

Barn og medier 2024

– en undersøkelse om 9–18-åringers medievaner





Forord

Norske barn får mobiltelefon tidligere enn før. 94 prosent av 9–11-åringene har egen mobil, mot 85 prosent for ti år siden. Dette er ett av funnene i undersøkelsen Barn og medier 2024. Med egen mobil følger tilgang til internett uten voksnes tilstedeværelse, og dermed blir barna ofte alene om å takle digitale utfordringer.

Mobiltelefon, internett og sosiale medier er en integrert del av hverdagen for de aller fleste norske barn og ungdommer. Selv opplever de mye positivt med digitale plattformer: det er en arena for kontakt med venner og for å bli kjent med nye mennesker, det er et sted å leke, lære, hente informasjon og bli underholdt. Men barn og unge utsettes også for risiko på nett – i form av skadelig innhold, design og atferd. I undersøkelsen kommer det blant annet fram at nesten halvparten av 13–14-åringene har sett skremmende eller voldelige bilder og filmer én eller flere ganger det siste året. Like mange har sett hatmeldinger mot grupper eller enkeltpersoner.

Slik situasjonen er i dag har ikke norske barn godt nok rettsvern når de er på digitale plattformer. Derfor er det bra at det nå er kommet nye regler i EU som pålegger de globale aktørene et større ansvar for å beskytte barn og unge blant annet i sosiale medier. Nå blir det viktig med rask implementering og effektiv håndheving av disse regelverkene i Norge.

Aldersgrensen for å opprette egen bruker i sosiale medier uten foreldrenes samtykke er i dag 13 år. Likevel er over halvparten av norske niåringer og nesten alle tolvåringer på sosiale medier, ifølge Barn og medier 2024. Fordi det er stor risiko for å bli eksponert for skadelig påvirkning på disse plattformene, anbefaler Medietilsynet at aldersgrensen overholdes. Regjeringen har nylig foreslått å heve aldersgrensen til 15 år.

I samarbeid med seks andre statlige etater har Medietilsynet nylig utarbeidet en handlingsplan for trygg digital oppvekst. Det er behov for en felles innsats på dette viktige feltet og økt kunnskap om barns digitale liv og utfordringene de møter. Vi håper Barn og medier 2024 bidrar til større innsikt i viktige aspekter ved barn og unges digitale mediehverdag. Tusen takk til alle barn og unge som har deltatt i årets undersøkelse!

Fredrikstad, 29. november 2024

Mari Velsand
direktør i Medietilsynet



Om undersøkelsen

Undersøkelsen Barn og medier 2024 er gjennomført av Verian på oppdrag fra Medietilsynet.

Barn og medier-undersøkelsene strekker seg tilbake til 2003.¹ Fra 2006 har undersøkelsen blitt publisert annethvert år, sist i 2022. Formålet med undersøkelsen er å gi en oversikt over hvordan barn og unge reflekterer over sitt eget mediebruk. Medietilsynet publiserer også Foreldre og medier-undersøkelsen som gir innblikk i hvordan foreldrene opplever barnas medievaner. Denne undersøkelsen blir i likhet med Foreldre og medier publisert annethvert år og er senest gjennomført i 2024.²

Medietilsynet samarbeider med et bredt nettverk av aktører og har et særskilt opplysnings- og informasjonsarbeid med vekt på trygg bruk av digitale medier for barn og unge. Denne undersøkelsen gir et empirisk kunnskapsgrunnlag basert på barn og unges rapportering om bruk, erfaringer, holdninger og opplevelser knyttet til eget nettbruk. Medietilsynet er faglig ansvarlig for undersøkelsen, både når det gjelder spørsmål og spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering.

Datainnsamling og databearbeiding er gjennomført av Verian i nært samarbeid med Medietilsynet.

- Datainnsamlingen til undersøkelsen ble gjennomført i perioden 30. januar til 14. april 2024.
- 3212 respondenter besvarte årets undersøkelse.
- Barn og unge på 122 skoler over hele landet deltok i årets undersøkelse. Det er god representasjon på alle alderstrinn. Alle fylker er representert, og det er god fordeling mellom store og mindre klasser i alt fra store byer til mindre tettsteder.
- Respondentene svarte 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. Dette ble opplyst i selve spørreskjemaet og av lærer. Dette gjaldt også enkeltspørsmål. Det var ingen obligatoriske spørsmål knyttet til undersøkelsen.
- Spørsmål som kan oppleves sensitive, for eksempel om skadelig innhold, seksuelle kommentarer og deling av nakenbilder, ble kun stilt til ungdoms- og videregåendeettrinnet.
- Spørsmål som kan oppleves sensitive, for eksempel om skadelig innhold, seksuelle kommentarer og deling av nakenbilder, ble kun stilt til ungdoms- og videregåendeettrinnet.
- Resultatene er vektet på kjønn, skoletrinn og kommunestørrelse³ for å utjevne utvalgsskjevheter.

¹ Medietilsynet, 2011, Tidsserier for barn og medier-undersøkelsene 2003–2010

² [Medietilsynet, 2024, Foreldre og medier 2024](#)

³ Basert på SSBs oversikt over kommunestørrelse (de 20 mest folkerike kommunene utgjør 46 prosent av populasjonen) <https://www.ssb.no/befolkning/folketall/artikler/norges-100-mest-folkerike-kommuner/tabell-1.norges-100-mest-folkerike-kommuner>



Om utvalget

Tabell 1 viser fordelingen i utvalget på alder og kjønn, og tabell 2 viser en sammenligning av utvalget i 2024 og 2022. I årets undersøkelse har vi fått en høyere andel 10–12-åringer enn i 2022, og en lavere andel 13-åringer. Vi har også en lavere andel fra store, sentrale kommuner sammenlignet med i 2022. I begge runder er det som nevnt, vektet på disse variablene (trinn framfor alder), noe som minimerer utvalgsskjevhetene.

Tabell 1 – sammenstilling av utvalget i 2024. Alder og kjønn. Prosent og antall. Uvektede tall. «Ønsker ikke å svare» er ikke ekskludert fra grafikken (totalt 30 respondenter).

	Antall totalt	Prosent totalt	Antall gutter	Prosent gutter	Antall jenter	Prosent jenter	Antall annet	Prosent annet
9 år	123	3,9 %	59	1,9 %	62	1,9 %	2	0,1 %
10 år	353	11,1 %	161	5,1 %	187	5,9 %	5	0,2 %
11 år	393	12,4 %	183	5,8 %	209	6,6 %	1	0,0 %
12 år	382	12,0 %	206	6,5 %	172	5,4 %	4	0,1 %
13 år	206	6,5 %	90	2,8 %	114	3,6 %	2	0,1 %
14 år	332	10,4 %	165	5,2 %	162	5,1 %	5	0,2 %
15 år	223	7,0 %	114	3,6 %	107	3,4 %	2	0,1 %
16 år	524	16,5 %	260	8,2 %	253	8,0 %	11	0,3 %
17 år	450	14,1 %	202	6,3 %	238	7,5 %	10	0,3 %
18 år +	196	6,2 %	91	2,9 %	101	3,2 %	4	0,1 %
Sum	3182 ⁴	100,0 %	1531	48,1 %	1605	50,4 %	46	1,4 %

⁴ Her er de som svarer «Ønsker ikke å oppgi», ekskludert fra tabellen og prosenteringen. Dette gjelder 30 personer. Disse er inkludert i resultater for totalen, og den totale basen er 3212.



Tabell 2 – sammenligning av utvalget i 2024 og 2022. Alder, kjønn og kommunestørrelse. Prosent. Uvektede tall. «Ønsker ikke å svare» er ikke ekskludert fra grafikken.

	2024	2022
9 år	3,9 %	3,5 %
10 år	11,1 %	6,3 %
11 år	12,4 %	5,0 %
12 år	12,0 %	11,0 %
13 år	6,5 %	15,7 %
14 år	10,4 %	13,1 %
15 år	7,0 %	8,1 %
16 år	16,5 %	16,9 %
17 år	14,1 %	15,5 %
18 år eller eldre	6,2 %	4,9 %
Gutt	48,1 %	46,8 %
Jente	50,4 %	51,0 %
Annet	1,4 %	2,2 %
Mer enn 50 000 per kommune	39,5 %	49,5 %
Under 50 000 per kommune	60,0 %	50,5 %
Mangler kommune	0,5 %	0,0 %

Hvordan lese resultatene?

Når vi analyserer resultater fra en befolkningsundersøkelse, må vi ta høyde for feilmarginer. Feilmarginene beskriver usikkerheten i resultatene og avhenger blant annet av hvor mange personer som har svart på et spørsmål, og hva resultatet er. Feilmarginen, som ofte uttrykkes som et pluss-/minus-tall, gir en idé om hvor nært estimatene våre sannsynligvis er til det faktiske tallet for hele populasjonen. For eksempel: Hvis vi estimerer at 60 prosent av barna bruker en tjeneste med en feilmargin på pluss/minus 3 prosent, betyr det at det faktiske tallet for alle barn sannsynligvis ligger mellom 57 og 63 prosent.

Vi benytter et signifikansnivå på 5 prosent og tillater derfor at det er 5 prosent sjanse for at estimatet ligger utenfor feilmarginene vi opererer med. I eksempelet over er det altså 95 prosent sjanse for at den riktige verdien ligger mellom 57 og 63 prosent.

Tabell 3 viser feilmarginene til ulike nedbrytninger på alder og kjønn, samt totalen. Dersom hele utvalget har svart, varierer feilmarginene fra pluss/minus 0,8 prosent til pluss/minus 1,7 prosent, avhengig av resultatet. Det er derfor små feilmarginer når vi sammenligner spørsmål hele utvalget har fått, med samme spørsmål hele utvalget fikk i 2022, hvor omtrent like mange svarte. Når vi derimot bryter ned på aldersgrupper og kjønn, blir feilmarginene større.

Det er viktig å huske at tabellen tar utgangspunkt i fulle baser, altså hele utvalget. Dersom det i tillegg er andre type filtre, for eksempel om barnet bruker sosiale medier, vil basene være mindre og feilmarginene større. Basene for hvert spørsmål er presentert i figurtekstene.



Tabell 3 – antall og signifikansnivå for de ulike nedbrytningene på kjønn og alder, og total for 2024. Uvektede tall. «Annet» og «Ønsker ikke å svare» er ikke ekskludert fra tabellen.

	Antall totalt	Feilmargin (5 % / 50 %)	Antall gutter	Feilmargin (5 % / 50 %)	Antall jenter	Feilmargin (5 % / 50 %)
9–10 år	476	2,0 / 4,5	220	2,9 / 6,6	249	2,7 / 6,2
11–12 år	746	1,6 / 3,6	344	2,3 / 5,3	396	2,1 / 4,9
13–14 år	538	1,8 / 4,2	255	2,7 / 6,1	276	2,6 / 5,9
15–16 år	747	1,6 / 3,6	374	2,2 / 5,1	360	2,3 / 5,2
17–18 år	646	1,7 / 3,9	293	2,5 / 5,7	339	2,3 / 5,3
Totalt	3 153	0,8 / 1,7	1 486	1,1 / 2,5	1 620	1,1 / 2,4

Vi har kun kommentert signifikante forskjeller. Dersom det står at det er tendenser til forskjeller, innebærer det at det ikke er signifikant, men at det er mønstre som gjør det plausibelt å anta at forskjellen ikke er tilfeldig.

Sammenligning på tvers av undersøkelser: I rapporten sammenlignes hovedsakelig funn fra 2024 med resultatene fra 2022.



Innhold

1	Hovedfunn.....	8
2	Barn og unges tilgang til utstyr og teknologi	12
3	Barn og unges bruk av mobiltelefon	19
4	Barn og unges bruk av sosiale medier, apper og netjtjenester	23
5	Barn og unges forhold til influensere	42
6	Bruk av ulike språk på nettet	51
7	Barn og unges nyhetsbruk.....	54
8	Usanne nyhetssaker.....	64
9	Spill og gaming.....	68
10	Bruk av mobil og skjerm på skolen	82
11	Foreldreinvolvering	93
12	Reklame på nettet.....	105
13	Eksposering for skadelig innhold blant unge.....	110
14	Negative hendelser på nettet	115
15	Seksuelle kommentarer på nettet	122
16	Deling av nakenbilder	126
17	English summary Children and Media 2024: Main Findings.....	133



1 Hovedfunn

Tilgang til utstyr

- De aller fleste 9–18-åringene har egen mobil og/eller egen skole-pc eller skole-nettbrett. Nesten alle, 94 prosent, av 9–11-åringene har egen mobil. I 2014 hadde 85 prosent i samme alder egen mobil.
- Omtrent halvparten har egen pc eller datamaskin hjemme, eget nettbrett, egen tv og/eller egen spillkonsoll koblet til tv.
- I 2024 får flere barn enn tidligere tilgang til mobiltelefon i ung alder. Det er også flere som får sin første mobil i ung alder, enn tidligere. 62 prosent av 9–10-åringene fikk sin første mobil før fylte åtte år, mens 35 prosent av dagens 17–18-åringene fikk sin første mobil før de fylte åtte år.

Bruk av mobiltelefon

- Nesten alle, 94 prosent, av 9–11-åringene har egen mobil. I 2014 hadde 85 prosent i samme alder egen mobil.
- Det er også flere som får sin første mobil i ung alder, enn tidligere. 62 prosent av 9–10-åringene fikk sin første mobil før fylte åtte år, mens 35 prosent av dagens 17–18-åringene fikk sin første mobil før de fylte åtte år.
- Nytt av året er at vi har spurt barn og unge om deres daglige tidsbruk på ulike mobilaktiviteter. Blant 9–18-åringene er 36 prosent storbrukere⁵ av sosiale medier på mobilen, 28 prosent storbrukere av serier og videoer på mobilen, og 20 prosent storbrukere av mobilspill.
- Kun 30 prosent oppgir/svarer at de bruker for mye tid på mobilen.

Sosiale medier

- Totalt sett bruker 86 prosent av 9–18-åringene sosiale medier, og bruken øker med alderen. Blant 9-åringene bruker halvparten sosiale medier. Når barna når 13-årsalderen, bruker tilnærmet alle sosiale medier.
- Til tross for at det er 13-årsgrense for å ha egen bruker på Snapchat, TikTok, Facebook og Instagram, får et flertall av barna som bruker disse mediene, egen bruker før de fyller 13 år.
- Flere jenter enn gutter bruker sosiale medier, og dette gjelder særlig for tenåringer. Flere jenter enn gutter er også storbrukere av sosiale medier på mobilen. Jenter er i større grad enn gutter enige i at de bruker for mye tid på sosiale medier, og det gjelder uavhengig av hvor mye tid barna oppgir å bruke på sosiale medier på mobilen.

⁵ De som bruker mobilen i minimum tre timer eller mer til en enkeltaktivitet, kalles for «storbrukere» av denne mobilaktiviteten. I tillegg til tiden de bruker på akkurat denne mobilaktiviteten, kommer andre mobilaktiviteter og annen skjermbruk.



- 45 prosent av 9–18-åringene svarer at foreldrene har laget regler for hvilke sosiale medier de kan bruke, og 36 prosent oppgir at foreldrene følger godt med på bruken deres. Blant de yngste barna er det flere som svarer at foreldrene er involvert.

YouTube

- Totalt bruker 83 prosent av barna YouTube. Færre jenter bruker YouTube i 2024 enn i 2022. Det er flere gutter enn jenter som bruker YouTube totalt sett.
- Blant 9–18-åringene som ser på eller følger youtubere, tiktokere eller influensere, er det mest populært å se på humorvideoer. De mest populære influenserne er MrBeast, Julie Fiala og Sidemen.

Spilling

- 86 prosent av 9–18-åringene spiller spill på mobil, pc og tv.
- Totalt sett spiller nesten halvparten av barn og unge daglig, men kjønnsforskjellene er store. 63 prosent av guttene og 25 prosent av jentene spiller daglig. For begge kjønn erstattes den daglige spillingen gradvis av ukentlig eller sjeldnere spilling etter hvert som barna blir eldre.
- På spørsmål om de spiller, svarer 93 prosent av guttene og 79 prosent av jentene at de gjør det. Disse forskjellene er betydelig mindre enn tidligere, noe som trolig skyldes en endring i spørsmålsformuleringen. Flere jenter svarer at de spiller sjeldent, og disse fanges derfor opp i årets undersøkelse.
- Flere gutter enn jenter er også enig i at de bruker for mye tid på spilling. Kjønnsforskjellen gjelder på tvers av alder og hvor ofte barna oppgir at de spiller. Fortnite er det mest populære spillet, deretter følger Roblox og Minecraft. Dette var også de tre mest populære spillene i 2022.
- Blant 9–10-åringene svarer 60 prosent at foreldrene har laget regler for hvilke spill de kan spille, og 43 prosent at foreldrene er involvert i spillingen deres. Denne andelen er betraktelig lavere blant de eldste. 59 prosent av barn og unge sier at foreldrene ikke har laget noen regler for hvor mye tid barna kan bruke på spilling.

Språk

- Engelsk er det klart vanligste språket barn og unge bruker når de er på sosiale medier, ser på film, serie eller tv-program, spiller og/eller ser på YouTube.
- Norsk er det vanligste språket for å lese, se eller høre nyheter.
- På tvers av aktivitetene er det flere som bruker mest engelsk i 2024, sammenlignet med i 2022 og 2020.

Nyheter

- 95 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter, og eldre ungdommer er mer aktive nyhetskonsumenter enn yngre barn.
- Sosiale medier er den kanalen barn og unge hyppigst får med seg nyheter fra. Halvparten får med seg nyheter i sosiale medier ofte. TikTok, Snapchat og YouTube er de sosiale mediene der flest barn og unge får med seg nyheter.



- Tv er også en viktig nyhetskanal, men denne brukes mindre hyppig. Bruken av sosiale medier og tv som nyhetskanaler har holdt seg stabil, men bruken av nettaviser og papiraviser har sunket betydelig.
- Hvilke nyhetsmedier barn og unge får nyhetene sine fra, varierer med alder. NRK er viktig for alle. Blant de yngste barna er Supernytt det viktigste nyhetsmediet, og blant 15–18-åringene er VG og NRK like viktige.

Usanne nyheter

- 66 prosent av 13–18-åringene har kommet over nyhetssaker de mistenkte var falske eller usanne, i løpet av det siste halvåret.
- Av de som har kommet over nyhetssaker de mistenkte var usanne, oppgir 66 prosent at de har kommet over sakene i sosiale medier.
- 37 prosent av 13–18-åringene gjør ingenting når de ser en usann eller falsk nyhet på nettet.
- 33 prosent svarer at de gjør et nettsøk for å sjekke saken nærmere, og 24 prosent sier at de kryssjekker med andre medier. 17 prosent sjekker nettadressen til kilden og/eller undersøker hvem som står bak kilden.
- Under 10 prosent tenker ikke over om en nyhetssak er usann eller falsk.

Skjerm- og mobilbruk på skolen

- Flere 9–10-åringene har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett i 2024 enn de hadde i 2022.
- Sju av ti barne- og ungdomsskoleelever oppgir at det er mobilforbud i hele skoletiden. Blant elever ved videregående skoler er det kun 2 prosent som har totalforbud mot mobil, og halvparten har kun mobilforbud i skoletimene.
- 80 prosent av elevene ved videregående skoler som kun har mobilforbud i undervisningen, eller ikke har noen faste mobilregler, ønsker *ikke* strengere mobilregler.
- Barneskoleelever er mer positiv til et mobilforbud og ser flere fordeler ved begrenset tilgang til mobilen enn elevene ved ungdomsskoler og videregående skoler. Ungdomsskoleelevene er også noe mer positiv til dette enn videregående elevene.
- Barneskoleelever mener i større grad enn elever ved ungdoms- og videregående trinn at de uten tilgang til mobilen på skolen konsentrerer seg lettere og presterer bedre på skolen, og at det blir mer ro i undervisningen. De er også i større grad enig i at de snakker mer med medelevene sine, at det blir mindre mobbing og at de opplever mindre press og stress uten tilgang til mobil.
- Ungdomsskoleelever og elever ved videregående skoler mener i større grad enn barneskoleelever at mobilen er et arbeidsverktøy, at det er upraktisk å ikke ha tilgang til den, og at mobilen gir dem mulighet til å koble av mellom skoletimene. De mener også at mobilen gir dem en trygghet i sosiale situasjoner.

Skadelig innhold

- En tredel av tenåringene i alderen 13–18 år har blitt eksponert for hatmeldinger rettet mot grupper eller enkeltpersoner og/eller skremmende eller voldelige bilder eller



filmer flere ganger på nettet i løpet av det siste året. Det er den typen skadelig innhold flest har vært eksponert for. Rundt to av ti har flere ganger sett innhold knyttet til måter å bli tynn på og/eller salg av alkohol. I overkant av én av ti har flere ganger sett planlegging av slåssing eller slåsskamper, selvskading og/eller salg av narkotika.

- Graden av eksponering av skadelig innhold øker med alderen. Unntaket er innhold om slåssing eller planlegging av slåsskamper og selvskading som flere 13–14-åringer enn 17–18-åringer har vært eksponert for.
- Det er en økning i andelen som har blitt eksponert for skadelig innhold sammenlignet med 2022 og 2020.

Negative hendelser

- Blant 13–18-åringer har 42 prosent opplevd at noen har skrevet stygge kommentarer til dem på nettet i løpet av det siste året. En tredel har opplevd å bli utestengt fra en gruppe, at noen har lagt ut bilder eller videoer av dem mot deres vilje, at noe de har delt, har blitt delt videre mot deres vilje, og/eller fått trusler. 23 prosent svarer at de har blitt mobbet på nettet i løpet av det siste året.
- Jo yngre tenåringene er, jo flere er det som har opplevd negative hendelser på nettet. Det gjelder alle typer hendelser beskrevet over. Flere 13–14-åringer enn 17–18-åringer har opplevd disse hendelsene i løpet av det siste året.

Uønskede seksuelle kommentarer

- I årets undersøkelse har vi vektlagt forekomsten og opplevelsen av å få *uønskede* seksuelle kommentarer. 22 prosent av tenåringene har fått uønskede seksuelle kommentarer på nettet det siste året.
- På tvers av alder har flere jenter enn gutter fått uønskede seksuelle kommentarer.
- Halvparten av de som mottar uønskede seksuelle kommentarer, får det fra en ukjent på nettet, og 9 prosent har fått det av kjæresten.

Deling av nakenbilder

- En tredel av 13–18-åringene har fått tilsendt et nakenbilde og/eller blitt spurt om å sende nakenbilde.
- 9 prosent av tenåringene har sendt nakenbilder av seg selv det siste året. Noe flere jenter enn gutter har sendt nakenbilde, og andelen øker med alderen.
- Av de som selv har delt et nakenbilde det siste året, har én av fire opplevd at et nakenbilde er blitt delt videre.
- 4 prosent av 13–18-åringene svarer at de selv har delt nakenbilder de har fått av andre.



2 Barn og unges tilgang til utstyr og teknologi

Sammendrag

9–18-åringene ble spurt om de har tilgang til ulike typer teknologi. I dette kapitlet presenteres tilgangen på teknologi, om barna har eget utstyr eller deler med noen i familien, og hvem som har tilgang.

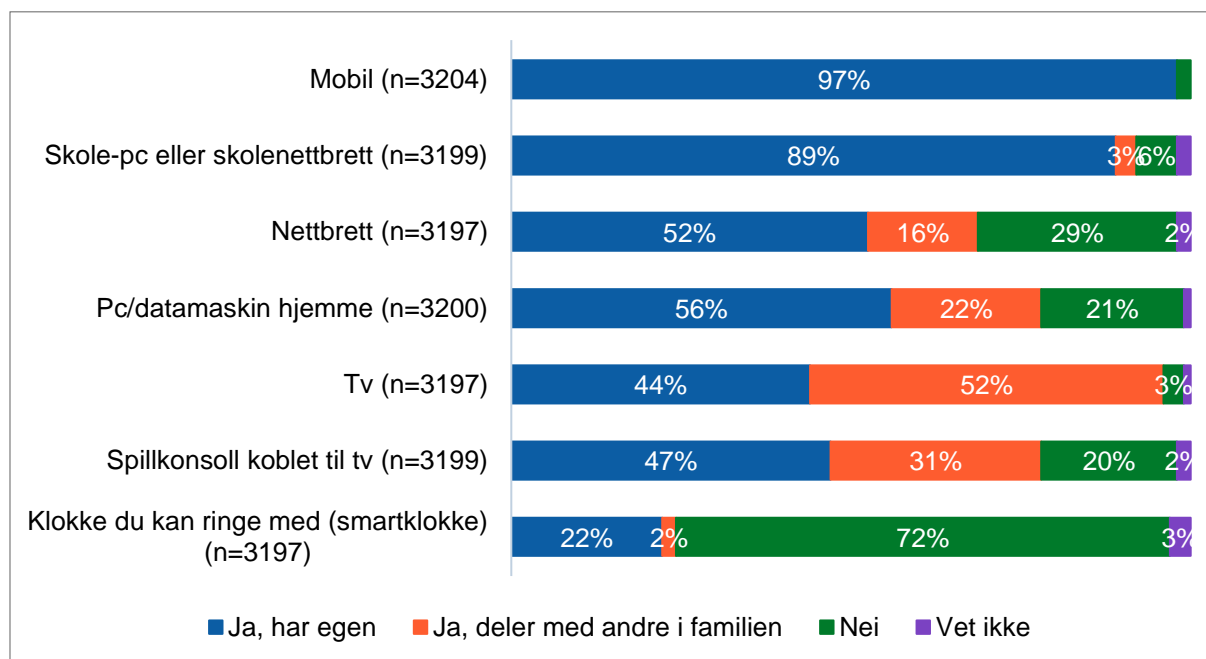
- De fleste barn og unge har god tilgang til ulikt utstyr og teknologi. 97 prosent har egen mobil, og 89 prosent har egen skole-pc eller skole-nettbrett. 56 prosent har egen pc eller datamaskin hjemme, 52 prosent har eget nettbrett, 44 prosent egen tv og 47 prosent egen spillkonsoll koblet til tv.
- Flere barn og unge har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett i 2024 enn i 2022.
- Det er derimot noe færre som har tilgang til nettbrett og pc eller datamaskin hjemme, enn det var i 2022. Utover dette er tilgangen på utstyr nokså lik i 2024 som i 2022.
- I 2024 har 94 prosent av 9–11-åringene egen mobil, mens tilsvarende andel i 2014 var 85 prosent.
- Det er flere 9–12-åringer som oppgir at de fikk sin første mobil innen de var fylt åtte år, sammenlignet med de eldre barna. Eksempelvis fikk over 60 prosent av 9–12-åringene mobil innen de fylte åtte år, mens 35 prosent av 17–18-åringene gjorde det.



Hva slags utstyr har barn og unge tilgang til?

Alle 9–18-åringene blir spurt om hva slags type utstyr de har tilgang til, og om de eier dette selv eller deler med noen i familien. Figur 1 viser at 97 prosent har egen mobil, og 89 prosent har egen skole-pc eller skole-nettbrett. Omtrent halvparten har eget nettbrett (52 prosent), egen pc eller datamaskin hjemme (56 prosent), egen tv (44 prosent) og/eller spillkonsoll koblet til tv (47 prosent). Ser vi også på de som har tilgang fordi de deler utstyr med noen i familien, har totalt 96 prosent tilgang til tv.

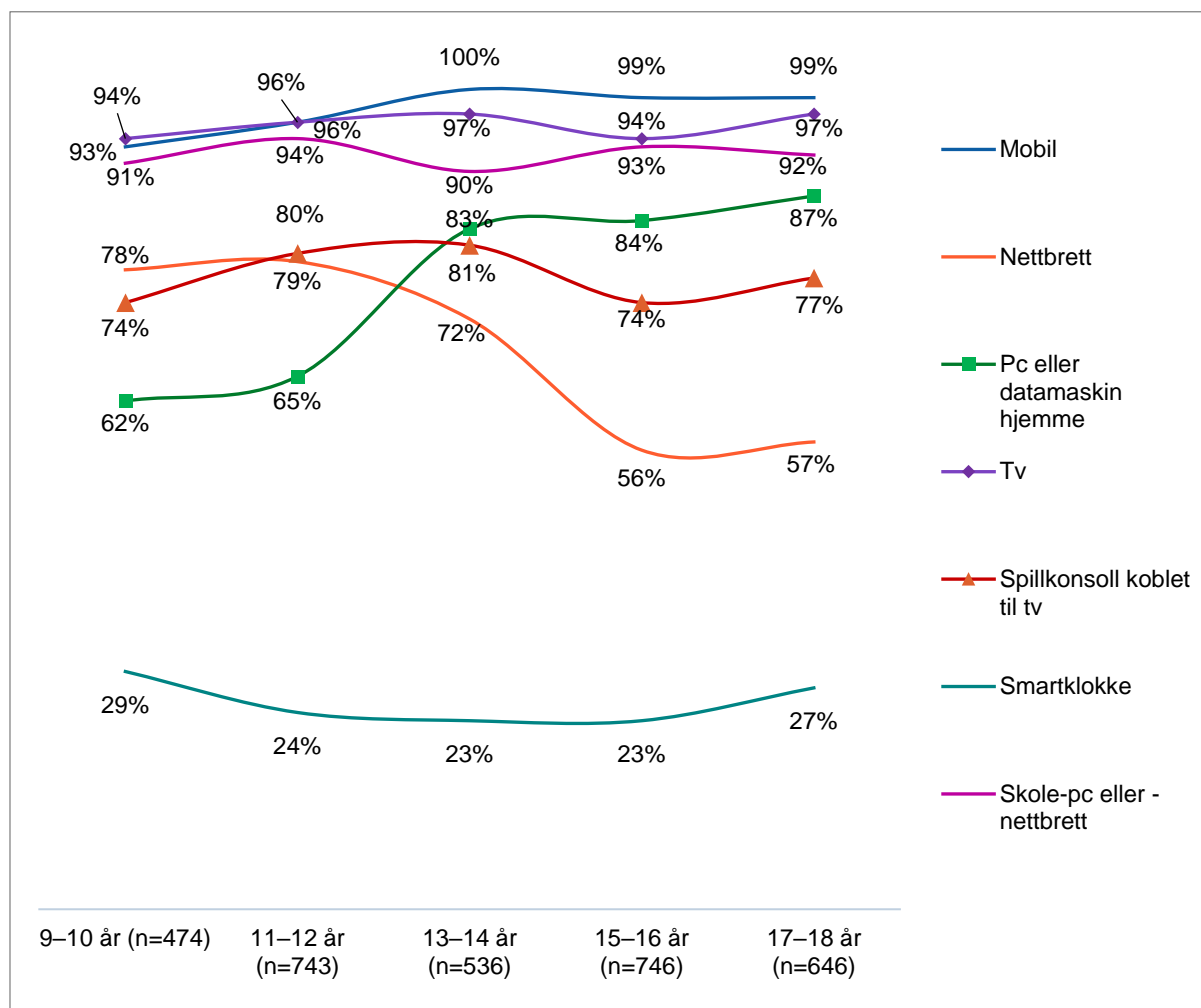
Figur 1 – «Har du tilgang til ...?». Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålene, er oppgitt i parentes.



Figur 2 viser aldersforskjeller i tilgangen på de ulike teknologiene, altså både de som har egen eller deler med noen i familien.



Figur 2 – «Har du tilgang til ...?» Prosent. Sammenslåing av kategoriene «Ja, har egen» og «Ja, deler med noen i familien». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antallet som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at:

- tilgangen på tv, mobil og skole-pc eller skole-nettbrett er høy allerede blant 9–10-åringene, der henholdsvis 94 prosent (tv), 93 prosent (mobil) og 91 prosent (skole-pc/nettbrett) har tilgang, enten ved at de eier selv eller deler med noen i familien. Det er en svak økning med alderen i andelen som har tilgang til mobiltelefon og tv.
- 65 prosent av 9–12-åringene har tilgang til pc eller datamaskin hjemme, og denne andelen stiger til over 80 prosent blant de som er over 12 år.
- andelen som har tilgang til nettbrett, synker med økt alder. Blant 9–12-åringene har nesten 80 prosent tilgang til nettbrett, mens blant 15–18-åringene har drøyt halvparten tilgang til nettbrett.
- tilgangen på spillkonsoll koblet til tv er høyest blant unge i alderen 13–14 år (81 prosent). Både blant yngre og eldre barn er andelen med tilgang til spillkonsoll koblet til tv noe lavere, 74 prosent blant 9–10-åringene og 77 prosent blant 17–18-åringene har tilgang til spillkonsoll koblet til tv.



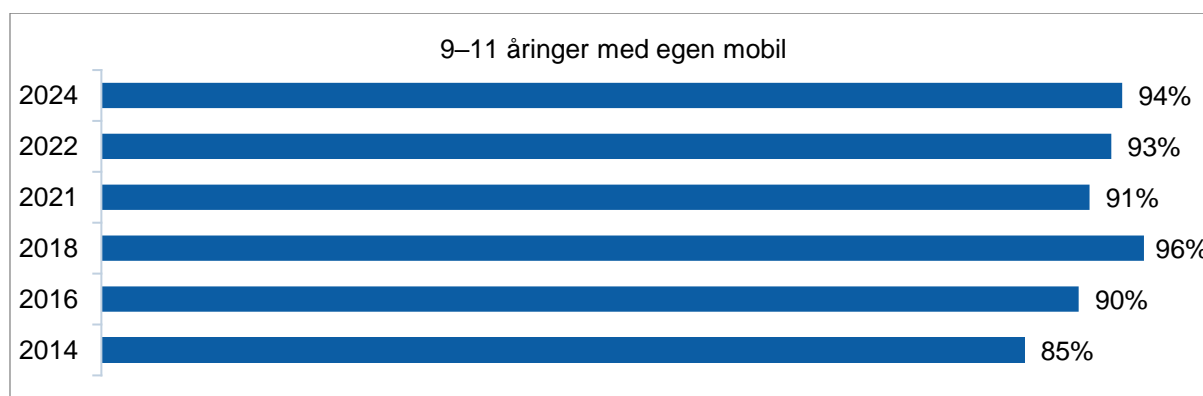
- det også er flest barn i alderen 9–10 år som har tilgang til smartklokke (29 prosent). Denne andelen synker noe med alderen og tar seg opp igjen blant 17–18-åringene (27 prosent har tilgang i denne gruppen).

I dette avsnittet vil tilgangen på ulik teknologi over tid diskuteres nærmere.

Mobil: De aller fleste barn og unge i alderen 9–18 år har *egen* mobil (97 prosent). 2 prosent svarer at de ikke har mobil, og under 1 prosent svarer at de deler mobil med andre i familien.

- Det er ingen endringer for tilgang til mobiltelefon sammenlignet med i 2022. Tilgangen på mobil har vært stabil over flere år.
- Ser vi på andelen barn som har egen mobil i ulike aldersgrupper, er det også få endringer over tid. Figur 3 viser andelen 9–11-åringene som har egen mobiltelefon, brutt ned på målingene gjennomført siden 2014. Blant de som er 12 år og eldre, har andelen med egen mobil ligget stabilt på 97 prosent siden målingen i 2014.⁶ Med unntak av i 2018 er det en lineær økning i andelen barn i aldersgruppen 9–11 år som har egen mobiltelefon, fra 84 prosent i 2014 til 94 prosent i 2024. Over en tiårsperiode ser vi altså en utvikling der de yngste barna får egen mobil tidligere. For de andre aldersgruppene er det ingen endringer.
- Det er ingen tydelige kjønnsforskjeller i om barn og unge har tilgang til mobil.

Figur 3 – «Har du tilgang til [...] mobil». Prosent. Andel som har svart «Ja, har egen» i aldersgruppen 9–11 år. Sammenligning av år. Alle har blitt spurt. Antall som har svart i denne aldersgruppen, varierer på tvers av målingene. I 2024 var det 866 som svarte i denne gruppen.



Nettbrett: Totalt sett har 68 prosent av 9–18-åringene tilgang til nettbrett. 52 prosent har eget nettbrett.

- Totalt sett er dette en nedgang på 3 prosentpoeng fra 2022 og 12 prosent fra 2020.

⁶ Det har variert noe hvordan spørsmålet har blitt stilt ved tidligere undersøkelser. Spørsmålet var tidligere formulert «Har du mobiltelefon», med svaralternativene «Ja, en egen smarttelefon (iPhone eller lignende)» og «Ja, en egen mobil (ikke smarttelefon)». I sammenligningen over tid er derfor alternativene for egen smarttelefon og egen mobil slått sammen. Sammenligning over tid må derfor gjøres med forbehold om endringer i både spørsmål og svaralternativer.



- Det er noe flere jenter enn gutter som har eget nettbrett. 56 prosent blant jentene mot 48 prosent blant guttene. Det skyldes hovedsakelig at langt flere jenter enn gutter i alderen 11–14 år har eget nettbrett.
- Også i 2022 var det flere jenter enn gutter som hadde tilgang til nettbrett.

PC og datamaskin hjemme: 78 prosent av 9–18-åringene har tilgang til pc eller datamaskin hjemme, og 56 prosent har egen pc eller datamaskin.

- Det har vært en nedgang i andelen som har egen pc eller datamaskin, de siste årene. I 2022 hadde 64 prosent egen pc, og i 2020 hadde 70 prosent egen pc.
- Nedgangen fra 2022 gjelder for alle aldersgruppene. Den er størst for 9–10-åringene, i 2022 hadde 76 prosent i denne alderen tilgang, mens 63 prosent har tilgang i år. Det ser altså ut til at tilgangen generelt har gått ned, men også at barna blir eldre før de får tilgang til pc eller datamaskin hjemme.
- Flere gutter enn jenter har egen pc eller datamaskin hjemme (65 mot 45 prosent), mens det er flere jenter enn gutter som deler pc med noen i familien (30 mot 15 prosent).
- Disse kjønnsforskjellene gjelder på tvers av aldersgruppene.

Skole-pc og skole-nettbrett: 92 prosent av 9–18-åringene har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett, og de aller fleste oppgir at de har sin egen / sitt eget (89 prosent).

- Sett under ett, er det ingen endringer for tilgangen til skole-pc og skole-nettbrett sammenlignet med i 2022, da spørsmålet ble stilt for første gang.
- Bryter vi ned tallet på alder, finner vi likevel noen endringer. I 2022 hadde 78 prosent av barn i alderen 9–10 år tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett, mens tilsvarende andel i år er 91 prosent (figur 2). Dette tyder på at flere får tilgang til dette i yngre alder nå enn tidligere. Totaltallet holder seg stabilt, da noen færre blant 13–14-åringene svarer at de har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett i 2024 enn 2022 (90 mot 95 prosent).

Tv: 96 prosent av 9–18-åringene har tilgang til tv hjemme. 44 prosent har egen tv. Det er en nedgang i andelen som har egen tv, på 5 prosentpoeng fra 2022.

- Totalt sett har flere gutter enn jenter egen tv (47 mot 40 prosent), og det er flere jenter enn gutter som deler med noen i familien (57 mot 47 prosent). Forskjellen mellom kjønn gjelder på tvers av aldersgruppene.

Spillkonsoll koblet til tv: Totalt har 77 prosent tilgang til spillkonsoll koblet til tv (Xbox, Playstation eller lignende), og nærmere halvparten har eget utstyr (47 prosent).

- I 2022 hadde 78 prosent tilgang når man slår sammen de som har eget utstyr og barna som deler med familie. I 2020 var andelen 81 prosent. Det er altså en svak nedgang over tid.
- Flere gutter enn jenter har egen spillkonsoll. Samlet har 70 prosent av guttene og 23 prosent av jentene i alderen 9–18 år egen spillkonsoll. Forskjellen mellom kjønn var tilsvarende i 2022, og den gjelder på tvers av alder.



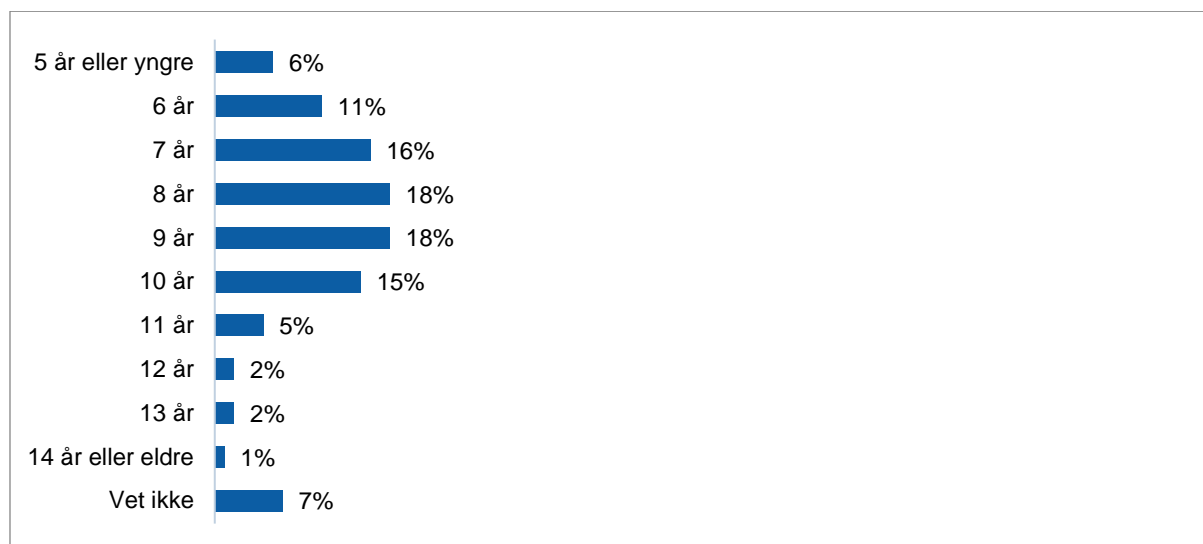
Klokke man kan ringe med (smartklokke): Totalt har 25 prosent av barn og unge tilgang til smartklokke, og de aller fleste har en egen klokke (22 prosent).

- Det er en svak økning i andelen som har tilgang til smartklokke, sammenlignet med tidligere målinger (24 prosent i 2022 og 22 prosent i 2020).
- Det er ingen kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang til smartklokke.

Hvor gamle var barna da de fikk sin første mobil?

Barna som svarer at de har egen mobil, ble spurt om hvor gamle de var da de fikk sin første mobil. Det er stor spredning i når barn og unge oppgir at de fikk sin første mobil. Figur 4 viser at halvparten oppgir at de fikk sin første mobil innen de var fylt åtte år. Det er ingen endringer sammenlignet med 2022.

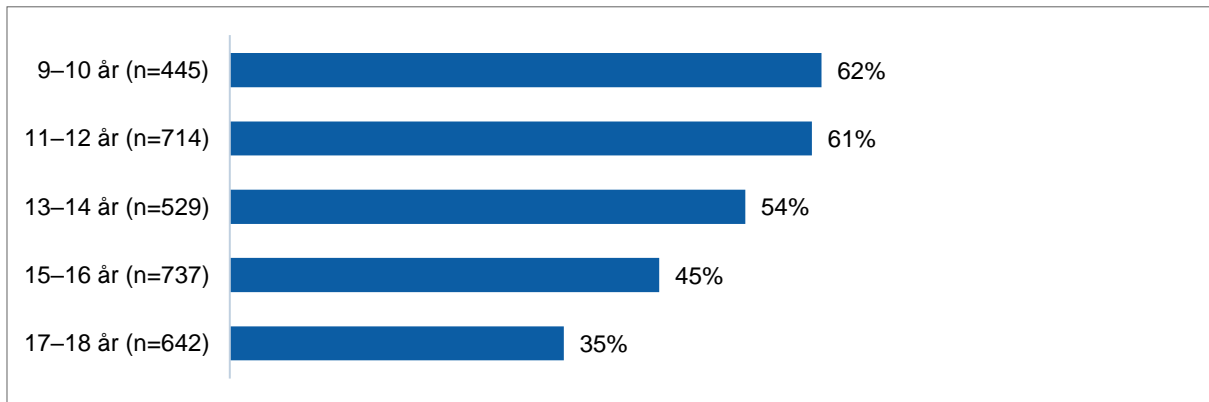
Figur 4 – «Hvor gammel var du da du fikk din første mobil?» Prosent. Alle fikk spørsmålet. Antall som har svart: 3133.



Jo yngre barna er, jo tidligere svarer de at de fikk mobiltelefon. Figur 5 viser andelen som svarer at de fikk egen mobil da de var åtte år eller yngre, i ulike aldersgrupper. Dette spørsmålet er stilt til barn og unge som oppgir å ha egen mobil, men vi vet at andelen som har egen mobil, også er høy blant de yngre barna (93 prosent blant 9–10-åringene).



Figur 5 – «Hvor gammel var du da du fikk din første mobil?». Prosent. Sammenslåing av kategoriene «5 år eller yngre», «6 år», «7 år» og «8 år». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at over 60 prosent av 9–12-åringene fikk mobil da de var åtte år eller yngre. Andelen som fikk mobil da de var åtte år eller yngre, synker med alderen – kun 35 prosent av 17–18-åringene oppgir at de gjorde det.

Jentene svarer at de fikk mobil tidligere enn guttene. 53 prosent av jentene fikk mobil da de var åtte år eller yngre, mens tilsvarende andel for guttene er 48 prosent.



3 Barn og unges bruk av mobiltelefon

Sammendrag:

9–18-åringene ble spurt om ulike ting knyttet til mobilbruken deres. I dette kapitlet presenteres resultater knyttet til hvor mye tid de bruker på mobilen, og hvordan de selv opplever tidsbruken på mobil.

- Over halvparten av 9–18-åringene bruker mobilen tre eller flere timer hver dag på sosiale medier, til å se på serier og videoer, spille spill og/eller til å lese nyheter (55 prosent). Vi kaller barn og unge som bruker mobilen minimum tre timer per dag til en av disse aktivitetene, for «storbrukere» av aktiviteten.
- I tillegg til tiden de bruker på akkurat denne aktiviteten på mobilen, kommer andre mobilaktiviteter og annen skjermbruk.
- Langt flere gutter enn jenter er storbrukere av mobilspill, og dette gjelder på tvers av alder. Flere jenter er derimot storbrukere av sosiale medier. Særlig blant tenåringsjenter er utstrakt bruk av sosiale medier daglig vanlig.
- 30 prosent svarer at de bruker for mye tid på mobilen.

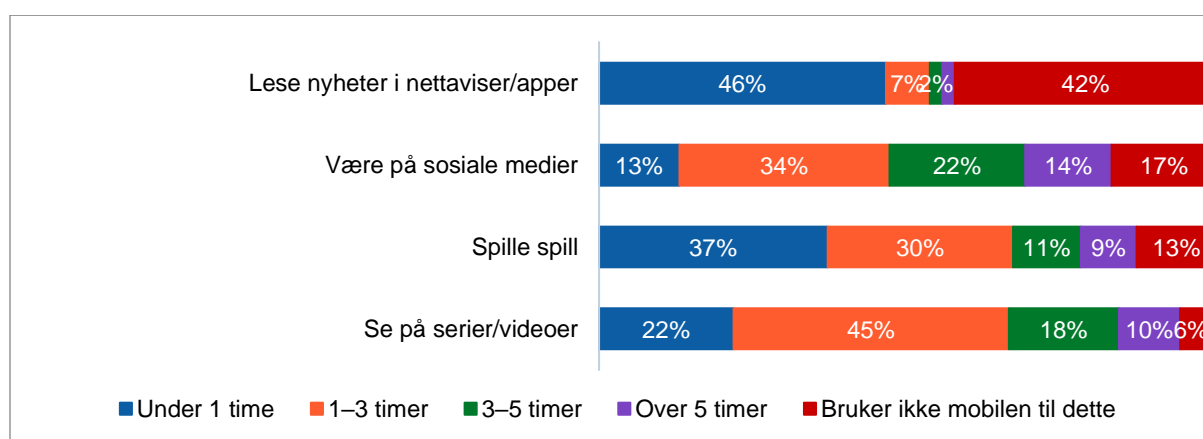


Hvor mye tid bruker barn og unge på mobilen daglig?

I årets undersøkelse har vi stilt spørsmålet: «Se for deg en 'vanlig' uke, omtrent hvor mye tid bruker du i gjennomsnitt per dag på følgende aktiviteter på mobilen?» Aktivitetene det refereres til, er å spille spill, være på sosiale medier, se på serier/videoer (f.eks. YouTube, Netflix eller andre apper) og lese nyheter i nettaviser/apper. Kun barn og unge som oppgir at de har tilgang til mobil, fikk dette spørsmålet. I tillegg til å svare på hvor mye tid de bruker på hver aktivitet, kunne de svare at de ikke bruker mobilen til dette spørsmålet.

Figur 6 viser at barn og unge bruker minst tid på mobilen til å lese nyheter, og at de bruker mest tid på å se på serier eller videoer.

Figur 6 – «Se for deg en 'vanlig' uke, omtrent hvor mye tid bruker du i gjennomsnitt per dag på følgende aktiviteter på mobilen?» Prosent. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart: 3142.



Figuren viser at:

- 42 prosent *ikke* bruker mobilen til å lese nyheter. Blant de som bruker mobilen til å lese nyheter, er tidsbruken relativt begrenset. 46 prosent av barn og unge leser nyheter inntil én time på mobilen hver dag. 7 prosent gjør det mellom én–tre timer, og 4 prosent tre timer eller mer.
- 13 prosent er på sosiale medier på mobilen inntil én time per dag, 34 prosent mellom én–tre timer og 36 prosent tre timer eller mer. 17 prosent svarer at de ikke bruker mobilen til sosiale medier.
- 37 prosent spiller spill på mobilen inntil én time per dag. 30 prosent spiller mellom én–tre timer, og 20 prosent spiller tre timer eller mer. 13 prosent svarer at de ikke bruker mobilen til å spille spill.
- 22 prosent ser på serier eller videoer på mobilen i inntil én time per dag, 45 prosent mellom én–tre timer og 28 prosent tre timer eller mer per dag. 6 prosent svarer at de ikke bruker mobilen til dette.

For å se hvor store andeler av barn og unge som bruker mobilen mye, slår vi sammen de som svarer at de gjør en aktivitet «tre–fem timer» per dag og «mer enn fem timer» per dag. Vi kaller disse for «storbrukere», og de gjør altså aktiviteten minimum tre timer hver dag. Det er verdt å huske at vi her ser på *enkeltaktiviteter* barn og unge gjør på mobilen. Andre



mobilaktiviteter og skjermtid kommer i tillegg til disse timene. Vi finner at blant 9–18-åringene er:

- 36 prosent storbrukere av sosiale medier på mobilen
- 27 prosent storbrukere av serier og videoer på mobilen
- 20 prosent storbrukere av mobilspill
- 4 prosent storbrukere av nyheter på mobilen

Vi finner at 55 prosent bruker mobilen minimum tre timer hver dag, til minst én av disse aktivitetene. Totalt sett er altså godt over halvparten av 9–18-åringene storbrukere av minimum én aktivitet. Vi finner også store kjønns- og aldersforskjeller i hvem som er storbrukere:

Sosiale medier:

- Totalt sett er det flere jenter enn gutter som er storbrukere av sosiale medier (41 mot 31 prosent). Kjønnsforskjellen gjelder for alle aldersgrupper, med unntak av for 9–10-åringene. I denne gruppen er 10 prosent av guttene og 5 prosent av jentene storbrukere av sosiale medier.
- Andelen storbrukere av sosiale medier øker kraftig med alder. Blant 9–10-åringene er denne andelen 8 prosent, og blant 17–18-åringene er andelen 53 prosent.

Serier og videoer på mobilen:

- Det er totalt sett ingen forskjeller på gutter og jenter når det gjelder andel storbrukere av serier og videoer på mobilen. Det varierer hvorvidt det er flest gutter eller jenter som ser på serier eller videoer på mobilen, i de ulike aldersgruppene.
- Andelen storbrukere av serier og videoer øker med alderen. Blant 9–10-åringene er 22 prosent storbrukere, og blant 17–18-åringene er andelen 32 prosent.

