fått fra en bekjent, er på 11 prosent. 5 prosent har fått nakenbilder fra «noen andre», og 4 prosent fra en som de unge kun kjenner fra nettet/datingapp. 8 prosent svarer at de ikke vet eller ikke ønsker å svare.

Basert på de nevnte tallene har halvparten av de som har mottatt nakenbilder, fått disse fra *kjente personer* sist gang det skjedde. En tredjedel mottok nakenbilder fra *ukjente personer*. Mens 13 prosent svarer «vet ikke / ønsker ikke å svare» eller «noen andre».

Figur 111: «Hvem sendte deg nakenbilde(r) **sist gang?**» Prosentandel av 13–18-åringene som har fått tilsendt nakenbilde av noen før. (n=830)



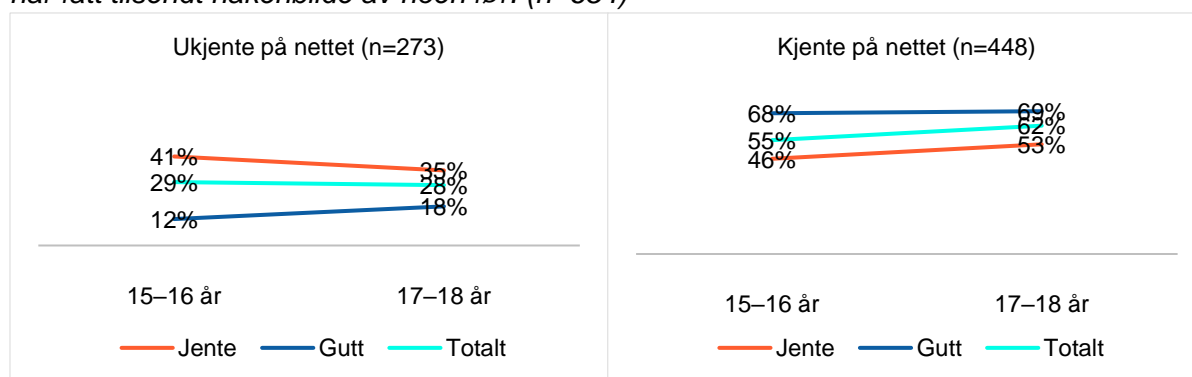
Når vi ser nærmere på andelene som har mottatt nakenbilder fra kjente- og ukjente personer, ser vi at det er en betydelig høyere andel av jenter som mottar nakenbilder fra ukjente

²⁰ I 2020 var dette spørsmålet et multisvarspørsmål. I 2022 er spørsmålet et singelspørsmål hvor det blir spurt om «sist gang» respondenten mottok et nakenbilde. Årets resultater lar seg følgelig ikke sammenligne med 2020-resultatene.

personer, og tydelig høyere andel av gutter som mottar nakenbilder fra kjente personer (se figur 112). På grunn av lav base tar vi ut andelen 13–14-åringene i figuren.

Blant gutter i alderen 15–16 år som har fått tilsendt nakenbilde, var det altså 68 prosent som fikk dette bildet fra kjente personer sist gang de mottok et nakenbilde, 12 prosent fikk et bilde fra ukjente personer sist gang. De øvrige 20 prosentene lar seg ikke definere på grunn av at de svarte «vet ikke / ønsker ikke å svare» eller «noen andre». Blant jenter i samme alder er det 46 prosent som fikk samme forespørsel fra kjente, og hele 41 prosent fra ukjente (se figur 112).

Figur 112: «Hvem sendte deg nakenbilde(r) sist gang?» Prosentandel av 13–18-åringene som har fått tilsendt nakenbilde av noen før. (n=654)

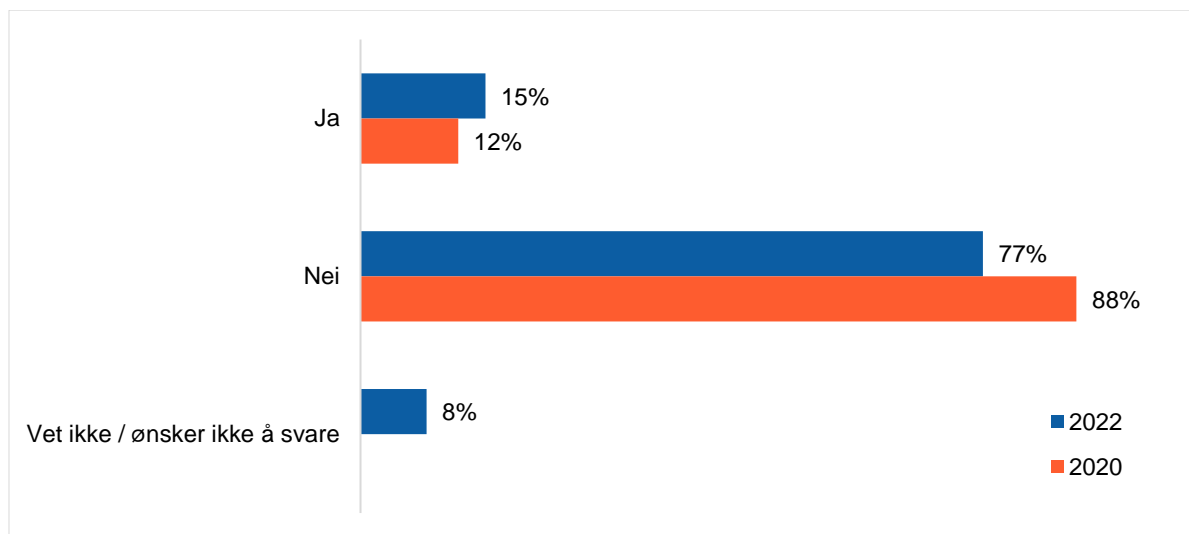


Har de unge delt nakenbilder av seg selv?

13–18-åringene fikk videre spørsmål om de har sendt eller delt nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året.

15 prosent av 13–18-åringene svarer at de har sendt eller delt et nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året. Tilsvarende tall i 2020-undersøkelsen var 12 prosent. Med andre ord er det 3 prosentpoeng flere unge som svarer at de har sendt eller delt nakenbilder av seg selv i 2022, sammenlignet med 2020. Et klart flertall (77 prosent) har imidlertid ikke sendt slike bilder av seg selv det siste året. 8 prosent svarer «vet ikke» eller at de ikke ønsker å svare.

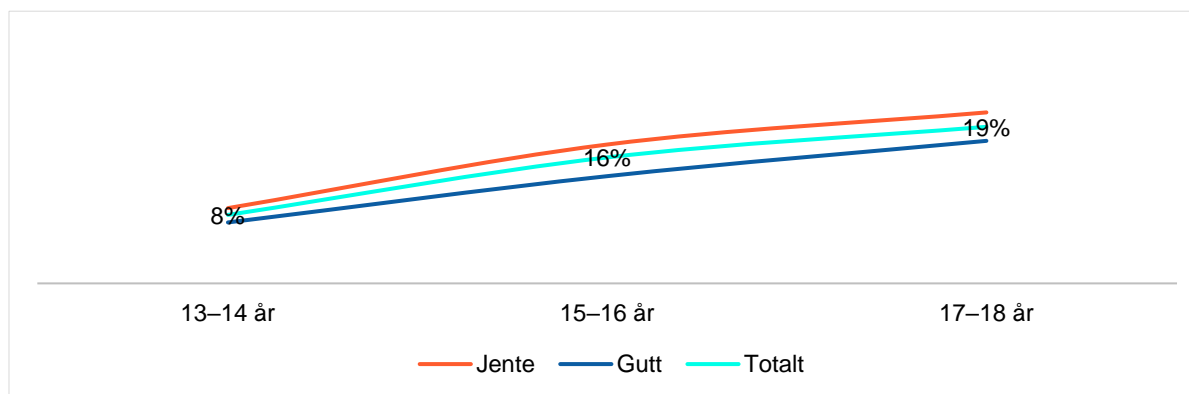
Figur 113: «Har du sendt eller delt nakenbilde av deg selv i løpet av det siste året?» Prosentandel 13–18-åringene. (n=1896).



Det er omtrent ingen forskjeller mellom gutter og jenter i 13–18-årsalderen når det gjelder spørsmålet om de har sendt nakenbilde av seg selv. 21 prosent av jentene i 17–18-årsalderen og 18 prosent av guttene i samme aldersgruppe har sendt eller delt slike bilder det siste året.

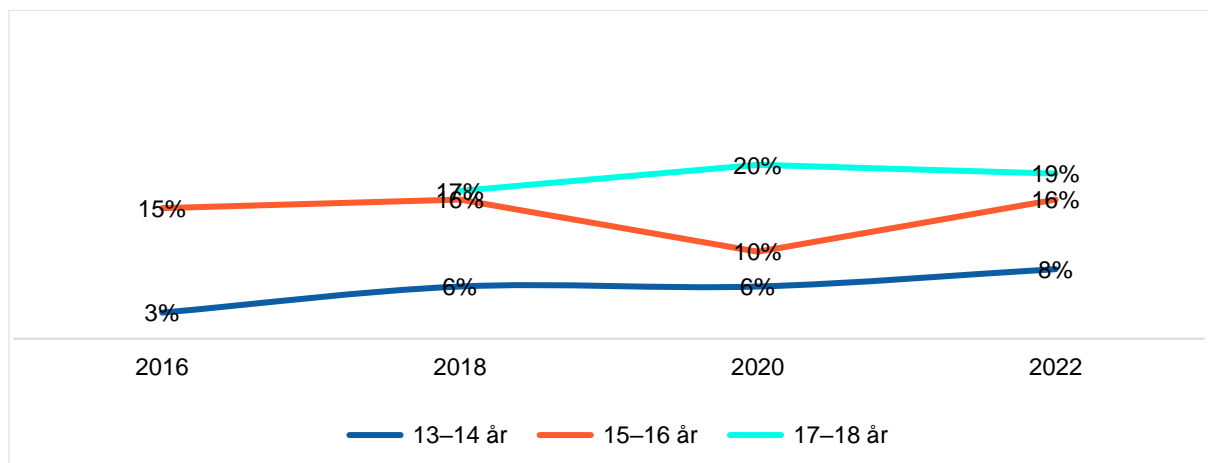
Aldersforskjellene er større, og andelen som har sendt nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året, øker med alder: fra 8 prosent av 13–14-åringene og 16 prosent av 15–16-åringene til 19 prosent av 17–18-åringene (se figur 114).