Mobilspill:

- Totalt sett er det flere gutter enn jenter som er storbrukere av mobilspill (27 mot 13 prosent). Kjønnsforskjellen i mobilspill gjelder også for alle aldersgrupper.
- Det er ingen aldersforskjeller i andelen storbrukere av mobilspill, som varierer mellom 20 og 19 prosent i de ulike aldersgruppene.

Nyheter

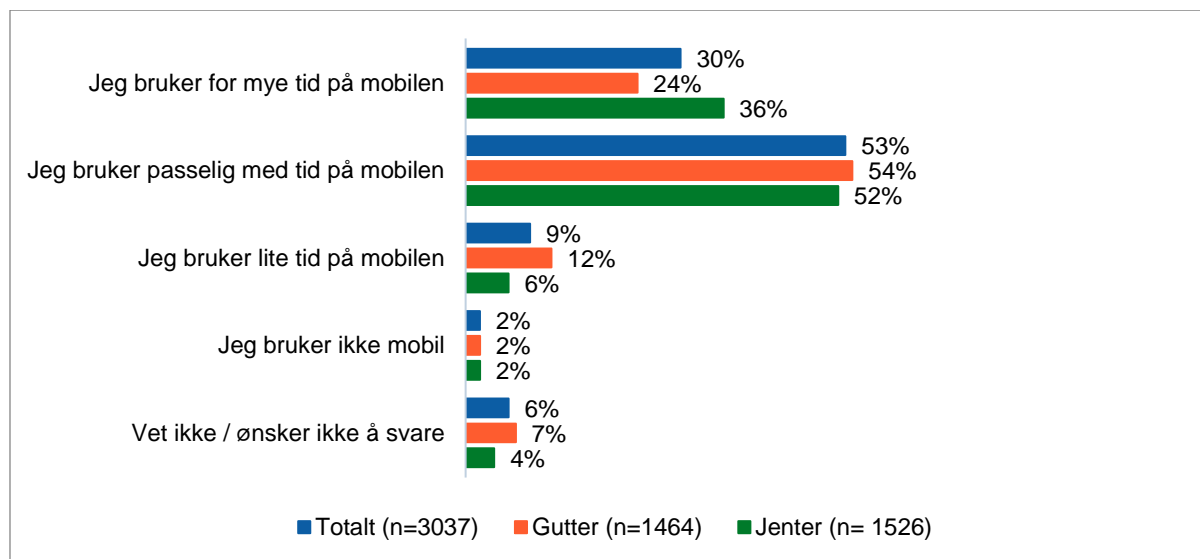
- Totalt sett er det ingen kjønnsforskjeller i andelen storbrukere av nyheter.
- Når det gjelder bruk av mobilen til å lese nyheter, er det heller ingen aldersforskjeller, men andelen er lavest blant 12–14-åringene (2 prosent).



Hvordan opplever barn og unge egen mobilbruk?

Nytt av året er at alle blir spurt om hvordan de opplever egen mobilbruk. Figur 7 viser at 30 prosent svarer at de bruker for mye tid på mobilen. Over halvparten (53 prosent) svarer at de bruker passelig med tid på mobilen.

Figur 7 – «Hvordan vil du vurdere din egen mobilbruk?» Prosent. Total. Brutt ned på kjønn. Alle har blitt spurt. Antall som har svart totalt: 3037. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at flere jenter enn gutter svarer at de bruker for mye tid på mobilen. 36 prosent blant jentene og 24 prosent blant guttene svarer dette.

Det er flere blant storbrukerne som oppgir at de bruker for mye tid på telefonen, sammenlignet med de øvrige barna. Blant de som er storbrukere av sosiale medier på mobilen, er 45 prosent enig i at de bruker for mye tid på mobilen, mens tilsvarende andel for storbrukere av serier og videoer på mobilen er 38 prosent. For storbrukere av nyheter på mobilen er 41 prosent enig i at de bruker for mye tid på mobilen. Storbrukere av mobilspill skiller seg ikke fra totalen. Kjønnforskjellen, altså at jenter i større grad svarer at de bruker for mye tid, gjelder både for storbrukere av sosiale medier (50 mot 39 prosent) og storbrukere av serier og videoer (45 mot 31 prosent).

Vi finner også aldersforskjeller i hva barn og unge svarer om egen mobilbruk. Blant 9–12-åringene svarer 20 prosent at de bruker for mye tid, mens dobbelt så mange blant 15–18-åringene svarer det samme (40 prosent).



4 Barn og unges bruk av sosiale medier, apper og nettsider

Sammendrag:

9–18-åringene ble spurt om hva slags nettsider, apper og tjenester de bruker. I dette kapittelet presenteres bruk av sosiale medier og andre tjenester, når barn får sosiale medier, om de har private eller offentlige profiler, hva slags nettaktiviteter de gjør, og hvilke opplevelser de har på sosiale medier.

- 86 prosent av 9–18-åringene bruker sosiale medier. Dette er en nedgang på 4 prosentpoeng sammenlignet med i 2022 og 2020.
- Blant 9–18-åringene er TikTok og Snapchat de mest brukte sosiale mediene. 80 prosent bruker YouTube, og cirka 70 prosent bruker TikTok og/eller Snapchat.
- Bruken av de ulike sosiale mediene og tjenestene har gått noe ned fra 2022 til 2024. Dette gjelder på tvers av medier og tjenester med unntak av Roblox og Whatsapp.
- YouTube brukes av flere gutter enn jenter, mens flere jenter enn gutter bruker sosiale medier.
- Over halvparten av 9-åringene bruker sosiale medier. Når barna når 13-årsalderen, bruker tilnærmet alle sosiale medier.
- Til tross for at det er 13-årsgrense for å ha egen bruker på Snapchat, TikTok, Facebook og Instagram, får et flertall av barna egen bruker i disse sosiale mediene før de fyller 13 år.
- YouTube er den tjenesten flest barn og unge bruker – og den tjenesten der flest får egen bruker tidlig. Halvparten av barn og unge som bruker YouTube, fikk egen bruker før de fylte 9 år.
- Gutter og jenter bruker ulike tjenester. Jenter gjør flere typiske sosiale medieraktiviteter enn gutter daglig. De chatter, deler bilder, kommenterer, lager og/eller deler videoer hyppigere. Gutter deler videoer på YouTube hyppigere enn det jenter gjør.
- 47 prosent av barn og unge bruker også nettet til å søke etter informasjon daglig, og 21 prosent søker daglig etter ting de kan kjøpe på nettet.
- 40 prosent av 9–18-åringene sier de ville følt seg utenfor uten de samme sosiale mediene som vennene sine. 28 prosent angrer på noe de har delt i sosiale medier.
- 37 prosent svarer at de bruker for mye tid på sosiale medier. 26 prosent mener at bruken av sosiale medier går utover søvnen, og 28 prosent oppgir at de ønsker å logge av oftere.
- 32 prosent av barn og unge er enig i at foreldrene mener de bruker for mye tid på sosiale medier, og 6 prosent opplever at det fører til konflikter hjemme.

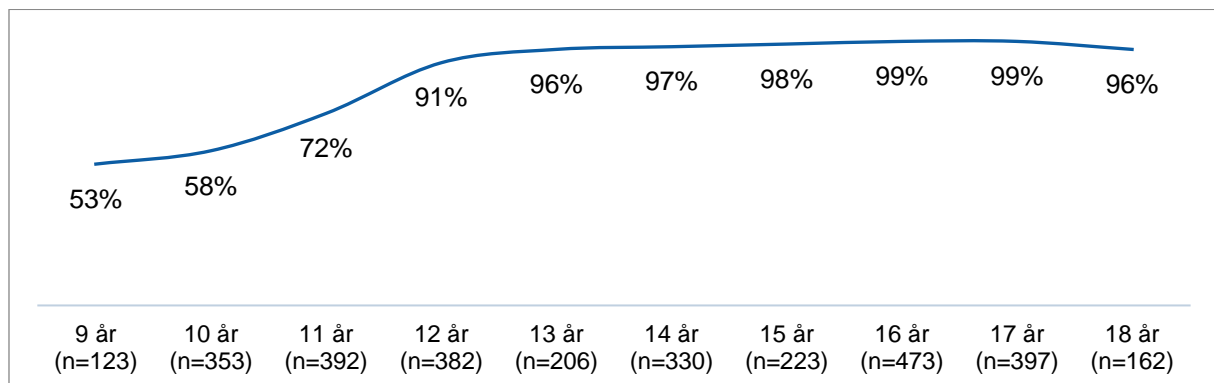


Hvor stor andel av norske barn bruker sosiale medier?

Basert på spørsmål om hvilke tjenester 9–18-åringene bruker, finner vi at 86 prosent bruker sosiale medier. Dette er en nedgang på 4 prosentpoeng sammenlignet med i 2022 og 2020. Det er noen endringer i hvilke sosiale medier som er inkludert, og tallene er ikke direkte sammenlignbare.⁷ Ser vi på bruken av de fire største sosiale mediene (Snapchat, TikTok, Instagram og Messenger), finner vi at 79 prosent bruker minimum én av disse. Tilsvarende tall i 2022 var 88 prosent. Bruken av sosiale medier, også de største, har altså gått ned. Kantar finner i sin undersøkelse *Medietrender Ung* også en nedgang i bruken av sosiale medier blant 15–24-åringene, sammenlignet med i 2023.⁸

Som tidligere finner vi at litt flere jenter enn gutter bruker sosiale medier (87 mot 85 prosent som bruker minimum ett av de 13 sosiale mediene vi spør om). Figur 8 viser andelen som bruker sosiale medier, i ulike aldersgrupper totalt sett. Over halvparten av 9-åringene bruker sosiale medier. Når barna når 13-årsalderen, bruker tilnærmet alle sosiale medier.

Figur 8 – andel som bruker sosiale medier (Snapchat, Instagram, TikTok, X (tidligere Twitter), Discord, Facebook, Whatsapp, Viber, Yobo, Messenger, Yolo, Reddit, BeReal). Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Sammenlignet med i 2022 og 2020 finner vi få endringer på tvers av alder, foruten blant 10- og 11-åringene hvor det er en nedgang i andelen som bruker sosiale medier. Nedgangen er størst for 11-åringene. 85 prosent av 11-åringene brukte sosiale medier i 2022 og 2020, mens i 2024 bruker 72 prosent av disse sosiale medier. Det er en nedgang på 13 prosentpoeng. Resultatene for 10-åringene er mindre tydelige, men det er også tendenser til nedgang fra 2020 blant dem. 65 prosent av 10-åringene brukte sosiale medier i 2020, 56 prosent i 2022 og 58 prosent i 2024. I vurderingen av endringer må det tas hensyn til at det er gjort justeringer i hvilke sosiale medier som er inkludert fra år til år, for å sikre at listen med tjenester samsvarer med tilgang (se fotnote 7).

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

⁷ Det har vært en liten endring i hvilke sosiale medier som inngår. I både 2024 og 2022 er disse inkludert: Snapchat, Instagram, TikTok, X (tidligere Twitter), Discord, Facebook, Whatsapp, Viber, Yobo, Yolo, Reddit.

I 2024 er disse fjernet: Tumblr og Tellonym. Disse er lagt til: Messenger og BeReal.

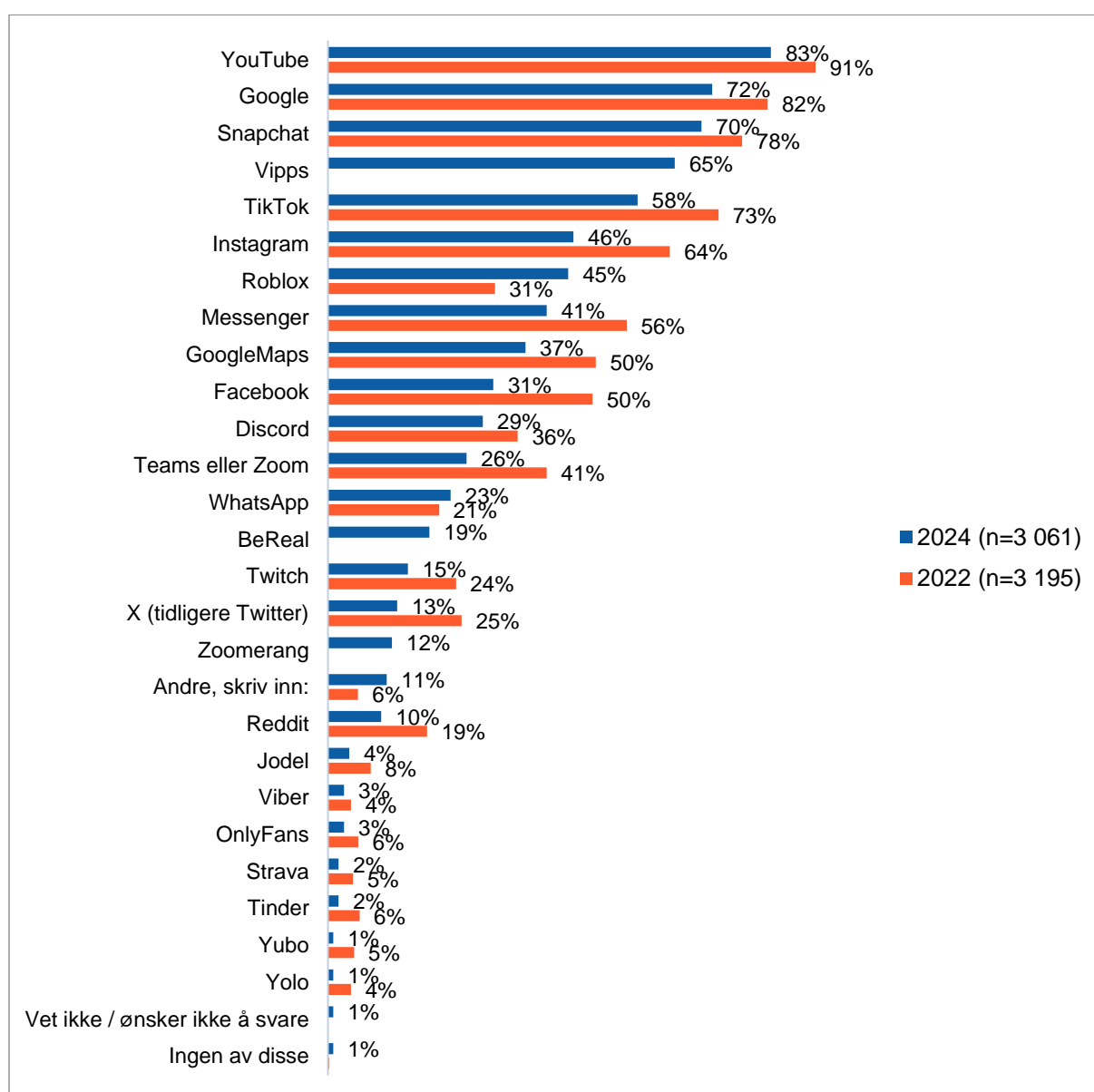
⁸ Rapporten er ikke offentliggjort. Les mer her: <https://kantar.no/medier/medietrender-ung-2024/>



I undersøkelsen fikk 9–18-åringene spørsmål om hvilke tjenester de bruker når de er på nettet. Hvilke tjenester som er kartlagt i år, er noe endret fra 2022. Tjenester med svært lav bruk i 2022 er tatt ut, i tillegg er noen nye tjenester lagt til (Vipps, BeReal og Zoomerang).⁹ Under svaralternativet «andre» kunne respondentene skrive inn tjenester de brukte, som ikke var nevnt som egne svaralternativ.

Resultatene er framstilt i figur 9. YouTube er den mest brukte tjenesten, og Snapchat og TikTok er de mest brukte sosiale mediene. Google og Vipps er blant de tre mest brukte tjenestene og har en høyere brukerandel enn TikTok. YouTube, Snapchat, Google og TikTok var også de mest brukte tjenestene i 2022.

Figur 9 – «Bruker du noen av disse?». Prosent. Flersvar. Sammenligning av år. Alle har fått spørsmålet. Antall som har svart per år, er oppgitt i parentes.



⁹ Kun ungdom som er 13 år eller eldre, fikk alternativene Tinder og OnlyFans.



Det er likevel en nedgang i bruken sammenlignet med 2022. Endringene er størst for Facebook (19 prosentpoeng færre) og Instagram (18 prosentpoeng færre). Sammenlignet med 2022 er det i 2024 slik at:

- 15 prosentpoeng færre bruker TikTok
- 15 prosentpoeng færre bruker Messenger
- 10 prosentpoeng færre bruker Google
- 8 prosentpoeng færre bruker YouTube
- 8 prosentpoeng færre bruker Snapchat

Også fra 2020 til 2022 så vi en nedgang i bruken av YouTube (95 prosent i 2020), Snapchat (80 prosent i 2020) og Discord (29 prosent i 2020). Kantar finner også nedgang i bruken av disse tjenestene blant barn og unge i undersøkelsene *Medietrender Ung 2024* og *Forbruker og Media 2023*.¹⁰

Det eneste som øker, er bruken av Roblox (fra 31 til 45 prosent). Det er også en svak økning i andelen som bruker WhatsApp (fra 21 til 23 prosent). Av de åpne svarene (311) er det flest som nevner at de bruker Netflix (23 personer), Fortnite (22 personer), meldinger/SMS (21 personer), Pornhub (19 personer), VSCO (15 personer), Brawl Stars (10 personer) og Pinterest (10 personer).

Det er store kjønns- og aldersforskjeller i bruken av de ulike tjenestene, som framstilt i figur 10. Disse resultatene og endringene fra 2022 vil diskuteres fortløpende.

YouTube: Bruken av YouTube er høy i alle aldersgrupper. På tvers av alder er det flere gutter enn jenter som bruker YouTube (90 mot 76 prosent).

- Sammenlignet med i 2022 har bruken holdt seg stabil blant gutter, men gått kraftig ned blant jenter. Nedgangen for jenter er på mellom 11 og 16 prosentpoeng i de ulike aldersgruppene.
- Det er også en svak nedgang for både gutter og jenter blant de yngste barna.
- Mesteparten av nedgangen i bruken av YouTube fra 2022 til 2024 skyldes altså at færre jenter bruker det.

Snapchat: Bruken av Snapchat øker med alderen. Flere jenter enn gutter bruker Snapchat totalt (73 mot 67 prosent).

- Blant 9–11-åringene bruker 26 prosent Snapchat, og kjønnsforskjellen er liten i denne gruppen. Blant 12–14-åringene bruker 84 prosent Snapchat, og blant 15–18-åringene bruker over 90 prosent det.
- Kjønnsforskjellene er størst blant 12–14-åringene. 92 prosent av jentene og 78 prosent av guttene i denne alderen bruker Snapchat.
- Fra 2022 til 2024 er det en svak nedgang i bruk av Snapchat totalt, på tvers av alle kjønns- og aldersgrupper.

¹⁰ Rapportene er ikke offentliggjort. Les mer her: <https://kantar.no/medier/medietrender-ung-2024/> og her: https://kantar.no/medier/forbruker_media/



TikTok: Bruken av TikTok øker med alderen. Flere jenter enn gutter bruker TikTok totalt (63 mot 54 prosent).

- Blant 9–11-åringene er bruken mye lavere enn blant de andre aldersgruppene. 20 prosent bruker TikTok i denne gruppen, mot 69 prosent blant 12–14-åringene og over 80 prosent blant 15–16- og 17–18-åringene.
- Blant 9–11-åringene er det ingen kjønnsforskjell i bruken av TikTok, men fra 12–14-årsalderen er det flere jenter enn gutter som bruker tjenesten.
- Sammenlignet med 2022 er det særlig blant 9–11-åringer bruken har gått ned. I denne gruppen er bruken halvert og har gått ned fra 40 prosent i 2022 til 20 prosent i 2024. Endringen er lik blant både gutter og jenter. Bruken av TikTok har også gått ned i andre aldersgrupper (fra 79 til 69 prosent blant 12–14-åringer og fra 86 til 81 prosent blant 15–16-åringer). Blant 17–18-åringene er bruken stabil.
- Vi finner også at nedgangen i bruken av TikTok særlig gjelder for gutter.

Instagram: Kun en liten andel av barn i alderen 9–11 år bruker Instagram (5 prosent), og bruken øker med alderen. Flere jenter enn gutter bruker Instagram (totalt 50 mot 42 prosent).

- Bruken av Instagram øker med alderen. Blant 12–14-åringene bruker 45 prosent Instagram, mens 77 prosent blant 15–16-åringene og 88 prosent blant 17–18-åringene bruker det.
- Sammenlignet med 2022 har bruken gått ned i alle aldersgrupper. Nedgangen er spesielt stor blant 12–14-åringer (fra 62 til 45 prosent) og 15–16-åringer (fra 88 til 77 prosent). Blant 17–18-åringene er bruken stabil.
- Nedgangen i bruken av Instagram fra 2022 til 2024 gjelder også for begge kjønn.

Facebook: Også Facebook er lite brukt blant de yngste barna, og bruken øker med alderen. Det er også flere jenter enn gutter som bruker Facebook (34 mot 29 prosent).

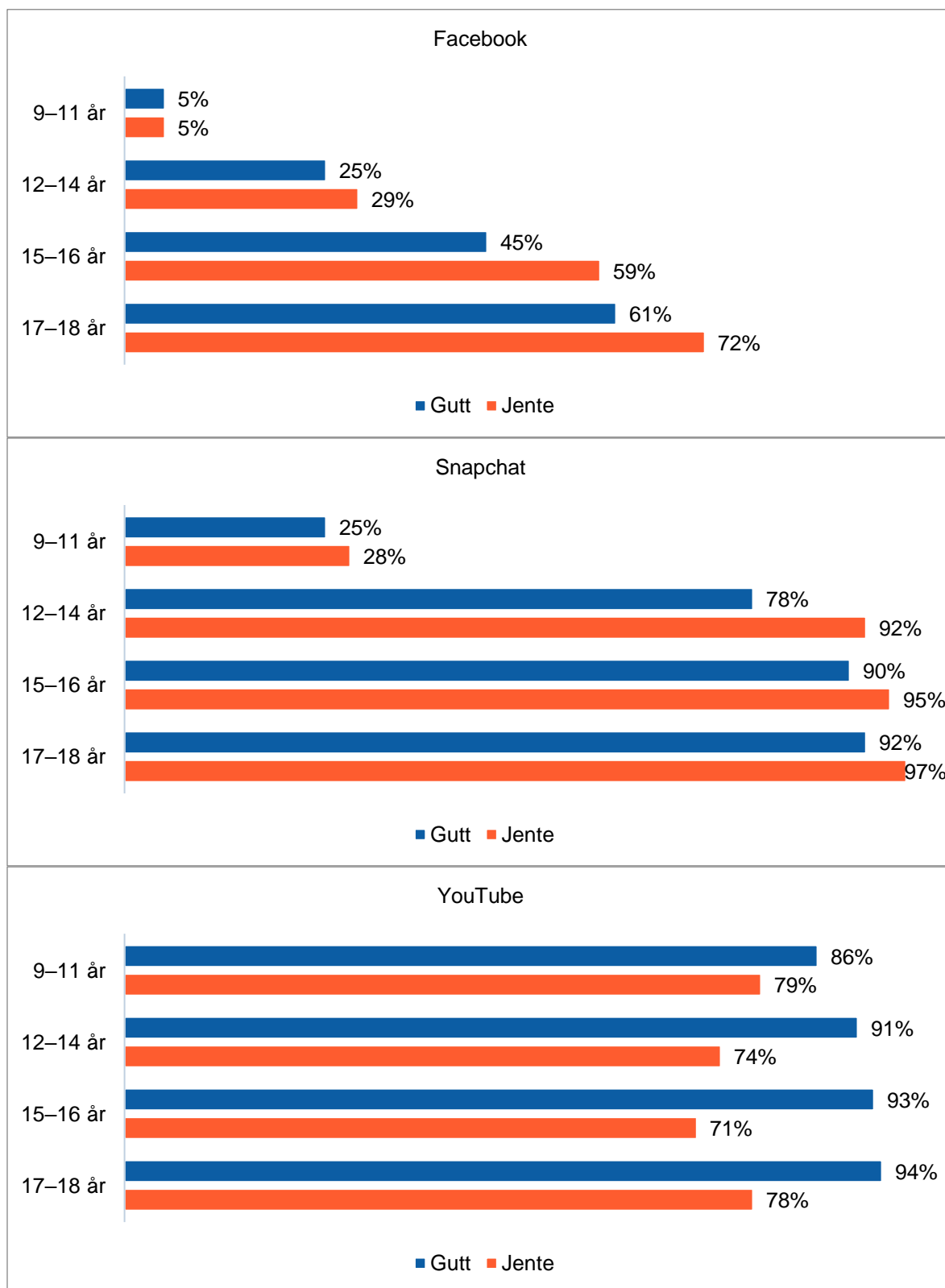
- 5 prosent av 9–11-åringene bruker Facebook i 2024. 27 prosent av 12–14-åringene, 51 prosent av 15–16-åringene og 66 prosent av 17–18-åringene bruker Facebook.
- Med unntak av 9–11-åringene har det vært en nedgang i bruken av Facebook i alle aldersgrupper fra 2022. Nedgangen er på 9 prosentpoeng blant 12–14-åringene, 19 prosentpoeng blant 15–16-åringene og 15 prosentpoeng blant 17–18-åringene.
- Nedgangen i bruken av Facebook gjelder for begge kjønn.

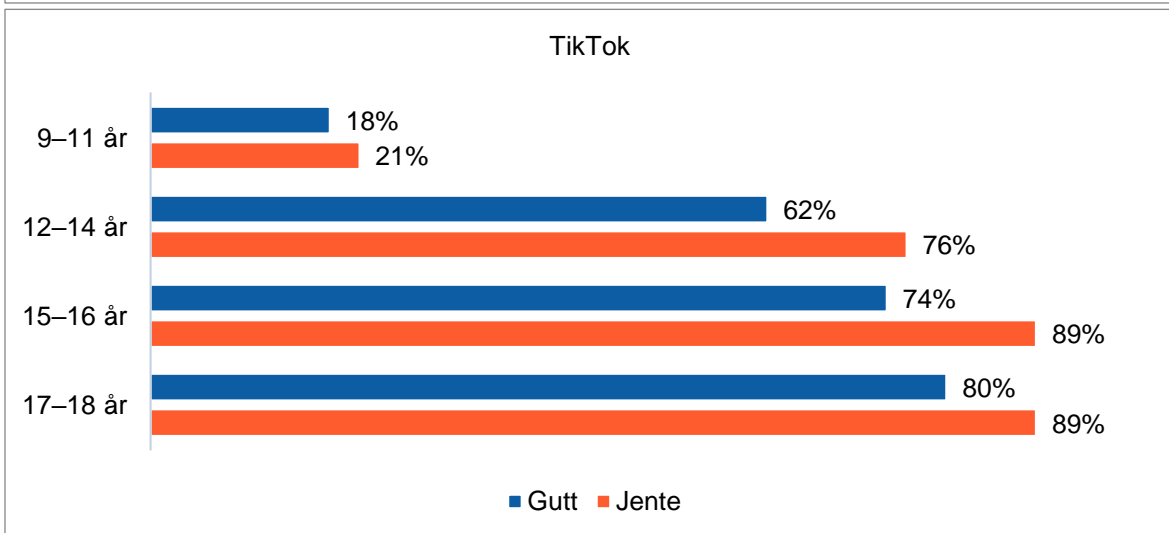
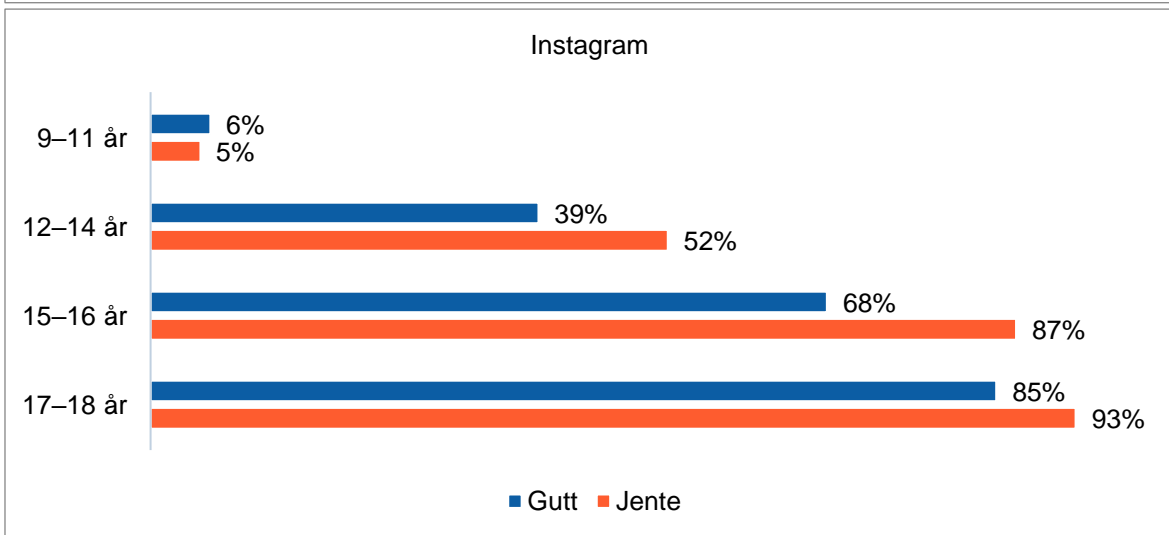
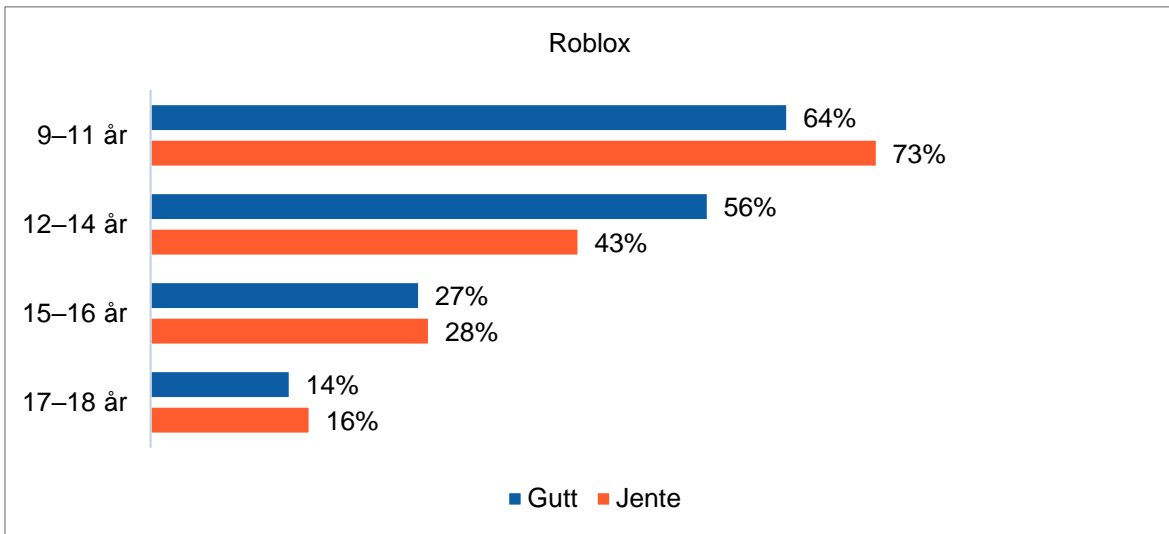
Roblox: Roblox er mest populært blant de yngre barna, og bruken synker med alderen. Bruken er totalt sett høyere blant jenter enn gutter (49 mot 42 prosent).

- 69 prosent av 9–11-åringene og 16 prosent av 17–18-åringene bruker Roblox.
- Det varierer i hvilke aldersgrupper flere jenter enn gutter bruker Roblox. 64 prosent av guttene og 73 prosent av jentene i alderen 9–11 år bruker dette. Blant 12–14-åringer er det flere gutter enn jenter som bruker Roblox (56 mot 43 prosent).
- Bruken av Roblox har gått opp sammenlignet med 2022. Dette gjelder særlig for 12–14-åringer (fra 35 til 49 prosent) og 15–16-åringer (fra 16 til 27 prosent).



Figur 10 – «Bruker du noen av disse?». Prosent. Flersvar (respondenten huker av det de bruker). Brutt ned på kjønn og alder. Alle har fått spørsmålet. Antall som har svart, varierer mellom 277 og 445.

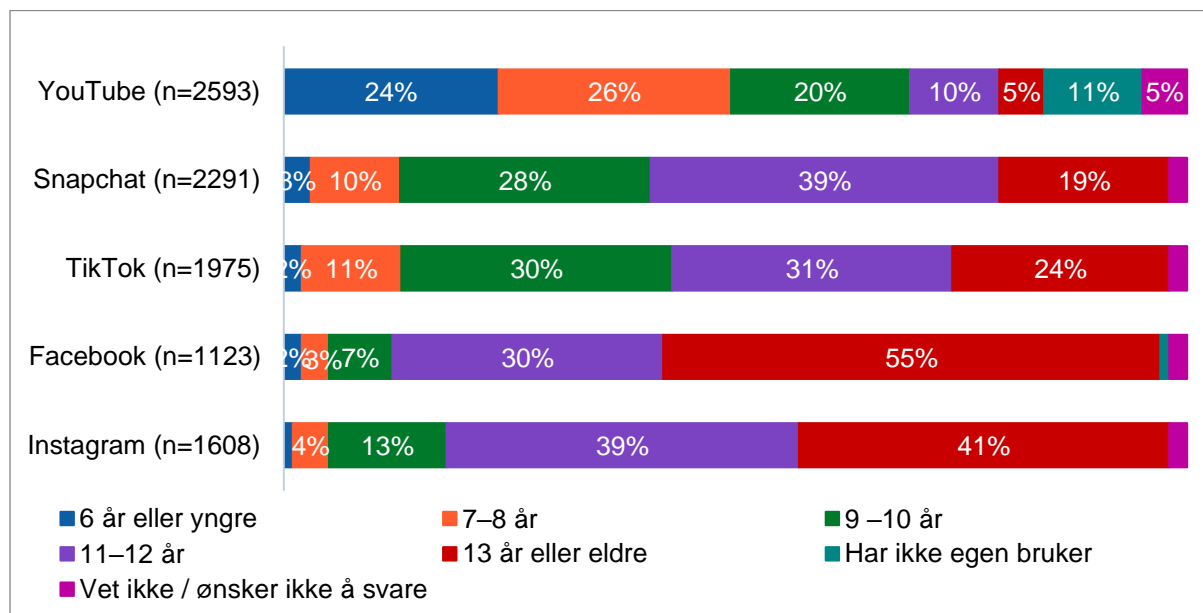






Når får barna egen bruker på sosiale medier?

Figur 11 – «Hvor gammel var du da du fikk bruker på ...?» Prosent. Kun de som oppgir å bruke de ulike mediene, får spørsmål om denne tjenesten. Antall som har svart per tjeneste, er oppgitt i parentes.



De som oppga å bruke Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube eller Facebook, fikk videre spørsmål om hvor gamle de var da de fikk bruker på disse sosiale mediene. Figur 11 viser resultatene for hver enkelt tjeneste. Resultatene må tolkes med forbehold om at kun de som bruker den aktuelle tjenesten, har fått dette spørsmålet. Det betyr at flere eldre enn yngre barn har besvart spørsmålet, siden de eldre i større grad bruker disse tjenestene. 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.

YouTube er den tjenesten flest barn og unge får egen bruker på i tidlig alder. 24 prosent fikk bruker da de var seks år eller yngre. I 2022¹¹ svarte 16 prosent av YouTube-brukerne at de fikk bruker da de var seks år eller yngre, og det er altså en økning på 8 prosentpoeng. Halvparten av YouTube-brukerne mellom ni og 18 år oppgir at de fikk bruker før de ble ni år.

Til tross for at aldersgrensen for å bruke Snapchat og TikTok er 13 år,¹² har mange fått egen bruker før dette. Henholdsvis 79 prosent og 74 prosent fikk egen bruker før de fylte 13 år. Sammenlignet med i 2022 er det særlig en økning i andelen som fikk TikTok i tidlig alder, hvor 62 prosent fikk TikTok før de fylte 13 år.

¹¹ I 2022 ble dette spørsmålet stilt til de som svarte at de hadde egen bruker på de ulike tjenestene. I år blir ikke respondentene spurt om de har egen bruker, og det er derfor kun filtrert på de som bruker tjenesten. Vi sammenligner likevel resultatene, da det er nokså få som svarer at de ikke har egen bruker (11 prosent for YouTube, 1 prosent eller mindre for de andre tjenestene).

¹² <https://www.tiktok.com/legal/page/eea/terms-of-service/en>
<https://snap.com/nb-NO/terms#terms-row>

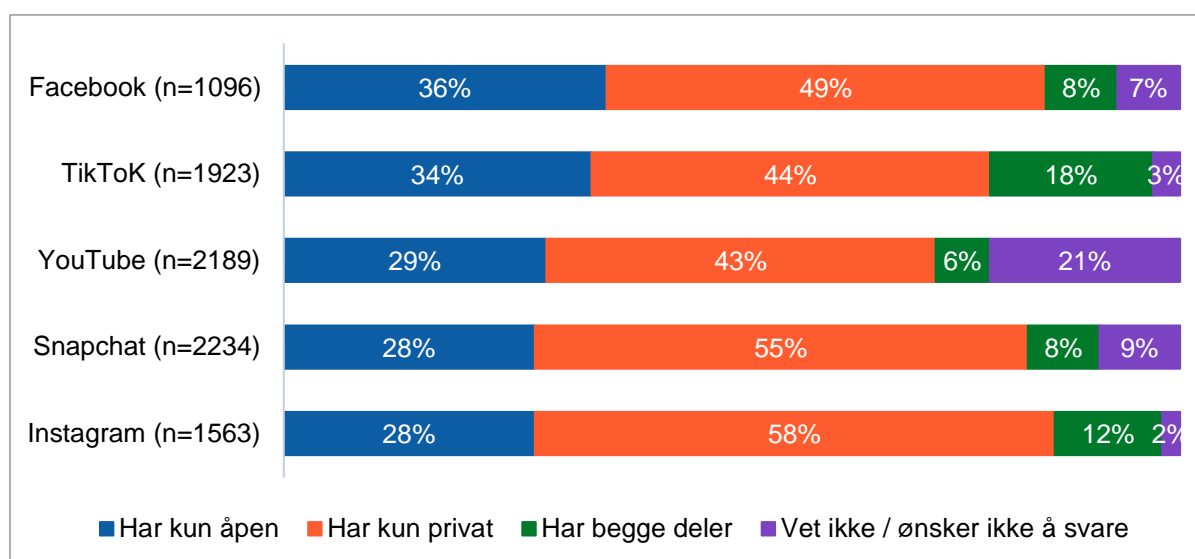


Sammenlignet med Snapchat og TikTok var brukerne av Facebook og Instagram noe eldre da de fikk egen bruker på disse sosiale mediene. Henholdsvis 42 og 56 prosent fikk egen bruker før de var 13 år. Aldersgrensene for disse tjenestene er også 13 år.¹³ Det er flere som får bruker på Facebook før de fyller 13 år i 2024 enn i 2022 (42 mot 36 prosent), mens det er færre som får Instagram-bruker før de fyller 13 år (56 mot 69 prosent).

Har barn og unge åpen eller privat bruker?

Blant respondentene som har egen bruker på Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube eller Facebook, ble det kartlagt om de har åpen eller privat bruker på disse sosiale mediene. Åpen bruker er en profil hvor alle kan se innholdet, mens privat bruker er en profil hvor kun de personene brukeren har godtatt, slik som venner/familie, kan se innholdet. I figur 12 ser vi at om lag tre av ti har åpen bruker – på tvers av de ulike tjenestene. Blant brukerne av Instagram og Snapchat har henholdsvis 58 og 55 prosent kun privat bruker, og på Facebook, TikTok og YouTube har i underkant av halvparten kun privat bruker (henholdsvis 49, 44 og 43 prosent).

Figur 12 – «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på?» Prosent. Kun de som svarer at de bruker tjenesten og oppgir at de har egen bruker (indirekte gjennom å oppgi alder når de fikk egen bruker), har fått dette spørsmålet. Antall som har svart per tjeneste, er oppgitt i parentes.

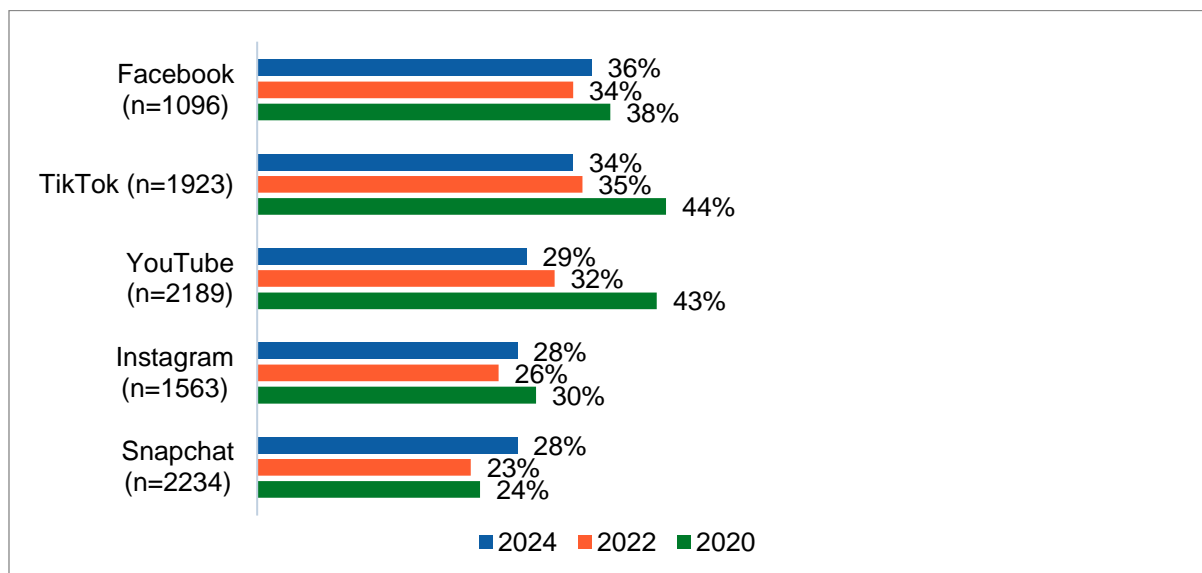


Sammenlignet med 2020 ser vi en utvikling i at færre barn og unge har åpne brukere på TikTok og YouTube. Det er ingen endringer for Facebook og Instagram. Det er derimot en økning i andelen som har åpen bruker på Snapchat.

¹³ <https://about.fb.com/news/2021/07/age-verification/>



Figur 13 – «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på:». Prosent. Andel som har svart «Kun åpen bruker». Sammenligning av år. Kun de som svarer at de bruker tjenesten og oppgir at de har egen bruker, har fått dette spørsmålet. Antall som har svart per tjeneste i 2024, er oppgitt i parentes.



Det er tydelige kjønns- og aldersforskjeller i hvorvidt brukerne kun har åpen bruker. På barne- og ungdomsskolen er det en høyere andel som svarer at de kun har åpen bruker på de ulike tjenestene, mens denne andelen synker på videregående. Det er gjennomgående at flere gutter enn jenter kun har åpne brukere, både på tvers av alder og type tjeneste. Å gjøre brukerne sine private blir mer vanlig med alderen. Disse alders- og kjønnsforskjellene var også gjeldende i 2022.

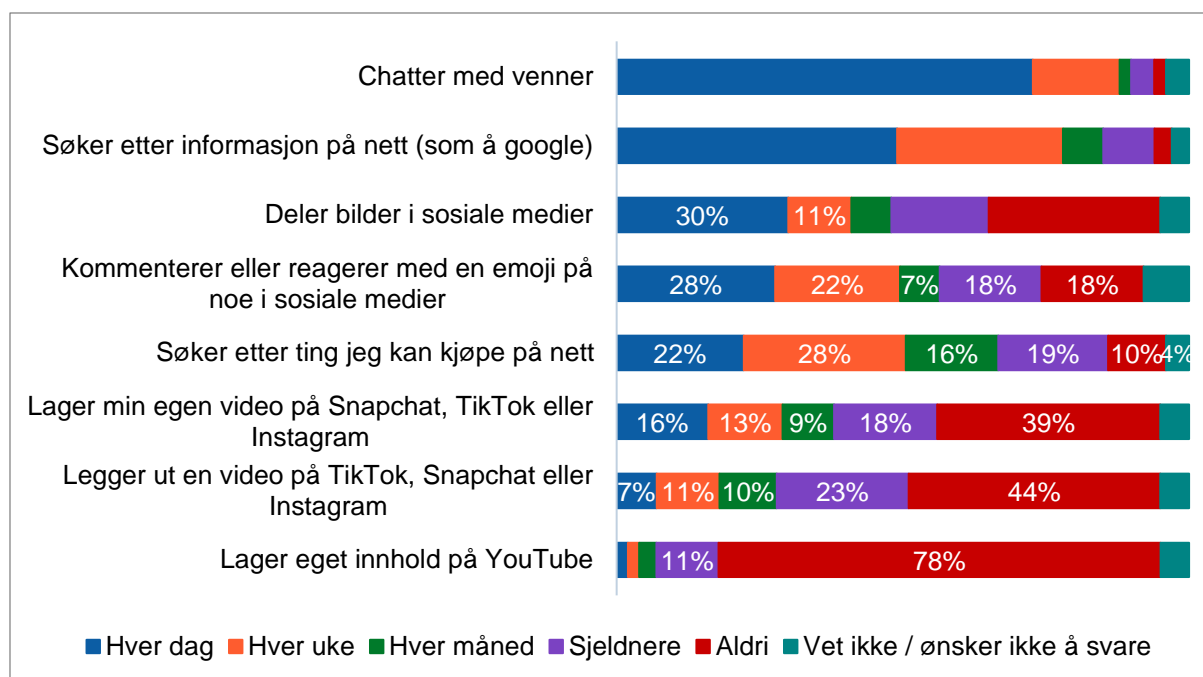
Hva gjør barn på sosiale medier?

9–18-åringene som bruker YouTube eller de vanligste sosiale mediene som Snapchat, TikTok, Instagram, og Facebook,¹⁴ fikk spørsmål om hvor ofte de gjør ulike aktiviteter i sosiale medier. Figur 14 viser resultatene. Daglig chatter 72 prosent med venner, og omtrent 30 prosent deler bilder og/eller kommenterer eller reagerer med en emoji på noe i sosiale medier daglig. Å lage og/eller å legge ut videoer på TikTok, Snapchat eller Instagram er noe mindre vanlige medieaktiviteter. Henholdsvis 16 og 7 prosent gjør dette daglig. Svært få lager eget innhold til YouTube, kun 2 prosent gjør dette ukentlig eller oftere.

¹⁴ Dette tilsvarer 93 prosent av utvalget. Denne begrensningen benyttes fordi det er de vanligste sosiale mediene og tjenestene, og denne filtreringen er benyttet tidligere.



Figur 14 – «Hvor ofte gjør du dette?». Prosent. Spørsmålet er stilt til de som benytter de vanligste sosiale mediene, eller YouTube. Antall som har svart: 2997.



Videre vil resultatene diskuteres nærmere og sammenlignes med 2022-resultatene.

Chatting med venner: Dette er den medieaktiviteten flest 9–18-åringene som bruker sosiale medier, driver med, og mange driver med det daglig – hele 72 prosent.

- Det er en nedgang sammenlignet med i 2022, hvor 83 prosent svarte at de gjorde dette daglig. Dette skyldes delvis en økning i andelen som svarer at de gjør dette ukentlig (15 prosent mot 10 prosent).
- Flere jenter enn gutter chatter daglig (79 mot 66 prosent). Dette gjelder for jenter i alle aldersgrupper.

Vi spør også barn og unge som *ikke* bruker Snapchat, TikTok, Instagram, Facebook eller YouTube, om de chatter med venner og hvor ofte de gjør det. Denne gruppen består hovedsakelig av yngre barn (nesten 80 prosent av de 205 barna som har fått dette spørsmålet er 9–12 år). Det er kun denne aldersgruppen som skiller seg fra barn i samme alder som bruker sosiale medier. 79 prosent av 9–12-åringene som bruker sosiale medier, chatter med venner daglig, mens tilsvarende andel blant 9–12-åringene som ikke bruker sosiale medier eller YouTube, er 62 prosent. Til tross for at barna ikke har sosiale medier, er det altså et flertall som likevel chatter.

Å kommentere eller reagere med en emoji i sosiale medier: 28 prosent av de som bruker sosiale medier, kommenterer eller reagerer på ting daglig.

- Det er ingen endringer i andelen som gjør dette daglig, sammenlignet med i 2022. Det er imidlertid en svak økning i andelen som svarer at de aldri gjør dette (18 mot 14 prosent).



- Jenter kommenterer eller reagerer med emoji i sosiale medier i større grad enn gutter (32 mot 24 prosent gjør dette daglig). Kjønnsforskjellen er særlig tydelig fra ungdommene når 13–14-årsalderen.

Deling av bilder i sosiale medier: 30 prosent av brukerne av sosiale medier deler bilder daglig.

- Det er en svak nedgang i andelen som gjør dette daglig, sammenlignet med i 2022 hvor 34 prosent gjorde det. Dette skyldes blant annet en økning i andelen som aldri deler bilder. I år svarer 30 prosent dette, mens i 2022 svarte 19 prosent det samme.
- Det er også en noe større andel jenter enn gutter som deler bilder i sosiale medier daglig (32 mot 27 prosent) og ukentlig (12 mot 9 prosent). Tendensene gjelder på tvers av aldersgruppene.

Lage video i sosiale medier: 16 prosent lager videoer på Snapchat, TikTok eller Instagram daglig, og 29 prosent gjør det ukentlig eller oftere.

- Det er en nedgang over tid i andelen som gjør dette. I 2022 svarte 39 prosent at de gjorde det ukentlig eller oftere, og i 2020 var tilsvarende andel 48 prosent.
- Flere jenter enn gutter lager videoer i sosiale medier daglig (24 mot 9 prosent) og ukentlig (18 mot 8 prosent). Dette gjelder på tvers av alder.

Legger ut videoer i sosiale medier: 7 prosent legger ut videoer på Snapchat, TikTok eller Instagram daglig, 18 prosent gjør det ukentlig eller oftere.

- Også her er det en betydelig nedgang sammenlignet med 2022 og 2020. Da gjorde henholdsvis 30 og 48 prosent dette ukentlig eller oftere.
- I 2022 svarte 29 prosent at de *aldri* legger ut videoer i sosiale medier, i 2024 er det 44 prosent som svarer det samme.
- Vi finner også at flere jenter enn gutter deler videoer i sosiale medier daglig (8 mot 5 prosent) og ukentlig (14 mot 7 prosent). Dette gjelder på tvers av alder.

Lager eget innhold på YouTube: Dette er den medieaktiviteten færrest svarer at de gjør på nettet. 78 prosent gjør aldri dette. Totalt oppgir kun 17 prosent av 9–18 åringene at de lager eget innhold på YouTube, og 4 prosent gjør det ukentlig eller oftere.