Figur 114: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som har sendt eller delt nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året.



Figur 115 viser endring over tid i andelen 13–18-åringene som har sendt nakenbilde av seg selv.

Figur 115: Prosentandel 13–18-åringe som har sendt nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året. Tidsserie²¹.



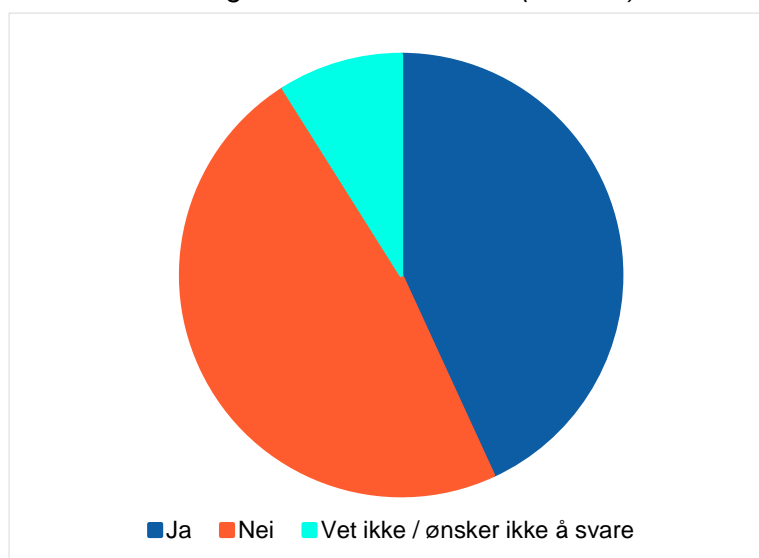
På totalnivå har det kun vært små endringer over tid i andelen 13–18-åringe som har delt nakenbilde av seg selv. Andelen 13–14-åringe som hadde gjort dette i løpet av det siste året, går noe opp fra 2016 til 2022 (fra 3 til 8 prosent). Andelen 15–16-åringe som har delt nakenbilde av seg selv det siste året, er noe høyere i 2022 sammenlignet med 2020, men er på nivå med årene 2016 og 2018. Andelen 17–18-åringe som har delt nakenbilde, har vært relativt lik de siste tre målingene.

Blir de unge spurt om å sende nakenbilder?

13–18-åringene fikk også spørsmål om noen har spurt dem om de kan sende/dele nakenbilde av deg selv? 43 prosent svarer at de («noen gang») har fått en slik forespørsel. Tilsvarende tall i 2020-undersøkelsen var 46 prosent, imidlertid var det ikke mulig den gang å svare «vet ikke / ønsker ikke å svare», så resultatet er nok omtrent på samme nivå som i 2020.

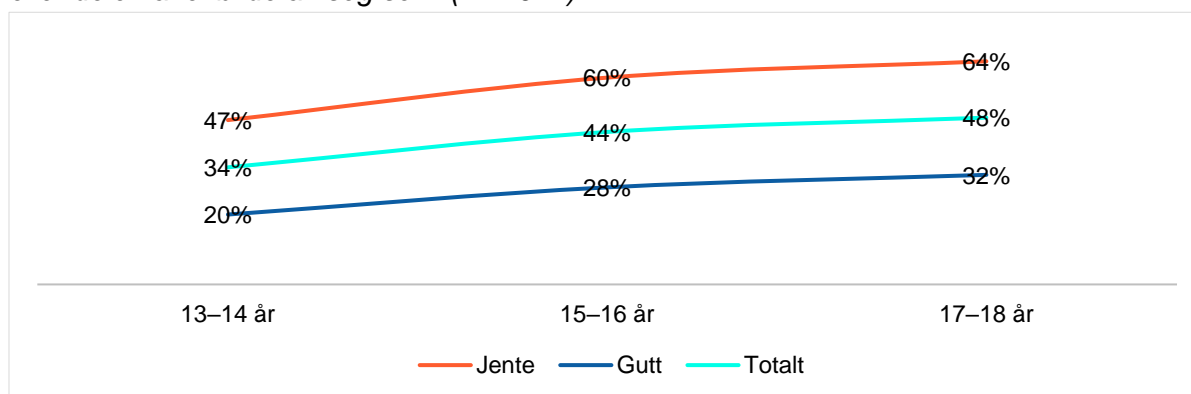
²¹ I 2016-undersøkelsen inngikk ikke 17–18-åringene i målgruppen.

Figur 116: «Har noen spurt deg om du kan sende/dele nakenbilde av deg selv?»
 Prosentandel unge i alderen 13–18 år. (n=1922)



Over dobbelt så høy andel jenter som gutter i 13–18-årsalderen har blitt spurt om å sende eller dele nakenbilde av seg selv (58 prosent mot 28 prosent). Andelen som har fått en slik forespørsel, er også økende med alderen. I alderen 13–14 år er det over tre av ti som har fått en forespørsel om å sende nakenbilde. Blant jenter i 13–14-årsalderen er det nesten halvparten som svarer at de har fått en slik forespørsel. I alderen 17–18 år har nesten halvparten av alle unge fått en forespørsel om å sende nakenbilder. Blant jentene i denne alderen svarer 64 prosent at de har fått en slik forespørsel.