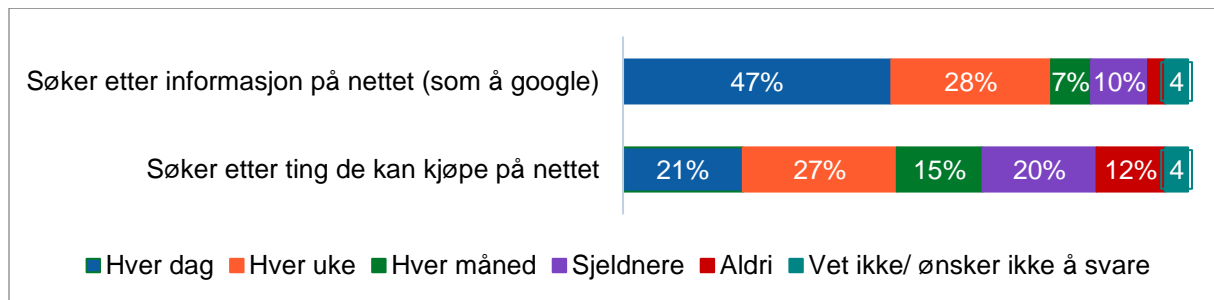
- Det er ingen endringer sammenlignet med 2022.
- Til tross for at nokså få lager eget innhold på YouTube ukentlig eller oftere, er det flere gutter enn jenter som gjør det. Totalt sett gjør 5 prosent av guttene det ukentlig eller oftere, mot 2 prosent av jentene. Denne forskjellen ser vi på tvers av alder.



Andre aktiviteter barn og unge gjør på nettet

Alle fikk spørsmål om hvor ofte de søker etter ting de kan kjøpe, og hvor ofte de søker etter informasjon på nettet. Figur 15 viser resultatene. 47 prosent søker etter informasjon på nettet daglig, og 22 prosent søker etter ting de kan kjøpe på nettet daglig.

Figur 15 – «Hvor ofte gjør du dette?» Prosent. Spørsmålet er stilt til alle. Antall som har svart: 3201.



Søke etter informasjon: Nesten halvparten av 9–18-åringene søker etter informasjon på nettet daglig, og 76 prosent gjør dette minst ukentlig.

- Sammenlignet med 2022 er det få endringer.¹⁵ Færre søker etter informasjon på nettet daglig (47 mot 54 prosent), men det er flere som svarer at de gjør dette ukentlig, månedlig eller sjeldnere. Det er like mange som svarer at de aldri gjør det (3 prosent i 2024 og 4 prosent i 2022).
- Det er store aldersforskjeller i hvor hyppig barn og unge søker etter ting på nettet. Blant 9–10-åringene gjør 16 prosent dette daglig, mens tilsvarende andel blant 17–18-åringene er 75 prosent. Dette skyldes hovedsakelig at hyppigheten i å søke etter ting på nettet er lavere blant de yngre barna. 11 prosent blant 9–10-åringene og 1 prosent blant 17–18-åringene gjør aldri dette.
- Det er ingen kjønnsforskjeller i om barn og unge søker etter informasjon på nettet.

Søke etter varer på nettet: 21 prosent av 9–18-åringene søker etter ting de kan kjøpe på nettet daglig, og 48 prosent gjør dette minst ukentlig.

- Det er ingen endringer i hvor stor andel som søker etter varer på nettet og hvor hyppig de gjør dette, sammenlignet med i 2022.
- Også når det gjelder å søke etter varer på nettet, er det en betydelig aldersforskjell i hvor hyppig barna gjør dette. 7 prosent av 9–10-åringene og 29 prosent av 17–18-åringene gjør dette daglig. Det er også en større andel blant de yngre som aldri søker etter varer på nettet. 36 prosent blant 9–10-åringene gjør aldri det. Tilsvarende andel blant 17–18-åringene er 2 prosent.
- Flere jenter enn gutter (56 mot 42 prosent) oppgir at de søker etter varer på nettet ukentlig eller oftere. Dette gjelder på tvers av aldersgrupper.

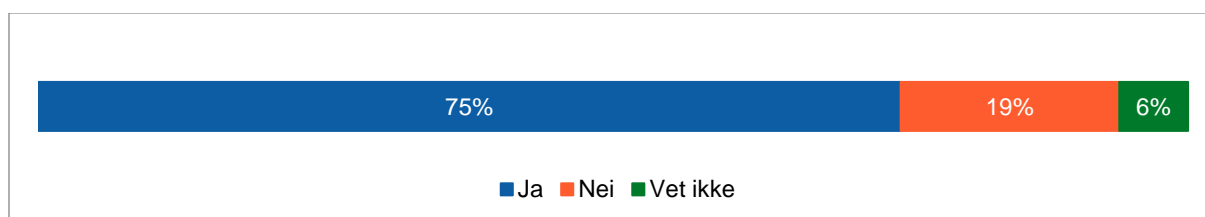
¹⁵ I 2022-rapporten er ikke resultatene for de to gruppene («bruker sosiale medier» og «bruker ikke sosiale medier») slått sammen. Sammenligningene er basert på rådata fra 2022, derfor vil ikke 2022-resultatene her være like de som presenteres i 2022-rapporten.



Blokkerer barn og unge andre i sosiale medier?

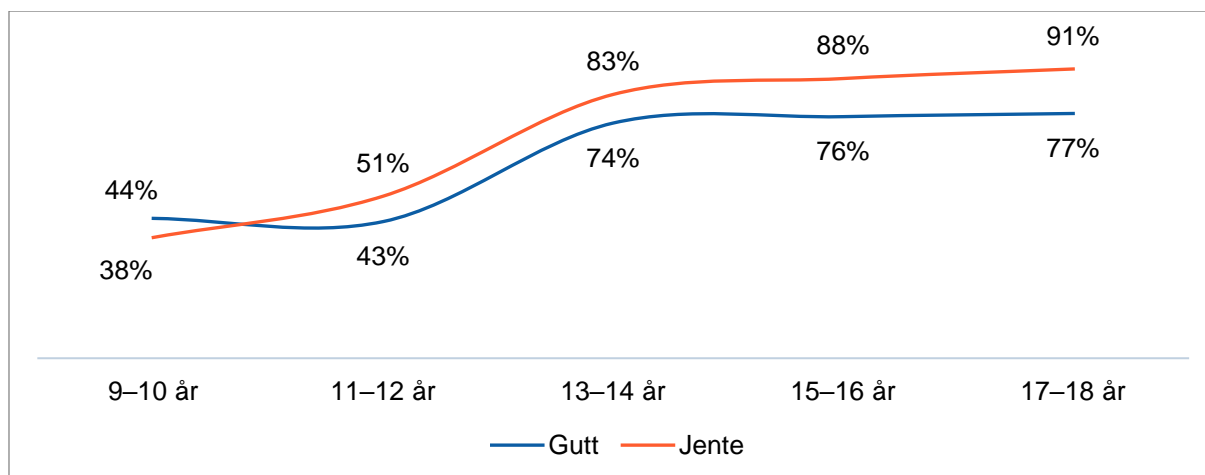
Barn og unge fra 9 til 18 år som oppgir å bruke Snapchat, TikTok, Instagram og Facebook, blir spurt om de noen gang har blokkert noen i sosiale medier. Figur 16 viser at 75 prosent har blokkert noen. Tilsvarende andel i 2022 var 78 prosent, og det er altså en liten nedgang på 3 prosentpoeng.

Figur 16 – «Har du blokkert noen på sosiale medier som Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook?» Prosent. Barn som bruker de vanligste formene for sosiale medier, blir spurt. Antall som har svart: 2400.



I aldersgruppen 9–12 år oppgir i underkant av halvparten at de har blokkert noen på sosiale medier, og det er ingen kjønnsforskjeller. Når barna når 13–14-årsalderen, øker andelen som har blokkert noen, og det er en betydelig kjønnsforskjell. 83 prosent av jentene i 13–14-årsalderen og 74 prosent blant guttene i samme alder har blokkert noen. Nærmere ni av ti jenter i 15–18-årsalderen har blokkert noen, mot åtte av ti gutter.

Figur 17 – «Har du blokkert noen på sosiale medier som Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook?» Prosent, brutt ned på alder. Barn som bruker de vanligste formene for sosiale medier, blir spurt. Antall som har svart, varierer mellom 57 og 345.

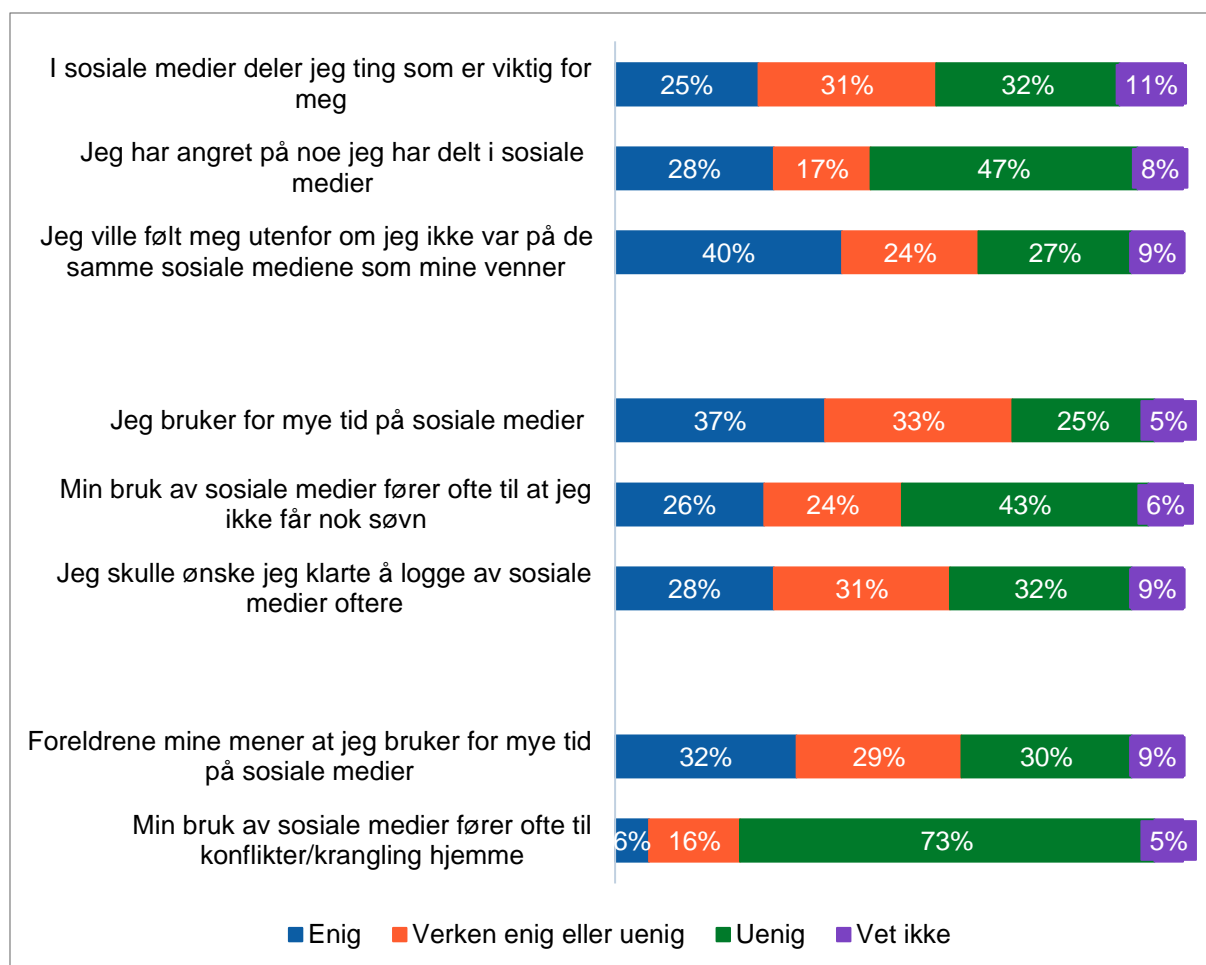


Hvordan opplever barn og unge egen bruk av sosiale medier?

Barn og unge i alderen 9–18 år som oppga å bruke Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, ble bedt om å ta stilling til ulike utsagn om deres bruk av sosiale medier. Disse utsagnene dreier seg om deling og tilstedeværelse i sosiale medier, tidsbruk i sosiale medier og konflikter rundt barnets tidsbruk på sosiale medier i hjemmet. Figur 18 viser totalresultatene.



Figur 18 – «Er du enig eller uenig i dette?» Prosent. Alle som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, har blitt spurt. Antall som har svart: 2445.



Deling og tilstedeværelse i sosiale medier: 25 prosent av 9–18-åringene som bruker sosiale medier, deler ting som er viktige for dem. 28 prosent angret på noe de har delt, og 40 prosent ville følt seg utenfor dersom de ikke var på de samme sosiale mediene som vennene sine.

- I 2022 svarte 24 prosent at de deler ting som er viktige for dem, 31 prosent at de angret på noe de har delt, og 44 prosent at de ville følt seg utenfor dersom de ikke var på de samme sosiale mediene som vennene sine. Med unntak av den siste påstanden, hvor vi ser en nedgang på 4 prosentpoeng sammenlignet med i fjor, er det ingen signifikante endringer i andelen som sier seg enig i påstandene.

Tidsbruk i sosiale medier: 37 prosent av barn og unge som bruker sosiale medier, mener at de bruker for mye tid på sosiale medier, 26 prosent at de ikke får nok søvn og 28 prosent skulle ønske at de klarte å logge av sosiale medier oftere.

- Det er ingen endring, sammenlignet med 2022, i andelen som er enig i at de bruker for mye tid på sosiale medier (35 prosent), i at deres bruk av sosiale medier gjør at de får for lite søvn (27 prosent) eller at de skulle ønske de klarte å logge av sosiale medier oftere (28 prosent).

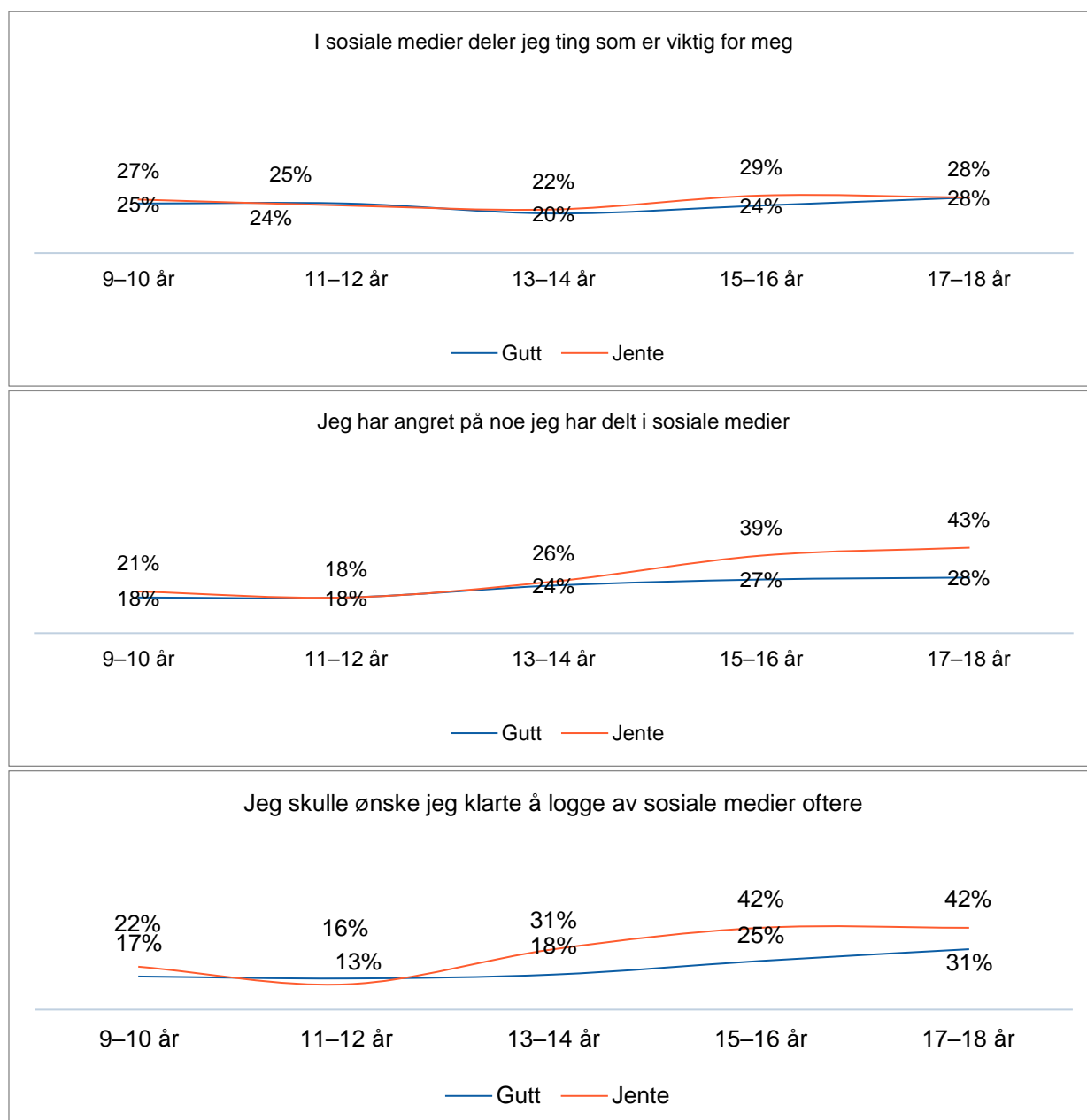


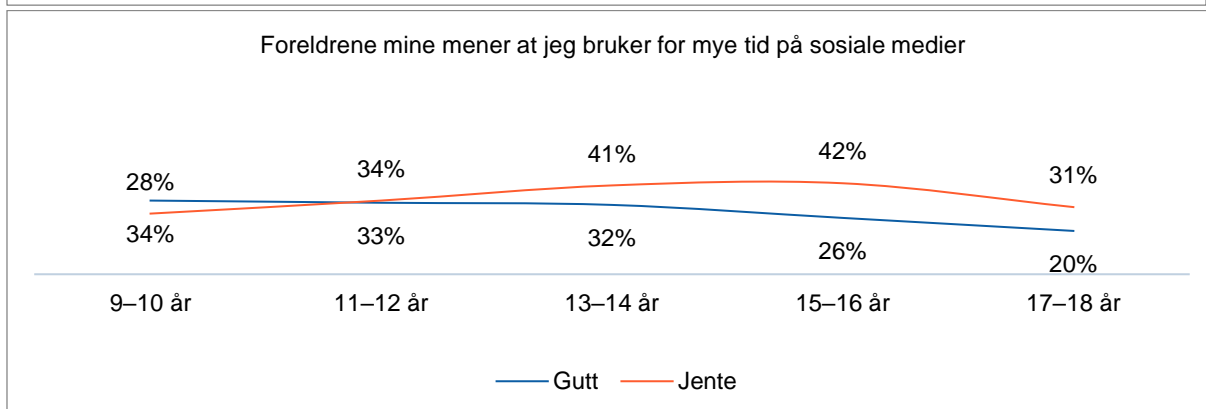
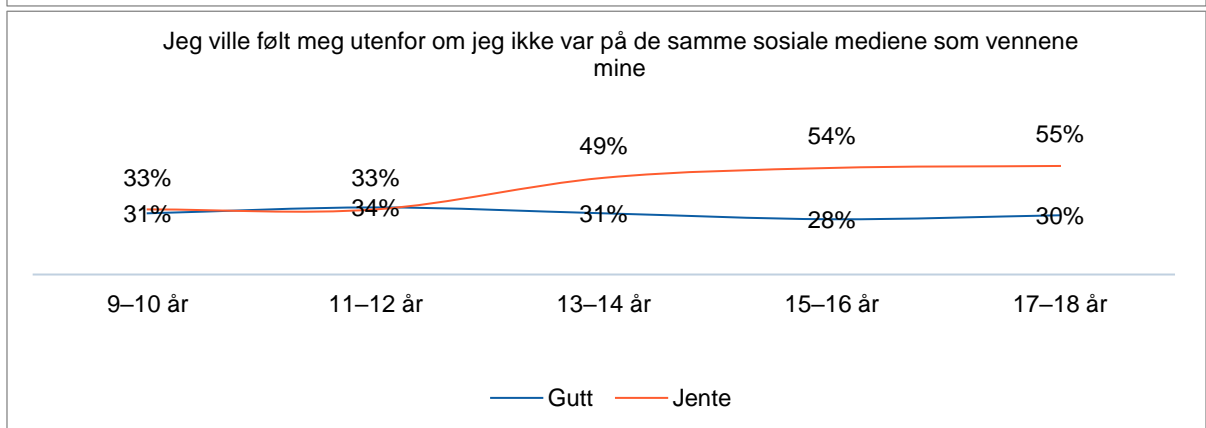
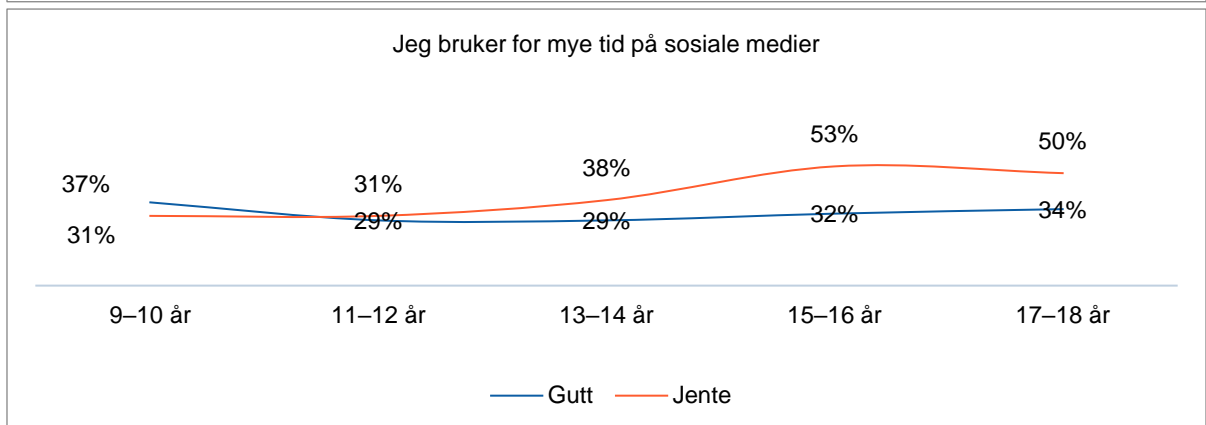
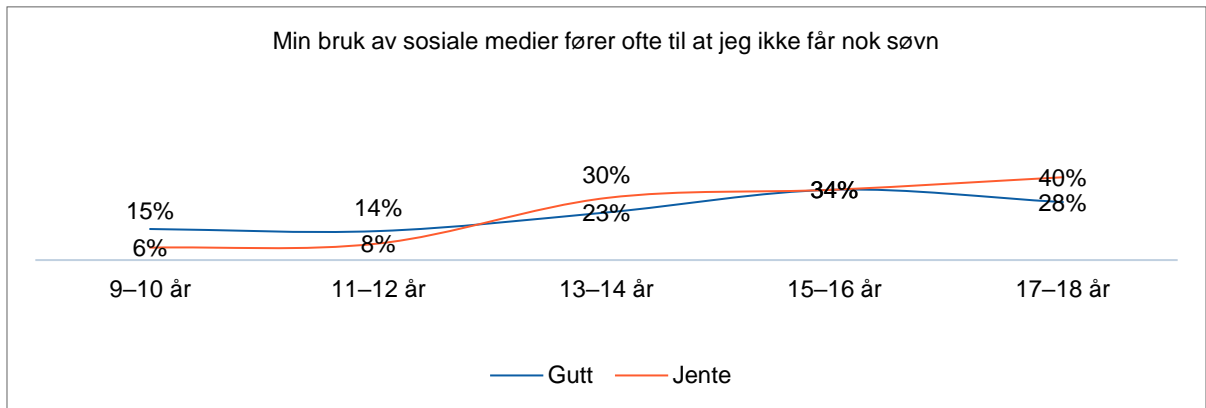
Konflikter rundt tidsbruk i hjemmet: 32 prosent av 9–18-åringene som bruker sosiale medier, svarer at foreldrene mener de bruker for mye tid på dette. Kun 6 prosent svarer at bruken ofte leder til konflikt eller krangling i hjemmet.

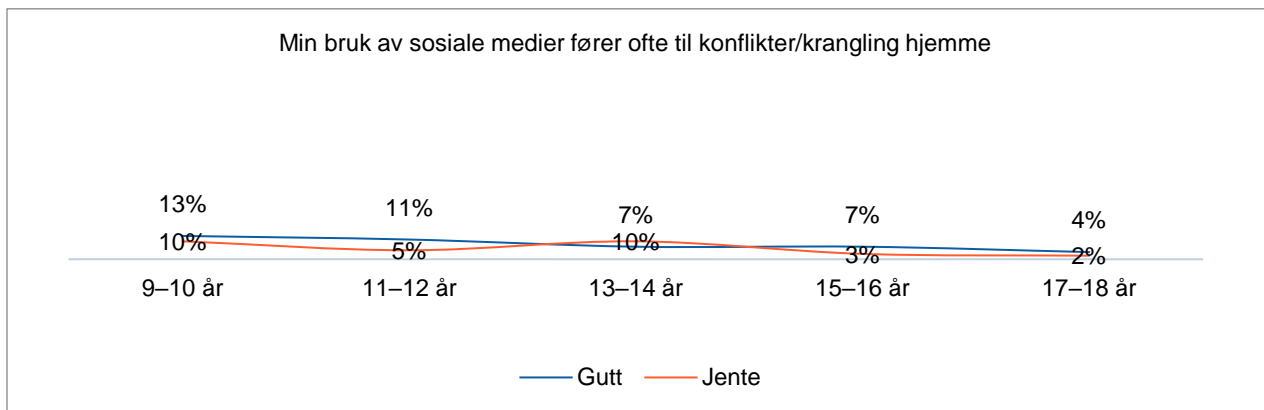
- Også i 2022 svarte 32 prosent av barn og unge at foreldrene mener de bruker for mye tid på sosiale medier. 6 prosent mente at bruken av sosiale medier ofte ledet til konflikter eller krangling i hjemmet.

Figur 19 viser kjønns- og aldersfordelingene på disse spørsmålene, og resultatene diskuteres fortløpende.

Figur 19 – «Er du enig eller uenig er du i dette?». Prosent. Andel som svarer «Enig». Alle som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, har blitt spurt. Antall som har svart, varierer mellom 59 og 346.







Deling og tilstedeværelse i sosiale medier:

- Det er ingen kjønns- eller aldersforskjeller i hvorvidt man bruker sosiale medier til å dele ting som er viktige for seg.
- Andelen som svarer at de angres på noe de har delt i sosiale medier, øker med alderen. Blant 15–16-åringene blir det også en kjønnsforskjell, hvor jenter i større grad enn gutter svarer at de angres (39 mot 27 prosent i denne aldersgruppen).
- Det er ingen aldersforskjell når vi ser på gutter som svarer at de ville følt seg utenfor hvis de ikke var til stede i de samme mediene som vennene (stabilt på cirka 30 prosent), mens det for jenter øker fra cirka 30 prosent til halvparten når de når 13–14-årsalderen.

Tidsbruk i sosiale medier:

- Det er ingen aldersforskjell når vi ser på gutter som svarer at de bruker for mye tid på sosiale medier (stabilt på cirka 30 prosent), mens det for jenter øker fra cirka 30 prosent til halvparten når de når 15–16-årsalderen.
- Bryter vi ned tallet for hvor mye tid respondenten bruker på sosiale medier daglig, finner vi også en sammenheng. Blant de som bruker under én time på sosiale medier daglig, svarer 14 prosent at de er enig i at de bruker for mye tid på sosiale medier. Tilsvarende tall for de som er på sosiale medier én–tre timer, er 31 prosent. For «storbrukere» (de som bruker tre eller flere timer per dag) er tallet 48 prosent. Her er det også tendenser til at flere jenter enn gutter er enig i at de bruker for mye tid på sosiale medier – uavhengig av den daglige tidsbruken.
- Blant barn og unge som bruker sosiale medier, øker andelen som mener at sosiale medier gjør at de ikke får nok søvn, med alder. Det er få kjønnsforskjeller, med unntak av 17–18-åringene, hvor flere jenter enn gutter er enig (40 mot 28 prosent).
- Det er også en økning med alderen i andelen som skulle ønske de klarte å logge av sosiale medier oftere. Jenter skiller seg fra gutter fra og med 13–14-årsalderen, og flere svarer at de er enig i dette.

Konflikter rundt tidsbruk i hjemmet:

- Blant gutter er det en svak nedgang med alderen i andelen som svarer at foreldrene er enig i at de bruker for mye tid på sosiale medier, mens andelen er økende med



alderen for jenter. Fra de når 13–14-årsalderen, svarer flere jenter enn gutter at de er enig i dette.

- Det er ingen kjønnsforskjell i andelen som svarer at deres bruk av sosiale medier leder til konflikt eller krangling i hjemmet, men vi ser at andelen synker med alderen. Dette til tross for at bruken øker med alderen.



5 Barn og unges forhold til influensere

Sammendrag:

9–18-åringene ble spurt om hva slags videoinnhold de ser på nettet, og hvorvidt de sender penger til influensere, youtubere, tiktokere og gamere. Resultatene presenteres i dette kapittelet.

- Nesten halvparten av 9–18-åringene følger eller ser på humorvideoer fra youtubere, tiktokere eller fra andre influensere. Dette er den mest populære typen videoinnhold.
- En firedel ser på videoer med gaming og gamere, musikk, sport og trening.
- Flere gutter enn jenter ser på videoer om gaming eller gamere, sport, trening og natur. Flere jenter ser på videoer om mote, klær og sminke, mat, dyr, musikk, realitykjendiser, venner med egen kanal på YouTube eller TikTok, kosthold, unboxing og psykisk helse / psykolog.
- Hvilke youtubere, tiktokere, influensere og gamere barn og unge ser på, varierer i stor grad. De mest populære er MrBeast, Julie Fiala og Sidemen.
- 7 prosent av 9–18-åringene som følger eller ser på youtubere, influensere eller tiktokere, svarer at de har sendt penger til disse.
- 48 prosent av barna som oppgir at de har sendt penger, begrunner det med at de liker personen eller innholdet personen lager. Noen få kommenterer at de sender penger for å få se nakenbilder eller -videoer, eller for å se seksuelle handlinger, men omfanget er begrenset.

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

I undersøkelsen ble det stilt spørsmål om hva slags type youtubere, tiktokere¹⁶ eller influensere barna ser på eller følger på nettet. Figur 20 viser resultatene.

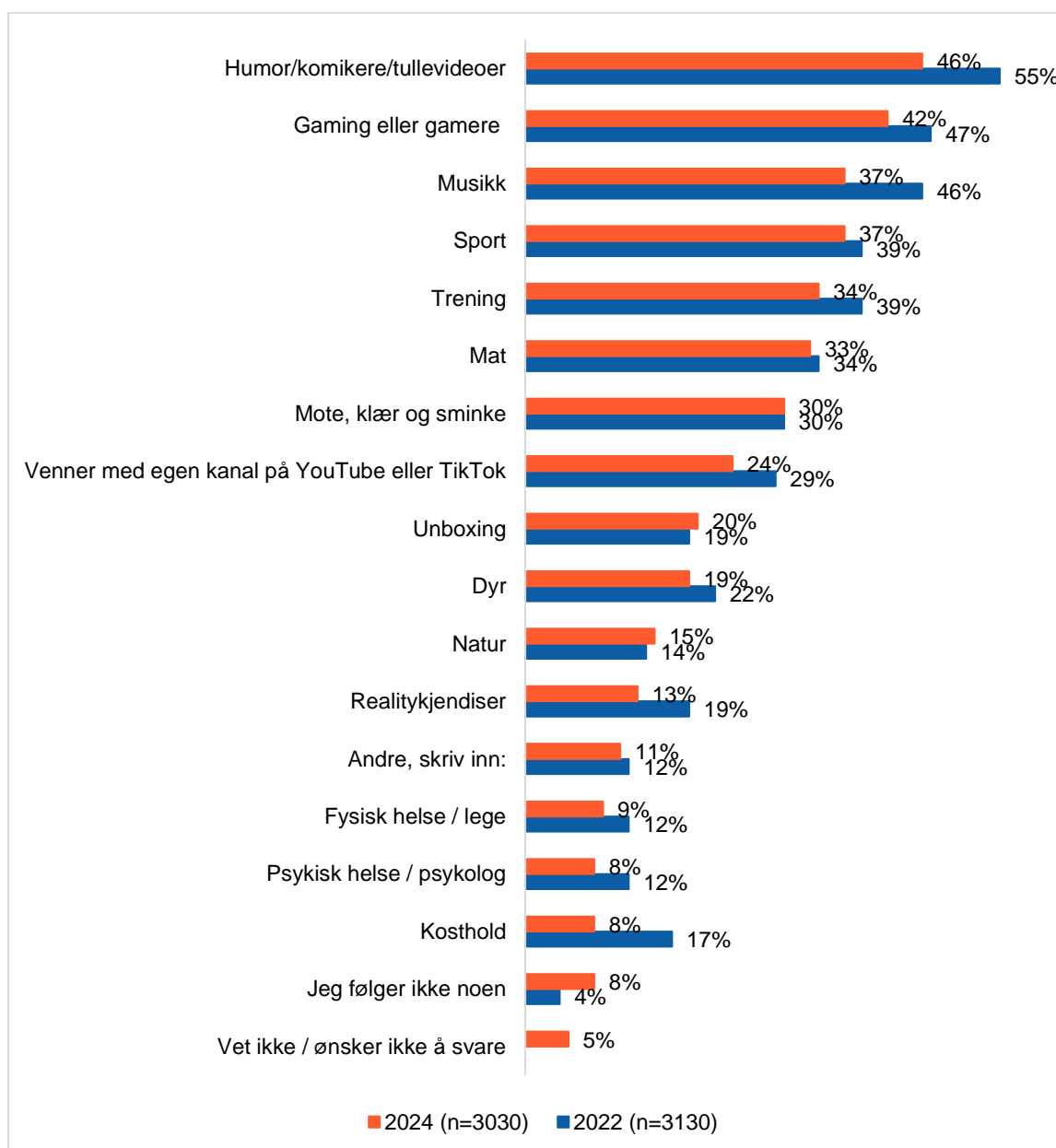
Det er mest populært å se på humorvideoer, som nesten halvparten ser på. Deretter følger videoer med gaming og gamere, musikk, sport og trening som de mest populære kategoriene. Hva slags videoinnhold som er mest populært blant barn og unge i 2024, er likt som i 2022. På tvers av kategoriene er det en nedgang i hva som sees på, sammenlignet med i 2022, og andelen som svarer at de ikke følger noen youtubere, tiktokere eller influensere, øker fra 4 til 8 prosent. Dette henger sannsynligvis sammen med at færre oppgir at de bruker YouTube og sosiale medier generelt sett.

Blant de som noterer et åpent svar (345 stykker), er det ikke et tydelig mønster. Det fleste nevner, er innhold knyttet til biler og motorisert innhold (17 personer).

¹⁶ I 2022 var første gang «tiktokere» ble inkludert. Derfor sammenligner vi kun med resultater fra 2022.



Figur 20 – «Hva slags type youtubere, tiktokere eller influensere ser du på eller følger du på nett?» Prosent. Sammenligning av år. Alle har fått spørsmålet. Antall som har svart per år, er oppgitt i parentes.



Gutter og jenter følger og ser på ulike typer videoer på nettet:

- Flere gutter ser på videoer om gaming eller gamere, sport, trening og natur.
- Flere jenter ser på videoer om mote, klær og sminke, mat, dyr, musikk, realitykjendiser, venner med egen kanal på YouTube eller TikTok, kosthold, unboxing og psykisk helse / psykolog.
- I figur 21 framstilles kjønns- og aldersforskjellen når det gjelder å se på gaming eller gamere og mote, klær og sminke, som er de mest populære kategoriene blant gutter og jenter.



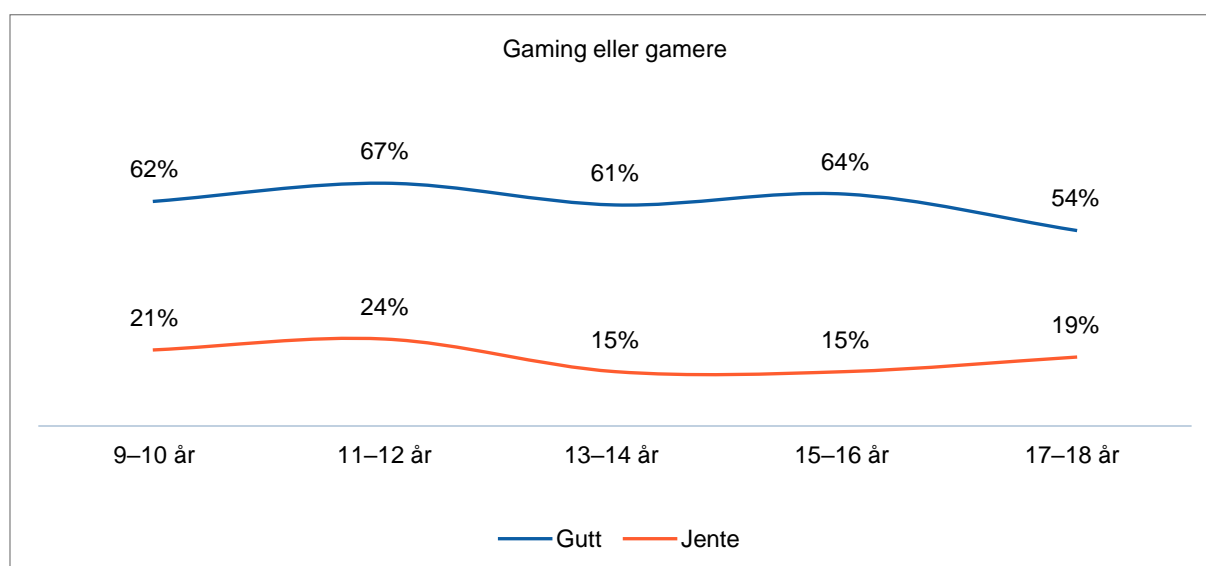
Det er også aldersforskjeller i hva slags videoer barn og unge ser på eller følger på nettet.

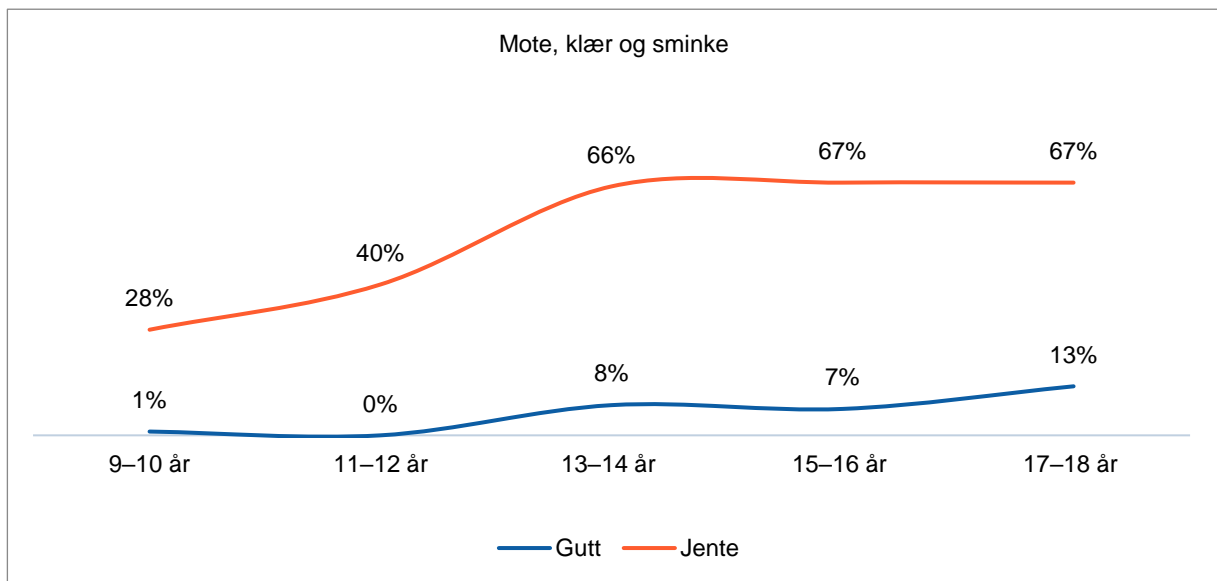
- Eldre barn, fra 13-årsalderen, ser i større grad på videoer om mote, klær og sminke, trening, mat, natur, musikk, humor, realitykjendiser, kosthold, fysisk helse og psykisk helse / psykolog enn barn under 13 år. Dette gjelder for både gutter og jenter.
- Det er ingen aldersforskjeller når det gjelder videoer knyttet til gaming, gamere eller dyr.
- Tenåringene i alderen 13–14 år er den gruppen hvor flest ser på venner med egen YouTube- eller TikTok-kanal (30 prosent i denne aldersgruppen, mot 14 prosent blant 9–10-åringene og 23 prosent blant 17–18-åringene).

Ser vi på kategoriene gaming eller gamere og mote, klær og sminke, som er de mest populære blant henholdsvis gutter og jenter, finner vi også noen aldersforskjeller:

- Interessen for videoer om gaming og gamere synker med alderen både for gutter og jenter.
- Interessen for mote, klær og sminke stiger derimot med alderen, og særlig for jenter.

Figur 21 – «Hva slags type youtubere, tiktokere eller influensere ser du på eller følger du på nett?» Prosent. Kategoriene «Gaming eller gamere» og «Mote, klær og sminke». Brutt ned på kjønn og alder. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, varierer mellom 217 og 347.





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

Alle som *ikke* svarte at de ikke følger noen youtubere, tiktokere eller influensere (8 prosent, gjør ikke det), fikk et åpent oppfølgingsspørsmål om hvilke youtubere, tiktokere, influensere og gamere de ser mest på. I dette spørsmålet var også «gamere» inkludert i spørsmålsformuleringen. Respondentene kunne oppgi inntil tre navn. Ordskyen under viser de hyppigst nevnte youtuberne, tiktokerne, influenserne eller gamerne blant 9–18-åringene.

Figur 22. «Hvilke influensere, youtubere, tiktokere eller gamere ser du mest på?» Respondenten kunne oppgi tre svar. Ordskyen er basert på svar fra samtlige i alderen 9–18 år. Svarene er vasket. Kun svar som er nevnt minimum åtte ganger, er med. Antall som har oppgitt minimum ett svar: 3159.





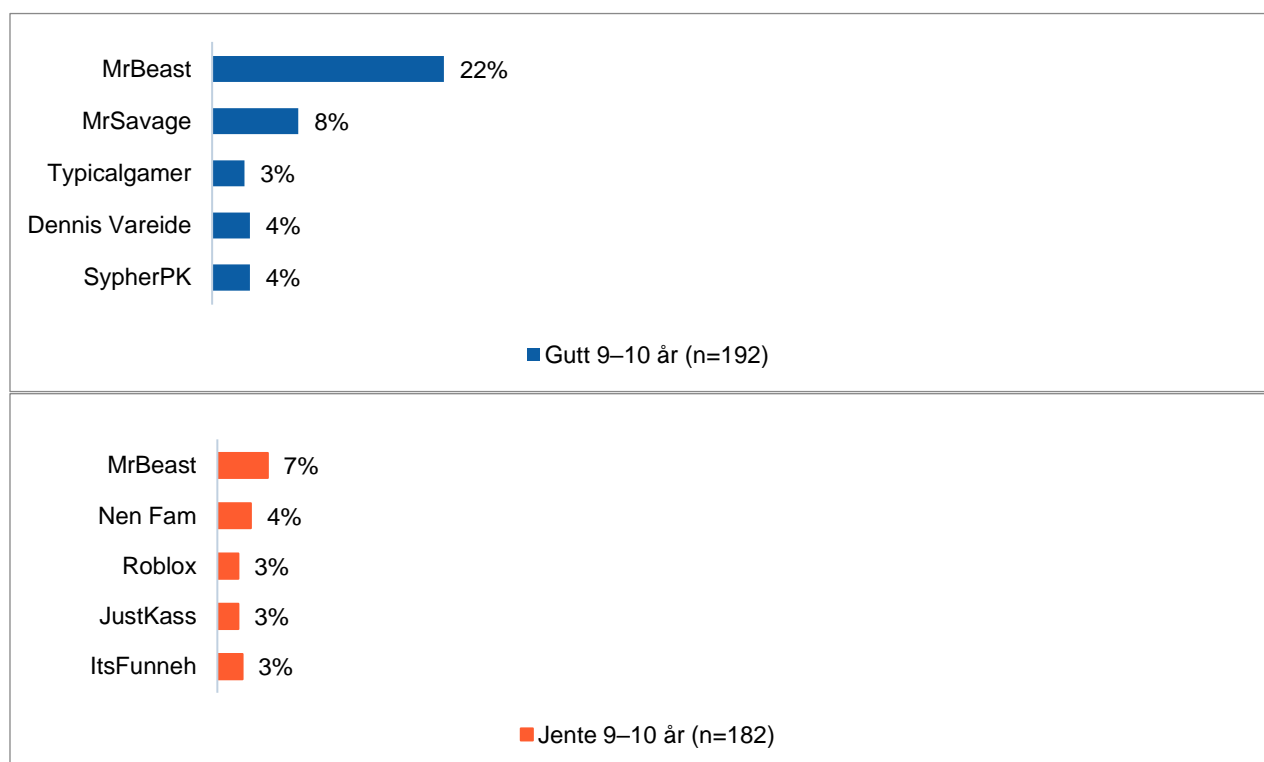
MrBeast er den mest populære (207 personer), deretter følger Julie Fiala (115 personer) og Sidemen (74 personer). I 2022 var også MrBeast den flest så på. Over 60 personer svarer at de følger eller ser på Leah Behn, Betasquad og MrSavage. Det er også mange som svarer at de ser på det som anbefales for dem (for eksempel «TikTok 4You»).

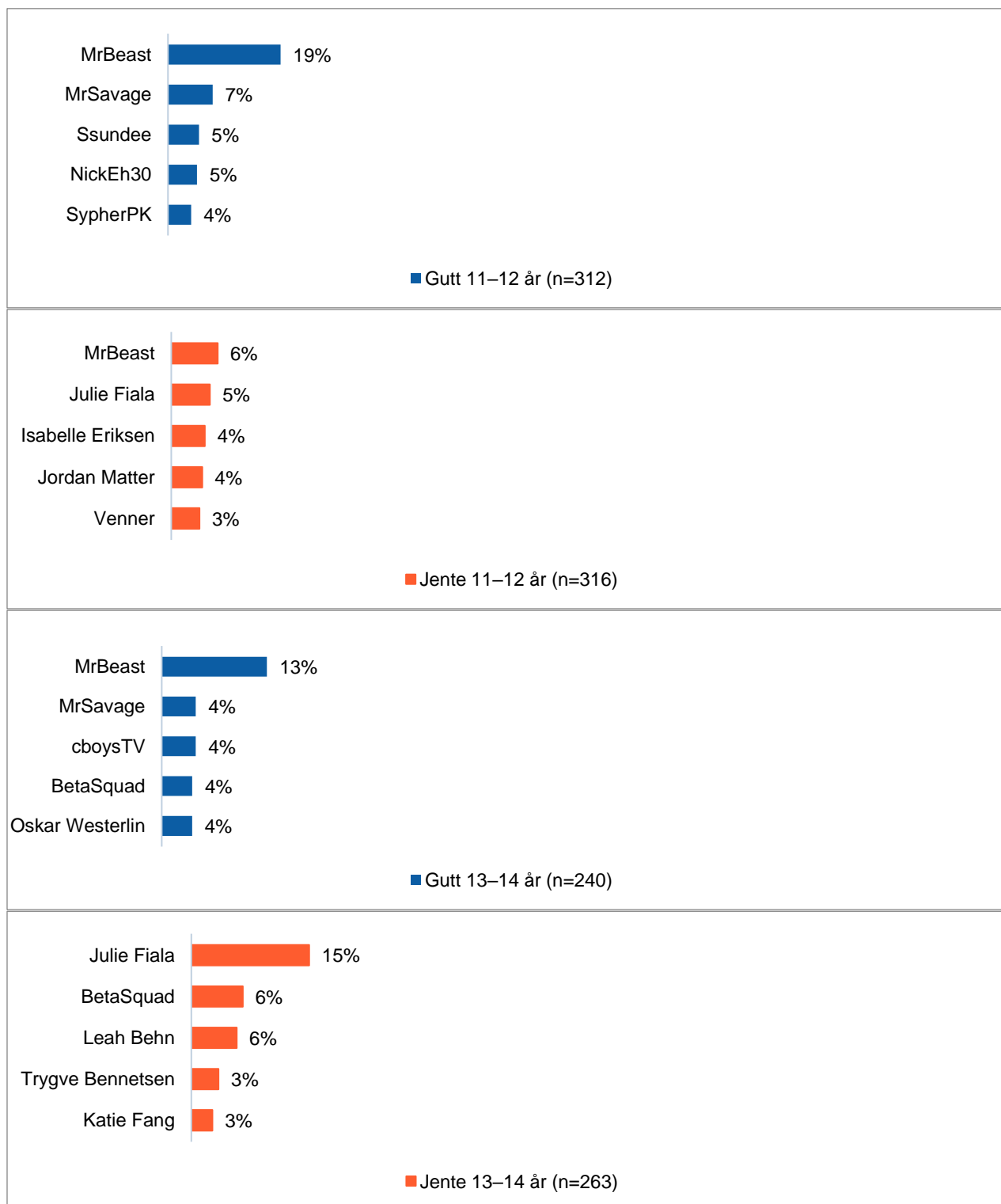
Figur 23 viser de fem mest populære youtuberne, tiktokerne, influenserne og gamerne i ulike aldersgrupper blant jenter og gutter. Det er verdt å merke seg at det er stor variasjon i hva respondentene svarer, og det er relativt få som oppgir de samme navnene.

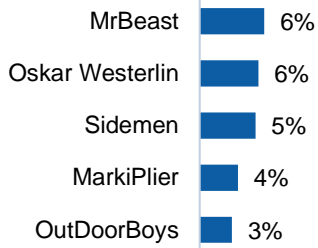
Blant alle gutter, med unntak av de aller eldste, er MrBeast mest populær. Blant 9–14 år gamle gutter er MrSavage nest mest populær. Når guttene når 15–16-årsalderen, er Sidemen og Oskar Westerlin blant de tre mest populære. MrSavage eller Oskar Westerlin er nykommere blant de mest populære i 2024.

Også blant jenter i alderen 9–12 år er MrBeast den mest populære. Blant 13–18 år gamle jenter er Julie Fiala den mest populære influenseren, etterfulgt av Leah Behn. Disse er også nykommere blant de mest populære i 2024.

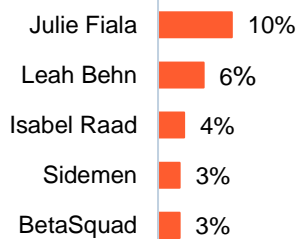
Figur 23 – «Hvilke influensere, youtubere, tiktokere eller gamere ser du mest på?» Respondenten kunne oppgi tre svar. Svarene er vasket. Brutt ned på alder. Prosentuert på bakgrunn av hvor mange som ser på youtubere, tiktokere eller andre influensere. Antall som utgjør basen per gruppe, er oppgitt i parentes.



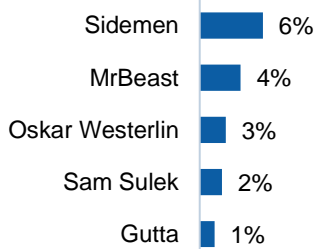




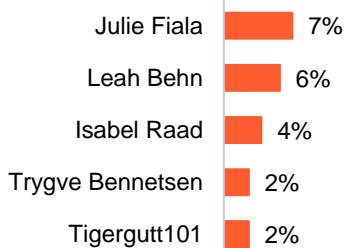
■ Gutt 15–16 år (n=350)



■ Jente 15–16 år (n=338)



■ Gutt 17–18 år (n=277)



■ Jente 17–18 år (n=338)

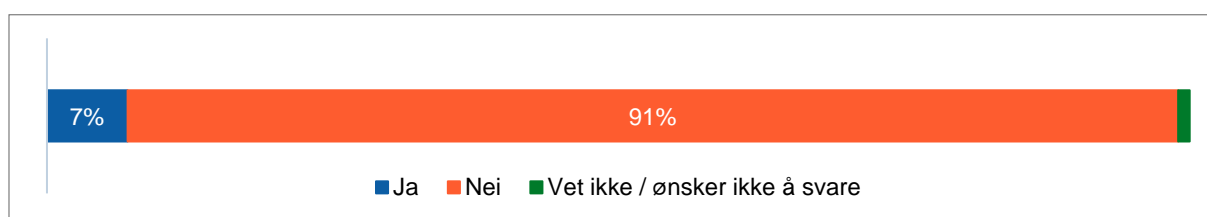


Sender barn og unge penger til youtubere, tiktokere, influensere eller gamere?

Videre fikk alle som *ikke* svarer at de ikke følger noen youtubere, tiktokere eller influensere, spørsmål om de har sendt penger eller gaver til disse. Også i dette spørsmålet var også «gamere» inkludert i spørsmålsformuleringen.

Figur 24 viser at 7 prosent av 9–18-åringene svarer at de har sendt penger. Det er ingen endringer sammenlignet med i 2022.

Figur 24 – «Har du noen gang sendt penger eller gaver (som koster penger) til en youtuber, tiktoker, influenser eller gamer?» Prosent. Alle som følger eller ser på en eller flere typer videoer, fikk spørsmålet. Antall som har svart: 2747.

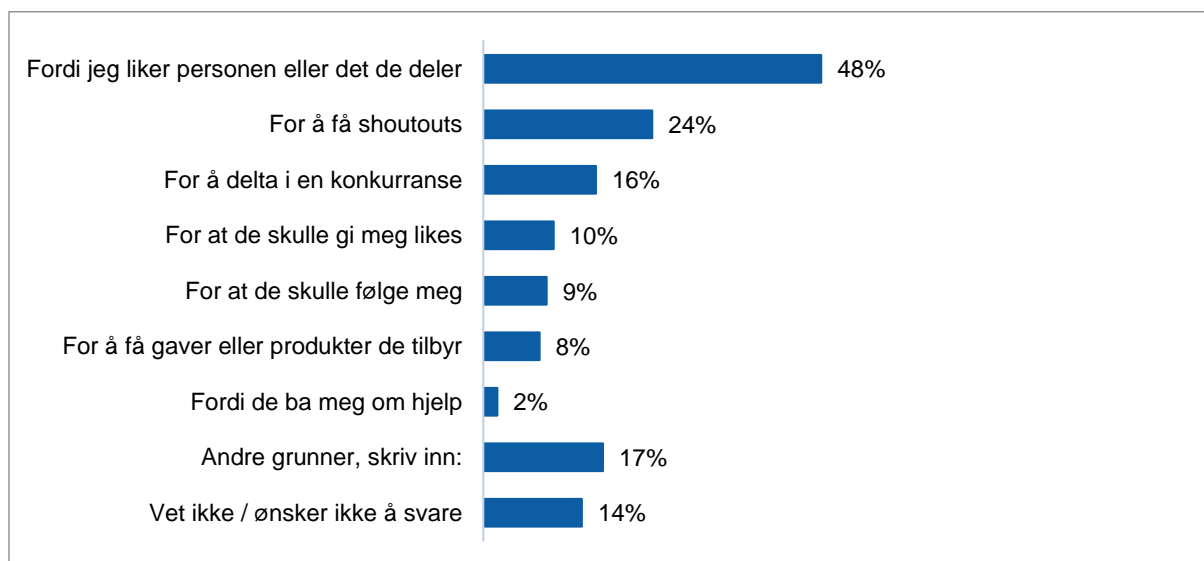


Flere gutter enn jenter har sendt penger til youtubere, tiktokere, influensere eller gamere (11 mot 3 prosent). Andelen som har sendt penger, øker også noe med alder. 6 prosent blant 9–12-åringene har sendt, mot 9 prosent blant 13–18-åringene.

De som svarer at de har sendt penger, blir spurt om hvorfor de gjør dette. Figur 25 viser resultatene. Om lag halvparten sendte penger eller gaver fordi de liker personen og det de deler (48 prosent). Dette ble også oppgitt som den viktigste årsaken i 2022 (59 prosent). 24 prosent svarer at de gjør det for å få «shoutouts» (37 prosent i 2022), og 17 prosent svarer at de gjorde det av andre grunner (21 prosent i 2022). Det er ingen endringer i hvor store andeler som svarer i de andre kategoriene, sammenlignet med i 2022.



Figur 25 – «Hvorfor sendte du penger/gaver til en youtuber, tiktoker, influenser eller gamer?» Prosent. Spørsmålet er stilt til de som svarer at de har sendt penger. Antall som har svart: 196.



Blant de 17 prosentene som har svart «annet» og skrevet inn et åpent svar, er det stor variasjon i tilbakemeldingene og ingen tydelige mønster. Men flere nevner at det er for å se nakenbilder/-videoer eller at noen utfører seksuelle handlinger. Omfanget er likevel begrenset.

«Få nudes.»

(Gutt, 15 år)

Andre har nevnt at de liker personen, at de gjør det for å være snill eller fordi de er lojale.

«Fordi det var en person jeg har fulgt med på siden jeg var 11 år, så når jeg ble 16, valgte jeg å donere.»

(Gutt, 18 år)



6 Bruk av ulike språk på nettet

Sammendrag:

9–18-åringene ble spurt om hvilke språk de bruker mest på nettet, og resultatene presenteres i dette kapitlet.

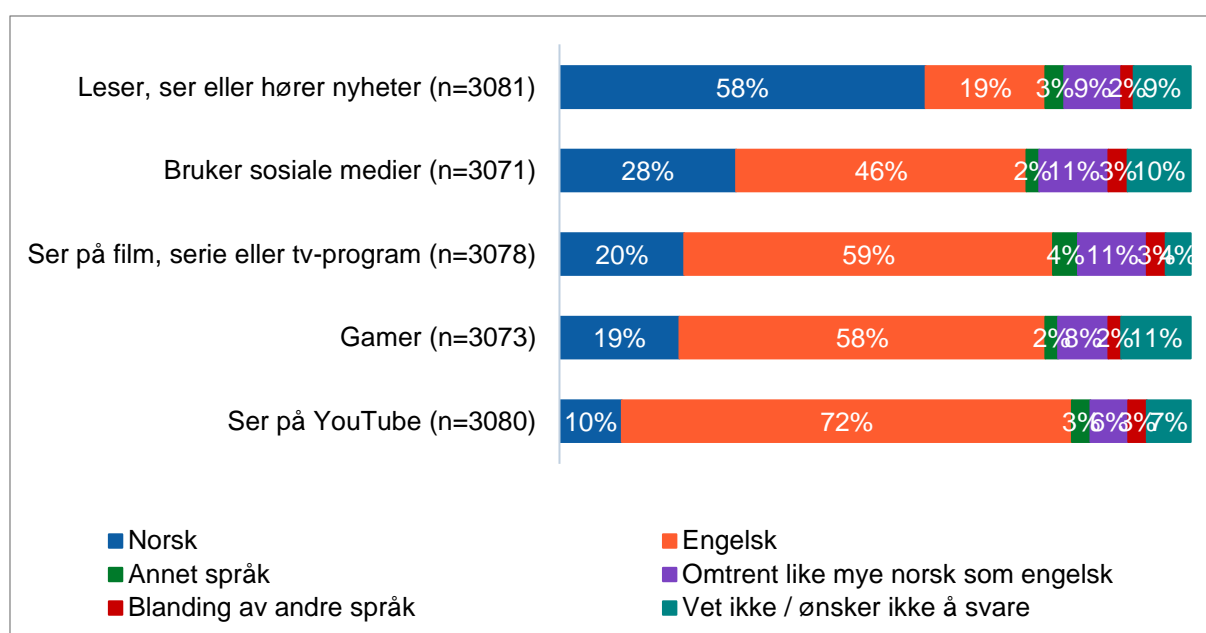
- Engelsk er det språket flest barn og unge bruker mest når de er på sosiale medier, når de ser på film, serie eller tv-program, når de spiller og/eller ser på YouTube. Norsk er det språket flest barn bruker mest for å lese, se eller høre nyheter.
- På tvers av aktivitetene er det flere som oppgir at de hovedsakelig bruker engelsk i 2024, enn det var 2022 og 2020.
- Unntaket gjelder når barn og unge ser på film, serier eller tv-program. Her er det en liten økning på 4 prosentpoeng i andelen som bruker norsk mest, sammenlignet med i 2022 og 2020.



Hvilke språk bruker barn og unge mest på nettet?

Alle fikk spørsmål om hvilket språk som blir brukt mest ved ulike medieaktiviteter. Figur 26 viser at det kun er når 9–18-åringene leser, ser eller hører på nyheter, at de fleste bruker norsk mest (58 prosent). Et flertall bruker engelsk mest når de bruker sosiale medier (46 prosent), ser på film, serier eller tv-program (59 prosent), spiller (58 prosent) eller ser på YouTube (72 prosent).

Figur 26 – «Hvilket språk brukes mest når du ...?». Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart: 3080.



Vi sammenligner resultatene med tidligere undersøkelser og finner at:

- det er ingen endring sammenlignet med 2022¹⁷ når det gjelder hvilket språk man benytter mest for å lese, se eller høre på nyheter, men sammenlignet med 2020 er det en svak nedgang i andelen som svarer at de bruker norsk mest.
- det er en nedgang i andelen som bruker norsk mest i sosiale medier. I 2022 brukte 35 prosent norsk mest, og i 2020 var norsk det mest brukte språket i sosiale medier.
- flere oppgir at de bruker norsk mest når de ser på film, serier eller tv-program i 2024, sammenlignet med i 2022 (økning på 4 prosentpoeng). Dette fører til en nedgang i andelen som svarer at de bruker engelsk mest.
- når det gjelder gaming, er det ingen endringer i hvilket språk 9–18-åringer hovedsakelig bruker sammenlignet med 2022.
- det er en økning på 5 prosentpoeng i andelen som bruker mest engelsk når de ser på YouTube, sammenlignet med i 2022 (fra 67 prosent).

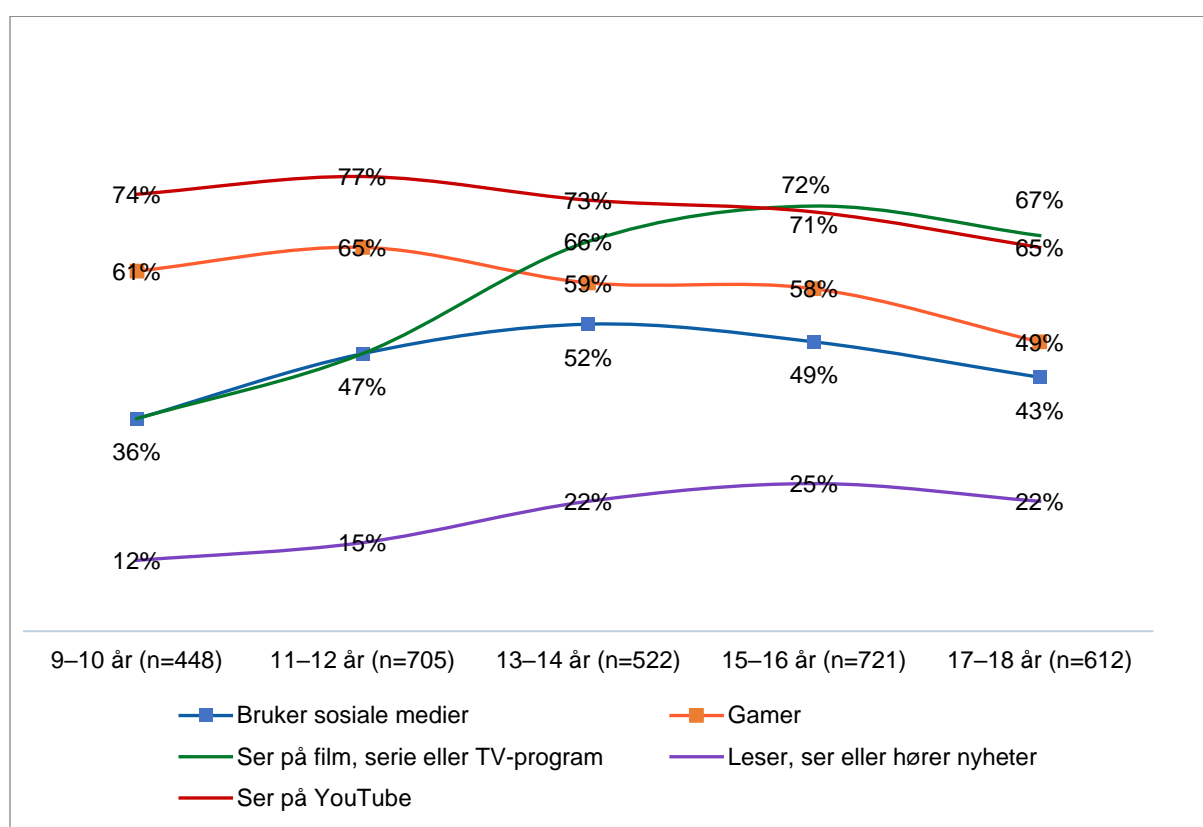
¹⁷ I 2022-rapporten er «Vet ikke / ønsker ikke å svare» ekskludert fra prosenteringen. Her er den ikke det, da opptil 11 prosent svarer dette. Sammenligningene er basert på rådata fra 2022 hvor «Vet ikke» er inkludert, derfor vil ikke 2022-resultatene her være like de som presenteres i 2022-rapporten.



På tvers av aktivitetene ser vi tendenser til at andelen som bruker mest engelsk, øker sammenlignet med 2022 og 2020. Unntaket gjelder for film, serier eller tv-program hvor det i år er en liten økning i andelen som bruker norsk mest, og nedgang i andelen som hovedsakelig bruker engelsk.

Det er både kjønns- og aldersforskjeller i hvilke språk som brukes. Gutter bruker engelsk i større grad enn jenter, både når de leser, ser eller hører på nyheter, bruker sosiale medier, gamer, eller ser på YouTube. Det er ingen kjønnsforskjeller når det gjelder hvilket språk som brukes mest til å se på film, serier eller tv-program. Figur 27 viser hvor mange som oppgir at de bruker mest engelsk ved ulike medieaktiviteter i ulike aldersgrupper.

Figur 27 – «Hvilket språk brukes mest når du ...?» Prosent. Andel som svarer «Engelsk». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at bruken av engelsk når man ser på film, serier eller tv, og når man leser, ser eller hører på nyheter, øker med alderen.

- Bruken av engelsk går derimot ned med alderen når barn og unge ser på YouTube eller gamer. Årsaken til at færre hovedsakelig bruker engelsk mest når de er på YouTube når de blir eldre, skyldes delvis at flere svarer at de bruker omtrent like mye engelsk som norsk. Når det gjelder gaming, øker andelen som svarer at de ikke vet hvilket språk de bruker mest, med alderen.
- Når barn og unge bruker sosiale medier, er andelen som bruker engelsk mest, høyest blant unge i 13–14-årsalderen.



7 Barn og unges nyhetsbruk

Sammendrag:

9–18-åringene ble spurt om nyhetskonsument deres. I dette kapittelet presenteres hvilke kanaler de får nyheter fra, hvilke nyhetsmedier de foretrekker, og hvilke sosiale medier de får nyheter fra.

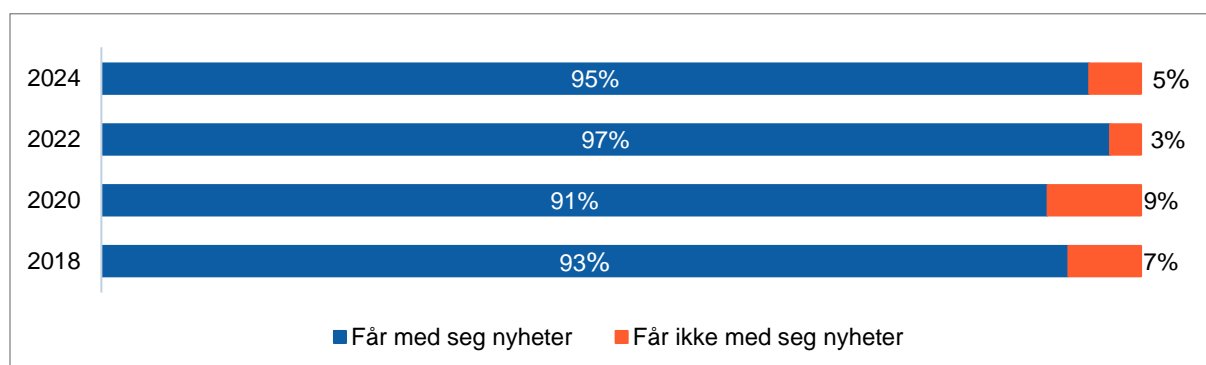
- 95 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter ofte eller av og til.
- Eldre ungdommer er mer aktive nyhetskonsumenter enn yngre barn.
- Halvparten oppgir at de ofte får med seg nyheter i sosiale medier. Tv er også en viktig kanal, men den brukes mindre hyppig.
- Bruken av sosiale medier og tv som nyhetskanaler har holdt seg stabil, men bruken av nettaviser og papiraviser har sunket betydelig. 52 prosent bruker nettaviser som nyhetskanal i 2024 mot 67 prosent i 2022. Tilsvarende tall for papiraviser er 31 i 2024 og 40 prosent i 2022.
- Hvilke nyhetsmedier barn og unge får nyhetene sine fra, varierer med alderen. NRK er viktig for barn og unge i alle aldre. Blant de yngste barna er Supernytt det viktigste nyhetsmediet. Blant 15–18-åringene er VG og NRK like viktige nyhetsmedier.
- Barn og unge som bruker sosiale medier som nyhetskanal, får i størst grad med seg nyheter fra TikTok, Snapchat og YouTube. Sju av ti får med seg nyheter fra disse tjenestene. Bruken av TikTok som nyhetskanal har steget siden 2022, mens bruken av Instagram og Facebook som nyhetskanaler derimot har gått ned.
- Nyheter fra Norge, lokale nyheter, utenlandsnyheter og sportsnyheter er det flest 9–18-åringene oppgir at de er interessert i. Jenter er i større grad interessert i alle de listede nyhetskategoriene enn det gutter er. Unntaket er sport som flere gutter enn jenter er interessert i.



Hvem blant barn og unge får med seg nyheter?

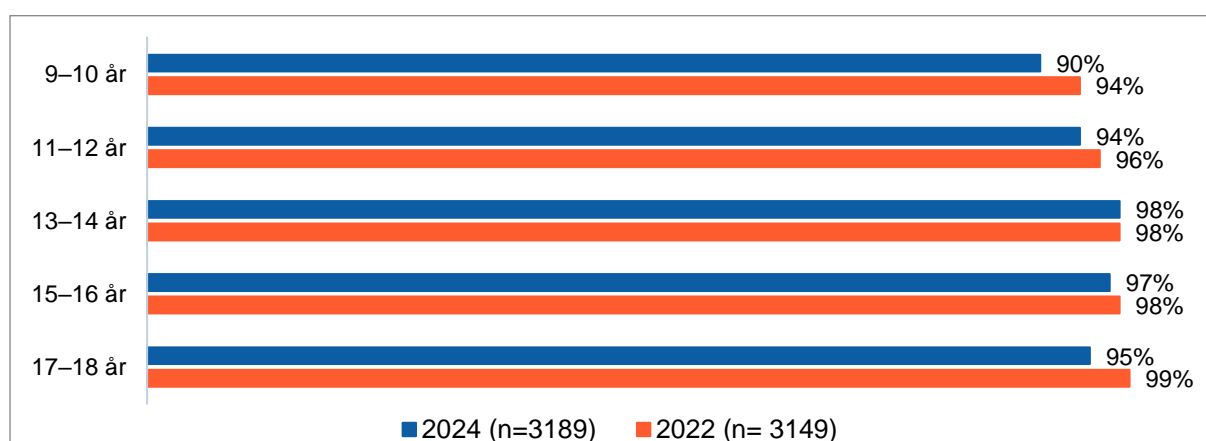
De aller fleste av 9–18-åringene får med seg nyheter (95 prosent), og kun 5 prosent svarer at de ikke får med seg nyheter i det hele tatt (se figur 28). Andelen som har fått med seg nyheter, har vært stabilt høy de seneste årene.¹⁸ Fra 2022 til 2024 er det en nedgang i andelen som får med seg nyheter, på 2 prosentpoeng, men andelen på 95 prosent er likevel høyere enn i 2020 og 2018. Dette kan skyldes endringer i spørsmålsformuleringen.

Figur 28 – andel som får med seg nyheter (sammenslåing av de som får med seg nyheter «ofte» og «av og til» fra ulike plattformer). Prosent. Sammenligning av år. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart per år, varierer. I 2024 har 3189 svart.



Figur 29 viser andelen som får med seg nyheter per aldersgruppe, i 2022 og 2024.

Figur 29 – andel som får med seg nyheter (sammenslåing av de som får med seg nyheter «ofte» og «av og til» fra ulike plattformer). Prosent. Brutt ned på alder og år. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart per år, er oppgitt i parentes.



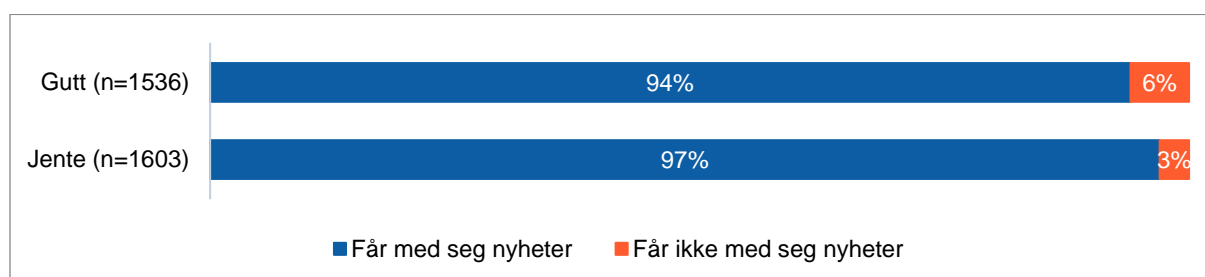
¹⁸ Spørsmålene som ligger til grunn for beregningen, er justert fra tidligere runder. I 2020 og tidligere ble andelen som forholder seg til nyheter, definert ut fra de som svarte at de «leser, hører eller ser på nyheter», enten «ofte» eller «av og til», på en av plattformene nettaviser, papiraviser, sosiale medier, podkast/radio eller tv. Fra 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. Fra 2020 til 2022 er det en økning i andel som får med seg nyheter – endringen antas å ha sammenheng med endret spørsmålsformulering.



Nedgangen fra 2022 gjelder for alle aldersgrupper, men er størst blant 9–10-åringene og 17–18-åringene med 4 prosentpoeng i begge grupper (se figur 29). Fra 2018 til 2022 var det derimot en økning i nyhetsbruken i disse to aldersgruppene. Til tross for en liten nedgang er det en stor andel av 9–18-åringene som får med seg nyheter, på tvers av aldersgruppene.

Figur 30 viser kjønnsforskjellen i nyhetskonsument. En noe større andel jenter enn gutter får med seg nyheter (97 mot 94 prosent). Tilsvarende kjønnsforskjell har vi også sett i de tidligere målingene.

Figur 30 – andel som får med seg nyheter (sammenslåing av de som får med seg nyheter «ofte» og «av og til» fra ulike plattformer). Prosent. Brutt ned på kjønn. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



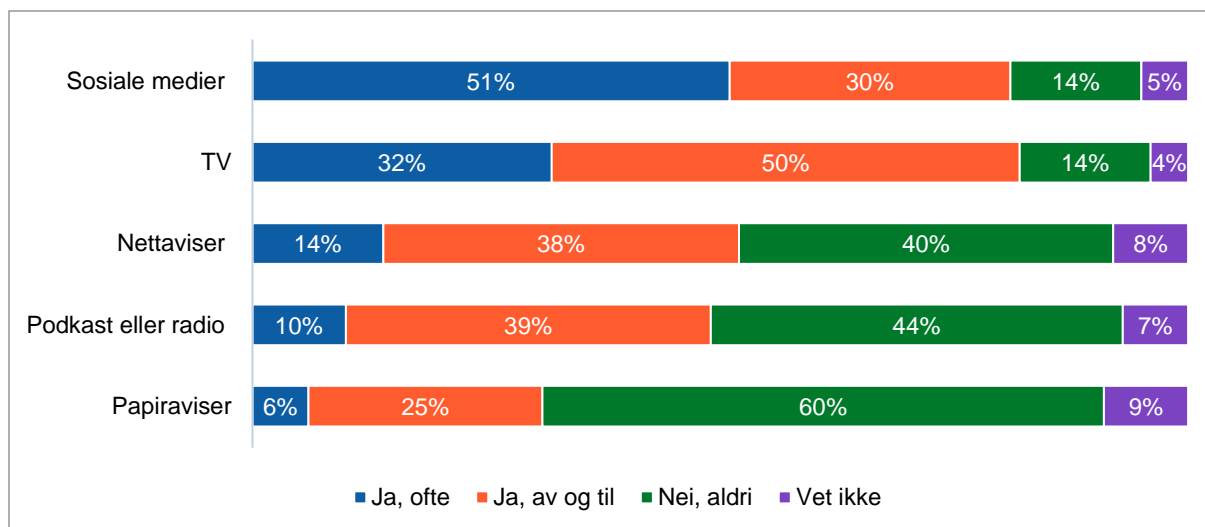
Fra hvilke plattformer får barn og unge med seg nyheter?

Den vanligste plattformen å få med seg nyheter fra blant 9–18-åringene, er sosiale medier (se figur 31). Halvparten får ofte med seg nyheter fra sosiale medier, og 39 prosent får med seg nyheter fra sosiale medier av og til. Dette kan sees i sammenheng med at den generelle bruken av sosiale medier er langt større enn bruken av de andre nevnte medieplattformene.

32 prosent får med seg nyheter fra tv ofte og 50 prosent av og til. Samlet er det en like stor andel som får med seg nyheter fra tv, som sosiale medier, men hyppigheten for tv er altså lavere. 14 prosent får ofte med seg nyheter fra nettaviser. 10 prosent får ofte med seg nyheter fra podkast eller radio, og kun 6 prosent får ofte med seg nyheter fra papiraviser.



Figur 31 – «Hvor ofte får du med deg nyheter fra ...?» Prosent. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart: 3194.



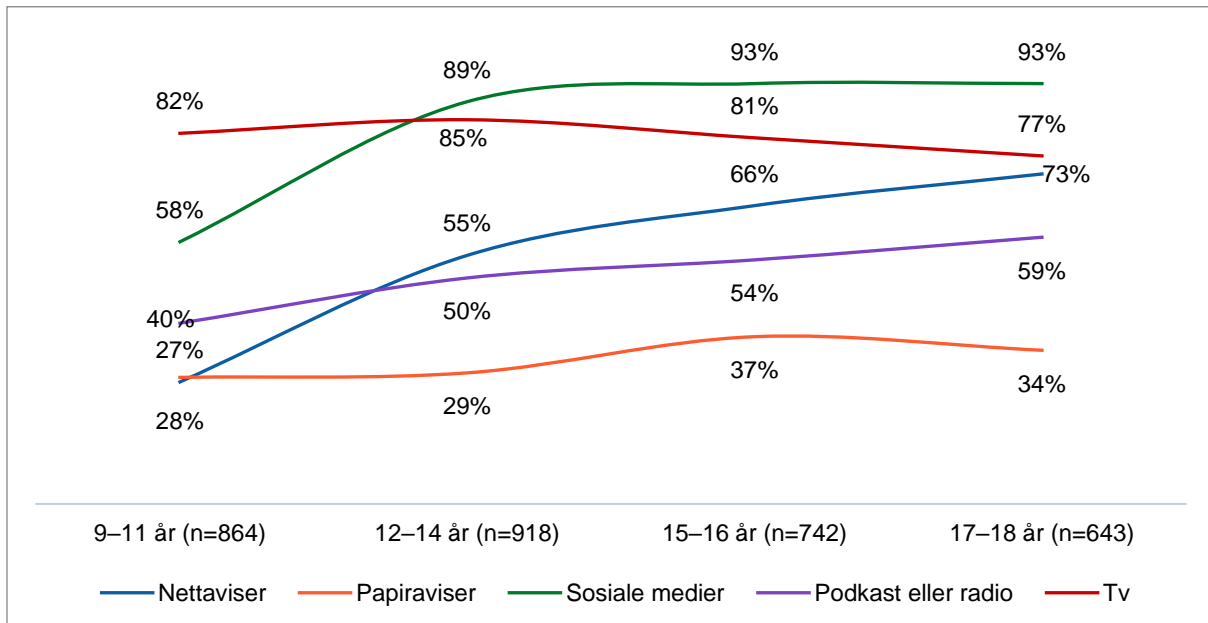
Sammenligner vi med 2022 finner vi at:

- like mange bruker sosiale medier som nyhetskanal *ofte* i 2024 som i 2022. Det er likevel en nedgang på 7 prosentpoeng i andelen som bruker sosiale medier som nyhetskanal *av og til* (37 prosent i 2022).
- det er en svak nedgang i andelen som får med seg nyheter fra tv *av og til*, sammenlignet med i 2022 (50 mot 56 prosent).
- det er en betydelig nedgang som får med seg nyheter fra nettaviser, sammenlignet med i 2022. I 2024 får 52 prosent med seg nyheter fra nettaviser, men i 2022 var tilsvarende andel 67 prosent.
- det er også en nedgang i andelen som totalt får med seg nyheter fra papiraviser. I 2022 fikk 40 prosent med seg nyheter fra papiraviser, mens 31 prosent gjør det i 2024.
- det er ingen endring sammenlignet med i 2022 når det gjelder hvor stor andel som får med seg nyheter fra podkast eller radio totalt.

Bruken av sosiale medier og tv som nyhetsplattformer har holdt seg stabil, mens bruken av nettaviser og papiraviser har sunket betydelig. Figur 32 viser hvilke plattformer barn og unge i ulike aldergrupper får med seg nyheter fra.



Figur 32 – «Hvor ofte får du med deg nyheter fra ...?». Sammenslåing av «ofte» og «av og til». Prosent. Brutt ned på alder. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at:

- Sosiale medier blir i mindre grad brukt blant 9–11-åringene enn blant de eldre barna (58 mot nærmere 90 prosent). Dette tilsvarer også den generelle bruken av sosiale medier i ulike aldersgrupper. Aldersforskjellen har også vært tilfellet i tidligere undersøkelser.
- Bruken av tv som nyhetsplattform er nokså lik på tvers av alder. Det er blant 17–18-åringene at bruken er lavest (77 prosent). Det er ingen tydelige endringer sammenlignet med tidligere målinger.
- Bruken av nettavisiser stiger med alderen. Blant 9–11-åringene får 28 prosent med seg nyheter herfra mot 73 prosent blant 17–18-åringene. Sammenlignet med i 2022 er det en nedgang hos de som bruker nettavisiser, i alle aldersgrupper.
- Bruken av podkast eller radio som nyhetsplattform øker også med alderen.
- Det er en svak økning med alderen i bruken av papiravisiser som nyhetsplattform, men, sammenlignet med i 2022 har bruken gått ned i alle aldersgrupper.

Hvilke norske nyhetsmedier er mest populære?

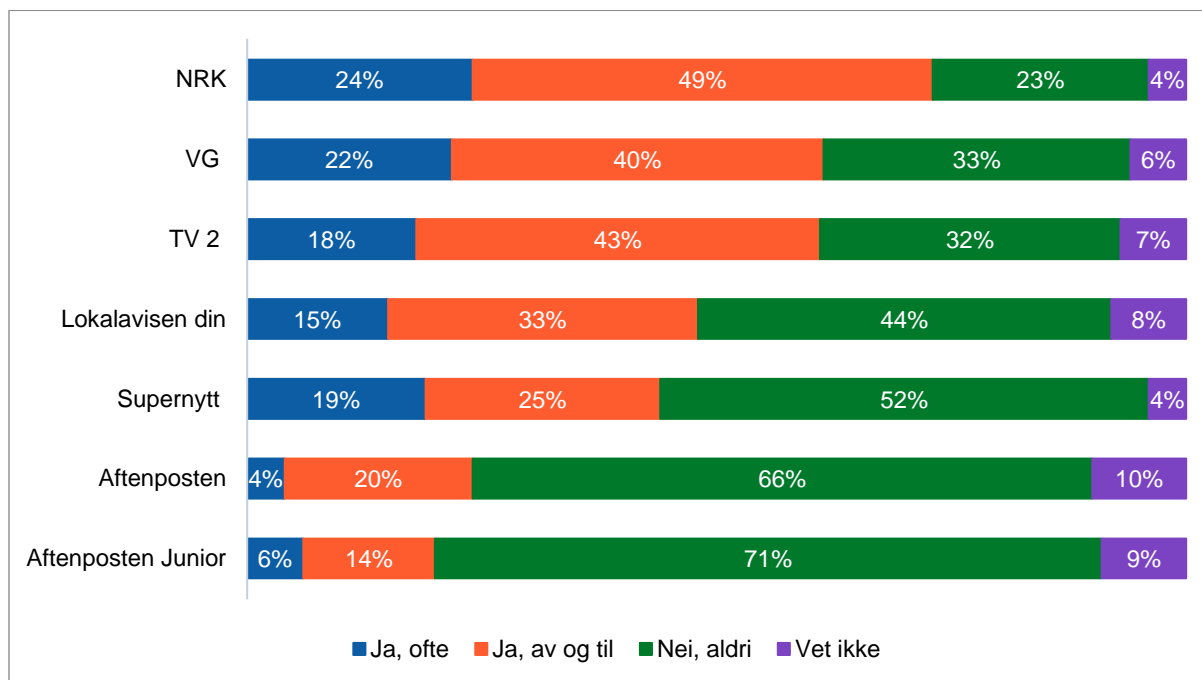
De som svarer at de får med seg nyheter¹⁹, blir også spurt om hvor de får med seg nyhetene fra. NRK er det nyhetsmediet som blir hyppigst brukt (24 prosent bruker NRK *ofte*), deretter følger VG (22 prosent), Supernytt (19 prosent, et program hos NRK Super) og TV 2 (18 prosent) (se figur 33). Slår vi sammen de som bruker kanalen *ofte* og *av og til*, er VG og TV 2

¹⁹ Respondenter som svarer at de ofte eller av og til får med seg nyheter fra enten nettavisiser, papiravisiser, sosiale medier, podkast eller radio, eller tv.



like mye brukt (henholdsvis 62 og 61 prosent). Nesten halvparten får med seg nyheter fra sin lokalavis (48 prosent).

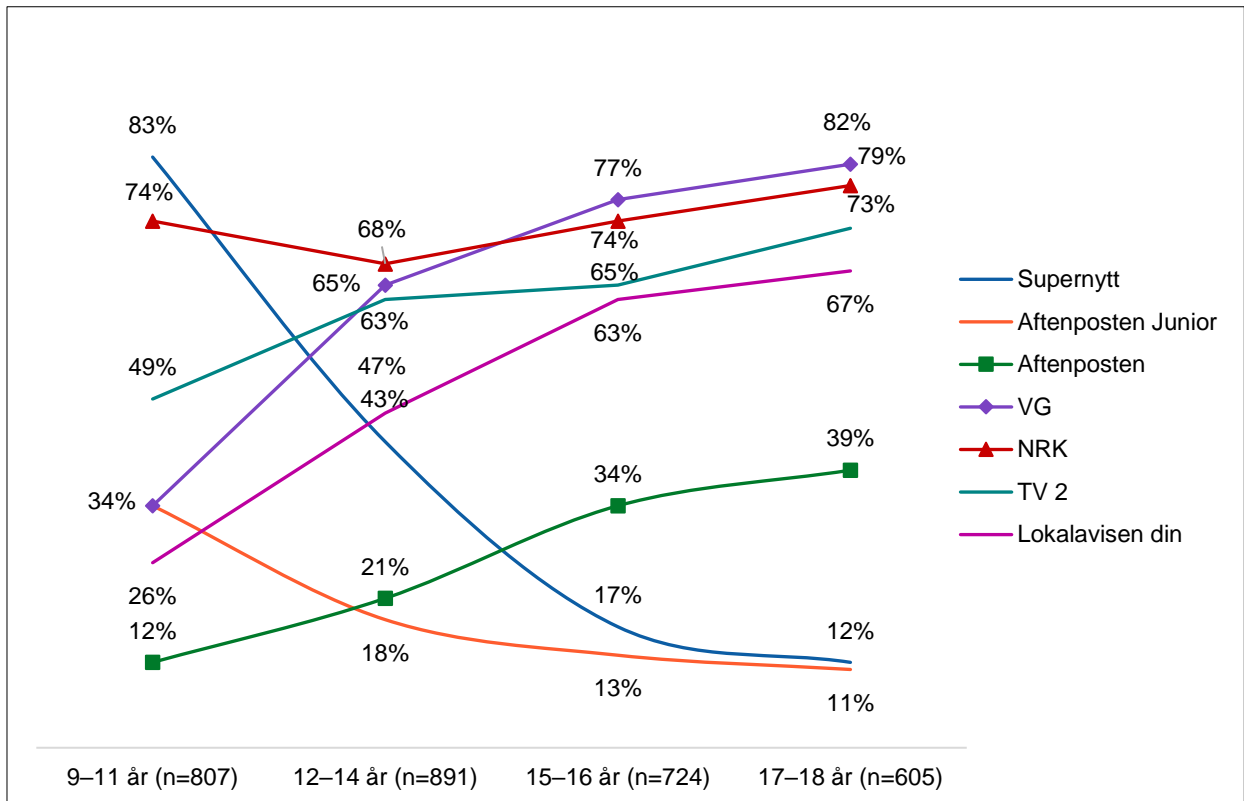
Figur 33 – «Får du med deg nyheter fra ...?» Prosent. De som får med seg nyheter ofte eller av og til fra sosiale medier, tv, nettaviser, radio eller podkast eller papiraviser, får spørsmålet. Antall som har svart: 3050.



Sammenlignet med i 2022 er det færre som oppgir å bruke de nevnte nyhetsmediene (unntaket er for lokalavisen, Supernytt og Aftenposten Junior). Endringen er størst for Aftenposten, hvor bruken har sunket fra 34 til 24 prosent.

Det er få kjønnsforskjeller i bruken av de ulike nyhetsmediene, men figur 34 viser hvordan bruken av ulike nyhetsmedier varierer med alderen.

Figur 34 – «Får du med deg nyheter fra ...?». Sammenslåing av «ofte» og «av og til». Prosent. Brutt ned på alder. De som oppgir å få med seg nyheter, blir stilt spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at:

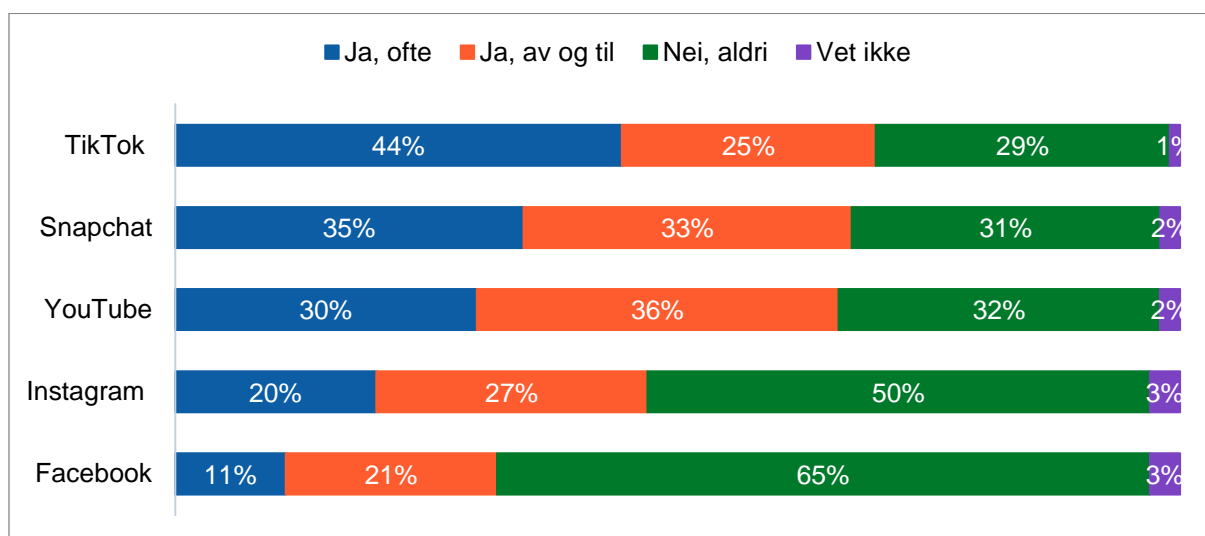
- blant 9–10-åringene er Supernytt det viktigste nyhetsmediet – 83 prosent i denne gruppen bruker Supernytt. NRK er også svært viktig, og 74 prosent bruker NRK. Omtrent halvparten bruker TV 2, og én av tre bruker VG og/eller Aftenposten Junior. Aftenposten er det nyhetsmediet færrest bruker i denne aldersgruppen – kun 12 prosent.
- allerede blant 12–14-åringene faller bruken av Supernytt kraftig (fra 83 prosent blant 9–11-åringene til 43 prosent blant 12–14-åringene og 17 prosent blant 15–16-åringene). I aldersgruppen 12–14 år er NRK viktigst tett etterfulgt av VG og TV 2 (henholdsvis 68, 65 og 63 prosent). Aftenposten Junior er det minst brukte nyhetsmediet i denne aldersgruppen.
- blant 15–16-åringene har bruken av VG oversteget bruken av NRK, som henholdsvis 77 og 74 prosent benytter. 63 prosent bruker lokalavisen som nyhetsmedium, og 34 prosent bruker Aftenposten.
- blant 17–18-åringene øker bruken av alle nyhetsmedier ytterligere, og bruken av samtlige nyhetsmedier er høyest i denne gruppen. Unntaket er Aftenposten Junior og Supernytt som henholdsvis 11 og 12 prosent bruker.



Hvilke sosiale medier får barn og unge nyheter fra?

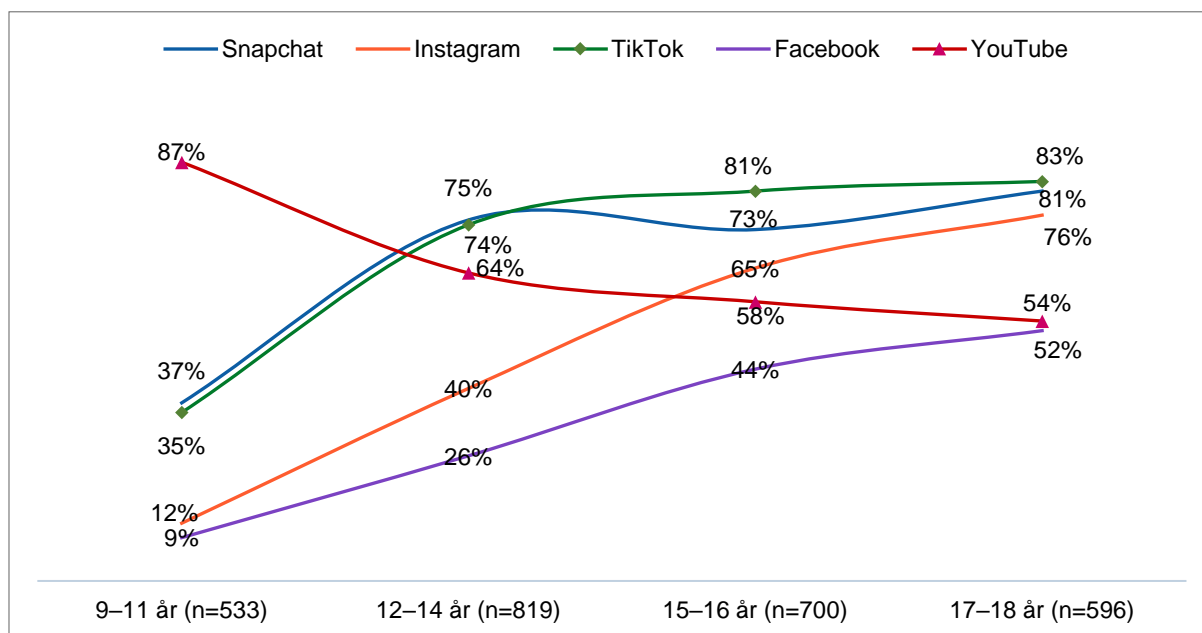
Som presentert tidligere, får 51 prosent av barn og unge med seg nyheter fra sosiale medier ofte, og 30 prosent gjør det av og til. De som har svart «ofte» eller «av og til» på det spørsmålet, blir spurt om hvilke sosiale medier de får med seg nyheter fra. Figur 35 viser resultatene: TikTok (70 prosent), Snapchat (68 prosent) og YouTube (66 prosent) brukes mest. Bruken av TikTok som nyhetskanal har steget mest med 5 prosentpoeng fra 2022. Fra 2022 til 2024 har bruken av Instagram gått ned fra 54 til 47 prosent, og Facebook har gått ned fra 39 til 32 prosent. Dette kan ha sammenheng med at det er færre som bruker Facebook og Instagram i år, sammenlignet med 2022.

Figur 35 – «Får du med deg nyheter fra ...?». Prosent. De som får med seg nyheter ofte eller av og til fra sosiale medier, får spørsmålet. Antall som har svart: 2670.



Figur 36 viser hvordan bruken av de ulike sosiale mediene som nyhetskanal varierer med alderen.

Figur 36 – «Får du med deg nyheter fra ...?». Prosent. Sammenslåing av «Ja, ofte» og «Ja, av og til». Brutt ned på alder. De som får med seg nyheter ofte eller av og til fra sosiale medier, får spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at bruken av de ulike sosiale mediene som nyhetskilder stiger med alderen:

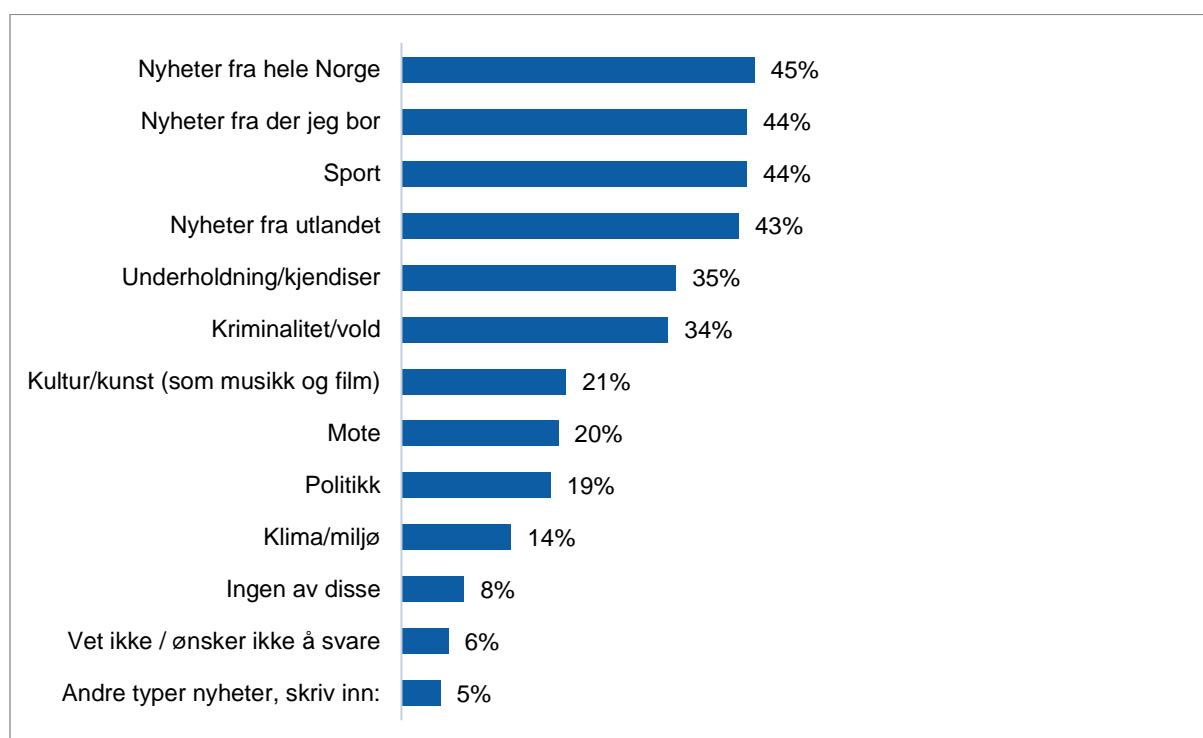
- 35 prosent av 9–11-åringene får nyheter fra TikTok eller Snapchat, mens over 80 prosent blant 17–18-åringene får nyheter fra de samme sosiale mediene.
- Unntaket er YouTube som flest 9–11-åringene får med seg nyheter fra (87 prosent).
- Gutter får i større grad med seg nyheter fra YouTube enn jenter (78 mot 53 prosent), mens en større andel jenter får med seg nyheter fra Snapchat (74 mot 62 prosent), TikTok (75 mot 64 prosent) og Instagram (49 mot 45 prosent) sammenlignet med gutter.
- Hvilke sosiale medier barn og unge får med seg nyheter fra, speiler den generelle bruken av sosiale medier.



Hvilke typer nyheter er barn og unge mest interessert i?

Alle ble spurt om hvilke typer nyheter de er interessert i. Nyheter fra Norge, lokale nyheter, utenlandsnyheter og sportsnyheter er det flest oppgitt at de er interessert i (se figur 37). I 2022 var flest interessert i nyheter fra utlandet, lokale nyheter og nyheter fra hele Norge.

Figur 37 – «Hvilke typer nyheter er du interessert i?». Prosent. Flersvar. Alle har blitt spurt. Antall som har svart: 2996.



146 personer har skrevet inn et åpent svar, og det flest nevner, er nyheter om krig (både Ukraina og Palestina nevnes) (17 personer), gaming (16 personer) og fotball (åtte personer).

Det er noen kjønns- og aldersforskjeller i hvilke type nyheter barn og unge er mest interessert i.

- Totalt sett er en større andel jenter interessert i de spurte nyhetstypene, sammenlignet med gutter. Unntaket er sport og politikk som flere gutter er interessert i.
- Hvor stor andel som er interessert i de listede nyhetskanalene, varierer også med alderen. En større andel elever i videregående skole er interessert i de listede temaene, sammenlignet med både ungdoms- og barneskoleelever. Ungdomsskoleelevene er også mer interessert enn barneskoleelevene. Unntaket er sport som flest barneskoleelever er interessert i. Det viser at nyhetsinteressen øker med alderen. Lignende trekk finner vi også i rapporten fra 2022.



8 Usanne nyhetssaker

Sammendrag:

13–18-åringene ble stilt spørsmål knyttet til usanne nyhetssaker. I dette kapitlet presenteres hvor mange unge som har kommet over nyhetssaker de mistenker er usanne, og hva de gjør når de kommer over det de mistenker er falske/usanne nyheter.

- 66 prosent av 13–18-åringene har i løpet av det siste halvåret kommet over nyhetssaker de mistenkte at var falske eller usanne.
- De aller fleste oppgir at de har kommet over slike saker i sosiale medier.
- De fleste 13–18-åringene gjør ingenting når kommer over en nyhet de mistenker er usann eller falsk (37 prosent). 33 prosent svarer at de gjør et nettsøk for å sjekke saken nærmere, og 24 prosent svarer at de kryssjekker med andre medier. 17 prosent sjekker nettadressen til kilden, og 17 prosent undersøker hvem som står bak kilden.
- 8 prosent av 13–18-åringene tenker ikke over om en nyhetssak er usann eller falsk.