Figur 117: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som har blitt spurt om å sende eller dele nakenbilde av seg selv. (n= 1922)



Hvem ber de unge om å sende nakenbilder av seg selv?

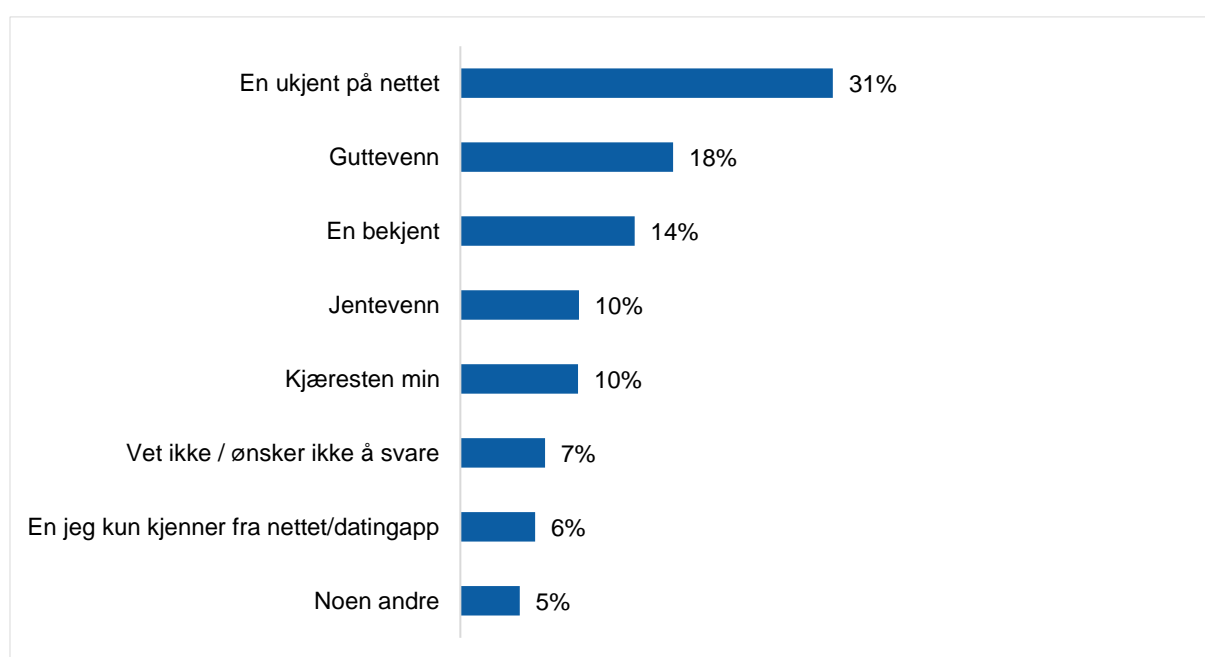
De 13–18-åringene som oppga å ha blitt spurt om å sende nakenbilder av seg selv, fikk også spørsmål om hvem som spurte om dette *sist gang*.

Den vanligste personen å motta forespørsel om å sende eller dele nakenbilde av seg selv fra er en ukjent på nettet. En tredjedel av de som har fått denne type forespørsel, har fått det fra ukjente på nettet. Nesten to av ti har fått en slik forespørsel fra en guttevenn, og én av ti har

fått forespørsel fra en jentevenn. 14 prosent har fått forespørsel fra en bekjent, og 10 prosent har fått det fra kjæresten sin. 6 prosent har fått en slik forespørsel fra en de kjenner fra nettet/datingapp. 5 prosent har fått en slik forespørsel fra «noen andre». 7 prosent svarer at de ikke vet eller ikke ønsker å svare.

Basert på de nevnte tallene er det altså over halvparten av de som fikk forespørsel om å sende eller dele nakenbilde av seg selv, som fikk en slik forespørsel fra *kjente personer* (55 prosent). En tredjedel fikk forespørsel om å sende nakenbilder av seg selv fra *ukjente personer* (31 prosent). 12 prosent lar seg ikke definere siden de svarer «vet ikke / ønsker ikke å svare» eller «noen andre».

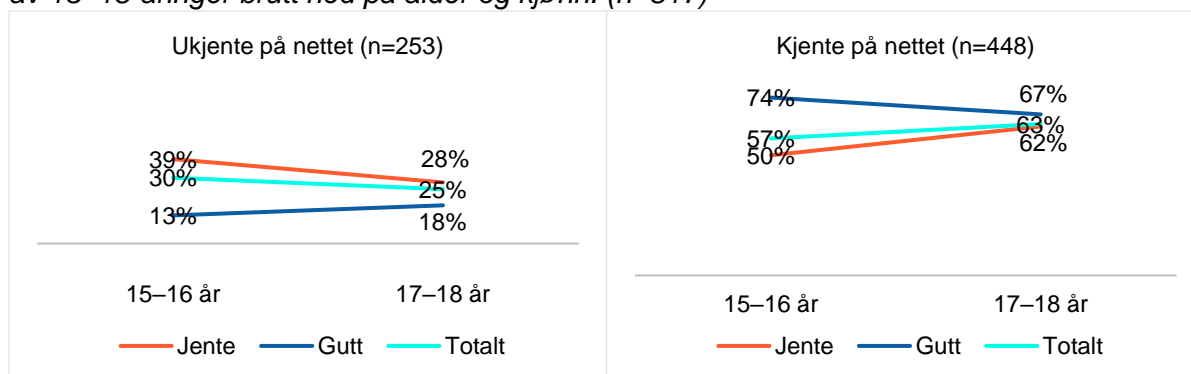
Figur 118: «Hvem spurte deg om å sende nakenbilde(r) av deg, sist gang?» Prosentandel unge i alderen 13–18 år som har blitt spurt om å sende eller dele nakenbilder. (n=817)



Når vi ser nærmere på andelen som har fått forespørsler om å sende nakenbilder av seg selv, finner vi de samme mønstrene som i tilfellet med de som faktisk har mottatt nakenbilder fra kjente- og ukjente personer. Det er en betydelig høyere forholdsmessig andel av jenter som mottar forespørsel om å sende/dele nakenbilder av seg selv fra ukjente personer, og tydelig høyere forholdsmessig andel av gutter som mottar forespørsel om å dele nakenbilder av seg selv fra kjente personer (se figur 119). På grunn av lav base tar vi også her ut andelen 13–14-åringene i figuren.

Blant gutter i alderen 15–16 år som har fått forespørsel om å sende nakenbilde av seg selv, er det altså 74 prosent som fikk denne forespørselen fra kjente personer sist gang, 13 prosent fikk forespørselen fra ukjente personer sist gang (de øvrige 13 prosentene lar seg ikke definere siden de svarte «vet ikke / ønsker ikke å svare» eller «noen andre»). Blant jenter i samme alder er det 50 prosent som fikk samme forespørsel fra kjente, og hele 39 prosent fra ukjente – en 26 prosentpoengs høyere andel enn hos gutter i samme alder.

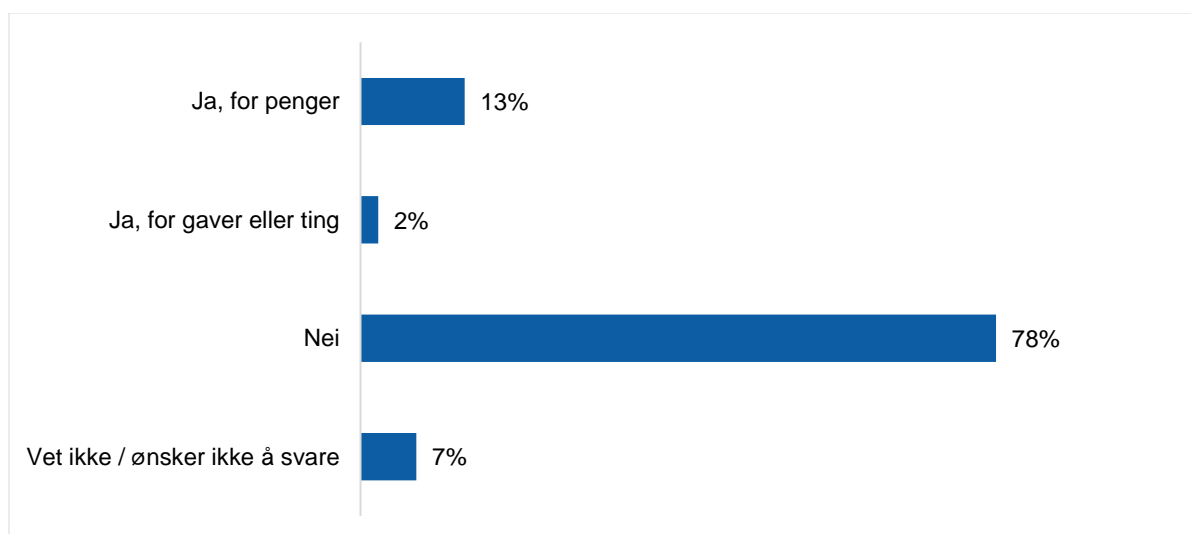
Figur 119: «Hvem spurte deg om å sende nakenbilde av deg selv, **sist gang?**» Prosentandel av 13–18-åringene brutt ned på alder og kjønn. (n=817)



Blir unge spurt om å sende/dele nakenbilder av seg selv mot betaling?

13 prosent av 13–18-åringene svarer at de har fått en forespørsel om å sende/dele et nakenbilde av seg selv mot betaling i form av penger. 2 prosent har fått en slik forespørsel mot betaling i form av gaver eller ting. 78 prosent har ikke fått en slik forespørsel, og 7 prosent svarer «vet ikke / ønsker ikke å svare».