Hvor mange unge har kommet over det de mistenker er usanne nyhetssaker?

13–18-åringene ble spurt om de har kommet over nyhetssaker på nettet som de mistenkte var falske eller usanne, i løpet av de siste seks månedene. 66 prosent svarte ja, 21 prosent nei og 13 prosent at de ikke vet.

Figur 38 – «Har du kommet over nyhetssaker på nettet som du mistenkte var falske/usanne de siste seks månedene?». Prosent. 13–18-åringene har blitt spurt. Antall som har svart: 1800.



I de tidligere undersøkelsene ble respondentene spurt om de hadde sett en nyhetssak de mistenkte for å være falsk i løpet av det siste året, i årets undersøkelse er spørsmålet stilt om de siste seks månedene. Til tross for endringen av spørsmålet er andelen som svarer ja, tilnærmet uendret. I 2022 svarte 72 prosent ja, og i 2020 svarte 67 prosent ja.

Det er små aldersforskjeller. Blant 13–14-åringene svarer 62 prosent ja, mens blant 15–18-åringene svarer 68 prosent ja. Det er ingen kjønnsforskjeller.

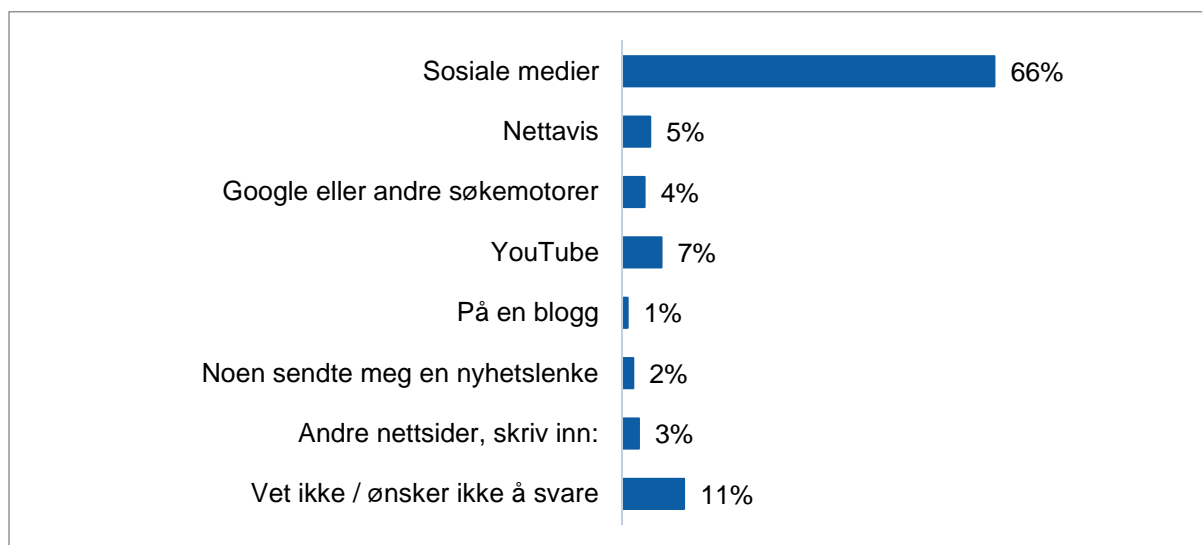
Hvor ser unge usanne nyhetssaker

De 13–18-åringene som oppga å ha kommet over en nyhet som de mistenkte var usann/falsk de siste seks månedene, ble spurt om hvor de sist så en slik nyhet. De fleste oppgir at forrige gang de så en nyhet de mistenkte var usann, var det i sosiale medier (66 prosent) (se figur 39). Det er også i sosiale medier flest ungdommer får med seg nyheter (se figur 28). Også i 2022 var sosiale medier det stedet flest hadde opplevd å se en nyhet de mistenkte var falsk eller usann. Et fåtall har svart andre kilder: 7 prosent svarer YouTube, 5 prosent en nettavis, 4 prosent på Google eller en annen søkemotor, 3 prosent via en nyhetslenke de fikk tilsendt, og 1 prosent på en blogg. 2 prosent skriver også åpne svar, og der nevnes TikTok og X.

11 prosent svarer at de ikke vet hvor de kom over nyheten, eller at de ikke ønsker å svare.



Figur 39 – «Forrige gang du så en usann/falsk nyhet, hvor så du denne?» Prosent. 13–18-åringene som oppgir å ha sett en falsk nyhet i løpet av de siste seks månedene, får spørsmålet. Antall som har svart: 1196.



Flere jenter enn gutter oppgir at de sist så en nyhet de mistenkte var falsk eller usann, i sosiale medier (76 mot 59 prosent), og flere gutter enn jenter oppgir at de så det på YouTube (11 mot 3 prosent). Dette sammenfaller med bruken av de ulike tjenestene.

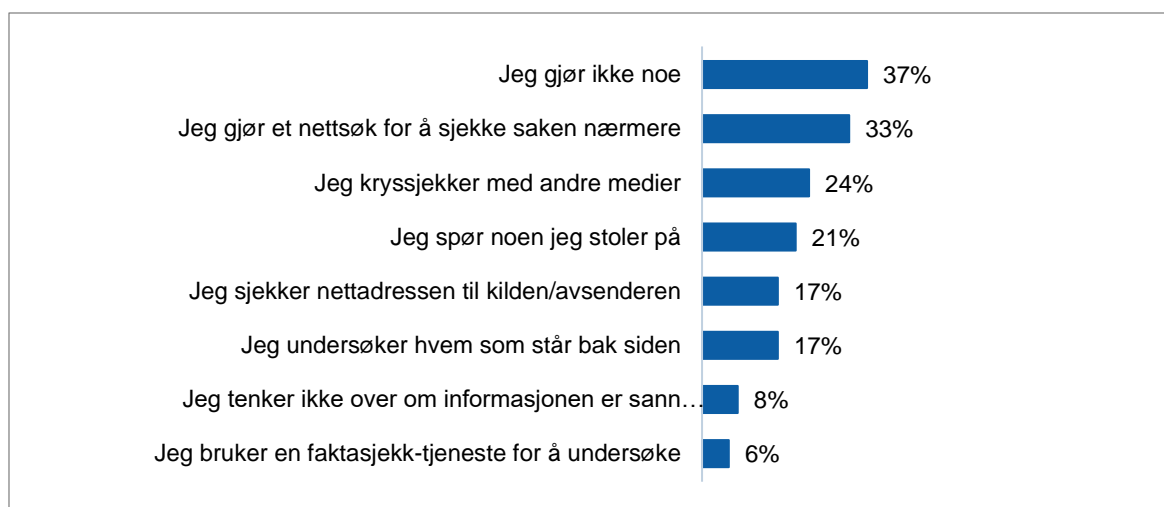
Hva gjør unge når de kommer over en usann eller falsk nyhet?

Alle 13–18-åringene ble spurt om hva de gjør når de kommer over en nyhet de mistenker er usann eller falsk.²⁰ Figur 40 viser resultatene.

²⁰ Tidligere har dette spørsmålet dreid seg om hva man gjorde når man sist så en nyhet de mistenkte var falsk/usann, nå spør vi generelt. Resultatene kan derfor ikke sammenlignes.



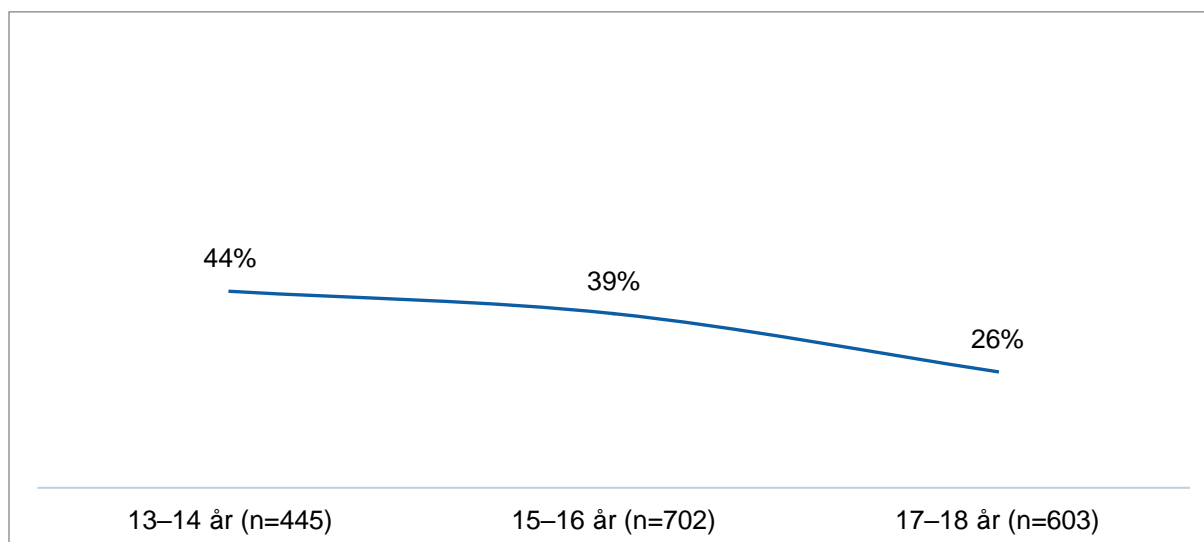
Figur 40 – «Hva gjør du hvis du mistenker at informasjonen i en sak kan være usann?» Prosent. Flersvar. 13–18-åringene ble stilt spørsmålet. Antall som har svart: 1750.



De fleste gjør ingenting når de ser en usann eller falsk nyhet (37 prosent). Respondenten kunne ikke velge flere svaralternativer i tillegg. Blant de som har valgt andre alternativer, undersøker de fleste saken nærmere selv. 33 prosent svarer at de gjør et nettsøk for å sjekke saken nærmere, og 24 prosent svarer at de kryssjekker med andre medier. Mange undersøker også kilden. 17 prosent sjekker nettadressen til kilden, og 17 prosent undersøker hvem som står bak kilden. 21 prosent spør noen de stoler på, og 6 prosent bruker en faktasjekk-tjeneste. Kun 8 prosent tenker ikke over om informasjonen er sann eller ikke.

Andelen som svarer at de ikke gjør noe, synker med alderen (se figur 41). 44 prosent blant 13–14-åringene gjør ikke noe når de kommer over en falsk sak, mens tilsvarende andel for 17–18-åringene er 26 prosent. Jo eldre tenåringene er, jo flere er det som benytter seg av alle de ulike tiltakene for å ettergå en sak de mistenker er falsk. Det er ingen kjønnsforskjeller.

Figur 41 – «Hva gjør du hvis du mistenker at informasjonen i en sak kan være usann?» Prosent. Andel som har svart «Jeg gjør ikke noe». 13–18-åringene ble stilt spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.





9 Spill og gaming

Sammendrag:

9–18-åringene ble stilt en rekke spørsmål knyttet til spilling. I dette kapittelet presenteres omfanget av spilling, hvilke spill barn og unge spiller, og opplevelser knyttet til spilling.

- De fleste 9–18-åringene spiller spill på mobil, pc og tv. Hele 86 prosent gjør det. Totalt sett spiller 45 prosent av barn og unge daglig.
- Totalt sett spiller 93 prosent av guttene og 79 prosent av jentene. Guttene spiller hyppigere enn jentene, og flere svarer at de spiller daglig (63 prosent av guttene mot 25 prosent av jentene).
- Gutter spiller hyppigere enn jenter, og flere svarer at de spiller daglig (63 prosent av guttene mot 25 prosent av jentene). For begge kjønn erstattes den daglige spillingen gradvis av ukentlig eller sjeldnere spilling etter hvert som barna blir eldre. Denne endringen skjer fra barna når 13–14-årsalderen.
- Flere gutter enn jenter er også enig i at de bruker for mye tid på spilling. Det er også flere gutter enn jenter som svarer at foreldrene mener de bruker for mye tid på spilling.
- Fortnite er det mest populære spillet, og deretter følger Roblox og Minecraft. Dette var også de tre mest populære spillene i 2022.
- På et overordnet nivå ser vi at de som spiller, i hovedsak har en positiv opplevelse av spillingen.
- Over halvparten av 9–18-åringene som spiller, mener at spilling er sosialt og at de har kontakt med venner gjennom spilling (56 prosent). Flere gutter enn jenter ser på spilling som sosialt. Dette kan skyldes hvilke typer spill de ulike kjønnene bruker.
- 7 prosent svarer at de ofte blir utestengt fra spill, og 11 prosent at de ofte får stygge kommentarer. Gutter har i større grad enn jenter negative opplevelser, spesielt gutter som spiller ukentlig eller sjeldnere. Yngre barn opplever oftere utestenging enn eldre.
- De fleste barn og unge som opplever å få stygge kommentarer når de spiller, bryr seg ikke (38 prosent). 29 prosent blir sinte, og 22 prosent blir lei seg. Jo yngre spillerne er, jo flere oppgir at de blir lei seg.
- Blant 9–10-åringene svarer seks av ti barn at foreldrene har laget regler for hvilke spill de kan spille, og fire av ti svarer at foreldrene er involvert i spillingen deres. Denne andelen er betraktelig lavere blant de eldste.
- 9–17-åringene som spiller, fikk også spørsmål om de har spilt spill med 18-årsgrense. Totalt 46 prosent oppgir at de har gjort det.

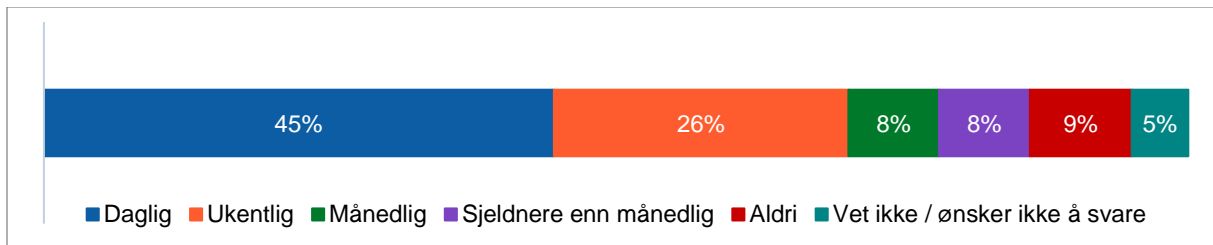


Hvor mange barn og unge spiller, og hvor ofte spiller de?

I årets undersøkelse har respondentene blitt spurt om de gamer eller spiller, og i så fall hvor ofte. Tidligere var dette et ja-/nei-spørsmål. Slår vi sammen de som har svart at de gamer daglig, ukentlig, månedlig eller sjeldnere enn månedlig, finner vi at 86 prosent svarer at de gamer eller spiller (se figur 42). 45 prosent av 9–18-åringene spiller daglig, 26 prosent ukentlig, 8 prosent månedlig og 8 prosent sjeldnere enn månedlig. Kun 9 prosent svarer at de aldri spiller.

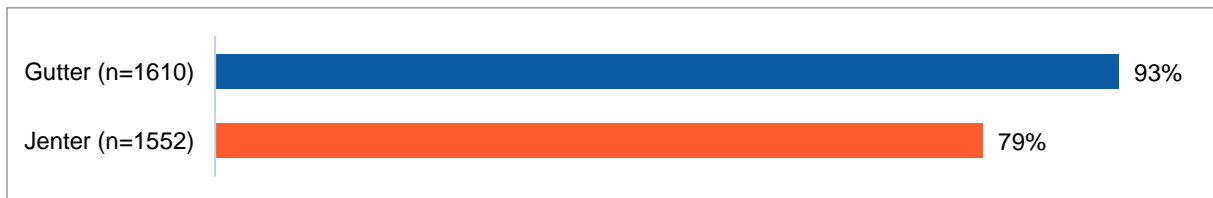
I 2022 svarte 76 prosent at de spilte, og i 2020 svarte 86 prosent at de spilte. Årsaken til endringen sammenlignet med i 2022 kan skyldes spørsmålsformuleringen, og det kan antas at barn som spiller sjeldent, tidligere har svart «nei» på spørsmålet.

Figur 42 – «Gamer/spiller du (for eksempel på pc, mobil, nettbrett eller spillkonsoll som Xbox eller Playstation), og i så fall hvor ofte?». Prosent. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart: 3212.



I årets undersøkelse finner vi at 93 prosent av guttene og 79 prosent av jentene spiller (se figur 43). Tilsvarende tall i 2022 var 92 og 59 prosent. Økningen i andelen jenter som spiller, skyldes trolig endringen i spørsmålsformuleringen: fra et ja-/nei-spørsmål til et hyppighetsspørsmål. Endringen gjør at vi fanger opp de som spiller sjeldent og kanskje ikke anser seg selv som «spillere» i et ja-/nei-spørsmål.

Figur 43 – «Gamer/spiller du (for eksempel på pc, mobil, nettbrett eller spillkonsoll som Xbox eller Playstation), og i så fall hvor ofte?» Prosent. Sammenslåing av kategoriene «daglig», «ukentlig», «månedlig» og «sjeldnere enn månedlig». Brutt ned på kjønn. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



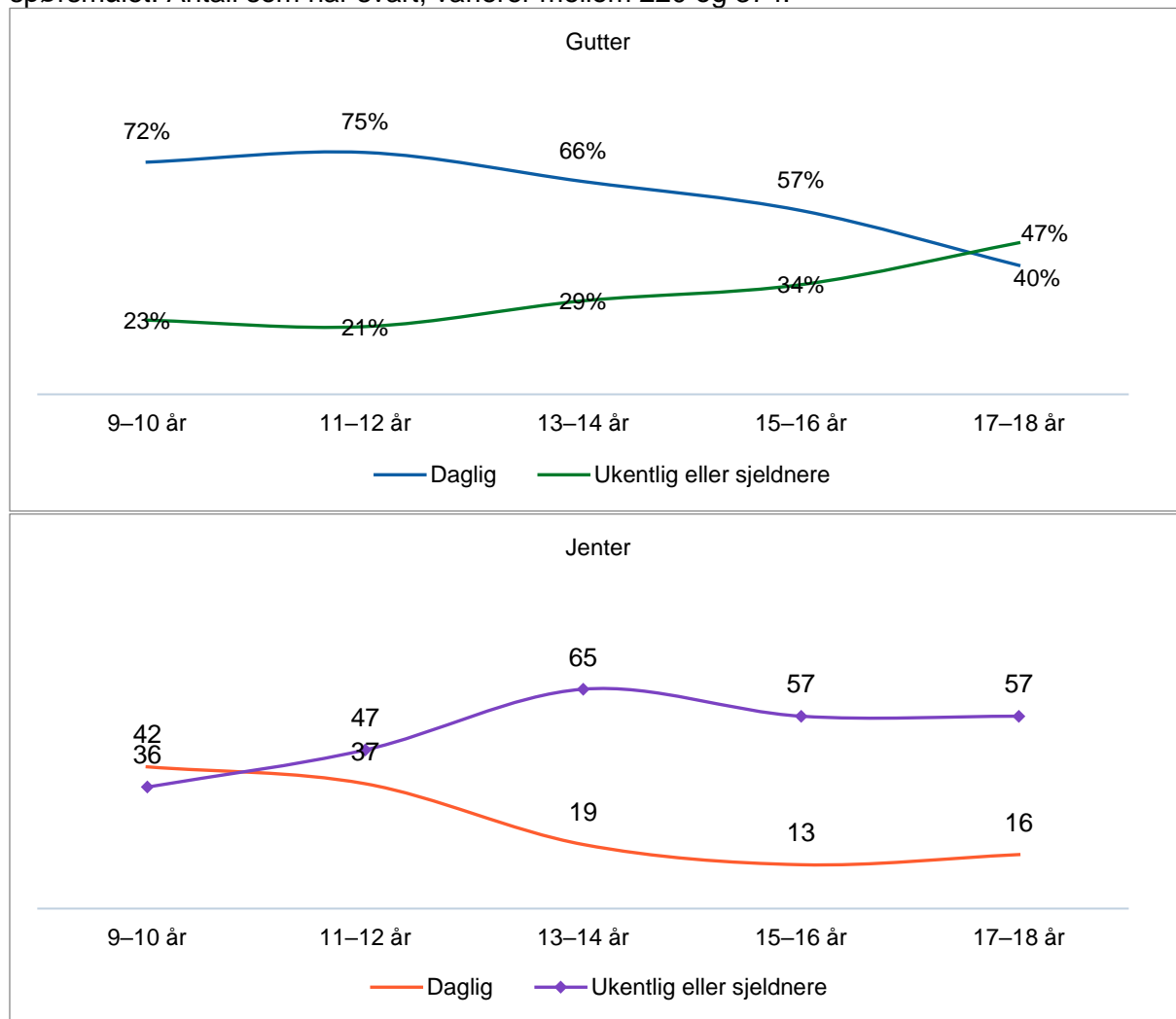
Dette gjelder spesielt jenter i tenårene. Over 70 prosent av jenter i alderen 15–18 år spiller, mens tilsvarende andel i 2022 var under 50 prosent. Vi finner dermed ikke den samme kjønnsforskjellen som tidligere når vi ser på spilling totalt sett, altså at gutter spiller i større grad enn jenter. Likevel finner vi stor forskjell på gutter og jenter når vi ser på hvor *hyppig* de spiller.

63 prosent av guttene spiller daglig, mot 25 prosent av jentene. Figur 44 viser hvor stor andel av gutter og jenter som spiller daglig, og som spiller ukentlig eller sjeldnere, i ulike



aldersgrupper. Ukentlig eller sjeldnere er en sammenslåing av kategoriene «ukentlig», «månedlig» og «sjeldnere enn månedlig».

Figur 44 – «Gamer/spiller du (for eksempel på pc, mobil, nettbrett eller spillkonsoll som Xbox eller Playstation), og i så fall hvor ofte?» Prosent. Kategoriene «ukentlig», «månedlig» og «sjeldnere enn månedlig» er slått sammen. Brutt ned på alder og kjønn. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart, varierer mellom 220 og 374.



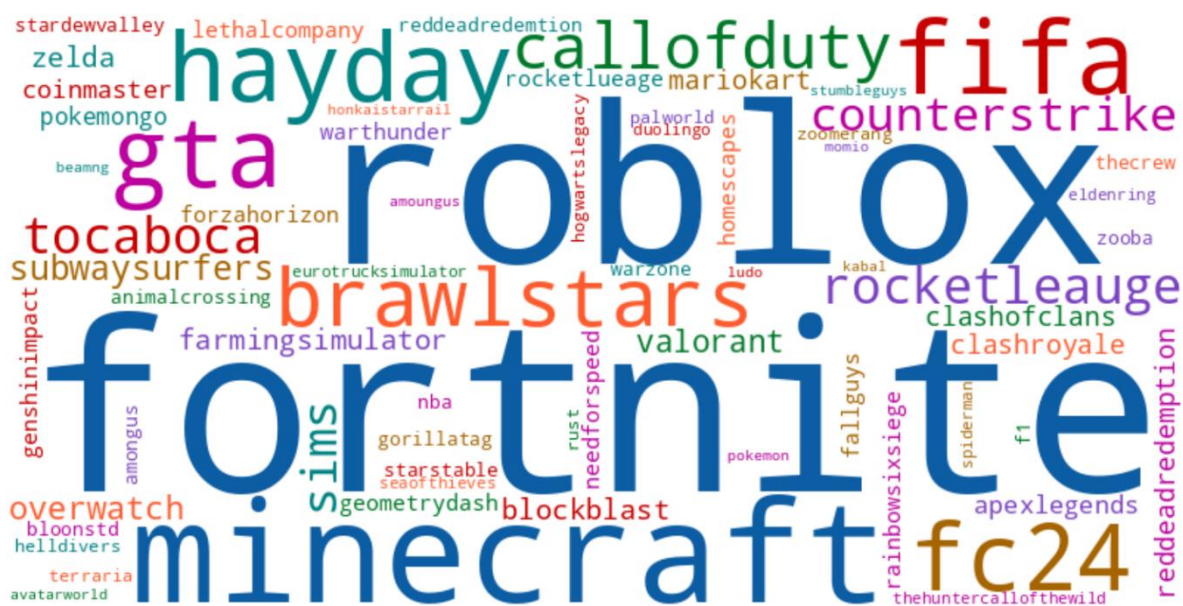
Figuren viser at:

- Blant gutter i alderen 9–12 år spiller over sju av ti *daglig*. Tilsvarende andel for jenter i samme alder er fire av ti.
- Andelen som spiller daglig, synker når barna blir 13–14 år, både for jenter og gutter. Til gjengjeld ser vi at andelen som spiller *ukentlig eller sjeldnere*, øker i denne alderen, både for gutter og jenter. Når barna når tenårene, spiller de altså mindre hyppig. For gutter er det først når de blir 17–18 år at en større andel spiller ukentlig eller sjeldnere enn de som spiller daglig, mens det for jenter allerede gjelder fra 11–12-årsalderen.

Hvilke spill er mest populære?

Alle som oppga å spille spill, fikk et åpent spørsmål hvor de kunne angi hvilke tre spill de spiller mest. Av de som spiller, oppga 83 prosent navn på minst ett spill. Ordskyen viser de mest populære spillene.

Figur 45. «Hvilke spill spiller du mest?». Respondenten kunne oppgi tre svar. Ordskyen er basert på svar fra samtlige i alderen 9–18 år. Svarene er vasket slik at versjoner av spill regnes som det samme (for eksempel «The Sims 4» er kodet «Sims»). Kun svar som er nevnt minimum åtte ganger, er med. Antall som har svart minimum ett spill: 2308.



Fortnite er det mest populære spillet (941 personer nevner dette). Deretter følger Roblox (812 personer) og Minecraft (405 personer). Dette var også de tre mest populære spillene i 2022. Over 100 personer svarer at de spiller FIFA, Hay Day, GTA, FC 24, Brawl Stars og/eller Call of Duty.

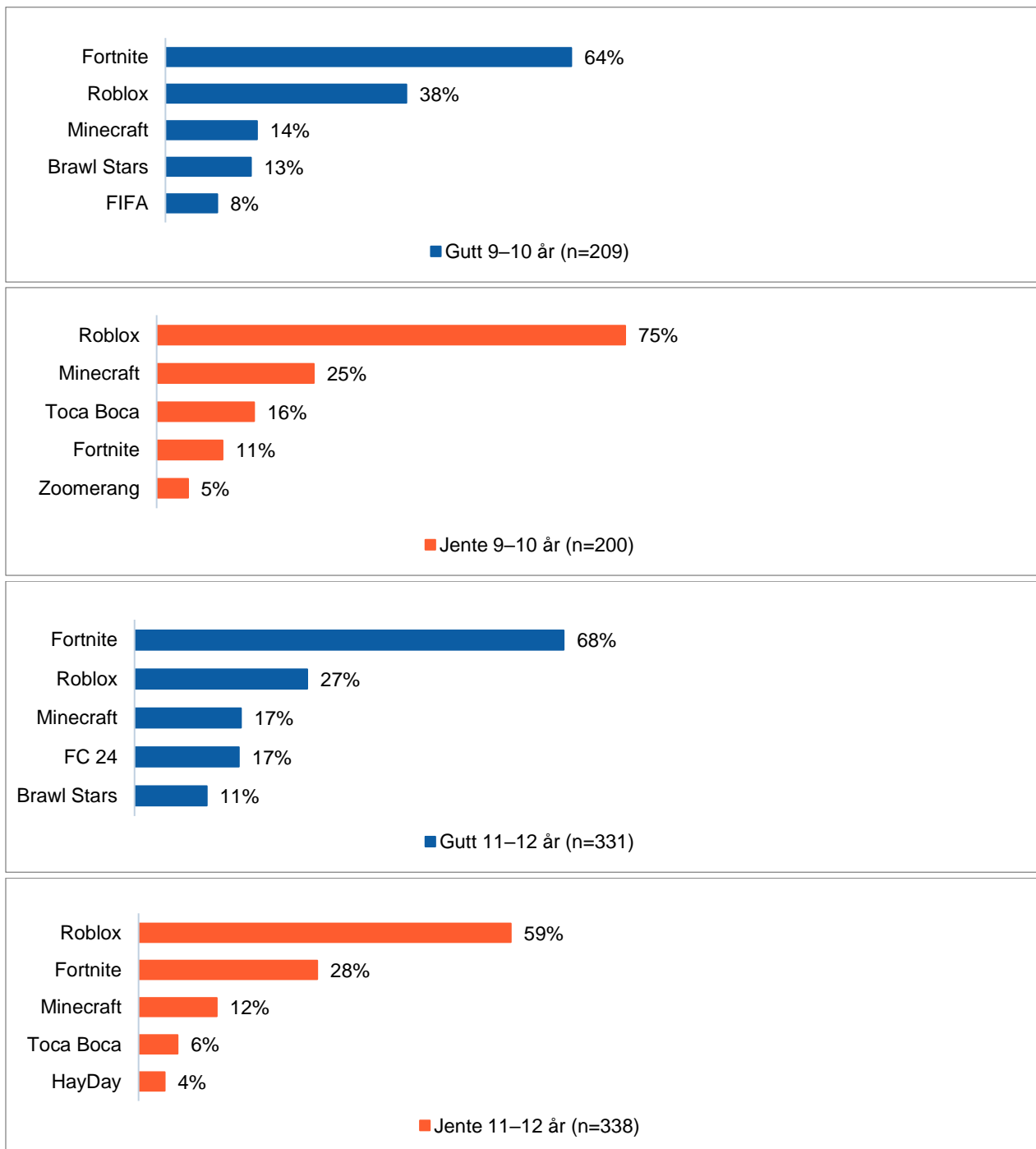
Det er kjønns- og aldersforskjeller i hvilke spill som er mest populære blant barn og unge, og disse framstilles i figur 46. Når barna er yngre, ser vi at det er mindre variasjon i hva de spiller. Mange spiller de samme spillene. Når barna blir eldre, er det derimot færre som oppgir de samme spillene.

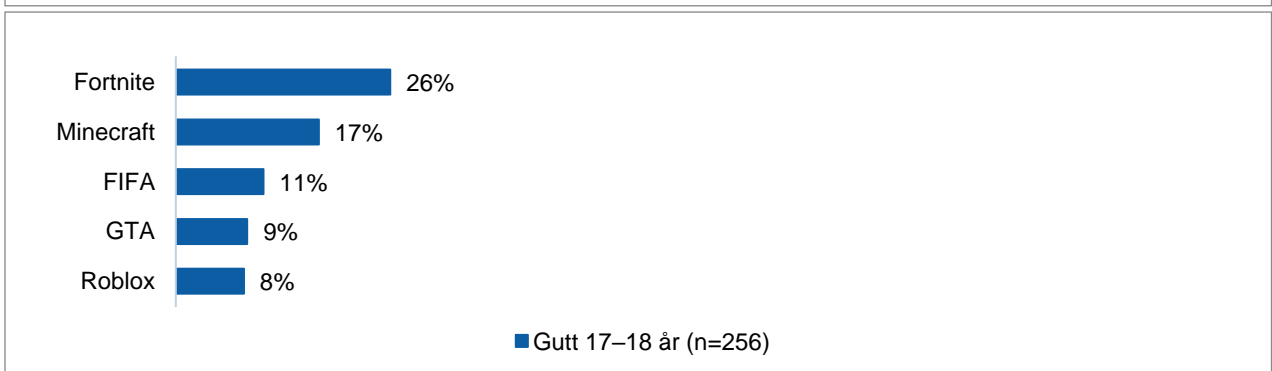
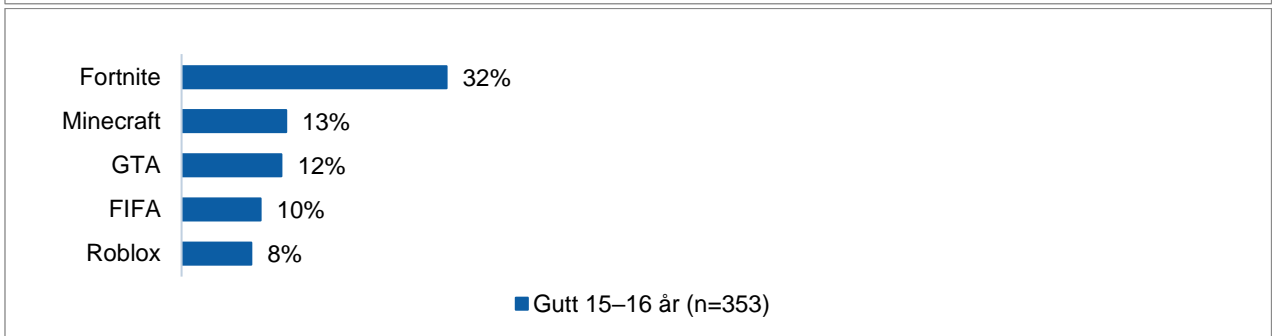
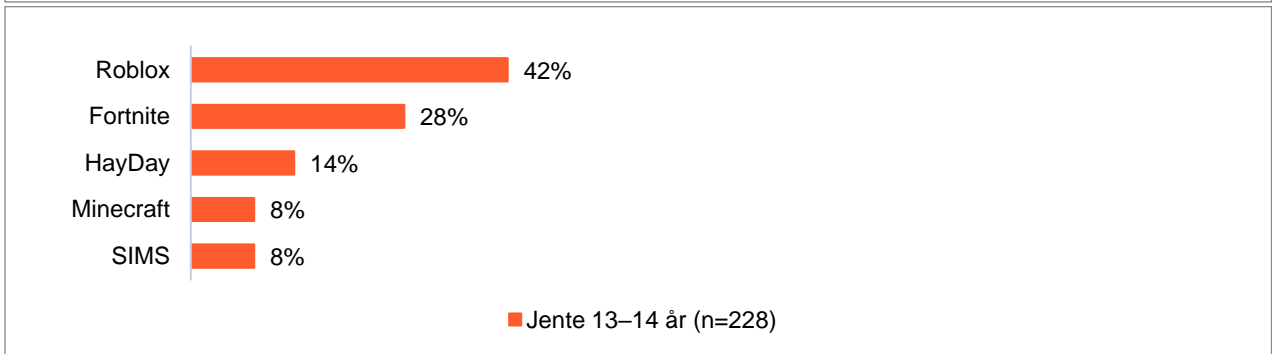
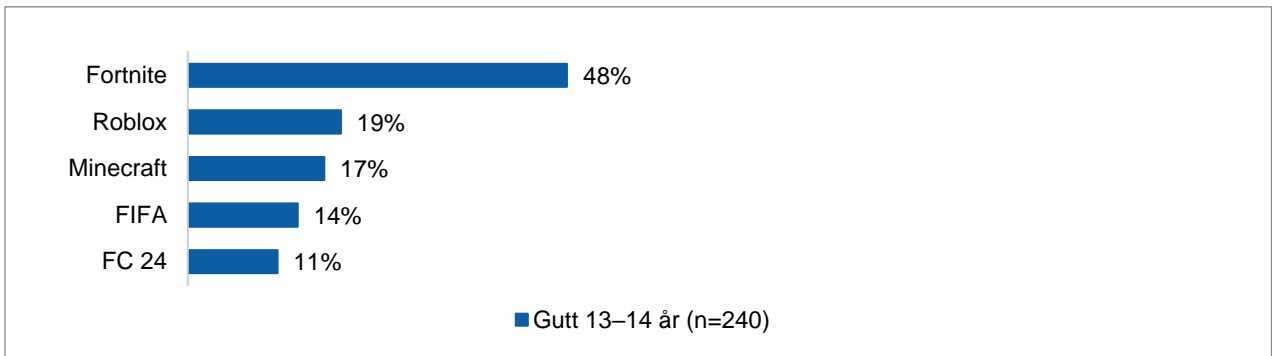
På tvers av alder er Fortnite det mest populære spillet blant gutter. Roblox er nest mest populært blant 9–14 år gamle gutter. Spill som FIFA og GTA blir mer populære etter hvert som guttene blir eldre. Jenter i alle aldersgrupper, med unntak av 17–18-åringene, foretrekker Roblox. Fortnite er også svært populært blant jenter. Spill som SIMS og Hay Day blir mer populært etter hvert som jentene blir eldre. Gutter foretrekker i større grad sportspill (FC24 og FIFA) og bilspill (GTA) enn det jenter gjør.

Sammenlignet med i 2022 er det få forskjeller i hvilke spill de ulike gruppene foretrekker. Counter-Strike har falt ut av topplisten til gutter i alderen 15–18 år, og FC24 har blitt mer populært. I 2022 var også GTA på topp fem-listen til jenter i alderen 15–18 år, men er ikke det i år.



Figur 46 – «Hvilke spill spiller du mest?» Respondenten kunne oppgi tre svar. Svarene er vasket, brutt ned på alder og prosentuert på bakgrunn av hvor mange som spiller. Antall som utgjør basen per gruppe, er oppgitt i parentes.



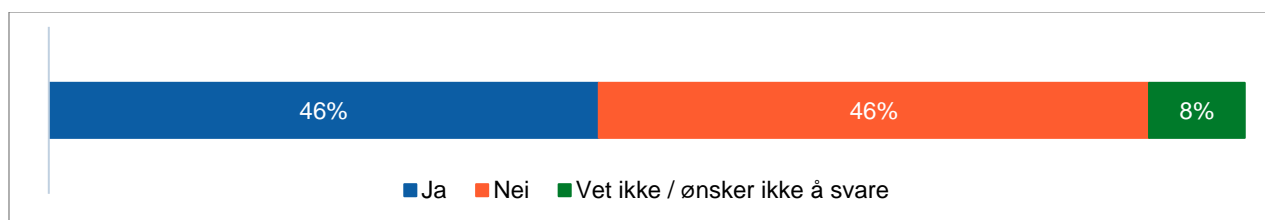




Har yngre barn spilt spill med aldersgrense 18 år?

9–17-åringene som spiller, fikk spørsmål om de har spilt spill med 18-årsgrense. Figur 47 viser at totalt 46 prosent oppgir at de har spilt spill med 18-årsgrense. I 2022 var tilsvarende andel 57 prosent, i 2020 51 prosent.²¹

Figur 47 – «Har du spilt spill med aldersgrense 18 år?» Prosent. 9–17-åringene som oppgir at de spiller, får spørsmålet. Antall som har svart: 2539.

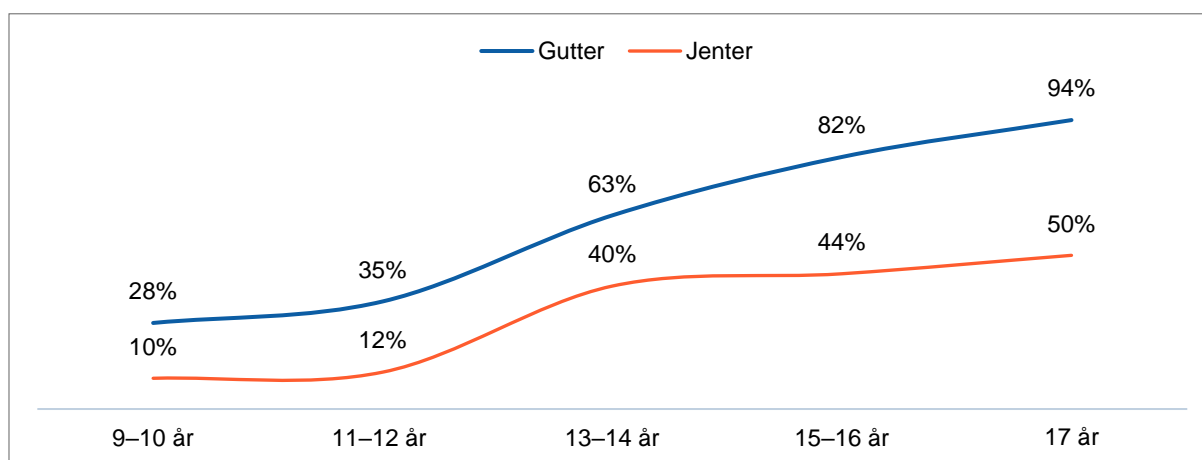


Det er imidlertid store kjønnsforskjeller i hvorvidt barn og unge har spilt spill med 18-årsgrense. Figur 48 viser at flere gutter enn jenter har spilt spill med 18-årsgrense på tvers av alder. Andelen øker med alderen. Blant gutter i 9–10-årsalderen har 28 prosent gjort det, mens blant 13–14-åringene har 63 prosent gjort det. Blant jenter i 9–10-årsalderen har 10 prosent spilt spill med 18-årsgrense, og blant 13–14-åringer har 40 prosent gjort det.

²¹ Endringen kan også skyldes operasjonaliseringen av hvem som spiller, som er endret i år. Vi finner særlig at flere tenåringsjenter spiller, men at dette er sjeldent. Basen for andelen som spiller, er derfor større i årets undersøkelse.



Figur 48 – «Har du spilt spill med aldersgrense 18 år?» Prosent. Andel som svarer «ja», brutt ned på kjønn og alder. 9–17-åringene som oppgir at de spiller, får spørsmålet. Antall som har svart, varierer mellom 173 og 344.



Hvilke opplevelser har barn og unge av spilling?

Respondentene som oppga å spille spill,²² ble bedt om å ta stilling til ulike påstander om spillingen. Påstandene dreier seg om det sosiale aspektet ved spilling, negative opplevelser, tidsbruk, foreldreinvolvering og pengebruk. Noen spørsmål er nye i årets undersøkelse og har erstattet tidligere spørsmål.²³

Figur 49 viser resultatene for hver enkeltpåstand. På et overordnet nivå ser vi at de som spiller, i hovedsak har en positiv opplevelse av det. Over halvparten mener det er sosialt, og få opplever negative hendelser eller at de bruker for mye tid eller penger.

²² Respondenter som svarer at de daglig, ukentlig, månedlig eller sjeldnere enn månedlig, spiller spill.

²³ I årets undersøkelse er denne påstanden endret:

- «Når jeg gamer, får jeg ofte stygge kommentarer» erstatter påstanden «Når jeg gamer, blir jeg ofte lei meg av stygge kommentarer» fra 2022.

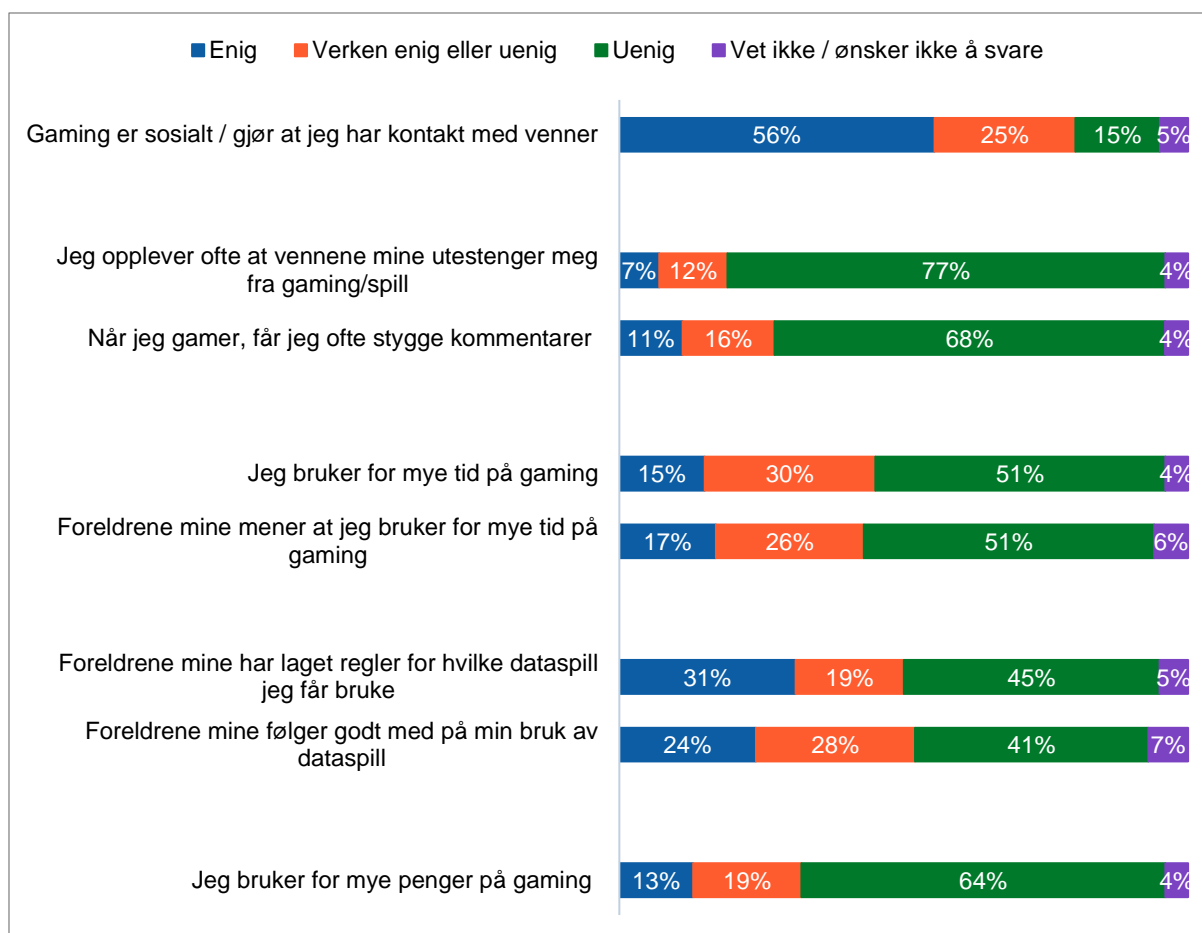
Disse påstandene er lagt til:

- «Foreldrene mine har laget regler for hvilke dataspill jeg får bruke»
- «Foreldrene mine følger godt med på min bruk av dataspill»

Fire påstander er tatt ut.



Figur 49 – «Hvor enig eller uenig er du i påstandene?» Prosent. De som spiller, får spørsmålet. Antall som har svart: 2744.



Videre i kapittelet kommenteres resultatene sammenlignet med målingen i 2022, samt kjønns- og aldersforskjeller for hver enkelt påstand fra figuren over. Figur 50 viser kjønns- og aldersforskjeller for hver påstand. Som tidligere presentert, er det flere gutter enn jenter som spiller daglig, og dette tar vi høyde for i tekstkommentarene.

Gaming er sosialt: 56 prosent av 9–18-åringene som spiller, svarer at spilling er sosialt og at de har kontakt med venner. 15 prosent er uenig.

- I 2022 var 63 prosent enig i dette, og det er altså en nedgang. Dette kan skyldes en endring i operasjonaliseringen av spilling, og at vi fanger de som spiller sjeldnere, kanskje andre typer spill, i tillegg til at flere jenter svarer på spørsmålet.
- Gutter er i større grad enig enn det jenter er (71 mot 37 prosent). Denne kjønnsforskjellen gjelder på tvers av alder og hvor hyppig barna spiller.
- Blant 17–18 åringene er det en lavere andel som er enig i at spilling er sosialt, og at de har kontakt med venner gjennom spilling, enn det er blant de andre aldersgruppene. Både for gutter og jenter er det cirka 10 prosentpoeng færre som er enig i dette blant 17–18-åringene enn blant 9–10-åringene.



Negative opplevelser: 7 prosent svarer at de ofte blir utestengt av vennene sine i spill, og 11 prosent svarer at de ofte får stygge kommentarer.

- I 2022 var det en like stor andel som oppga at de ofte ble utestengt av vennene sine i spill (6 prosent).
- Blant de som spiller ukentlig eller sjeldnere, opplever gutter i noe større grad enn jenter ofte å bli utestengt fra vennene sine i spill (8 mot 6 prosent).
- De yngre barna opplever utestenging i større grad enn de eldre. Blant 9–10-åringene opplever over 10 prosent dette ofte, mens andelen er 5 prosent blant gutter og 1 prosent blant jenter i 17–18-årsalderen.
- Påstanden «Når jeg gamer, får jeg ofte stygge kommentarer» er i årets undersøkelse revidert fra den forrige undersøkelsen. I 2022 var påstanden «Når jeg gamer, blir jeg ofte lei meg av stygge kommentarer». Vi sammenligner derfor ikke resultatene. Revideringen av påstanden er gjort for å kartlegge forekomsten av stygge kommentarer i spill på en bedre måte.
- Det er også flere gutter enn jenter som ofte opplever å få stygge kommentarer når de spiller (16 mot 5 prosent). Kjønnsforskjellen gjelder på tvers av alder og på tvers av hvor hyppig barna spiller.
- Blant gutter er det tendenser til at flere 13–16-åringer ofte får stygge kommentarer sammenlignet med både de yngre og de eldre aldersgruppene. Blant jenter er ikke aldersforskjellen like tydelig.
- Kjønnsforskjellene i disse spørsmålene kan skyldes at gutter og jenter spiller ulike typer spill.

Tidsbruk: 15 prosent er enig i at de bruker for mye tid på gaming, og 17 prosent er enig i at foreldrene mener de bruker for mye tid.

- I 2022 svarte 17 prosent av barn og unge som spiller, at de bruker for mye tid på spilling, og 21 prosent svarte da at foreldrene mente de bruker for mye tid. Det er dermed en svak nedgang på disse områdene fra 2022 til 2024.
- Flere gutter enn jenter er enig i at de bruker for mye tid på spilling (9 mot 20 prosent). Kjønnsforskjellen gjelder på tvers av alder med unntak av 9–10-åringene. Kjønnsforskjellen gjelder også på tvers av hvor hyppig barna spiller.
- Det er ingen aldersforskjeller i andelen som er enig i at de bruker for mye tid på spilling.
- Også når det gjelder påstanden om at foreldrene mener at barna bruker for mye tid på spilling, er det flere gutter enn jenter som er enig (23 mot 11 prosent). Denne kjønnsforskjellen er likevel kun signifikant for barn som spiller ukentlig eller sjeldnere. Det er ingen forskjell mellom gutter og jenter som spiller daglig.
- De yngre barna er i større grad enig i at foreldrene mener de bruker for mye tid på spilling sammenlignet med de eldre barna.

Foreldreinvolvering: De to påstandene om foreldreinvolvering er nye i årets undersøkelse. 31 prosent svarer at foreldrene har laget regler for hvilke dataspill de kan bruke, og 24 prosent svarer at foreldrene følger godt med på barnas bruk av dataspill. Her er det også store andeler som svarer «verken eller», henholdsvis 19 og 28 prosent.