Figur 120: «Har noen spurt deg om du kan sende/dele nakenbilder av deg selv **mot betaling?**» Prosentandel av 13–18-åringene. (n=1891). Flere svar mulig.²²

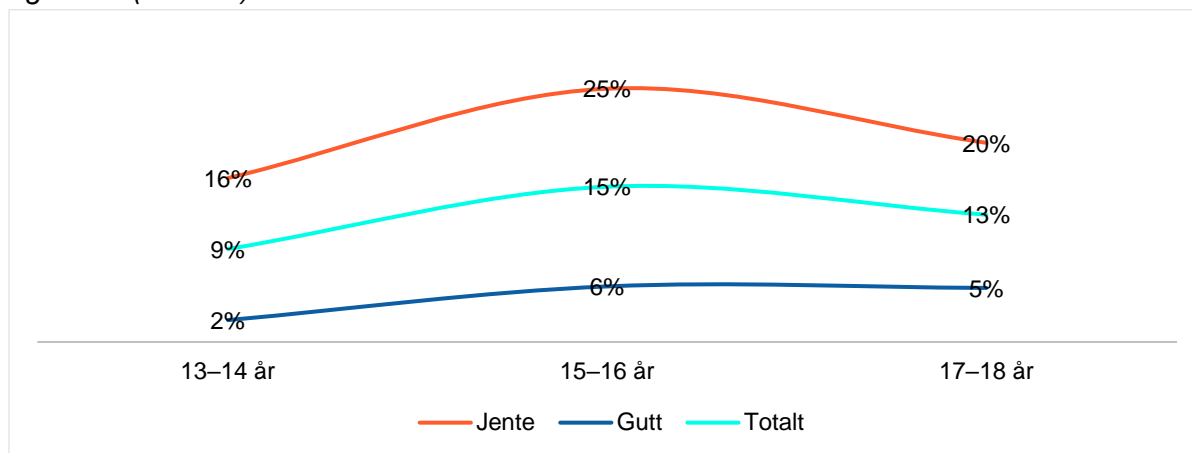


Fire ganger så høy andel jenter som gutter i 13–18-årsalderen har fått forespørsler om å sende eller dele nakenbilde av seg selv mot betaling i form av penger (21 prosent av jenter mot 5 prosent av gutter). Andelen som har fått en slik forespørsel, er høyest i alderen 15–16 år (15 prosent). I alderen 13–14 år er det 9 prosent som har fått en forespørsel om å sende

²² I 2020 var spørsmålet «Har du noen gang fått betalt for å dele/sendte et nakenbilde av deg selv?» og gikk kun til de som hadde delt nakenbilde av seg selv. Resultatene lar seg ikke sammenligne med årets resultater.

nakenbilde mot betaling i form av penger. Blant jenter i 13–14-årsalderen er andelen 16 prosent. I alderen 15–16 år er det 15 prosent som har fått en forespørsel om å sende nakenbilder mot penger. Blant jenter i denne alderen er det 25 prosent som svarer at de har fått en slik forespørsel.

Figur 121: «Har noen spurt deg om du kan sende/dele nakenbilder av deg selv mot betaling?» Prosentandel av 13–18-åringene som svarer «ja, mot penger», brutt ned på kjønn og alder. (n=1891)



English summary Children and Media 2022: Main Findings

Children and young people's access to equipment and technology

- 96 percent in grades 4–7 have a mobile phone. Of these, two percent share their mobile phone with others in the family.
- At secondary and upper secondary schools, almost everyone has their own mobile phone (99 percent at both levels).
- Most children/young people answer that they got their first mobile phone when they were 8-year-old (20 percent), but there is a relatively even distribution from 7-year-olds to 10-year-olds. More than 7 out of 10 got their first mobile phone between the ages of seven and ten. Seven percent got their first mobile phone after the age of ten and 17 percent got their first mobile phone before the age of seven
- Most children/young people believe that 10 is the right age to get their first mobile phone
- Almost everyone has access to television at home (97 percent). 49 percent of 9–18-year-olds have their own, and 48 percent share with others in the family.
- Almost everyone has access to a television at home (97 percent). 49 percent of 9–18-year-olds have their own, and 48 percent share with others in the family.
- 64 percent of 9–18-year-olds have their own PC/computer at home.
- A total of 78 percent of 9–18-year-olds have a games console connected to the TV (Xbox, PlayStation, or similar)
- It is far more common for boys to have access to a game console than it is for girls. 91 percent of boys have access to a games console, compared to 63 percent of girls
- 26 percent of children and young people have access to a clock that can be used to make calls. The proportion is highest among young people aged 17–18.
- For all types of equipment, the proportion who have access increases with age, except for tablets, to which most primary school students have access.

Children and young people's use of social media, apps, and online services

- 90 percent of 9–18-year-olds are on one or more social media.
- Almost half of the Norwegian nine-year-olds use social media and 56 percent of ten-year-olds. From the age of 12 onwards, at least 9 out of 10 are on social media.