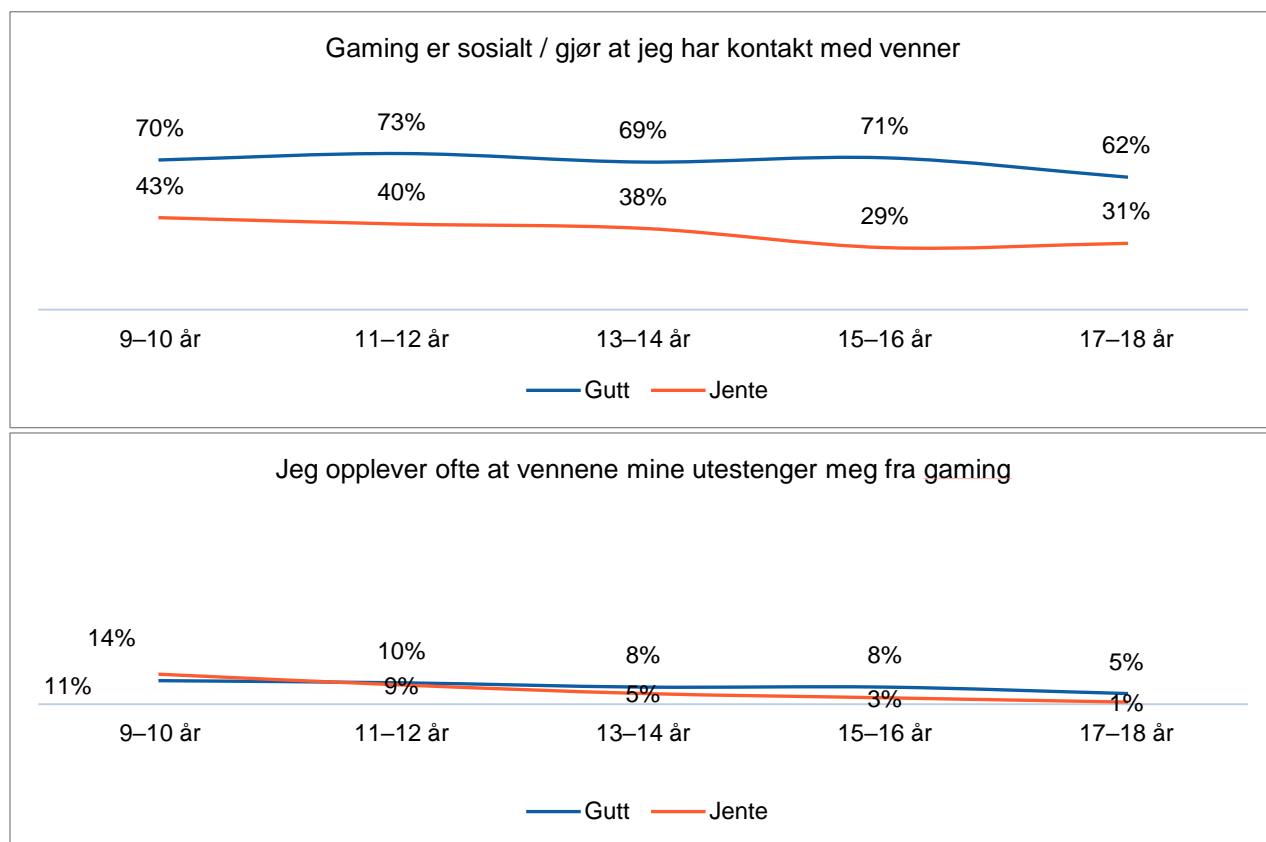


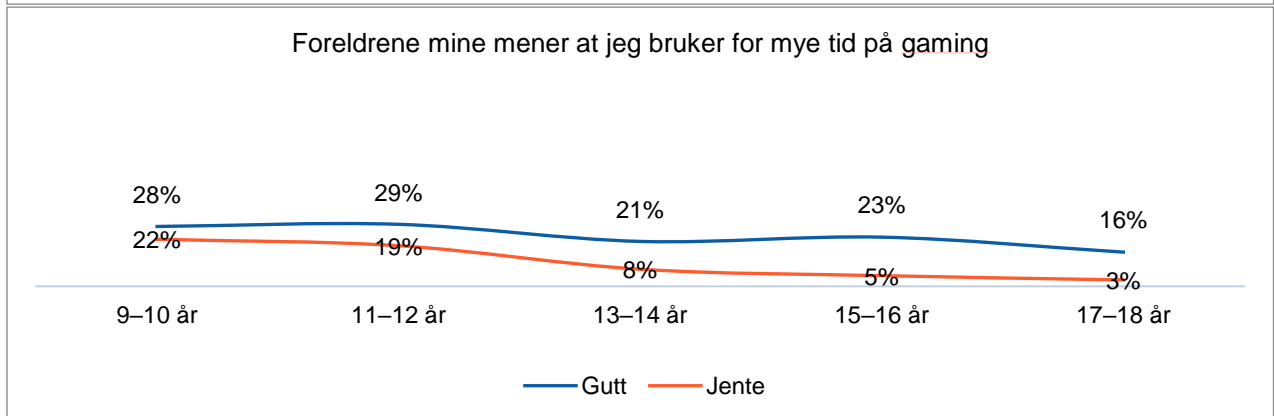
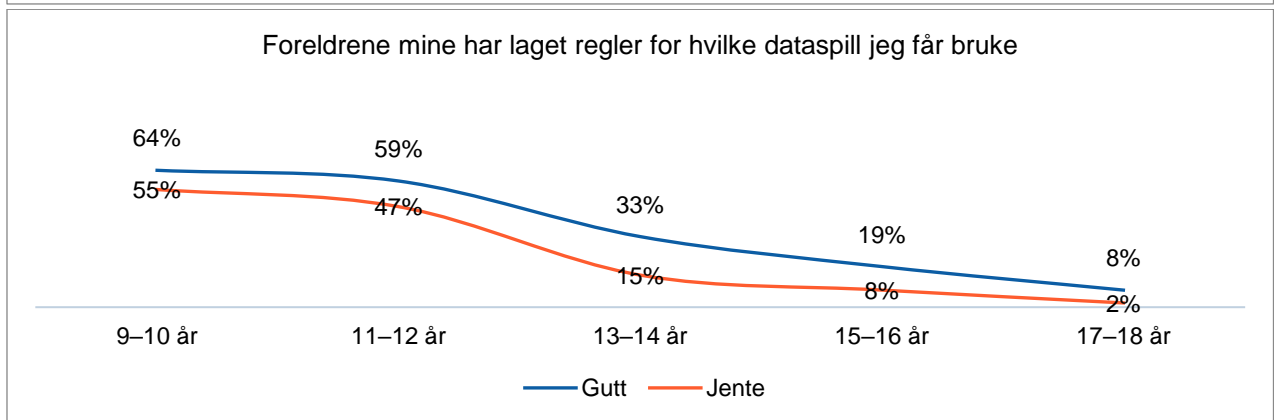
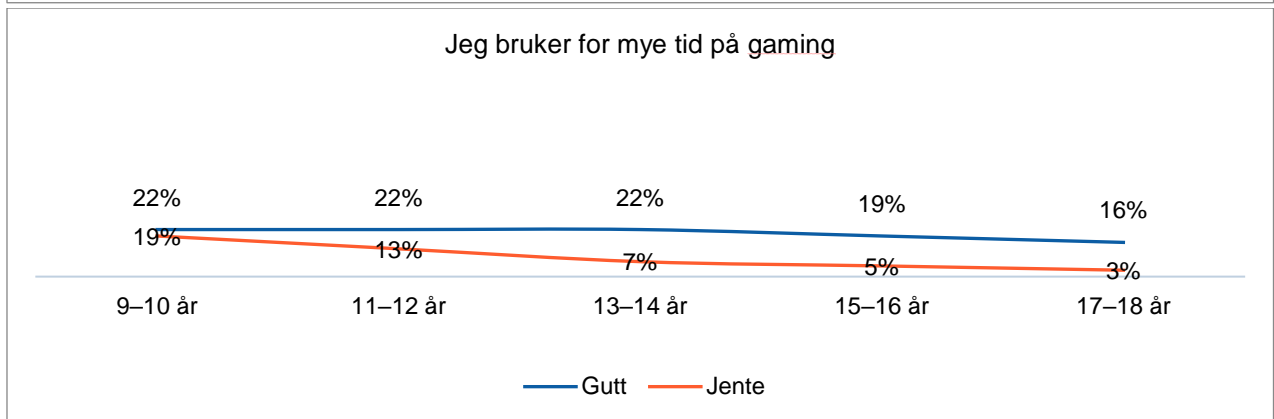
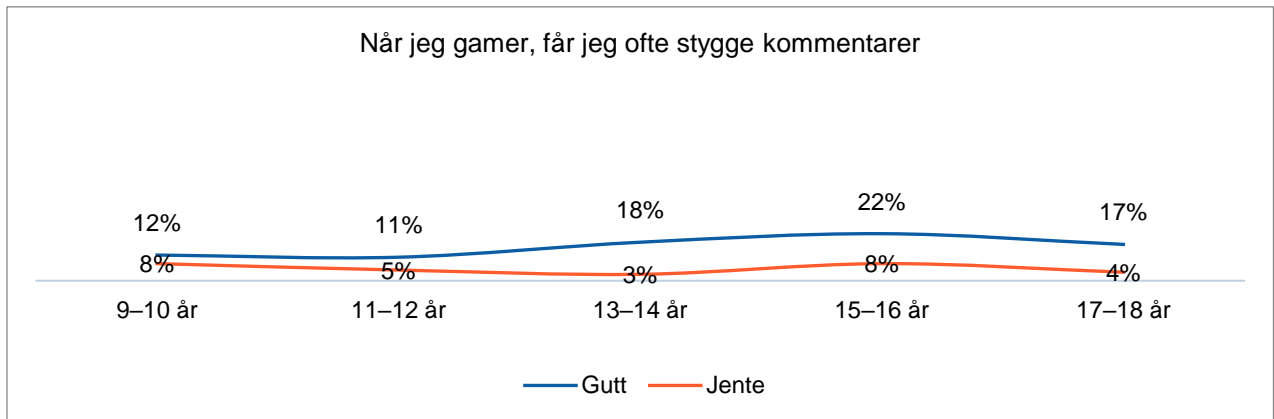
- Det er store aldersforskjeller i spørsmålet om hvorvidt foreldrene har laget regler for hvilke spill barna kan bruke. 65 prosent av guttene på 9–10 år og 55 prosent av jentene i samme alder er enig. Tilsvarende er 8 prosent av guttene og 2 prosent av jentene i alderen 17–18 år enig.
- Det er altså en tydelig kjønnsforskjell for barn som spiller ukentlig eller sjeldnere, og denne gjelder på tvers av alder.
- Også i spørsmålet om foreldrene følger godt med på barnets bruk av dataspill, finner vi tydelige aldersforskjeller. Kjønnsforskjellene er derimot ikke like tydelige. En liten andel flere gutter enn jenter blant de som spiller ukentlig eller sjeldnere, er enig. Det er ingen forskjeller mellom gutter og jenter som spiller daglig.

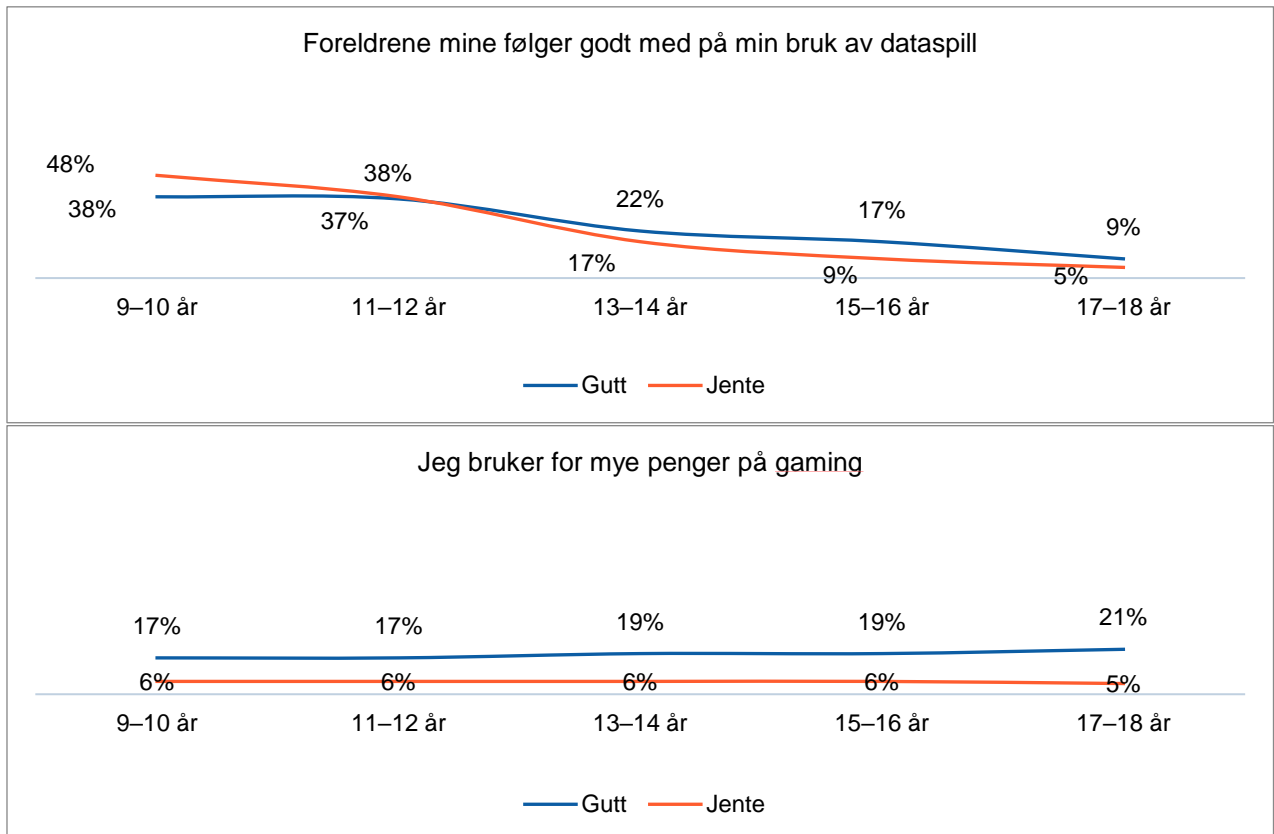
Pengebruk: 13 prosent mener at de bruker for mye penger på spilling.

- Det er ingen endring i andelen som er enig i dette sammenlignet med i 2022.
- Flere gutter enn jenter mener at de bruker for mye penger på spilling. På tvers av alder er det cirka 10 prosentpoeng flere gutter som er enig i dette. Kjønnsforskjellen gjelder uavhengig av hvor hyppig barna spiller. Det er ingen aldersforskjell.

Figur 50 – «Hvor enig eller uenig er du i påstandene?» Prosent. Andel som er «enig», brutt ned på kjønn og alder. De som spiller, får spørsmålet. Antall som har svart, varierer mellom 199 og 377.



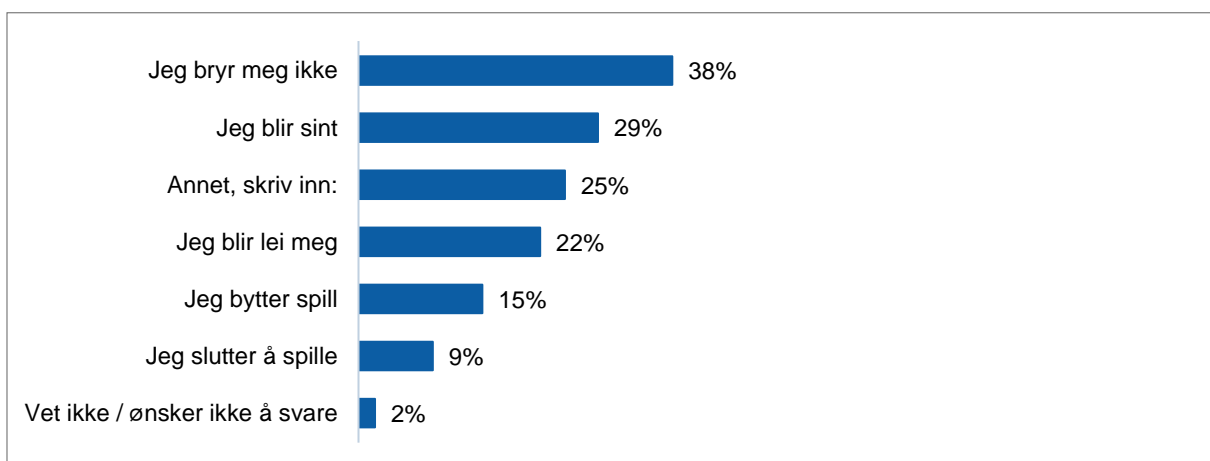




Hvordan opplever barn og unge å få stygge kommentarer når de spiller?

De barna som svarte at de ofte får stygge kommentarer når de spiller/gamer, ble også spurt om hvordan det har påvirket dem. Som tidligere presentert, svarer 11 prosent at de ofte får stygge kommentarer. Flere gutter enn jenter får ofte stygge kommentarer. Figur 51 viser resultatene for hvordan de opplever å få stygge kommentarer.

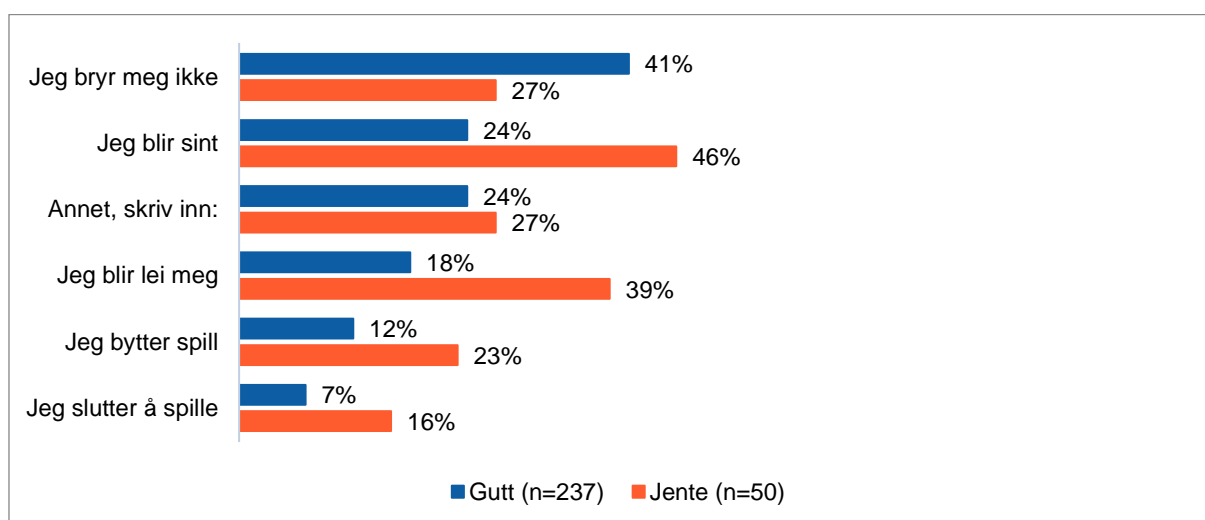
Figur 51 – «Når du har fått kommentarer som du har opplevd som stygge, hvordan har det påvirket deg?» Prosent. Flersvar. Alle som svarer at de enig i påstanden «Når jeg gamer, får jeg ofte stygge kommentarer», får spørsmålet. Antall som har svart: 290.





38 prosent svarer at de ikke bryr seg når de får stygge kommentarer når de spiller. 29 prosent blir sinte, og 22 prosent blir lei seg. 15 prosent bytter spill, og 9 prosent slutter å spille. Det er visse kjønnsforskjeller, men det er få jenter som har svart på dette spørsmålet (se figur 52). Det er flere gutter enn jenter som svarer at de ikke bryr seg. Jenter reagerer i langt større grad enn gutter med å bli sinte eller lei seg.

Figur 52 – «Når du har fått kommentarer som du har opplevd som stygge, hvordan har det påvirket deg?» Prosent. Flersvar. Brutt ned på kjønn. Alle som svarer at de er enig i påstanden «Når jeg gamer får jeg ofte stygge kommentarer», får spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



73 personer noterer et åpent svar. Mange nevner at de skriver noe stygt tilbake, at de synes det er morsomt, eller at de ikke bryr seg.

«Jeg sier kommentarer tilbake, blir ikke lei meg, er ikke noen pyse.» (Gutt, 17 år)

«Vi sier det på kødd så jeg bryr meg ingen ting.» (Gutt, 14 år)

Det er ingen forskjell mellom hvordan de som spiller daglig, og de som spiller ukentlig eller sjeldnere, reagerer. Vi finner likevel tydelige aldersforskjeller. Blant de eldre er det flere som svarer at de ikke bryr seg, enn blant de yngre barna. 9 prosent av 9–10-åringene og 36 prosent av 17–18-åringene bryr seg ikke. Til gjengjeld svarer flere av de yngre barna at de blir lei seg, sinte, at de bytter spill, eller at de slutter å spille.



10 Bruk av mobil og skjerm på skolen

Sammendrag:

I dette kapitlet presenteres en rekke spørsmål om skjerm- og mobilbruk i skolen. Dette temaet er nytt for årets undersøkelse.

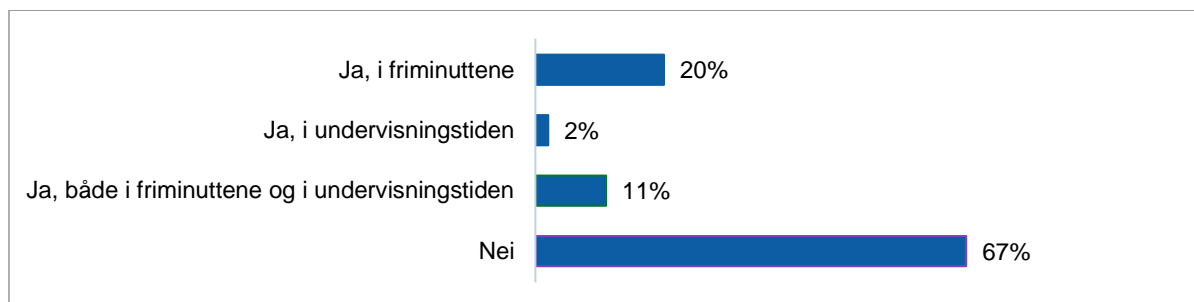
- 67 prosent av barn og unge oppgir at de ikke bruker mobil på skolen, verken i undervisningen eller i friminuttet. Dette gjelder særlig for barne- og ungdomsskoleelever. 38 prosent av elevene ved videregående skoler svarer at de bruker mobilen både i friminuttet og i undervisningen.
- Blant barne- og ungdomsskoleelevene oppgir 72 prosent av elevene at det er mobilforbud i hele skoletiden. Blant elevene ved videregående skoler er det kun 2 prosent som har totalforbud mot mobil, og 53 prosent har mobilforbud i skoletimene.
- 80 prosent av elevene ved videregående skoler som enten har mobilforbud i undervisningen eller ikke har faste regler, svarer at de ikke ønsker strengere regler.
- Jo yngre barna er, jo mer positiv er de til et mobilforbud, og de ser flere fordeler ved begrenset tilgang til mobil. Barneskoleelevene er mest positiv, og elever ved videregående skoler er minst positiv.
- Barneskoleelevene mener i større grad enn elevene ved ungdoms- og videregående trinn at uten tilgang til mobilen på skolen konsentrerer de seg lettere, de presterer bedre på skolen, og det blir mer ro i undervisningen. De svarer også at de snakker mer med medelevene sine, at det blir mindre mobbing, og at de opplever mindre press og stress uten tilgang til mobil.
- Ungdomsskoleelevene og elevene ved videregående skoler mener i større grad enn barneskoleelevene at mobilen er et arbeidsverktøy og at det er upraktisk å ikke ha tilgang til den. De mener også i større grad at mobilen gir dem mulighet til å koble av mellom skoletimene, og at mobilen gir dem en trygghet i sosiale situasjoner.



Bruker barn og unge mobil på skolen?

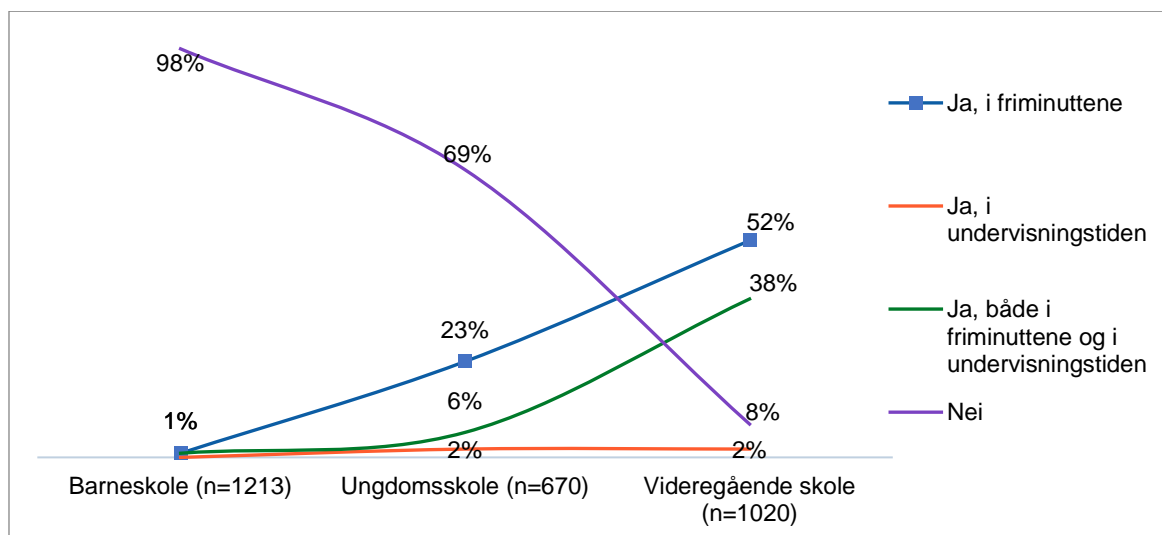
Nytt i årets undersøkelse er at vi spør barn og unge om mobilbruk og mobilregler på skolen. De blir først spurt om de bruker mobil på skolen. Totalt sett svarer 67 prosent at de ikke bruker mobil på skolen (se figur 53). 20 prosent gjør det kun i friminuttene, 11 prosent både i friminuttene og i undervisningen, og 2 prosent i undervisningen.

Figur 53 – «Bruker du mobiltelefon på skolen?». Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart: 2952.



Det er ingen kjønnsforskjeller i mobilbruk på skolen, men ser vi nærmere på hva barn og unge på ulike skoletrinn svarer, finner vi store forskjeller.

Figur 54 – «Bruker du mobiltelefon på skolen?» Prosent. Brutt ned på skoletrinn. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at:

- på barneskolen svarer 98 prosent at de ikke bruker mobil på skolen overhodet.
- på ungdomsskolen svarer 69 prosent at de ikke bruker mobil, 23 prosent at de bruker mobil i friminuttet og 6 prosent at de bruker mobil både i undervisningen og i friminuttet. 2 prosent bruker mobil i undervisningen.
- på den videregående skolen bruker halvparten mobil i friminuttet (52 prosent), og 38 prosent bruker mobil både i friminuttet og i undervisningen. 8 prosent bruker ikke mobil overhodet, og 2 prosent bruker mobil i undervisningen.

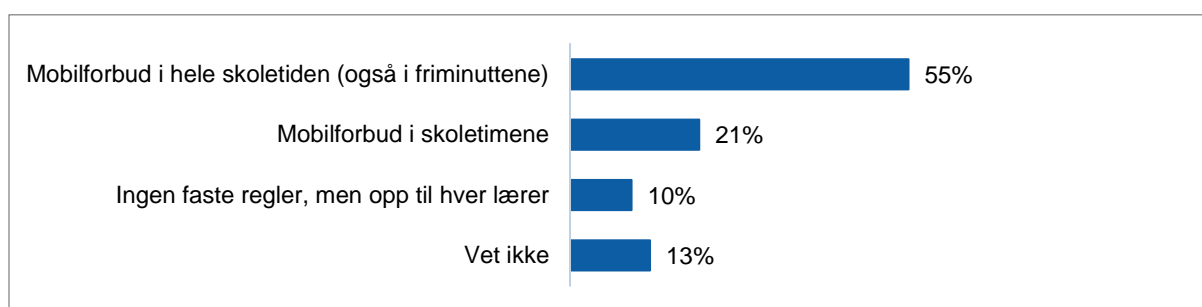


Hvilke mobilregler gjelder i skolene?

9–18-åringene som har tilgang til mobilen (97 prosent, se side 13), blir også spurt om hvilke mobilregler som gjelder på skolen deres. Det spesifiseres at de kan se bort fra når mobilen brukes som arbeidsverktøy.

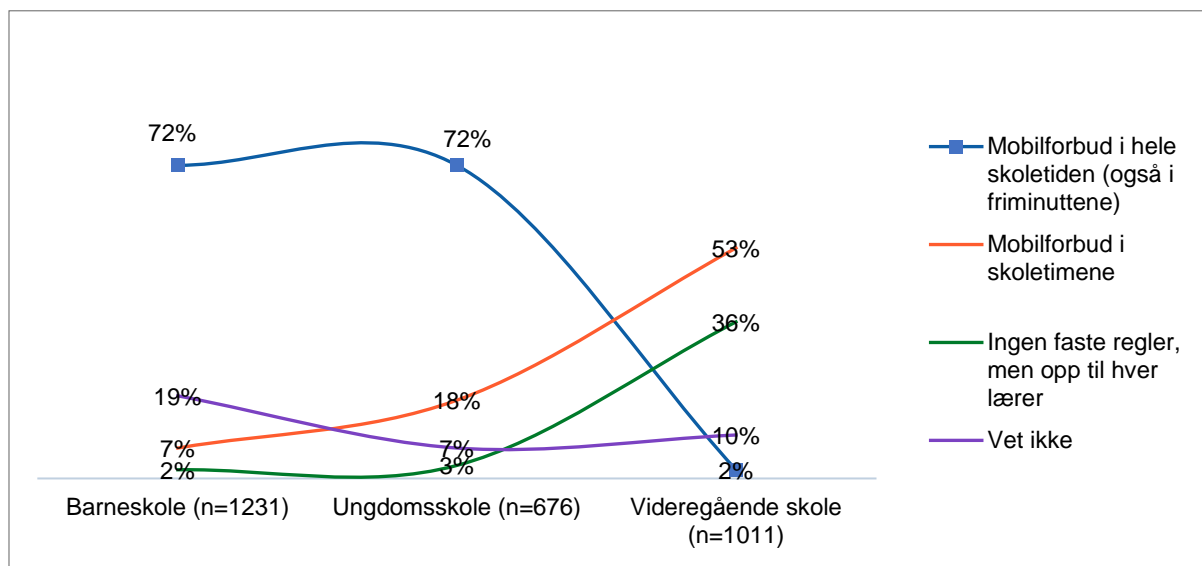
Over halvparten av elevene har et mobilforbud i hele skoletiden (55 prosent). 21 prosent oppgir at de har mobilforbud i skoletimene, og 10 prosent at det ikke er noen faste regler på skolen, men at det er opp til hver enkelt lærer. Hele 13 prosent svarer at de ikke vet.

Figur 55 – «Hvilke mobilregler gjelder på din skole? Du kan se bort fra når mobilen brukes som arbeidsverktøy» Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart: 2968.



Også her er det store forskjeller avhengig av hvilket skoletrinn barna går på.

Figur 56 – «Hvilke mobilregler gjelder på din skole? Du kan se bort fra når mobilen brukes som arbeidsverktøy» Prosent. Brutt ned på skoletype. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at:

- 72 prosent av barneskoleelevene svarer at det er mobilforbud i hele skoletiden. 7 prosent svarer at det er mobilforbud i skoletimene, og 2 prosent at det er opp til hver lærer. Hele 19 prosent svarer at de ikke vet hva slags mobilregler som gjelder.



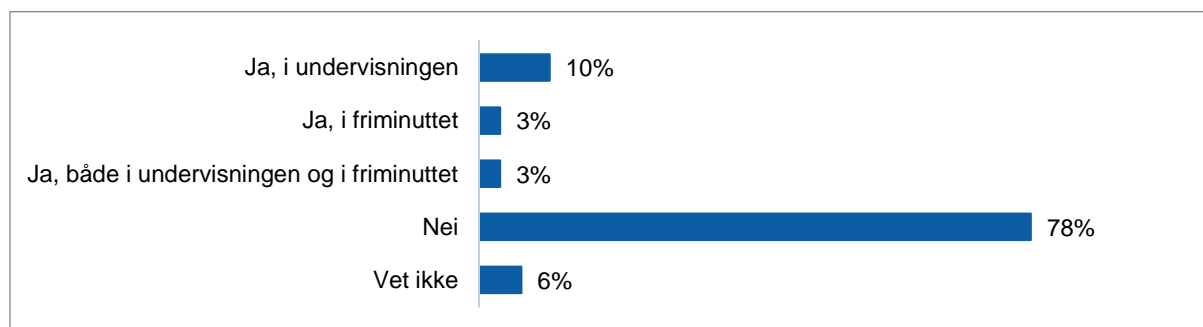
- Også blant elevene på ungdomsskolen svarer 72 prosent at det er mobilforbud i hele skoletiden. 18 prosent svarer at det er mobilforbud i skoletimene, og 3 prosent svarer at det er opp til hver lærer. 7 prosent vet ikke.
- Blant elevene på den videregående skolen svarer kun 2 prosent av elevene at det er mobilforbud i hele skoletiden. Halvparten (53 prosent) svarer at det er mobilforbud i skoletimene, og 36 prosent at det er opp til hver lærer. 10 prosent vet ikke hva slags mobilregler som gjelder på sin skole.

Ønsker elever strengere mobilregler på skolen?

Elevene som svarer at det er mobilforbud i undervisningen eller at det ikke er faste mobilregler, men at det er opp til hver lærer, får spørsmål om de ønsker strengere mobilregler på skolen. Fordi de aller fleste elevene ved barne- og ungdomsskolen oppgir at det er mobilforbud i både undervisningen og i friminuttene, er det få i disse gruppene som har fått dette spørsmålet, og det er i hovedsak elever ved videregående som har svart. 12 prosent av de som har svart, går på barneskolen, 23 prosent på ungdomsskolen og 65 prosent på den videregående skolen.

De aller fleste, 78 prosent, svarer at de ikke ønsker strengere mobilregler (se figur 57). 10 prosent ønsker strengere regler i undervisningen, 3 prosent ønsker strengere regler i friminuttet, og 3 prosent ønsker strengere regler i både undervisningen og i friminuttet.

Figur 57 – «Ønsker du strengere regler for mobilbruk i din skolehverdag?» Prosent. De som svarer at det er mobilforbud kun i undervisningen eller at det ikke finnes mobilregler på skolen, og at det er opp til hver enkelt lærer, får spørsmålet. Antall som har svart: 1179.



Også her er det betydelige forskjeller avhengig av hvilket skoletrinn barna går på:

- Blant elevene på barneskolen (109 respondenter) svarer 64 prosent at de ikke ønsker strengere regler. 10 prosent ønsker strengere regler i både friminuttet og undervisningen, 5 prosent i friminuttet og 4 prosent i undervisningen.
- Blant elevene ved ungdomsskolen (123 respondenter) svarer 81 prosent at de ikke ønsker strengere regler, 8 prosent ønsker strengere regler i undervisningen og 5 prosent i friminuttet.
- Blant elevene ved videregående skoler (906 respondenter) svarer 80 prosent at de ikke ønsker strengere regler. Som presentert tidligere, svarer halvparten i denne gruppen at det er mobilforbud i skoletimene, og 36 prosent svarer at det ikke er faste regler, men at det er opp til hver enkelt lærer. Det er ingen forskjell mellom disse elevene når det gjelder hva slags regler de ønsker seg. 11 prosent ønsker strengere

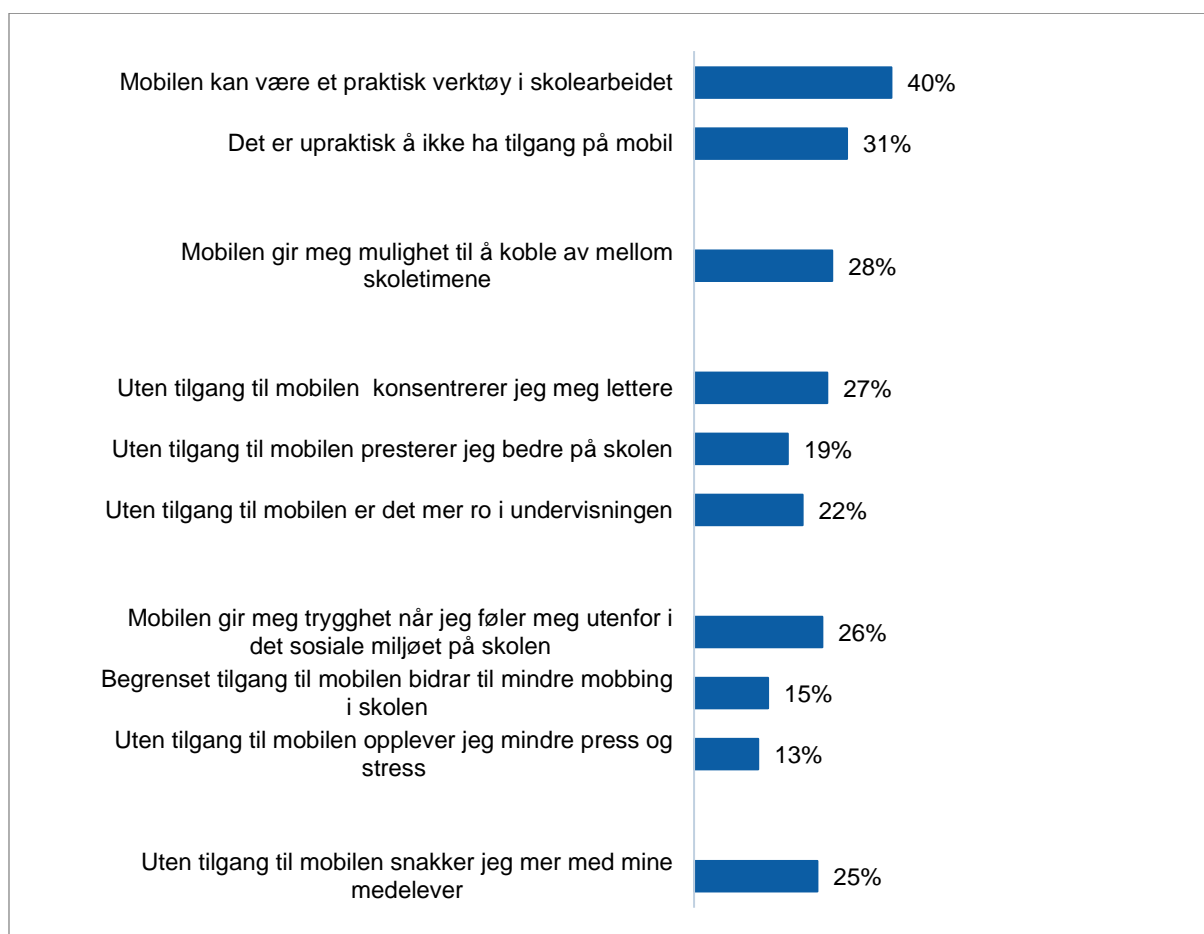


regler i undervisningen, og totalt 3 prosent ønsker seg strengere regler i friminuttet eller i både undervisningen og i friminuttet.

Hvilke opplevelser har barn og unge av mobilbruk på skolen?

9–18-åringene fikk presentert en liste med påstander knyttet til mobilbruk på skolen, og de ble bedt om å angi hvilke påstander de var enig i. Det er verdt å merke seg at vi ikke har kartlagt andelen som er *uenig* i påstandene, kun hvor store andeler som er enig. Påstandene dreier seg om mobilen som arbeidsverktøy, mobilen som avkobling, mobilen som forstyrrende faktor, mobil og mobbing, og mobilen og det sosiale. Totalresultatene framstilles i figur 58. Det er også tydelige kjønns- og aldersforskjeller, og disse framstilles i figur 59 og figur 60, men kommenteres fortløpende.

Figur 58 – «Hvilke av disse påstandene er du enig i?» Prosent. Flersvar. Spørsmålet er stilt til alle. Antall som utgjør base for prosenttuing: 3212.





Mobilen som arbeidsverktøy: 40 prosent av elevene er enig i at mobilen kan være et praktisk verktøy i skolearbeidet. 31 prosent er enig i at det er upraktisk å ikke ha tilgang til mobilen.

- Over dobbelt så mange på videregående trinn som på barneskoletrinnet er enig i at mobilen kan være et praktisk verktøy i skolearbeidet (56 mot 32 prosent). Også et flertall av elevene på ungdomstrinnet er enig i dette (51 prosent).
- Flere jenter enn gutter er enig i at mobilen kan være et praktisk arbeidsverktøy (45 mot 35 prosent).
- Forskjellen mellom trinnene gjør seg også gjeldende i påstanden om at det er upraktisk å ikke ha tilgang til mobilen. Over dobbelt så mange på videregående trinn som på barneskoletrinnet er enig i at det er upraktisk (45 mot 18 prosent). 37 prosent av elevene på ungdomstrinnet er enig i dette.
- Det er også flere jenter enn gutter som er enig i at det er upraktisk å ikke ha tilgang til mobilen (35 mot 27 prosent).

Mobilen som avkobling: 28 prosent er enig i at mobilen gir dem en mulighet til å koble av mellom skoletimene.

- Igjen er det store forskjeller mellom trinnene. 47 prosent på videregående trinn er enig, mens 15 prosent på barneskoletrinnet er det.
- Flere jenter enn gutter er enig i dette (32 mot 23 prosent).

Mobilen som forstyrrende faktor: Uten tilgang til mobilen mener 27 prosent at de konsentrerer seg lettere, 19 prosent mener at de presterer bedre, og 22 prosent mener at det blir mer ro i undervisningen.

- Det er flere elever på barneskoletrinnet enn de andre trinnene som er enig i at det er lettere å konsentrere seg uten mobil: 32 prosent mot 23 prosent på ungdoms- og videregående trinn.
- Flere jenter enn gutter er enig i at de lettere konsentrerer seg uten tilgang til mobilen (31 mot 23 prosent).
- Igjen ser vi at flere elever ved barneskoletrinnet er enig i at de presterer bedre på skolen uten tilgang til mobilen (23 prosent mot 18 prosent på ungdomstrinnet og 13 prosent på videregående trinn).
- Flere jenter enn gutter er enig i at de presterer bedre på skolen uten tilgang til mobilen (21 mot 17 prosent).
- Det er også slik at elever på barneskolen i større grad er enig i at det blir mer ro i undervisningen uten tilgang til mobilen enn det er blant elever ved ungdoms- og videregående trinn (28 mot henholdsvis 20 og 15 prosent).
- Det er også flere jenter enn gutter som er enig i at det blir mer ro i undervisningen uten tilgang til mobilen (25 mot 20 prosent).

Mobil og mobbing: 26 prosent er enig i at mobilen gir dem en trygghet når de føler seg utenfor i det sosiale miljøet på skolen. 15 prosent er enig i at begrenset tilgang til mobilen fører til mindre mobbing, og 13 prosent er enig i at de opplever mindre stress og press uten mobilen.



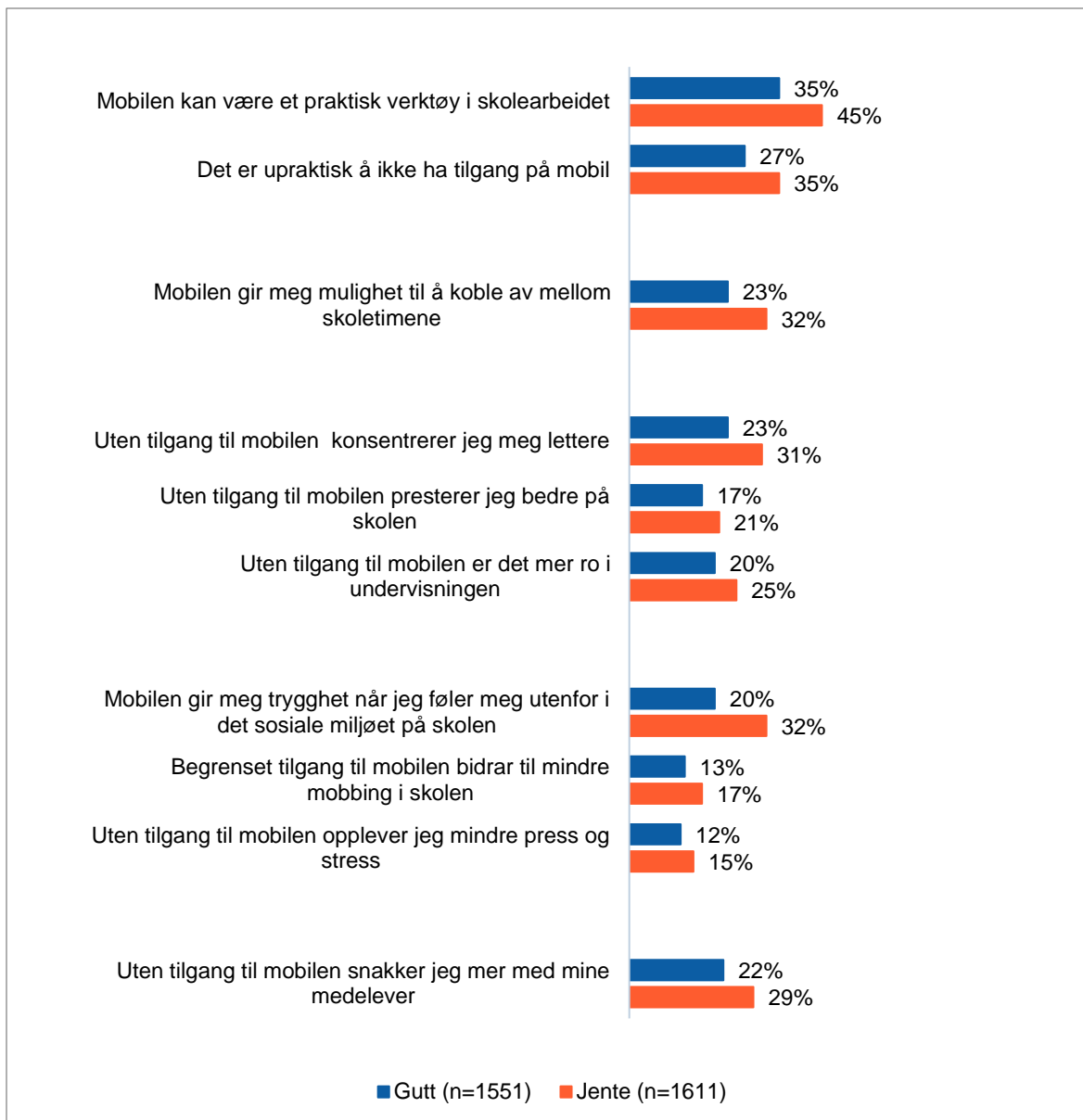
- Flere elever ved videregående- og ungdomstrinnet er enig i at mobilen gir dem trygghet sammenlignet med barneskoleelever. Henholdsvis 37, 31 og 17 prosent er enig.
- Flere jenter enn gutter er enig i at mobilen gir dem en trygghet (32 mot 20 prosent).
- Flere elever ved barneskoletrinnet enn de andre skoletrinnene er enig i at det blir mindre mobbing med begrenset adgang til mobil. 18 prosent på barneskoletrinnet er enig, og tilsvarende andeler for ungdomsskole- og videregående trinnet er 16 og 10 prosent.
- Det er også en noe større andel jenter enn gutter som er enig i at det blir mindre mobbing med begrenset adgang til mobil (17 mot 13 prosent).
- Også når det gjelder å oppleve at det blir mindre stress og press uten mobil, er det forskjeller mellom skoletrinnene. 16 prosent av elevene ved barneskolen er enig, 12 prosent ved ungdomsskolen og 8 prosent på videregående trinnet.
- Det er også en liten andel flere jenter som er enig i at de opplever mindre stress og press uten mobilen, enn gutter (15 mot 12 prosent).

Mobilen og det sosiale: 25 prosent er enig i at de snakker mer med medelever dersom de ikke har tilgang til mobilen.

- Også her finner vi forskjeller mellom elevene ved de ulike trinnene. Flere barne- og ungdomsskoleelever er enig enn elever ved videregående skoler. 27 prosent på barnetrinnet, 26 prosent på ungdomstrinnet og 21 prosent på videregående trinnet er enig.
- Flere jenter enn gutter er enig i at de snakker mer med medelever dersom de ikke har tilgang til mobilen (29 mot 22 prosent).

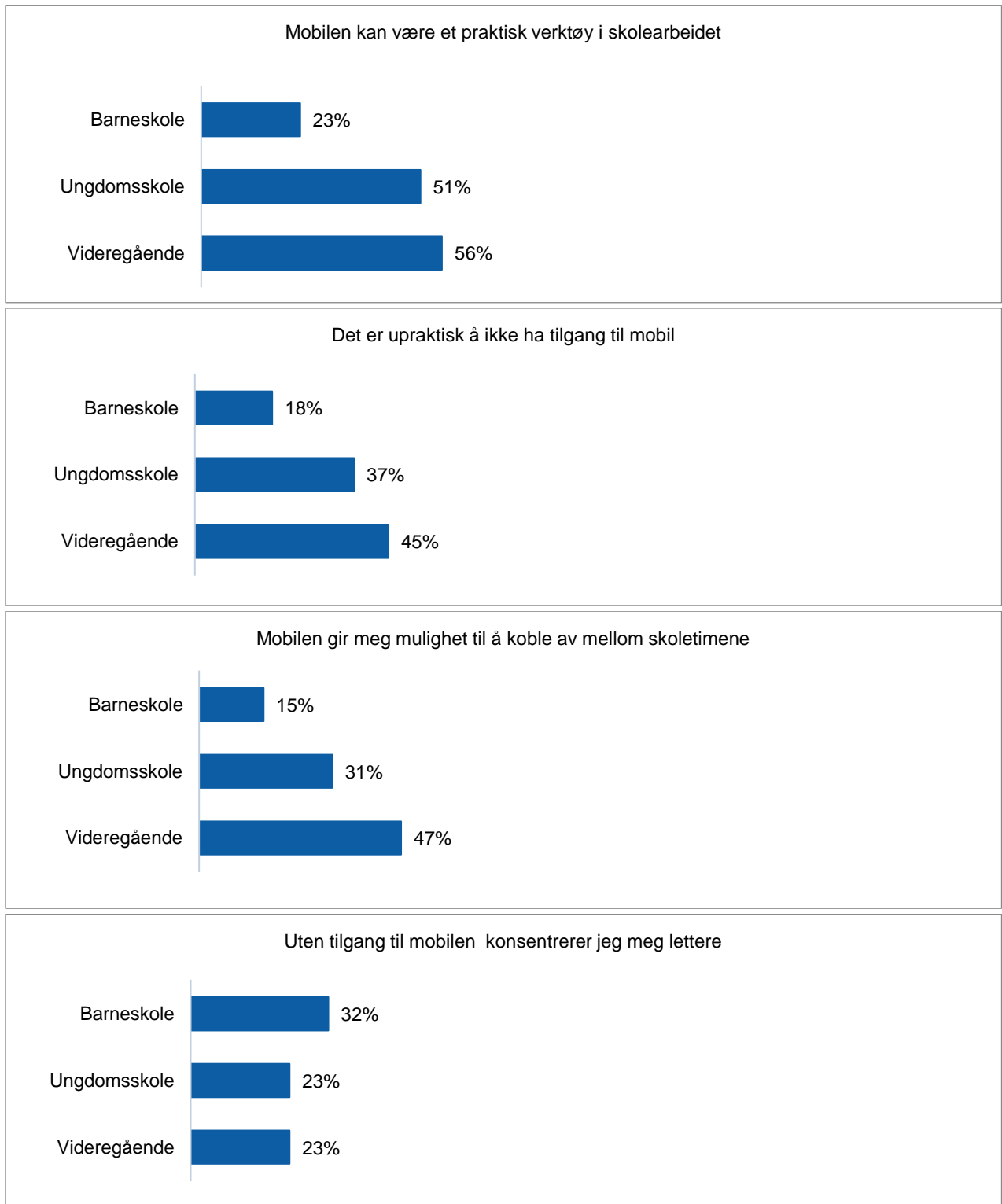


Figur 59 – «Hvilke av disse påstandene er du enig i?» Prosent. Flersvar. Brutt ned på kjønn. Spørsmålet er stilt til alle. Antall som utgjør base for prosentjustering, er oppgitt i parentes.



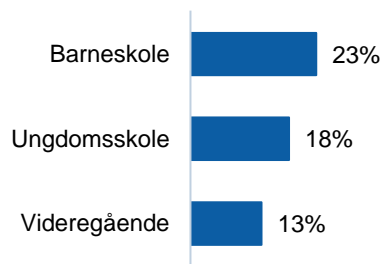


Figur 60 – «Hvilke av disse påstandene er du enig i?» Prosent. Flersvar. Brutt ned på skoletrinn. Spørsmålet er stilt til alle. Antall som utgjør base for prosenttering: barneskole 1334, ungdomsskole 724, videregående skole 1097.

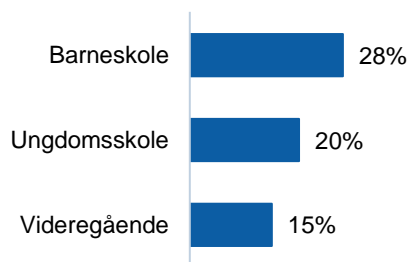




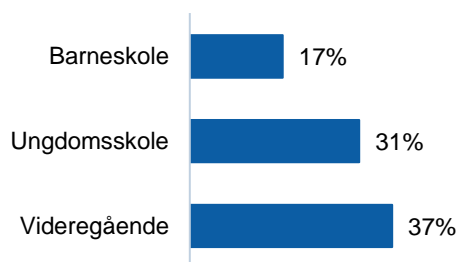
Uten tilgang til mobilen presterer jeg bedre på skolen



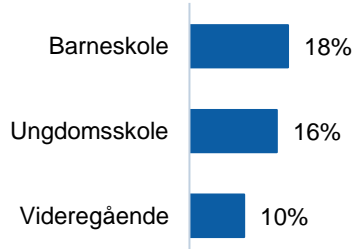
Uten tilgang til mobilen er det mer ro i undervisningen

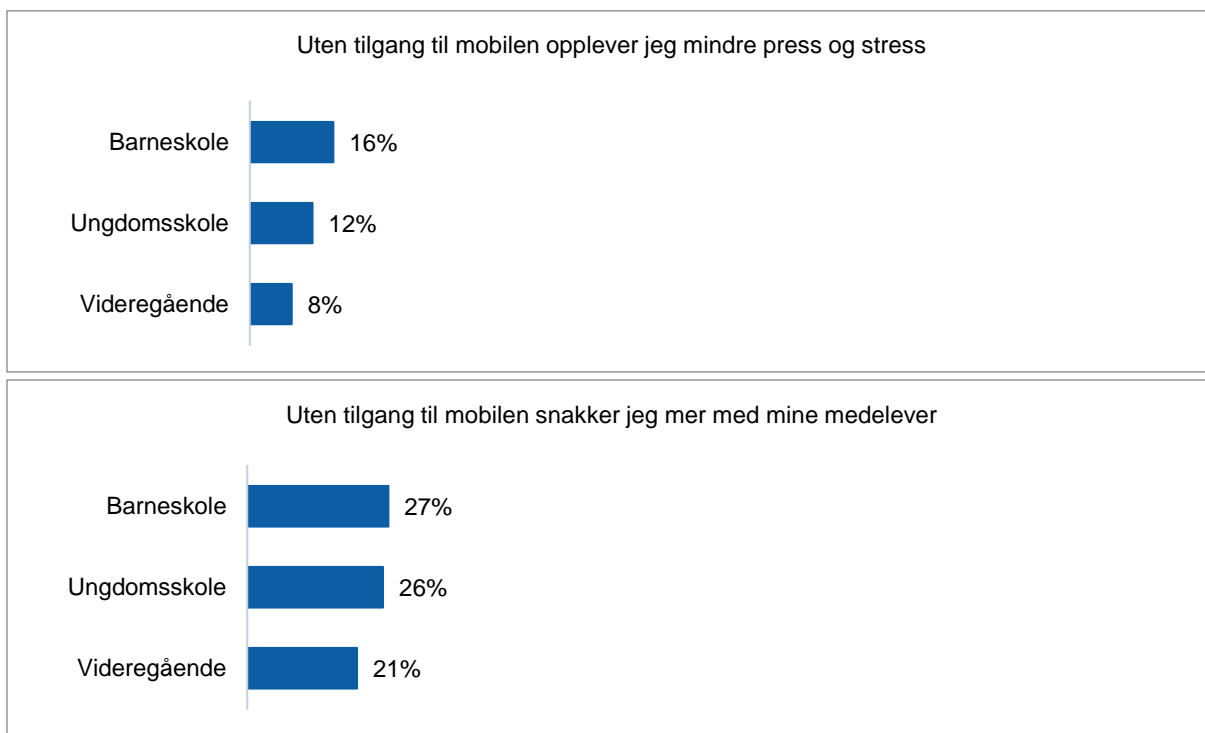


Mobilen gir meg trygghet når jeg føler meg utenfor i det sosiale miljøet på skolen



Begrenset tilgang til mobilen bidrar til mindre mobbing i skolen





Ser vi alle påstandene under ett, finner vi en tydelig aldersforskjell. Barneskoleelever kan anses for å være mer positiv til et mobilforbud og se flere fordeler ved begrenset tilgang til mobilen i skoletiden enn elevene ved ungdomsskolen og den videregående skolen.

Barneskoleelever mener i større grad enn elever ved ungdoms- og videregående trinn at uten tilgang til mobilen på skolen konsentrerer de seg lettere, de presterer bedre på skolen, og det blir mer ro i undervisningen. De svarer også at de snakker mer med medelevene sine, at det blir mindre mobbing, og at de opplever mindre press og stress uten tilgang til mobil.

Ungdomsskoleelever og elever ved videregående skoler mener derimot i større grad enn barneskoleelever at mobilen er et arbeidsverktøy, at det er upraktisk å ikke ha tilgang til den, og at mobilen gir dem mulighet til å koble av mellom skoletimene. De mener også at mobilen gir dem en trygghet. Det er flere elever ved videregående skoler enn ungdomsskoleelever som er enig i dette.

Flere jenter enn gutter er enig i påstandene, uavhengig om påstanden er for eller imot et mobilforbud. Det er med andre ord ikke entydig om det er jenter eller gutter som er mest positiv til et mobilforbud, med utgangspunkt i disse påstandene.



11 Foreldreinvolvering

Sammendrag:

Barn og unge ble spurt om foreldrenes involvering i deres mediebruk. I dette kapittelet presenteres resultater knyttet til hvor mange som får lov til å bruke sosiale medier, om barna får lov til å poste bilder og videoer i sosiale medier, om foreldrene sjekker deres nettaktiviteter, om foreldrenes involvering i tidsbruk, og om foreldrene deler bilder av barna.

- Blant 9–12-åringene får ni av ti lov av foreldrene til å bruke YouTube. Til tross for at det er 13-årsgrense på de fleste sosiale medier, får fire av ti lov til å bruke Snapchat og/eller Messenger, og tre av ti får bruke TikTok. Én av ti får bruke Instagram og Facebook.
- I 2024 får 15 prosentpoeng færre 9–12-åringene lov til å bruke TikTok sammenlignet med i 2022.
- 9–12-åringene som bruker ulike sosiale medier, fikk spørsmål om de får lov til å publisere bilder eller videoer i disse kanalene. Det er en nedgang i andelen som svarer at de får lov til å dele bilder eller videoer på TikTok og Instagram, sammenlignet med i 2022. Likevel får de fleste, om lag sju av ti, som bruker de ulike mediene, lov til å dele.
- Alle barn og unge blir spurt om de vet at foreldrene sjekker ting etter at de har vært på nettet, og vi finner en økning i andelen som svarer at foreldrene sjekker ulike ting, sammenlignet med i 2022. Det fleste foreldre sjekker, er hvilke apper barnet har lastet ned (33 prosent) og kjøp barnet har gjort i apper (32 prosent).
- Flere yngre barn svarer at foreldrene sjekker ting, og andelen som oppgir at foreldrene sjekker, synker betydelig med alder.
- 45 prosent av 9–18-åringene svarer at foreldrene har laget regler for hvilke sosiale medier de kan bruke, mens 36 prosent oppgir at foreldrene følger godt med på deres bruk. Når det gjelder tidsbegrensninger, sier et flertall at foreldrene *ikke* har laget regler for hvor mye tid de kan bruke på sosiale medier (60 prosent), YouTube (67 prosent) og dataspill (59 prosent).
- Blant 9–18-åringene er det flest 11–12-åringene som svarer at foreldrene følger med på mediebruken deres, og at de har laget regler for bruk og tidsbruk. Denne andelen synker med alderen.
- Om lag to av ti barn og unge svarer at de har profiler på sosiale medier som foreldrene ikke vet om, og de bruker apper som foreldrene ikke kjenner til, for å kontakte venner.
- 11 prosent av 9–18-åringene svarer at foreldrene ofte har delt bilder av dem i løpet av det siste året, og 56 prosent svarer at foreldrene har gjort det noen ganger.
- 25 prosent av barn og unge har bedt foreldre om å slette bilder eller videoer foreldrene har lagt ut av dem i sosiale medier, og 13 prosent har bedt foreldrene om å slette informasjon de har lagt ut om barna på nettet.

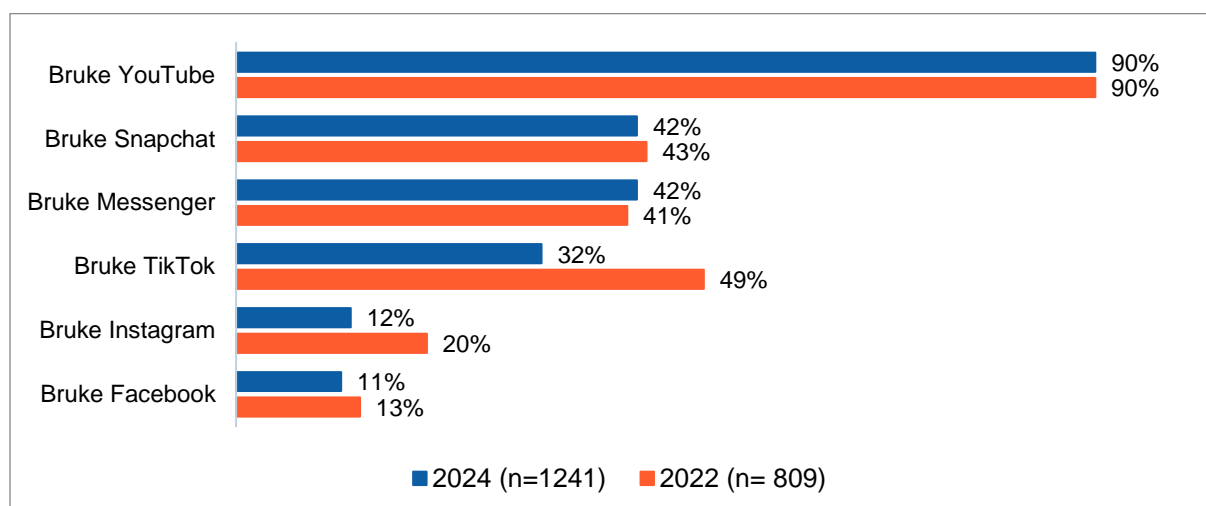


Får barn i alderen 9–12 år lov til å bruke sosiale medier?

9–12-åringene fikk ulike spørsmål knyttet til foreldrenes involvering i hva de foretar seg på nettet,²⁴ deriblant om de får lov av foreldrene å bruke ulike sosiale medier. Som tidligere påpekt er det på samtlige av disse mediene (med unntak av YouTube) 13-årsgrense. De aller fleste, 90 prosent, får lov til å bruke YouTube. Fire av ti får lov til å bruke Snapchat og/eller Messenger, og 32 prosent får bruke TikTok. Én av ti får bruke Instagram og Facebook.

Det er ingen endringer fra 2022 i andelen 9–12-åringer som svarer at de får lov til å bruke YouTube, Snapchat, Messenger eller Facebook. Sammenlignet med 2022 er det derimot 17 prosentpoeng færre som får lov til å bruke TikTok, og 8 prosentpoeng færre som får lov til å bruke Instagram i 2024.

Figur 61 – «Får du lov av dine foreldre til å gjøre dette på nett?» Prosent. Andel som har svart «Ja». Sammenligning av år. 9–12-åringer er spurt. Antall som har svart per år, er oppgitt i parentes.

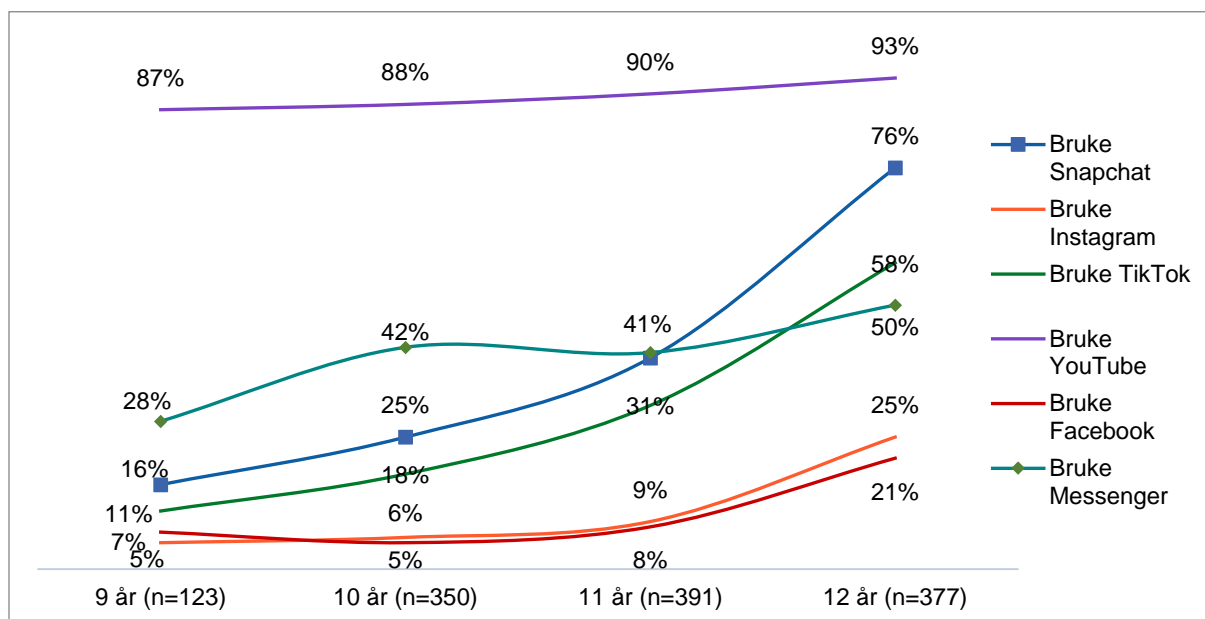


Det er ingen tydelige kjønnsforskjeller i om barna får lov til å bruke de ulike sosiale mediene, med unntak av YouTube. Totalt sett får 94 prosent av guttene i alderen 9–12 år lov til å bruke YouTube mot 85 prosent blant jentene i samme alder. Det kan være noe av årsaken til kjønnsforskjellen vi ser i denne aldersgruppen i bruken av YouTube (86 prosent blant gutter og 79 prosent blant jenter). Det er likevel tydelige aldersforskjeller.

²⁴ Grunnet endring i filteret har spørsmålene blitt stilt til 9–12-åringer og ikke til 13-åringer. For å sammenligne med resultater fra 2022 benyttes derfor rådataene fra 2022 hvor 13-åringene ekskluderes. Resultatene for 2022 vil derfor ikke stemme overens med det som er presentert i 2022-rapporten.



Figur 62 – «Får du lov av dine foreldre til å gjøre dette på nett?» Prosent. Andel som svarer «ja». Brutt ned på alder. 9–12-åringene er spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



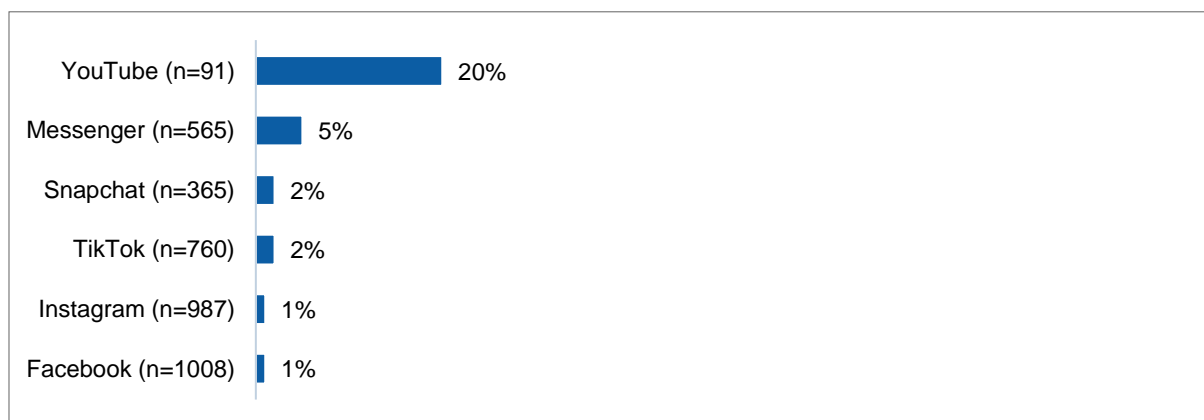
Figuren viser at:

- selv blant de yngste barna får de aller fleste lov til å bruke YouTube. 87 prosent av 9-åringene får lov til det.
- andelen som får lov til å bruke Messenger, er noe lavere blant de yngste barna. 28 prosent av 9-åringene får lov til det mot 50 prosent av 12-åringene.
- hvor stor andel barn som får lov til å bruke Snapchat og TikTok, er nokså likt på tvers av alder, selv om en noe høyere andel får lov til å bruke Snapchat. Blant 9-åringene får henholdsvis 16 og 11 prosent lov til å bruke TikTok og Snapchat, mens 76 og 58 prosent blant 12-åringene får lov. Snapchat er det sosiale mediet flest barn i 12-årsalderen får lov til å bruke.
- også andelen som får lov til å bruke Facebook og Instagram, er nokså lik på tvers av alderen. Fra barna er 9–11 år får under 10 prosent lov til å bruke disse mediene. Når barna blir 12 år, får henholdsvis 21 og 25 prosent lov.

Det er også interessant å se nærmere på hvorvidt barna som svarer at de *ikke* får lov til å bruke disse mediene, faktisk gjør det. Figur 63 viser hvor stor andel av barna som svarer at de ikke får lov til å bruke de ulike tjenestene, som likevel oppgir å gjøre det. Det er svært få som bruker tjenestene uten at de får lov av foreldrene, særlig når det gjelder Messenger, Snapchat, TikTok, Instagram og Facebook (5 prosent eller færre). Det er noe flere som svarer at de bruker YouTube selv om de ikke får lov (20 prosent). Som tidligere vist, får likevel de aller fleste lov til å bruke YouTube.



Figur 63 – «Bruker du noen av disse?» Prosent. Andel av 9–12-åringene som ikke får lov til å bruke tjenesten, men som svarer at de gjør det. Antall som ikke får lov til å bruke hver tjeneste, er oppgitt i parentes.

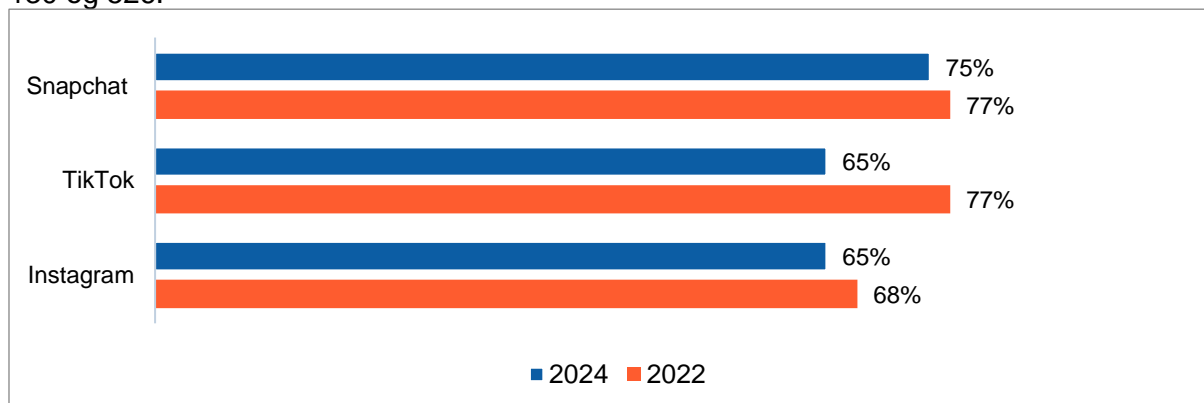


Får barn i alderen 9–12 år lov til å dele bilder og videoer?

Barn i alderen 9–12 år som oppgir å bruke de sosiale mediene Instagram, Snapchat og/eller TikTok,²⁵ fikk også spørsmål om hvorvidt de fikk lov av foreldrene å dele bilder eller videoer i disse mediene. De aller fleste som bruker de ulike mediene, får lov. 75 prosent av Snapchat-brukerne, 65 prosent av TikTok-brukerne og 65 prosent av Instagram-brukerne får lov av foreldrene å dele bilder eller videoer. Det er verdt å merke seg at mellom 12 og 13 prosent svarer at de ikke vet om de får lov.

Sammenlignet med 2022 er det få endringer i hva barna svarer. En like stor andel får lov til å legge ut bilder eller videoer på Snapchat og Instagram i år. Det er en nedgang på 12 prosentpoeng i andelen som svarer at de får lov til å legge ut videoer på TikTok.

Figur 64 – «Får du lov av dine foreldre til å dele bilder eller videoer på ...?» Prosent. Brutt ned på alder. 9–12-åringene som bruker den spesifikke tjenesten, får spørsmålet om den. Antall som bruker hver enkelt tjeneste per år, og har svart på spørsmålet, varierer mellom 130 og 526.



²⁵ Grunnet en endring i filteret har spørsmålene blitt stilt til 9–12-åringene og ikke til 13-åringene. For å sammenligne med resultater fra 2022 benyttes derfor rådataene fra 2022 hvor 13-åringene ekskluderes. I 2020 ble dette spørsmålet stilt til alle.

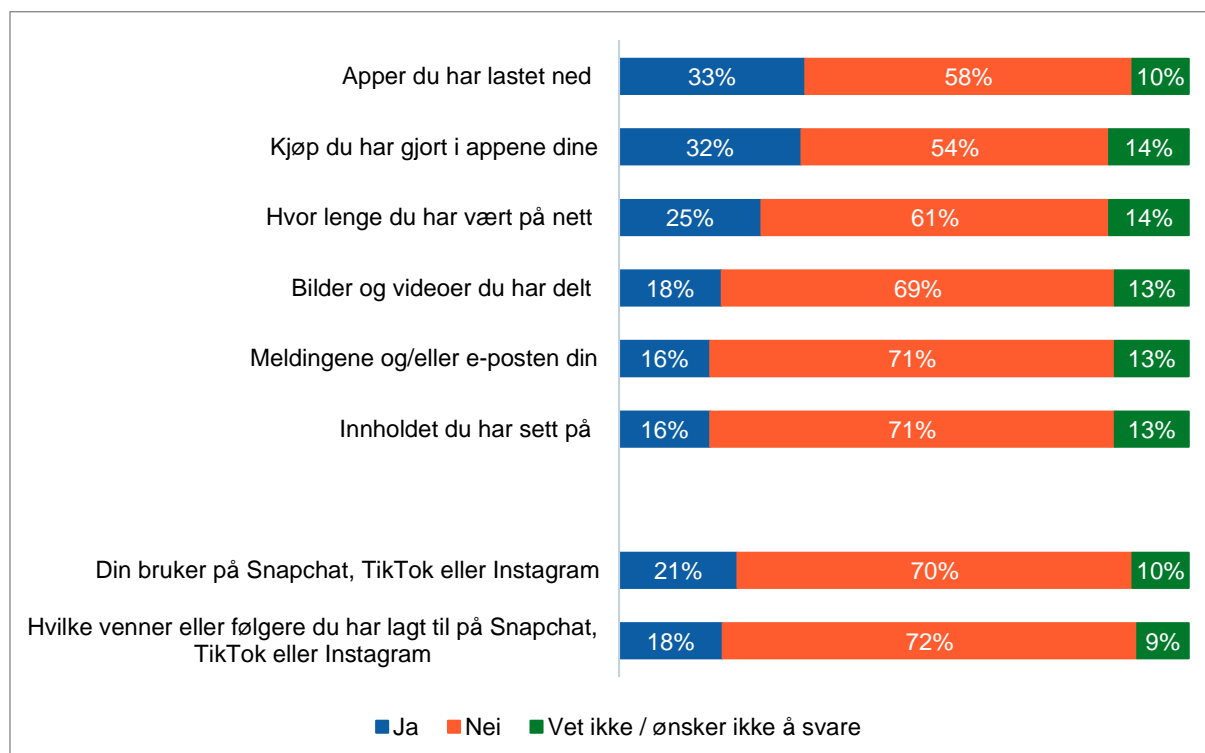


Fordi det er såpass få 9–12-åringar som bruker disse tjenestene (særlig i den yngste aldersgruppen), framstiller vi ikke nedbrytninger på alder. Det er likevel tendenser til at jo eldre barna blir, jo flere får lov av foreldrene til å dele bilder eller videoer i disse sosiale mediene. Vi finner heller ingen tydelige kjønnsforskjeller.

Sjekker foreldrene barnets nettbruk?

Alle barn og unge i alderen 9–18 år ble spurt om foreldrene deres pleier å sjekke hva de har gjort på nettet. Barn og unge som oppgir å bruke Snapchat, Instagram, Facebook eller TikTok, blir også spurt om foreldrene sjekker brukeren deres og venner eller følgere i sosiale medier. Det er viktig å være klar over at foreldrene kan sjekke disse tingene uten at barna vet det. Resultatene her baserer seg kun på hva barna svarer.²⁶ Figur 65 viser resultatene.

Figur 65 – «Sjekker foreldrene dine dette etter at du har vært på nett?» Prosent. Alle har blitt spurt (med unntak av påstandene om foreldrene sjekker brukeren og vennene/følgerne, hvor kun de som bruker de vanligste sosiale mediene, har svart). Antall som har svart på de generelle spørsmålene, er 3102. 2351 har svart på spørsmålene om sosiale medier.



²⁶ I Foreldre og medier-undersøkelsen blir foreldrene spurt om de sjekker disse tingene.



Tre av ti 9–18-åringene svarer at foreldrene sjekker hvilke apper de har lastet ned (33 prosent), og hvilke kjøp de har gjort i appene sine (32 prosent). 25 prosent av barna svarer at foreldrene sjekker hvor lenge de har vært på nettet, og i underkant av to av ti svarer at foreldrene har sjekket bilder og videoer barnet har delt (18 prosent), barnets meldinger eller e-post (16 prosent) og innholdet barnet har sett på (16 prosent).

Blant barn og unge som bruker sosiale medier, svarer 21 prosent at foreldrene sjekker brukeren deres i sosiale medier, og 18 prosent sier foreldrene sjekker hvilke venner eller følgere de har i sosiale medier. Andelen som svarer at de ikke vet om foreldrene sjekker disse tingene, varierer mellom 9 og 14 prosent for de ulike tingene de har blitt spurt om.

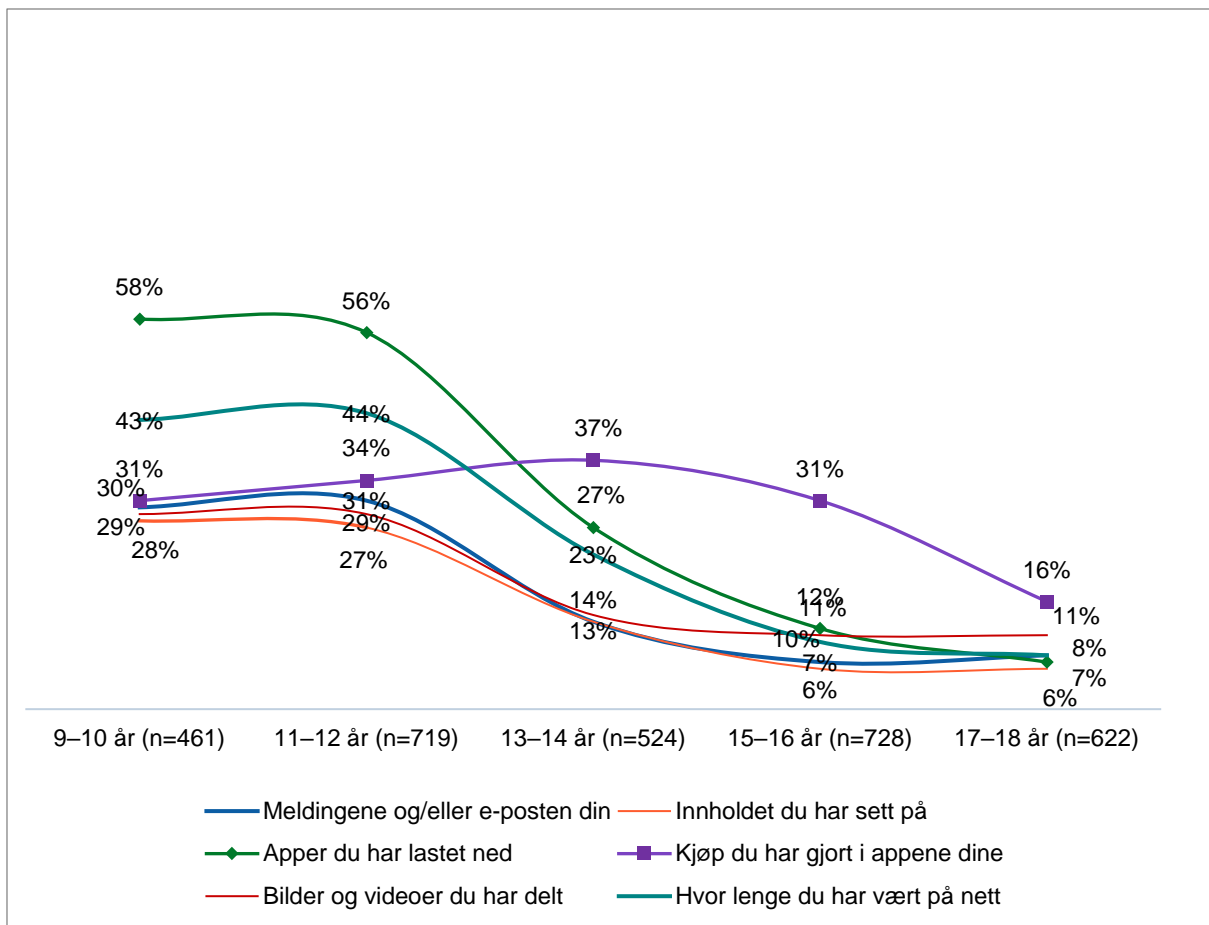
Sammenlignet med resultatene i 2022 er det på tvers av påstandene en økning i andelen som svarer at foreldrene sjekker i 2024:

- 7 prosentpoeng flere sjekker kjøp gjort i apper
- 12 prosentpoeng flere sjekker apper barnet har lastet ned
- 8 prosentpoeng flere sjekker hvor lenge barnet har vært på nettet
- 5 prosentpoeng flere sjekker meldingene og/eller e-posten
- 6 prosentpoeng flere sjekker innholdet barnet har sett på
- 6 prosentpoeng flere sjekker barnets bruker på Snapchat, Instagram eller TikTok
- 5 prosentpoeng flere sjekker hvilke venner eller følgere barnet har lagt til i disse mediene

Det er også store aldersforskjeller i hva barna svarer at foreldrene sjekker. Figur 66 viser at nesten på tvers av alt som er kartlagt av sjekkområder, svarer flere 9–12-åringene at foreldrene sjekker ulike ting etter at de har vært på nettet, enn 13–14-åringene. Blant 15–18-åringene svarer nokså få at foreldrene sjekker ting etter at de har vært på nettet. Unntaket er kjøp barnet eller ungdommen har gjort i apper. Her er det nokså få forskjeller – i overkant av 30 prosent av foreldrene til 9–16-åringene sjekker dette. Blant 17–18-åringene gjør 16 prosent det.



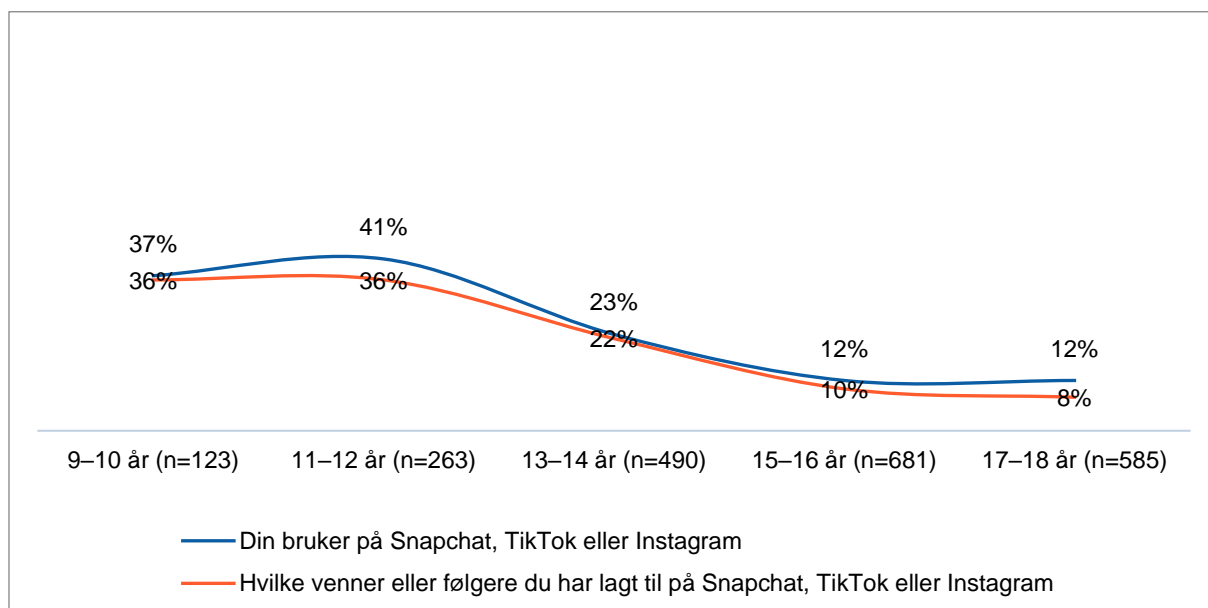
Figur 66 – «Sjekker foreldrene dine dette etter at du har vært på nett?». Prosent. Andel som svarer «ja». Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Også når det gjelder hva foreldrene sjekker i barnas sosiale medier, ser vi at andelen som sjekker, avtar med barnets alder (se figur 67).



Figur 67 – «Sjekker foreldrene dine dette etter at du har vært på nett?» Prosent. Andel som svarer «ja». Alle som bruker de vanligste sosiale mediene, har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



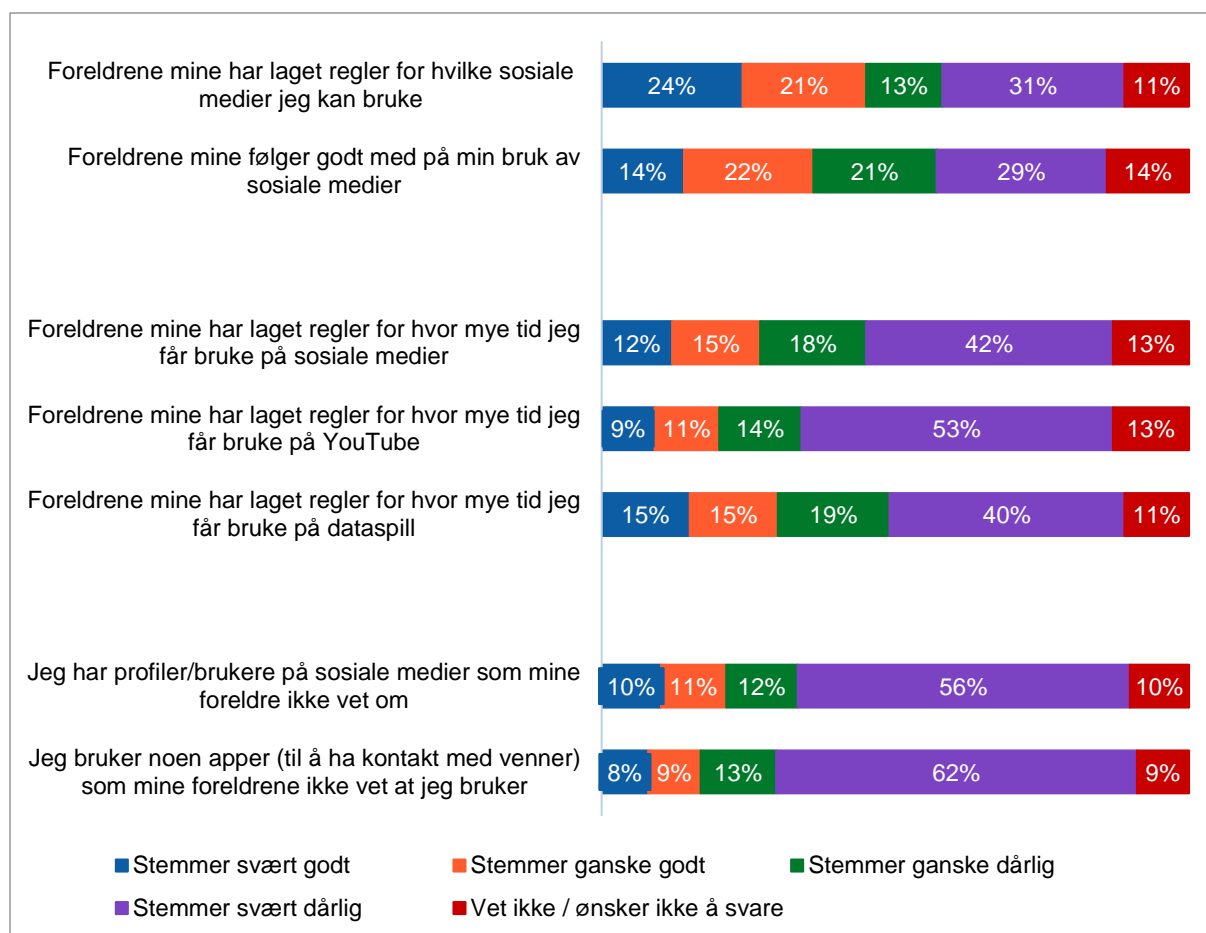
- Andelen som svarer at foreldrene sjekker brukerne deres i sosiale medier, og venner eller følgere, følger hverandre på tvers av alder.
- Blant 9–12-åringene svarer godt over 30 prosent av barna at foreldrene sjekker dette, mens blant 13–14-åringene gjør i overkant av 20 prosent av foreldrene dette.
- Blant 15–18-åringene svarer cirka 10 prosent at foreldrene sjekker disse tingene.



Foreldrebegrensninger på tid og bruk

Alle respondenter ble bedt om å ta stilling til en rekke utsagn om hvordan foreldrene involverer seg i deres bruk av sosiale medier, YouTube og gaming. Disse spørsmålene har ikke blitt stilt tidligere og skal kartlegge hvorvidt barna har begrensninger i forhold til tidsbruk og bruk av ulike tjenester, og om barn og unge har et digitalt liv skjult for de voksne. Figur 68 viser resultatene.

Figur 68 – «Tenk på dine foreldre/foresatte, hvor godt stemmer det som står nedenfor for deg?». Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart: 3192.



Begrensninger knyttet til bruk av sosiale medier: 45 prosent av 9–18-åringene svarer at foreldrene har laget regler for hvilke sosiale medier de kan bruke, og 36 prosent svarer at foreldrene følger godt med på bruken av sosiale medier. Halvparten svarer at foreldrene ikke følger godt med på bruken deres av sosiale medier (50 prosent).

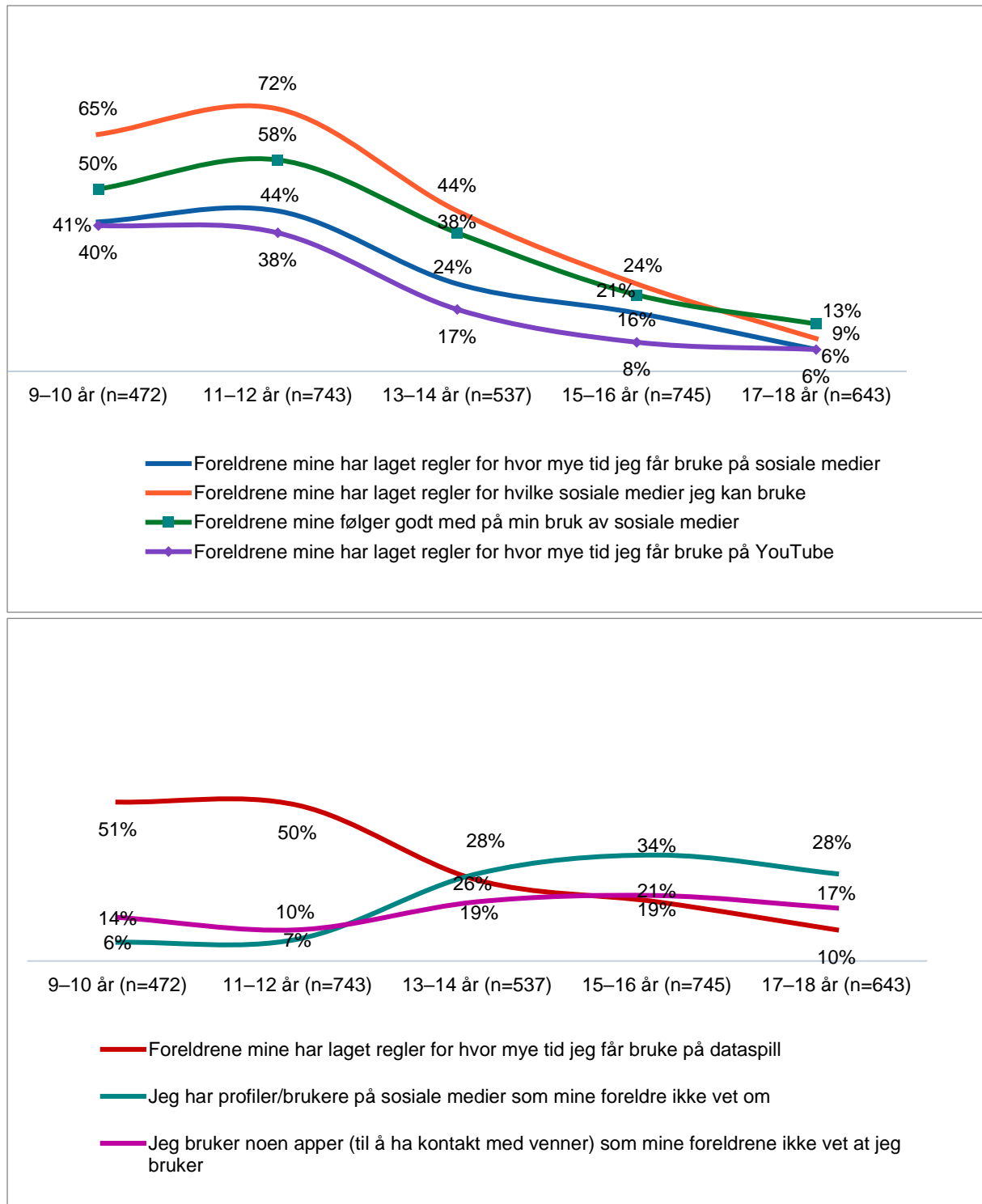
Begrensninger knyttet til tidsbruk: Et flertall svarer at foreldrene *ikke* har laget regler for hvor mye tid de kan bruke på sosiale medier, YouTube og dataspill. Henholdsvis 60 prosent, 67 prosent og 59 prosent svarer at det ikke stemmer.

Skjult digitalt liv: 21 prosent svarer at de har profiler eller brukere på sosiale medier som foreldrene ikke vet om, og 17 prosent svarer at de bruker apper som foreldrene ikke vet om for å ha kontakt med venner.



På tvers av påstandene ser vi at andelen som svarer at det stemmer godt, er høyest blant 11–12-åringene, og at andelen synker med alderen (se figur 69). Unntaket er påstandene om at barnet har en bruker/profil eller én eller flere apper foreldrene ikke vet om. Andelen som er svarer at dette stemmer, øker med alderen. Dette gjelder fra barna når 13–14-årsalderen.

Figur 69 – «Tenk på dine foreldre/foresatte, hvor godt stemmer det som står nedenfor for deg?». Prosent. Andel som svarer «stemmer svært godt» og «stemmer ganske godt». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.

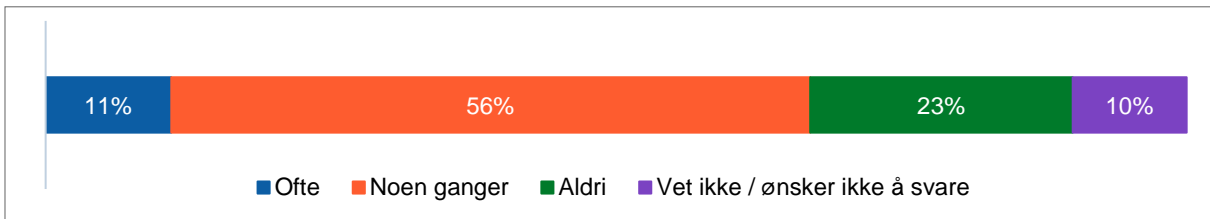




Pleier foreldre å dele bilder eller videoer av barna i sosiale medier?

Alle barn og unge i alderen 9–18 år fikk spørsmål om foreldrene deres har delt bilder eller videoer av dem i sosiale medier i løpet av det siste året, og i så fall hvor ofte de har gjort det.²⁷ Figur 70 viser resultatene. 11 prosent av 9–18-åringene svarer at foreldrene deler bilder av dem ofte, og 56 prosent svarer at de gjør det noen ganger. 23 prosent svarer at foreldrene aldri gjør det, og 10 prosent vet ikke.

Figur 70 – «Har foreldrene dine delt bilder/videoer av deg i sosiale medier, som Instagram, Facebook eller Snapchat, i løpet av det siste året, og i så fall hvor ofte?» Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart: 3158.



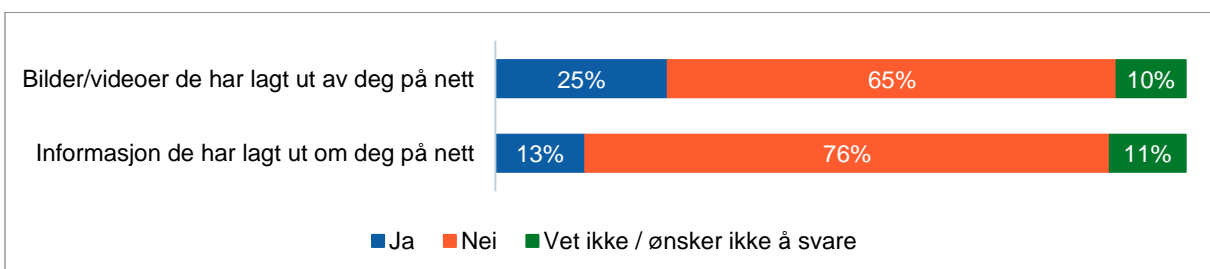
Jo yngre barna er, jo flere er det som svarer at foreldrene aldri har delt bilder av dem i løpet av det siste året. 35 prosent blant 9–10-åringene, 28 prosent blant 11–12-åringene og 20 prosent eller færre blant 13–18-åringene svarer at foreldrene aldri har gjort det.

Ber barn og unge foreldrene om å slette innhold fra sosiale medier og fra nettet?

9–18-åringene ble også spurt om de har bedt foreldrene slette bilder eller videoer foreldrene har lagt ut av dem i sosiale medier, eller informasjon de har lagt ut om dem på nettet.

Figur 71 viser resultatene. 25 prosent av barn og unge har bedt foreldrene om å slette bilder eller videoer foreldrene har lagt ut av dem i sosiale medier, og 13 prosent har bedt foreldrene om å slette informasjon de har lagt ut om barna på nettet. 10 og 11 prosent svarer at de ikke vet.

Figur 71. «Har du noen gang bedt dine foreldre/foresatte om å slette ...?» Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart: 3162.



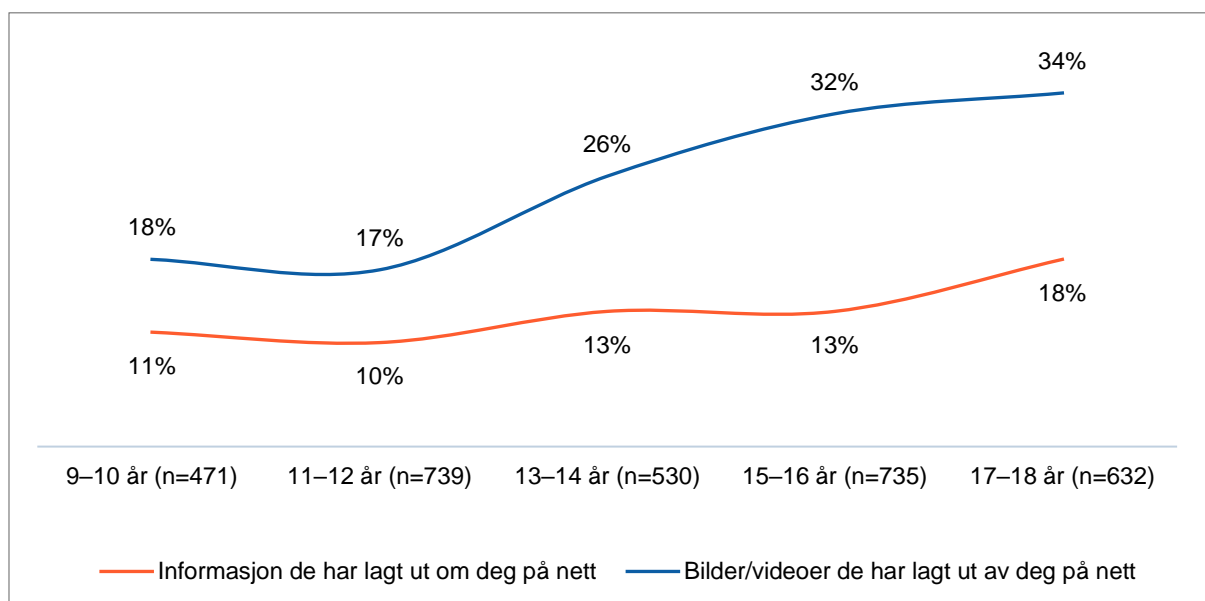
²⁷ I 2022 og 2020 var formuleringene annerledes: «Pleier foreldrene dine å dele bilder/videoer av deg i sosiale medier, som Instagram, Facebook eller Snapchat?» og «Hvor ofte deler foreldrene dine bilde(r) av deg på Instagram, Facebook eller Snapchat?». Resultatene sammenlignes derfor ikke.



Sammenlignet med i 2022 ser vi en svak nedgang i andelen som har bedt foreldrene om å slette bilder eller videoer av dem (27 prosent i 2022), og i andelen som ber foreldrene om å slette informasjon de har lagt ut av dem på nettet (16 prosent i 2022).

Figur 72 viser at andelen som ber foreldrene slette bilder eller videoer og informasjon om dem, stiger med alderen.

Figur 72 – «Har du noen gang bedt dine foreldre/foresatte om å slette ...?» Prosent. Andel som svarer «ja». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



En noe større andel jenter enn gutter har bedt foreldrene om å slette bilder eller videoer av dem fra sosiale medier (27 mot 23 prosent).



12 Reklame på nettet

Sammendrag:

9–18-åringene ble spurt om de opplever at det er mye reklame på nettet, og om hva slags reklame de får. I dette kapitlet presenteres resultatene.