- 95 percent of children and young people aged 9–18 use YouTube. This is followed by Snapchat (78 percent), TikTok (73 percent), and Instagram (64 percent). Half of 9–18-year-olds used Facebook.
- Almost all children/young people who use social media such as Snapchat, Instagram, Facebook, TikTok, Messenger, and YouTube have their own users. The exception is YouTube, where 8 out of 10 have their own user.
- On Instagram and Snapchat, it is most common to get your user between the ages of 11 and 12. For Facebook and Messenger, getting users aged 13 or later is the most common. YouTube is the medium where it is usual to get users the earliest. Most children/young people get their use before the age of 9.
- When asked how old you should be before you are allowed to use social media, two social media stand out as each at their extremes: Most 9–18-year-olds think you should be 12 years of age or older to be allowed to use Facebook (71 percent). The majority thinks it is OK that you are under 12 years of age to be allowed to use YouTube (81 percent).
- Most 9–18-year-olds believe children should be older before using Instagram, compared to Snapchat. 4 out of 10 think you should be 13 or older to use Instagram. About 2 in 10 think children should be 13 or older to use Snapchat.
- For all social media, it is most common to have a private user (which only friends can see). TikTok is the social media where the most 9–18-year-olds have an open user (49 percent) and Snapchat is the social media where it is least common to have an open user (34 percent).
- 7 out of 10 children and young people believe they receive too much advertising on social media.
- Over 4 out of 10 young social media users would feel left out if they were not present on the same social media as their friends.
- Around a third of young users (9–18 years) of social media answer that they have regretted something they have shared on social media.
- Almost 3 out of 10 young users (9–18 years) of social media answer that they wish they could log out of social media more often. 4 out of 10 state that they have no problems with this.
- More than 8 out of 10 children/young people answer that their parents know well which social media they use. 15 percent answered that they have blocked their parents to prevent their parents from seeing what they write or share on social media.
- The activity that children and young people using social media do most often online is «chatting with friends». Over 8 out of 10 do this daily and over 9 out of 10 weekly.

Languages

- Norwegian is the most common language in which children aged 9–18 read, watch or listen to the news.
- English is by far the most common language in games, films, series, or TV programs, and on YouTube.

Parent involvement

- Parents of children aged 9–13 accept to a greater extent that their children use YouTube than other social media.
- According to children, there is greater acceptance among parents that their children share photos or videos on TikTok and Snapchat than on Instagram. Around half of the children aged 9–13 answered that they are allowed to share photos/videos on TikTok and Snapchat.
- The most common check that children are aware of their parents doing is checking the children's purchases in their apps. One-quarter of children aged 9–18 years answer that parents check purchases in their apps.
- More than 8 out of 10 children aged 9–18 answer that their parents know well (very or fairly well) which social media they use.
- 36 percent of children aged 9–18 answer that they have been given rules by their parents for how they can use social media.
- 15 percent answer that they have blocked their parents to prevent their parents from seeing what they write or share on social media.
- Around 1 in 10 children aged 9–18 answer that their parents share pictures of them «often» on social media. More than 6 out of 10 answered that parents do this «sometimes».
- 27 percent of children aged 9–18 have ever asked their parents to delete pictures or videos of themselves.
- 16 percent of children aged 9–18 have asked their parents to remove information that their parents have posted about them online.

News consumption by children and young people

- The vast majority of 9–18-year-olds relate to news to a greater or lesser extent. The proportion who does not receive any news at all decreases with age. Among 17–18-year-olds, «everyone» receives news (99 percent). Among 9–10-year-olds, 6 percent answered that they do not get any news at all.

- Social media and TV are the most common platforms for 9–18-year-olds to get news from.
- NRK, VG, and TV2 are the three most used Norwegian news media among children and young people aged 9–18. For children in primary school, Supernytt is the most common medium to get news from. For young people at secondary school and upper secondary level, VG is the most common medium to get news from.
- Snapchat, TikTok, and YouTube are the social media from which most people between the ages of 9 and 18 get news. For children in primary school, YouTube is the most common social media to get news. For young people in secondary school and upper secondary level, Snapchat is the most common social media to get news.
- Parents/guardians are the most common people to receive news from for 9–18-year-olds (93 percent). But both friends (91 percent) and teachers/school (87 percent) are important sources of news for children and young people.
- The types of news most children and young people define as interesting are news from abroad (57 percent), followed by news from Norway (51 percent), and local news «from where I live» (49 percent).
- About 4 out of 10 are interested in sports, crime/violence, and entertainment/celebrities. Around 2 in 10 are interested in climate/environment, culture/art, and fashion. About a quarter of children and young people answer that they are interested in politics (26 percent).

Exposure of children and young people to harmful content

- Children and young people's relationship with influencers, YouTubers, and Tiktokers.
- 46 percent of 13–18-year-olds have seen hate messages attacking specific groups or individuals online in the past twelve months.
- 40 percent of 13–18-year-olds have, during the last year, seen content online about ways to be very thin.
- A third of 13–18-year-olds have seen online content dealing with the sale of alcohol in the past year.
- Three out of ten 13–18-year-olds have seen content online that deals with planning fights or fights.
- A total of 24 percent of 13–18-year-olds have seen content online about ways to physically harm themselves in the past year.

- 23 percent of 13–18-year-olds have seen online content related to the sale of drugs in the past year.

Children and young people's relationship with influencers, YouTubers and Tiktokers

- Humor and prank videos are the most popular type of content from influencers, Tiktokers, YouTubers, and gamers. More than half of children and young people highlight this. But music, sport, exercise, food, and fashion are also highlighted by more than a third of the respondents.
- Mr. Beast, Sidemen, Isabelle Eriksen, KSI, and Randulle are the five most popular influencers among 9–18-year-olds.
- With young boys, Mr. Beast is most popular, with older boys, Sidemen is most popular. With young girls, Isabell Eriksen is the most popular, and with older girls, Funkygine and Isabel Raad are the most popular.
- Seven percent of children aged 9–18 have sent money or gifts (which cost money) to an influencer, TikTok, YouTuber, or gamer.
- It is far more common among boys than girls to send money to influencers (11 percent versus 2 percent). The proportion who sends money to influencers also increases with age.
- The most common reason to send money to influencers is that they like the person or what they share online.

Gaming

- 76 percent of 9–18-year-olds play games on PC, Playstation, mobile, tablet, or similar. 92 percent of boys and 59 percent of girls answer that they game.
- 57 percent of 9–17-year-olds who play games have played games with an age limit of 18. The proportion increases significantly with age and is the largest among boys.
- Three out of four of 9–18-year-olds who are gamers believe that gaming makes them better at English. More than 6 out of 10 believe that gaming is social, which helps them to have contact with friends. Around half believe that they make new friends through gaming.
- 17 percent of those who game between the ages of 9 and 18 answer that they spend "too much" time gaming. The proportion is higher in boys. Seven percent respond that they are often annoyed by ugly comments and six percent that they often experience being banned from gaming by their friends.

- Fortnite is the most played game among 9–18-year-olds. Roblox is the most played game among girls under the age of 14. Minecraft is also widely played among both girls and boys under the age of 14. Furthermore, games such as FIFA, Counterstrike, and Grand Theft Auto are popular among boys over 14, and Hay Day is particularly popular among girls over 14.
- 45 percent of those who game between the ages of 9 and 18 answer that they have bought game items they knew what they were (such as armor/skins or weapons). 24 percent have bought things in games where it was a surprise what they got (loot boxes such as card packs in FIFA etc.).

Password protection

- 4 out of 10 children aged 9–18 have shared passwords with their friends
- Almost 7 out of 10 children know the code to their parents' mobile phone
- More than 4 out of 10 know the password to the parent's bank card/credit card
- One quarter know the password to the App Store / Google Play.

Advertising

- Almost 2 out of 3 children aged 13–18 answer that they have received advertisements for beauty products via the internet.
- More than half of children aged 13–18, and around a quarter of children aged 9–12, respond that they have received advertisements for products that give them bigger muscles.
- More than half of children aged 13–18, and around a quarter of children aged 9–12, respond that they have received advertisements for products to lose weight.
- 23 percent of children aged 13–18, and 16 percent aged 9–12, answer that they have received advertising for alcohol online.

Bullying

- 40 percent of 9–18-year-olds have experienced someone having written an ugly comment to them online during the last twelve months.

- 23 percent of 9–18-year-olds have experienced someone threatening them online in the past year.
- 32 percent of 9–18-year-olds have experienced being banned by someone from an online group or that someone has not allowed them to participate.
- 21 percent of 9–18-year-olds answer that they have been bullied online during the past year – 10 percent once, and 11 percent either a few or several times.

Porn

- More than half of 13–18-year-olds answer that they have seen porn online. 35 percent answered that they have not seen porn.
- A significantly higher proportion of boys than girls answer that they have seen porn online (68 versus 34 percent).
- From 2018 to 2022, we see an increase in the proportion of 13–18-year-olds who have seen porn online. The increase occurs to the greatest extent among younger groups and girls.
- A total of 55 percent of 13–18-year-olds who have seen porn online saw porn for the first time before the age of 13.
- Almost 7 out of 10 of the 13–18-year-olds who have seen porn online say they searched for it themselves the last time it happened.
- Four out of ten 13–18-year-olds answer that they have received advertisements for porn online.
- Of the 13–18-year-olds who have experienced advertising for porn online, the majority have received this via illegal websites for downloading/streaming films, music, computer games, or the like. More than 4 out of 10 children who have received advertising for porn online have received porn advertising from such channels.
- More than 2 out of 10 have received advertising for porn via TikTok. Here we see a sharp increase of 16 percentage points compared to the 2020 survey.

Sexual comments online

- 34 percent of 13–18-year-olds answer that they have received sexual comments online during the past year.

- The most common reaction to receiving sexual comments is to do nothing. 44 percent answer this. It is also common to block the person making sexual comments. More than 2 out of 10 do this.
- Most children aged 9–18 describe the experience of receiving sexual comments negatively, as «disgusting» and «unpleasant». A high proportion describes the experience neutrally with words such as «didn't care / don't care». A certain proportion also describes it as positive, but then the sexual comments are primarily linked to a partner or lover.


Sharing of nude images


- 44 percent of 13–18-year-olds answer that they have been sent nude photos by others
- The most common is to receive nude photos from a «stranger online». A third of those who have received nude photos have received the nude photo in this way.
- It is more common for girls than boys to receive nude photos from «strangers online». It is more common for boys than girls to receive nude photos from «online acquaintances».
- 15 percent of 13–18-year-olds answer that they have sent or shared a nude picture of themselves in the past year.
- 43 percent of young people aged 13–18 answer that they have (ever) received a request to share nude photos.
- There is a significantly higher proportion of girls aged 13–18 who receive requests to send/share nude photos of themselves from unknown people, and a higher proportion of boys than girls who receive requests to share nude photos of themselves from famous people.
- 13 percent of 13–18-year-olds answer that they have received a request to send/share a nude picture of themselves for payment in the form of money. 2 percent have received such a request in return for a payment in the form of gifts or things.



Foto: Lisbeth Michelsen/15 sekunder

ISBN: 978-82-8428-038-7

 Nygata 4, 1607 Fredrikstad

 69 30 12 00

 post@medietilsynet.no