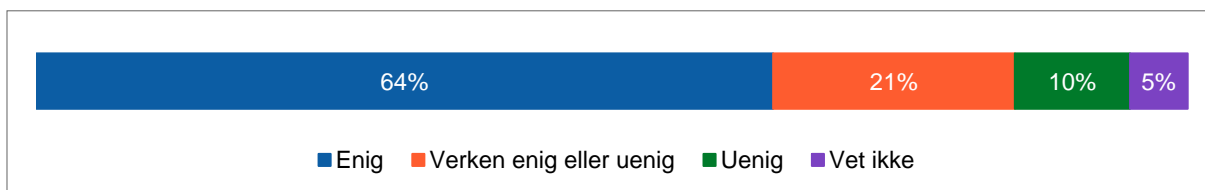
- 9–18-åringene som bruker sosiale medier, får spørsmål om de opplever at det er for mye reklame i sosiale medier. 64 prosent er enig i dette. Det er verdt å merke seg at dette er innhold barna selv opplever som reklame. Mye reklame i sosiale medier kan misforstås som annet type innhold, noe som kan lede til en underrapportering av hvor mye reklame det er i sosiale medier og på nettet generelt.
- Det flest 14–18-åringer har fått reklame for, er pengespill eller gambling (60 prosent). Nesten halvparten av tenåringene har fått reklame for produkter for å gå ned i vekt og/eller produkter som skal gi større muskler.
- Jenter får i større grad reklame for vektnedgang enn det gutter gjør.
- 20 prosent av 9–12-åringene har fått reklame for vektnedgangsprodukter på nettet det siste året, og 25 prosent har fått reklame for produkter som skal gi større muskler.
- 13 prosent av 9–12-åringene har fått reklame for alkohol, mens 22 prosent blant 14–18-åringene har fått det.



Opplever barn og unge at de får for mye reklame i sosiale medier?

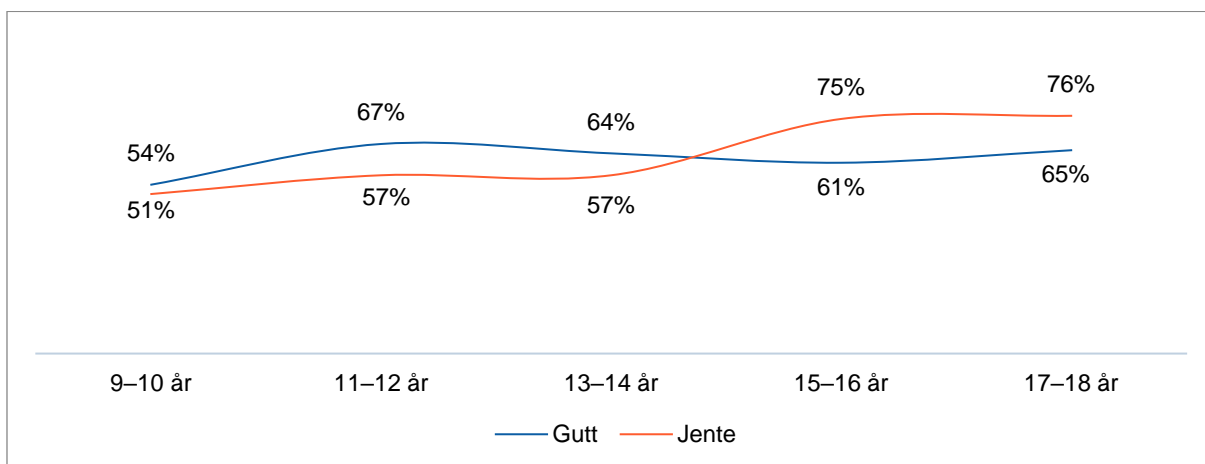
9–18-åringene som bruker sosiale medier, blir spurt om de er enig eller uenig i at de får for mye reklame i sosiale medier.²⁸ 64 prosent er enig i dette, og 21 prosent er verken enig eller uenig (se figur 73). 10 prosent er uenig i at de får for mye reklame. Det er en nedgang på 6 prosentpoeng i andelen som er enig i at de får for mye reklame, sammenlignet med i 2022, hvor 70 prosent var enig.

Figur 73 – «Hvor enig eller uenig er du i at [...] jeg får for mye reklame i sosiale medier?» Prosent. Alle som bruker Snapchat, Instagram, TikTok eller Facebook, har blitt spurt. Antall som har svart: 3212.



Figur 74 viser kjønns- og aldersforskjellene. Blant 9–10-åringene er halvparten enig i at de får for mye reklame. Fram til barna når 15-årsalderen, er det flere gutter enn jenter som mener dette, mens når de blir 15–16 år, øker andelen jenter som er enig i at de får for mye reklame. 75 prosent av jentene i denne alderen er enig i at de får for mye reklame mot 61 prosent av guttene. Dette speiler også bruken av sosiale medier som er høyere blant jenter enn gutter i denne alderen.

Figur 74 – «Hvor enig eller uenig er du i at [...] jeg får for mye reklame i sosiale medier?» Prosent. Andel som er enig. Brutt ned på kjønn og alder. Alle som bruker Snapchat, Instagram, TikTok eller Facebook, har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, varierer mellom 59 og 347.



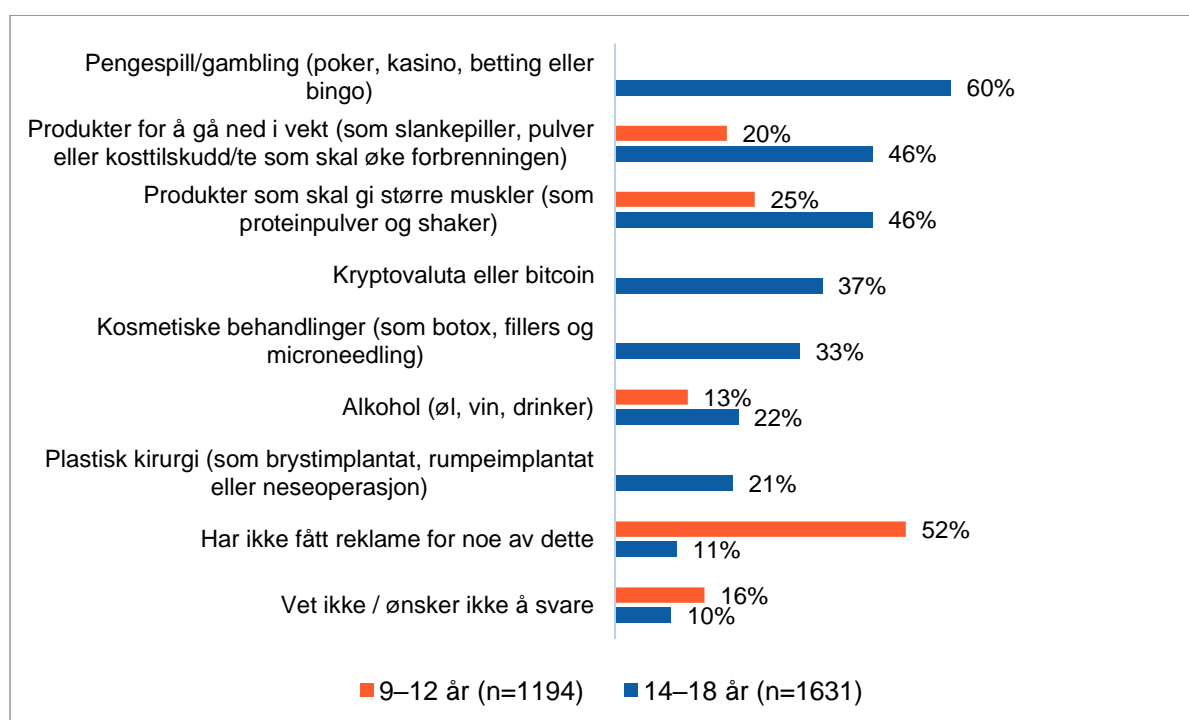
²⁸ Dette spørsmålet er en del av en matrise som inneholder påstander om sosiale medier (se kapittelet om opplevelsen av sosiale medier). Derfor er det kun barn og unge som bruker sosiale medier, som svarer på dette spørsmålet.

Hva slags type reklame får barn og unge på nettet?

9–18-åringene ble spurt om hva slags reklame de får på nettet.²⁹ 14–18-åringene får flere svarkategorier enn 9–12-åringene. 9–12-åringene blir kun spurt om reklame for vektnedgang, muskelvekst og alkohol.

Blant 14–18-åringene har 60 prosent fått reklame for pengespill eller gambling, og nesten halvparten har fått reklame for produkter for å gå ned i vekt (46 prosent) og produkter som skal gi større muskler (46 prosent) (se figur 75). Blant 9–12-åringene har henholdsvis 20 og 25 prosent fått denne typen reklame.³⁰ I denne gruppen har 13 prosent fått reklame for alkohol, mens 22 prosent blant 14–18-åringene har fått det.

Figur 75 – «Kryss av for alt du har fått reklame for på nettet (for eksempel i sosiale medier)» Prosent. Flersvar. Alle har fått spørsmålet (14–18-åringene har fått flere svarkategorier enn 9–12-åringene). Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Her er det nødvendig å presisere at respondentene blir spurt direkte om reklame – altså annonser og annet innhold de selv forstår som reklame. Fordi det ofte kan være vanskelig å skille mellom reklame og personlig innhold i sosiale medier, kan dette føre til noe underrapportering av den faktiske forekomsten av reklame.³¹

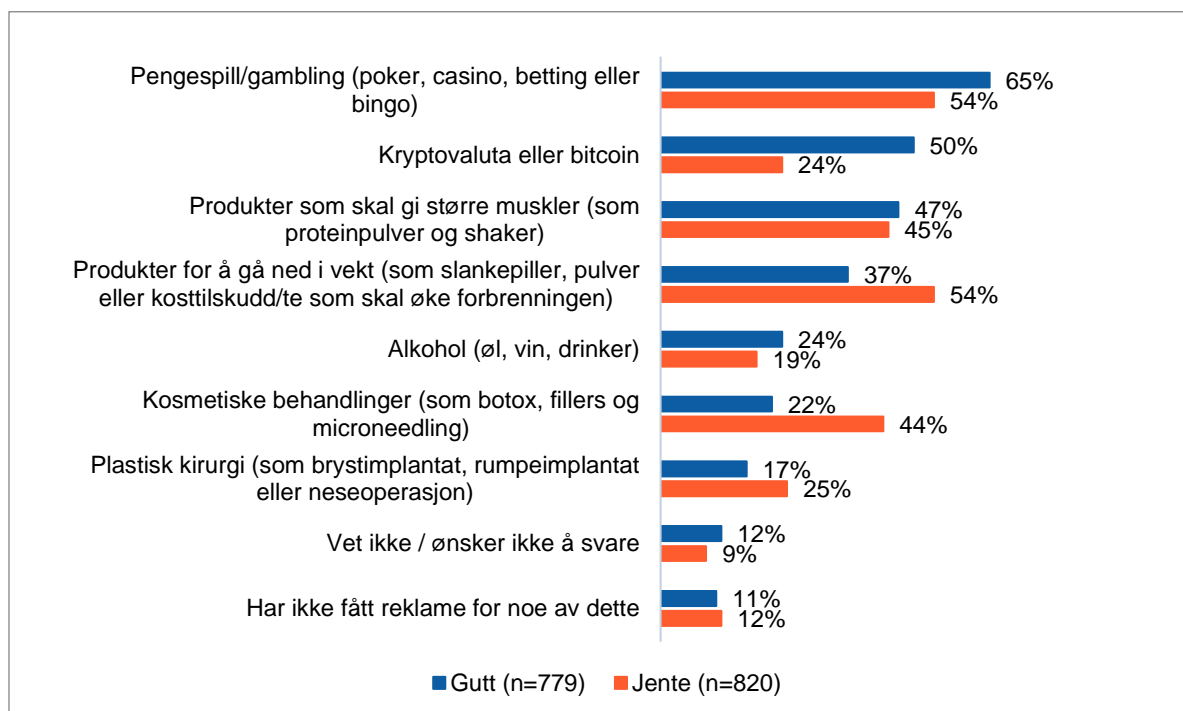
Figur 76 viser at det er store kjønnsforskjeller i hva 14–18-åringene får reklame for på nettet.

²⁹ Grunnet en feil i filteret i spørreskjemaet har ikke 13-åringene fått dette spørsmålet.

³⁰ Grunnet endringer i svarkategoriene (flere kategorier er fjernet) og hvem som har fått spørsmålene (13–17-åringene i 2020 og 13–18-åringene i 2022), vil ikke resultatene sammenlignes direkte.

³¹ <https://www.forbrukertilsynet.no/darleg-merking-av-eigenreklame>

Figur 76. «Kryss av for alt du har fått reklame for på nett (for eksempel i sosiale medier)» Prosent. Flersvar. Brutt ned på kjønn. 14–18-åringene har fått spørsmålet. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Figuren viser at:

- Flere gutter enn jenter har fått reklame for pengespill eller gambling (65 mot 54 prosent), kryptovaluta eller bitcoin (50 mot 24 prosent) og alkohol (24 mot 19 prosent).
- Flere jenter enn gutter har fått reklame for produkter for å gå ned i vekt (54 mot 37 prosent), kosmetiske behandlinger (44 prosent mot 22 prosent) og plastisk kirurgi (25 mot 17 prosent).

Det er ingen tydelige kjønnsforskjeller i hva slags reklame 9–12-åringene har fått, med unntak av at flere gutter enn jenter har fått reklame for alkohol (16 mot 10 prosent).

Sensitive spørsmål stilt til 13–18-åringene

13–18-åringene har fått en rekke spørsmål som ikke er stilt til de yngste respondentene. Disse spørsmålene dreier seg om negative opplevelser på nettet, eksponering for skadelig innhold, uønskede seksuelle kommentarer og nakenbilder. Fordi mange av disse spørsmålene kan oppleves som sensitive, har respondentene blitt minnet på at det er frivillig å svare på denne delen. Det er dermed et lavere antall respondenter som har svart på denne delen av undersøkelsen.





13 Eksponering for skadelig innhold blant unge

Sammendrag:

Ungdomsskoleelever og elever fra videregående skole ble spurt om de har sett ulike former for skadelig innhold på nettet det siste året. I dette kapittelet presenteres resultatene.

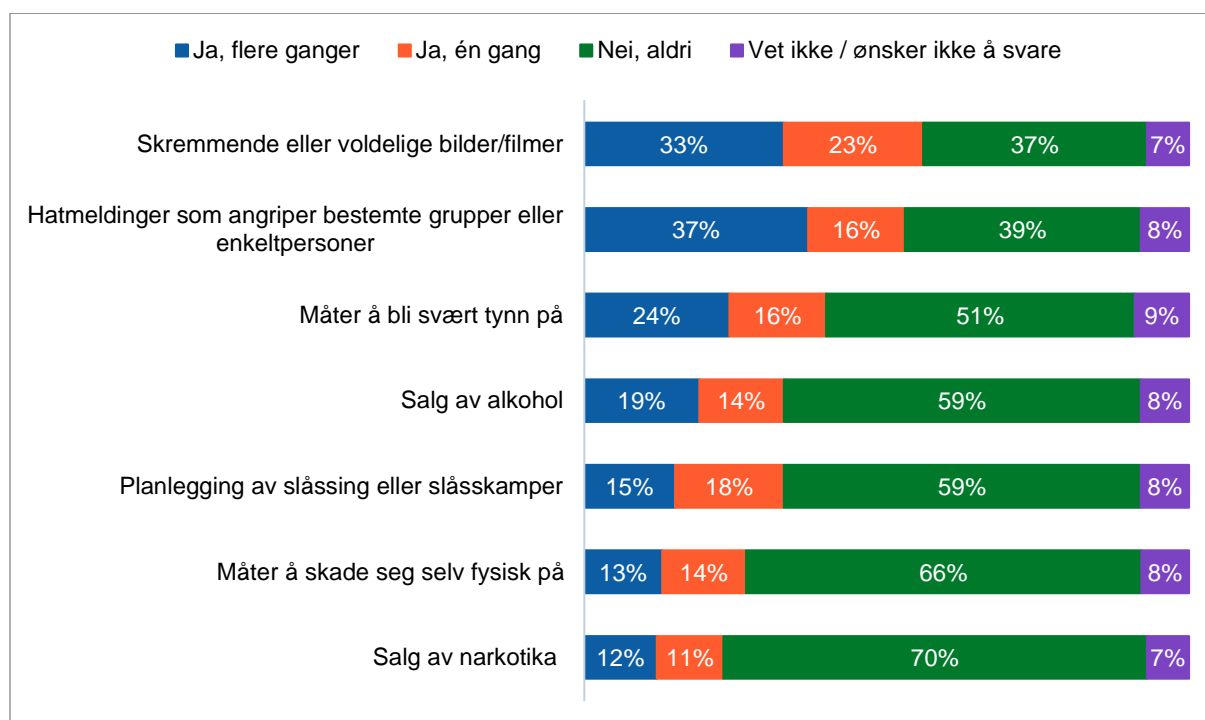
- Den typen skadelig innhold flest 13–18-åringene har vært eksponert for flere ganger, er hatmeldinger rettet mot grupper eller enkeltpersoner (37 prosent) og/eller skremmende eller voldelige bilder eller filmer (33 prosent).
- 24 prosent har flere ganger sett innhold knyttet til måter å bli tynn på.
- 19 prosent har sett innhold om salg av alkohol.
- I overkant av én av ti har flere ganger sett innhold om planlegging av slåssing eller slåsskamper (15 prosent).
- 13 prosent har sett innhold knyttet til selvskading, og 12 prosent har sett innhold om salg av narkotika.
- Med unntak av innhold om slåssing eller planlegging av slåsskamper og selvskading er det flere blant 17–18-åringene som har vært eksponert for ulike former for skadelig innhold i løpet av det siste året, enn det er blant 13–14-åringene. Andelen som eksponeres for skadelig innhold, øker med alderen.
- Totalt sett er det flere jenter enn gutter som har vært eksponert for innhold knyttet til måter å bli svært tynn på og hatmeldinger mot bestemte grupper eller enkeltpersoner. Utover dette er det få kjønnsforskjeller totalt sett.



Hvor mange blir eksponert for skadelig nettinhold?

13–18-åringene blir spurt om de i løpet av det siste året har sett en rekke ulike typer skadelig innhold på nettet. Om lag én av tre har flere ganger det siste året sett skremmende eller voldelige bilder eller filmer (33 prosent) og/eller hatmeldinger rettet mot grupper eller enkeltpersoner (37 prosent). 24 prosent har sett innhold knyttet til måter å bli tynn på flere ganger, og 19 prosent har sett innhold om salg av alkohol. 15 prosent har flere ganger sett innhold om planlegging av slåssing eller slåsskamper. Innhold knyttet til selvskading er flere ganger sett av 13 prosent, og innhold om salg av narkotika er flere ganger sett av 12 prosent. Figur 78 viser resultatene brutt ned på kjønn og alder, og dette vil kommenteres fortløpende.

Figur 77 – «Har du i løpet av de siste tolv månedene sett dette på nettet?» Prosent. 13–18-åringene har blitt spurt. Antall som har svart: 1809.



Skremmende eller voldelige bilder og filmer: 56 prosent av 13–18-åringene har opplevd å se innhold av denne typen én eller flere ganger i løpet av det siste året.

- Sammenlignet med i 2022 er det en økning på 5 prosentpoeng (fra 51 prosent).
- Det er ingen kjønnsforskjeller i andelen som har sett skremmende eller voldelige bilder og filmer, det siste året.
- Færre 13–14-åringene har sett skremmende eller voldelige bilder og filmer det siste året sammenlignet med 15–18-åringene (49 mot 59 prosent).

Hatmeldinger rettet mot grupper eller enkeltpersoner: 53 prosent har sett hatmeldinger på nettet det siste året.

- Dette er en økning på 6 prosentpoeng sammenlignet med i 2022 (53 prosent).



- Total sett er det flere jenter enn gutter som har sett hatmeldinger rettet mot grupper eller enkeltpersoner det siste året (56 mot 50 prosent). Kjønnsforskjellen er tydeligst blant 17–18-åringene (57 mot 48 prosent).
- Færre 13–14-åringene enn 17–18-åringene har sett hatmeldinger rettet mot grupper eller enkeltpersoner det siste året (54 mot 49 prosent).

Måter å bli svært tynn på: 40 prosent har én eller flere ganger sett innhold om måter å bli svært tynn på i løpet av det siste året.

- Her er det ingen endring sammenlignet med i 2022 (38 prosent).
- Det er store kjønnsforskjeller på tvers av alle aldersgruppene. Totalt sett har 53 prosent av jentene sett måter å bli svært tynn på det siste året, mot 27 prosent av guttene.
- Det er ingen forskjell i hvor stor andel som har sett måter å bli svært tynn på, det siste året på tvers av alder.

Salg av alkohol: 33 prosent har én eller flere ganger sett innhold om salg av alkohol.

- Det er ingen endringer sammenlignet med i 2022 (33 prosent).
- Det er ingen kjønnsforskjell totalt sett, men flere gutter enn jenter i 15–16-årsalderen har sett salg av alkohol i løpet av det siste året (37 mot 29 prosent).
- Flere 17–18-åringene enn 13–14-åringene har sett salg av alkohol det siste året (37 mot 28 prosent).

Planlegging av slåssing eller slåsskamper: 33 prosent har sett planlegging av slåssing eller slåsskamper i løpet av det siste året.

- Det er en liten økning sammenlignet med i 2022 (30 prosent).
- Totalt sett er det ingen kjønnsforskjeller i andelen som har sett planlegging av slåssing eller slåsskamper det siste året.
- Det er flere blant 13–14-åringene enn 17–18-åringene som har sett planlegging av slåssing eller slåsskamper det siste året (33 mot 26 prosent).

Selvskading: 27 prosent har sett innhold med selvskading det siste året.

- Det er en liten økning på 3 prosentpoeng sammenlignet med i 2022 (24 prosent).
- Totalt sett er det ingen kjønnsforskjeller. Flere jenter enn gutter i alderen 13–14 år har sett innhold med selvskading, og flere gutter enn jenter i alderen 15–16 år har sett det samme.
- Det er flere blant 13–14-åringene enn 17–18-åringene som har sett innhold med selvskading (30 mot 23 prosent).

Salg av narkotika: Totalt 23 prosent har sett salg av narkotika i løpet av det siste året.

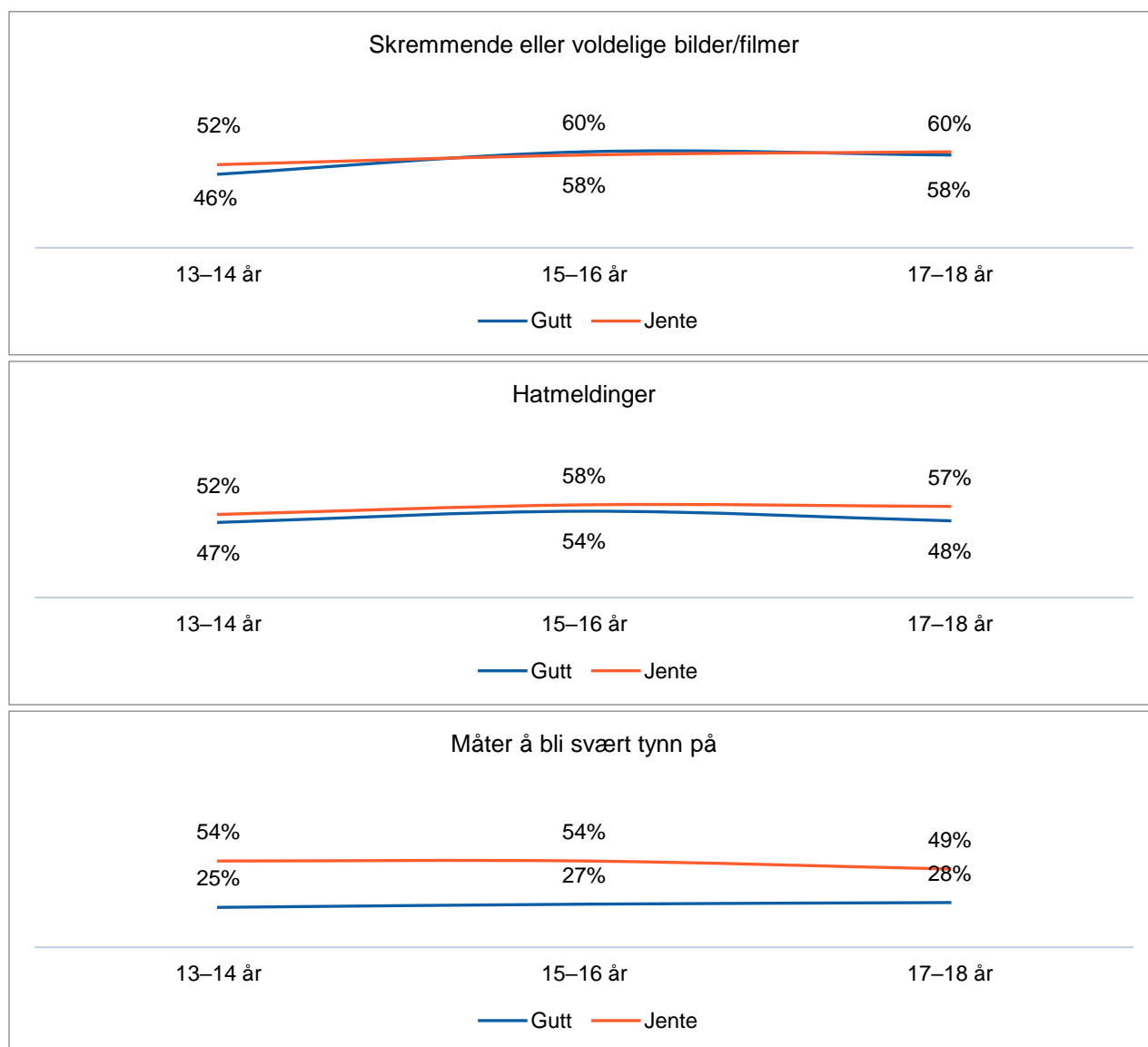
- Det er en like stor andel som i 2022 (23 prosent).
- Totalt sett er det ikke en signifikant kjønnsforskjell, men flere gutter enn jenter i 15–16-årsalderen har sett salg av narkotika det siste året (31 mot 22 prosent).



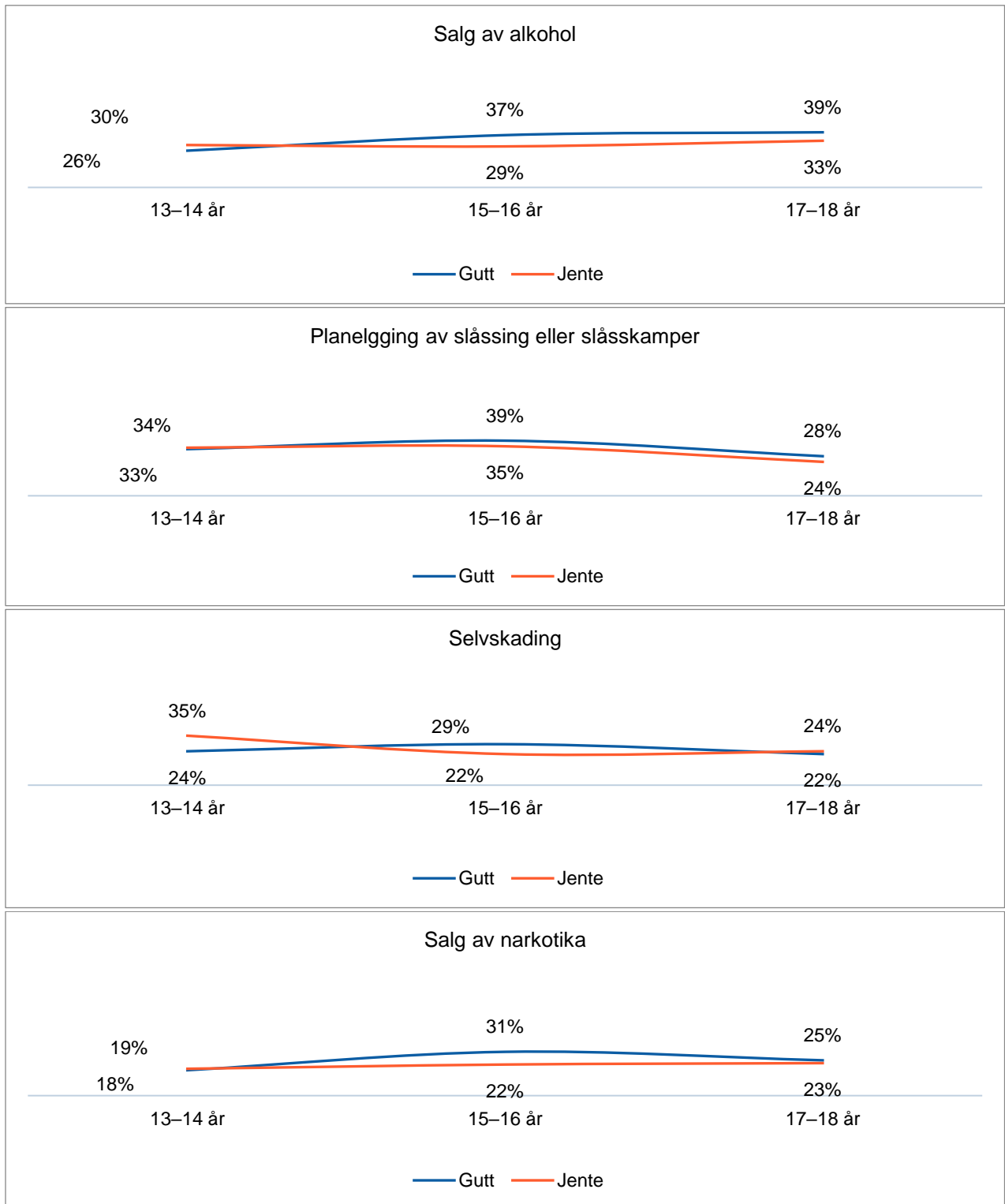
- Flere 15–16-åringer enn 13–14-åringer har sett salg av narkotika i løpet av det siste året (27 mot 19 prosent).

Fra 2020³² til 2022 var det også en økning i eksponering på tvers av typene innhold, med unntak av slåssing eller planlegging av slåsskamper og salg av narkotika. Økningen i eksponering av de listede typene med skadelig innhold fortsetter altså i 2024.

Figur 78 – «Har du i løpet av de siste tolv månedene sett dette på nettet?» Prosent. Sammenslåing av andel som har svart «ja, flere ganger» og «ja, én gang». Brutt ned på kjønn og alder. Antall som har blitt spurt, varierer mellom 218 og 366.



³² 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?». Man bør derfor være varsom med sammenligningen.





14 Negative hendelser på nettet

Sammendrag:

Ungdomsskoleelever og elever ved videregående skoler ble spurt om de har opplevd ulike negative hendelser knyttet til mobbing på nettet i løpet av det siste året. I dette kapitlet presenteres resultater knyttet til negative opplevelser på nettet, og hvordan unge håndterer stygge kommentarer på nettet.

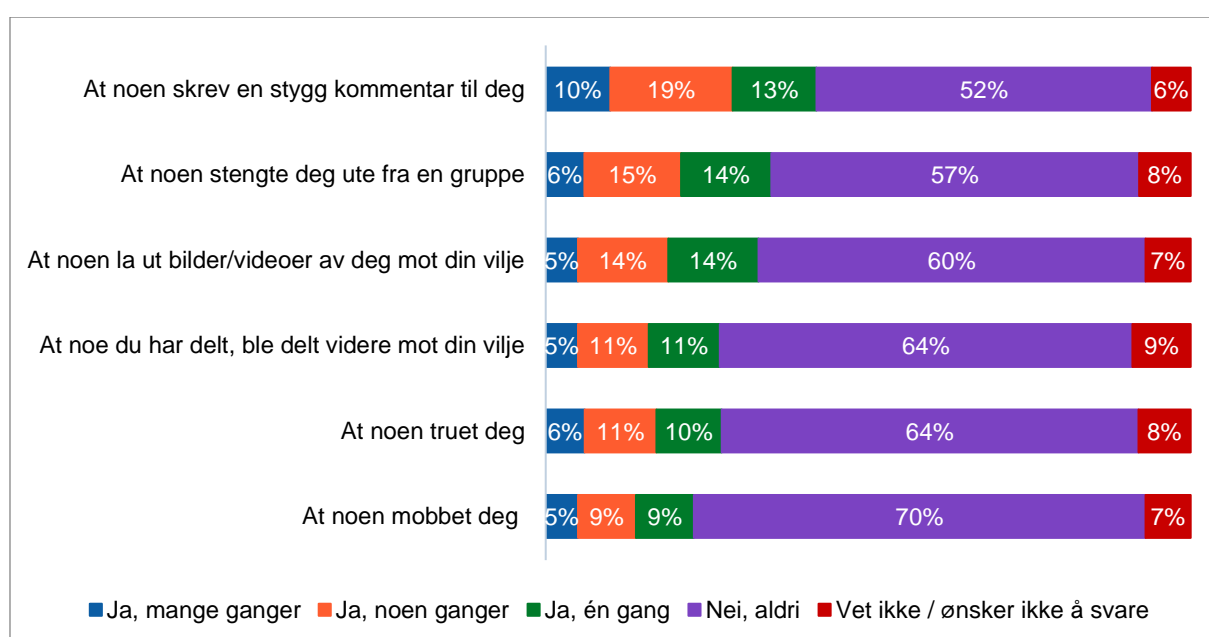
- Av de nevnte negative hendelsene er det stygge kommentarer på nettet som flest 13–18-åringer har opplevd (42 prosent).
- En tredel har opplevd å bli utestengt fra en gruppe, at noen har lagt ut bilder eller videoer av dem mot deres vilje, at noe de har delt, har blitt delt videre mot deres vilje, og/eller å få trusler.
- 23 prosent har blitt mobbet på nettet i løpet av det siste året.
- Jo yngre tenåringene er, jo flere er det som har opplevd ubehagelige hendelser på nettet. Flere 13–14-åringer enn 17–18-åringer har opplevd ubehagelige hendelser løpet av det siste året.
- Det er få kjønnsforskjeller i disse opplevelsene.
- Over halvparten av de som har opplevd å få stygge kommentarer, svarer at de ikke bryr seg. 21 prosent svarer at de ble lei seg, og 16 prosent svarer at de ble sinte.
- Jenter og yngre barn blir i større grad lei seg enn det gutter og tenåringene blir.
- En tredel av de som har fått en stygg kommentar, svarer at forrige gang dette skjedde, gjorde de ingenting.



Hvor mange har negative opplevelser på nettet?

13–18-åringene på ungdomsskole og videregående skole ble stilt spørsmål om de i løpet av det siste året, og i så fall hvor ofte, har opplevd en rekke ulike negative hendelser på nettet.³³ Figur 79 viser resultatene for hver hendelse. 10 prosent har i løpet av det siste året opplevd at noen har skrevet stygge kommentarer til dem mange ganger. Mellom 5 og 6 prosent har opplevd de andre hendelsene mange ganger. Det er altså slik at flere opplever slike hendelser én gang eller noen ganger framfor mange ganger. Likevel har et fåtall totalt sett opplevd disse hendelsene det siste året (fra 52 til 70 prosent).

Figur 79. «Har du i løpet av det siste året opplevd noe av dette på nett?» Prosent. 13–18-åringene har blitt spurt. Antall som har svart: 1811.



I figur 80 framstilles resultatene brutt ned på kjønn og alder, og dette blir kommentert fortløpende sammen med totalresultatene for hver enkelthendelse.

Stygge kommentarer: Totalt sett har 42 prosent av 13–18-åringene opplevd at noen har skrevet stygge kommentarer til dem i løpet av det siste året. Et flertall av disse har opplevd det flere ganger.

- Totalt sett er det flere gutter enn jenter som har opplevd å få stygge kommentarer på nettet det siste året (45 mot 38 prosent). Kjønnforskjellen er størst blant 15–16-åringene som har opplevd dette (51 mot 40 prosent).
- Andelen som opplever å få stygge kommentarer på nettet, synker med alder. Totalt sett har flere 13–14-åringene enn 17–18-åringene opplevd å få stygge kommentarer på nettet (42 mot 37 prosent).

³³ I 2022 og 2020 ble alle stilt disse spørsmålene, men i årets undersøkelse har kun 13–18-åringene fått spørsmålene.



Utestenging: 35 prosent har opplevd å bli utestengt fra en gruppe på nettet. En like stor andel har opplevd dette noen ganger som én gang.

- Totalt sett har flere jenter enn gutter opplevd utestenging på nettet (40 mot 30 prosent). Kjønnsforskjellen er størst for 13–14-åringene, hvor 47 prosent av jentene og 28 prosent av guttene har opplevd utestengning.
- Andelen som opplever utestengning, synker med alderen. Det er også flere blant 13–16-åringene som har opplevd utestenging det siste året, sammenlignet med 17–18-åringene (37 mot 30 prosent).

Deling av bilder og annet: 33 prosent har opplevd at noen har lagt ut bilder eller videoer av dem mot deres vilje. 27 prosent har opplevd at noe de har delt, har blitt delt videre mot deres vilje i løpet av det siste året.

- Totalt sett har flere jenter enn gutter opplevd at bilder eller videoer av dem har blitt delt mot deres vilje (35 mot 30 prosent). Kjønnsforskjellen er størst for 13–14- og 17–18-åringene.
- Det er ingen aldersforskjeller når det gjelder at noen har lagt ut bilder eller videoer mot deres vilje.
- Det er derimot flere gutter enn jenter som har opplevd at noe de har delt, har blitt delt videre mot deres vilje (30 mot 25 prosent). Kjønnsforskjellen er særlig tydelig blant 15–16-åringene.
- Det er heller ingen aldersforskjeller i andelen som har opplevd at noe de har delt, har blitt delt videre mot deres vilje.

Trusler: 27 prosent har fått trusler på nettet i løpet av det siste året.

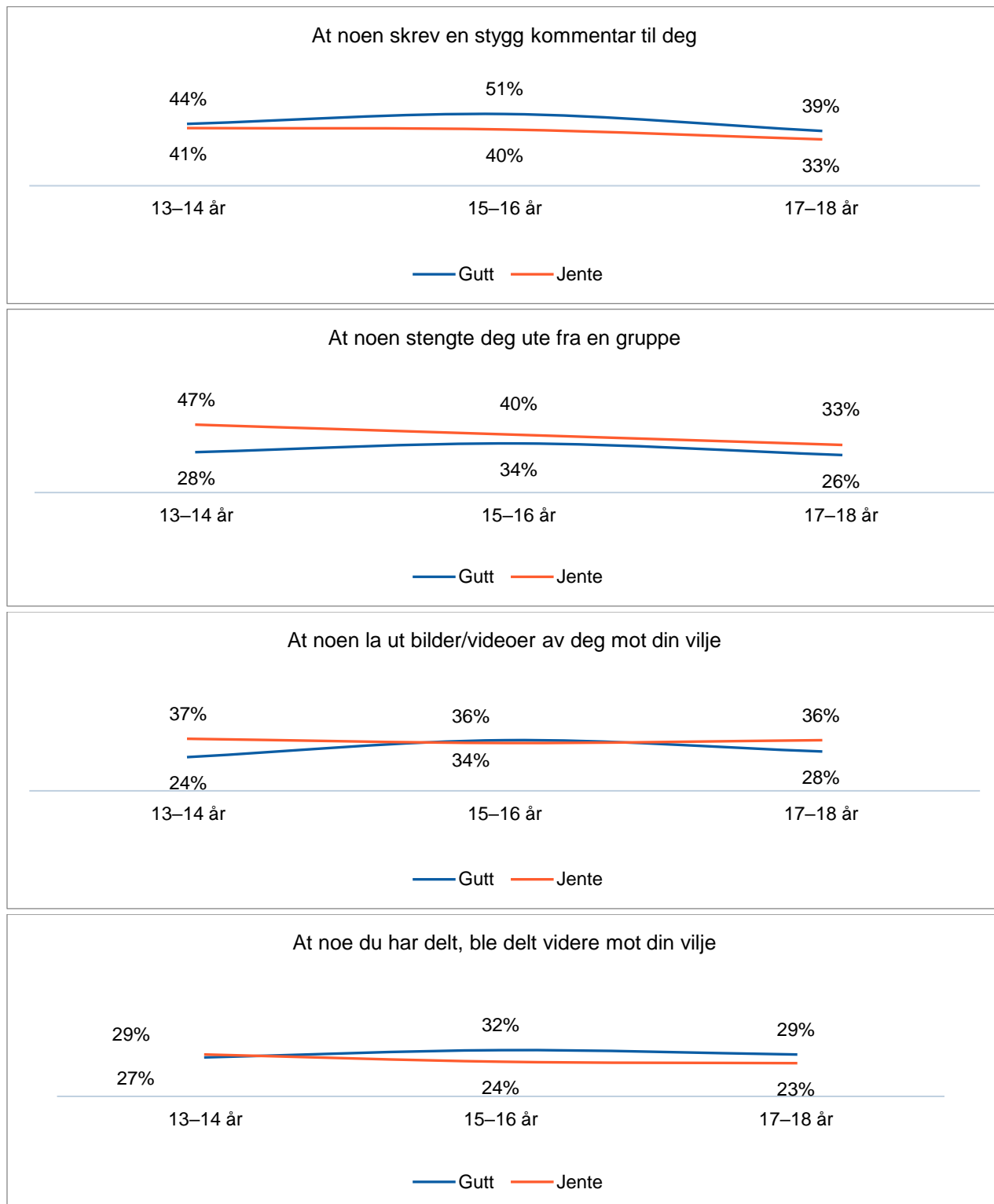
- Flere gutter enn jenter har mottatt trusler på nettet det siste året (31 mot 24 prosent). Kjønnsforskjellen er størst for 15–16-åringene (35 prosent blant gutter og 27 prosent blant jenter).
- De yngre opplever i større grad å få trusler enn de eldste (29 prosent blant 13–14-åringene og 15–16-åringene, mot 22 prosent blant 17–18-åringene).

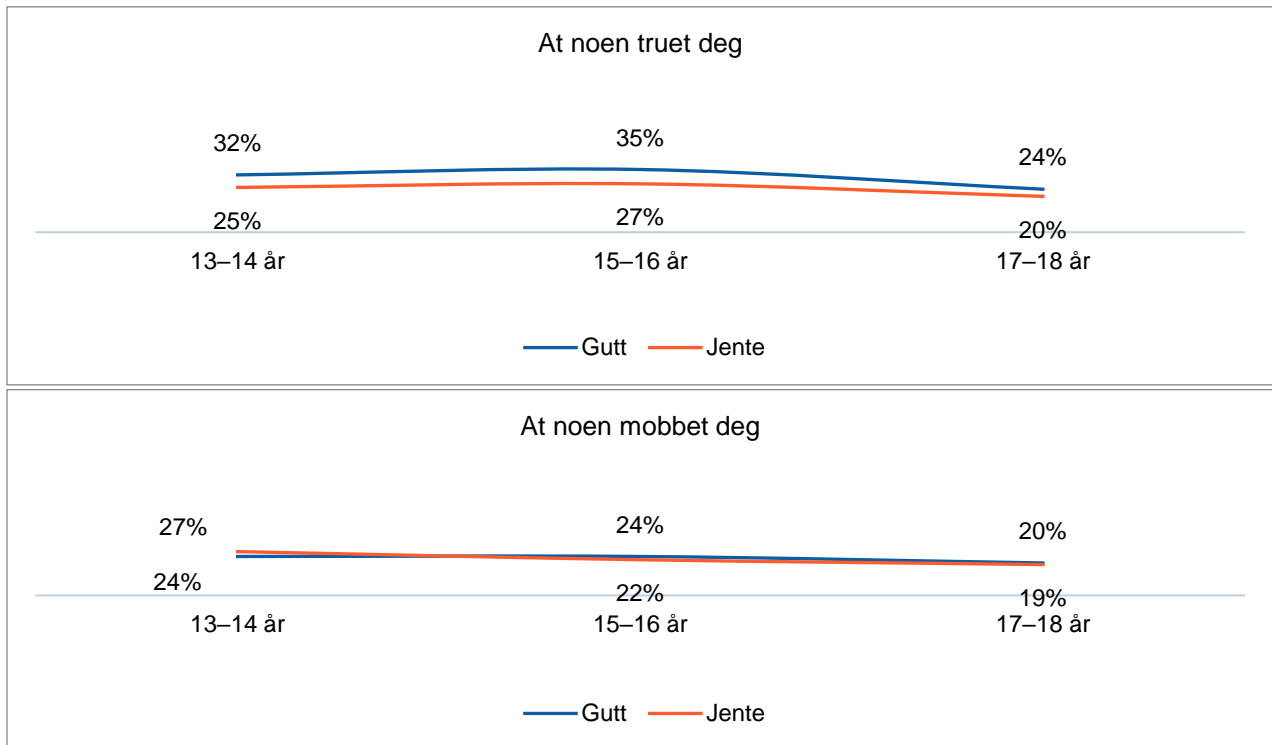
Mobbing: 23 prosent har blitt mobbet på nettet i løpet av det siste året.

- Det er ingen kjønnsforskjeller i mobbingen, men andelen som opplever mobbing, synker med alderen. Flere blant 13–14-åringene enn 17–18-åringene har blitt mobbet det siste året (26 mot 20 prosent).



Figur 80. «Har du i løpet av det siste året opplevd noe av dette på nett?» Prosent. Sammenslåing av «ja, mange ganger», «ja, noen ganger» og «ja, én gang». Brutt ned på kjønn og alder. 13–18-åringene har blitt spurt. Antall som har svart, varierer mellom 219 og 366.

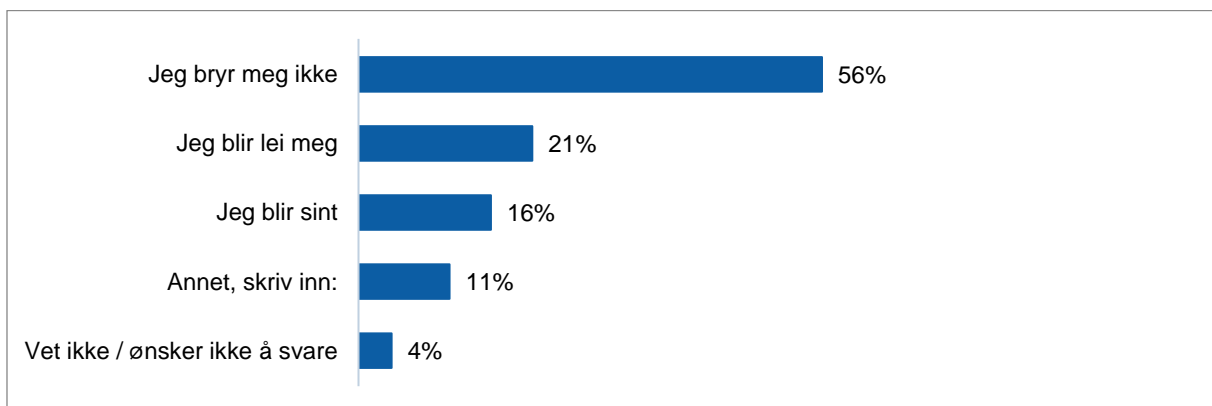




Hvordan opplever unge å bli utsatt for stygge kommentarer på nettet?

13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarer at de har blitt utsatt for stygge kommentarer på nettet i løpet av det siste året (enten én, noen eller mange ganger), får oppfølgingsspørsmål knyttet til dette. Disse spørsmålene er nye i årets undersøkelse. Tenåringene ble blant annet spurt om hvordan de ble påvirket sist de fikk en stygg kommentar. Over halvparten (56 prosent) svarer at de ikke brydde seg. 21 prosent svarer at de ble lei seg, og 16 prosent svarte at de ble sinte.

Figur 81. «Når du har fått kommentarer som du har opplevd som stygge, hvordan har det påvirket deg?» Prosent. Flersvar. 13–18-åringene som har blitt utsatt for stygge kommentarer på nettet, fikk spørsmålet. Antall som har svart: 717.



78 personer har notert et åpent svar. Også her svarer de fleste at de ikke bryr seg, og at det er morsomt.



«Det påvirker meg, men det skjer ofte, så har sluttet å bry meg så mye, tror jeg.»
(Jente, 15 år)

«De var teite og ga ikke mening, de var sikkert 10 år og skulle tøffe seg.»
(Gutt, 14 år)

Vi finner at flere gutter enn jenter svarer at de ikke bryr seg (60 mot 51 prosent), mens dobbelt så mange jenter som gutter svarer at de blir lei seg (29 mot 13 prosent). Det er ingen forskjeller mellom gutter og jenter når det gjelder å bli sinte av stygge kommentarer.

Det er ingen tydelige aldersforskjeller i hvordan tenåringene reagerer på stygge kommentarer på nettet.

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

13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarer at de har blitt utsatt for stygge kommentarer på nettet i løpet av det siste året (enten én, noen eller mange ganger), får også oppfølgingsspørsmål om hva de gjorde sist de opplevde dette. De fleste gjorde ikke noe som helst (34 prosent) (se figur 82). 22 prosent har notert et åpent svar, og 17 prosent svarer at de blokkerte personen eller at de selv slettet kommentaren. 12 prosent brukte rapporteringsknappen i tjenesten.

Figur 82. «Sist gang noen skrev en stygg kommentar til deg på nett, hva gjorde du?». Prosent. Flersvar. 13–18-åringene som har blitt utsatt for stygge kommentarer på nettet, fikk spørsmålet. Antall som har svart: 725.



147 respondenter noterer et åpent svar. De aller fleste svarer at de skrev noe stygt tilbake. Noen blokkerte også personen.



«Vær frekk tilbake også blokke før de kan si noe tilbake.»
(Jente, 16 år)

Mange svarer også at de ikke brydde seg, og noen at de kontaktet politiet eller anmeldte. Et par skriver også at de fant adressen til vedkommende.

«Fant ut hvor de bor og sendte dem sin egen adresse.»
(Gutt, 13 år)

Gutter og jenter svarer i like stor grad at de ikke gjorde noe, men vi ser at en større andel jenter svarer flere av de andre alternativene. Det er ingen tydelig aldersforskjell.



15 Seksuelle kommentarer på nettet

Sammendrag:

I årets undersøkelse har vi vektlagt forekomsten og opplevelsen av å få uønskede seksuelle kommentarer. I undersøkelser har spørsmålene vært knyttet til generelle seksuelle kommentarer, men i de tidligere undersøkelsene ble det kartlagt at mange opplevde seksuelle kommentarer som noe positivt.

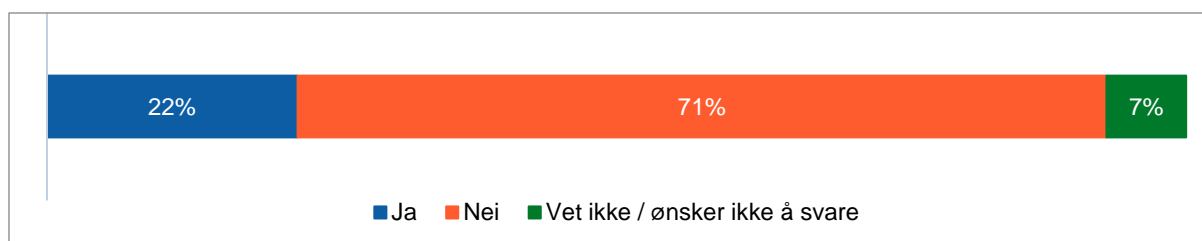
- Totalt sett har 22 prosent fått uønskede seksuelle kommentarer på nettet det siste året.
- På tvers av alder er det flere jenter enn gutter som har fått uønskede seksuelle kommentarer, og det er tendenser til at dette øker med alderen.
- Halvparten av de som mottar uønskede seksuelle kommentarer, får det fra en ukjent på nettet (55 prosent).
- 9 prosent har fått uønskede seksuelle kommentarer av sin kjæreste.



Hvor mange får uønskede seksuelle kommentarer på nettet?

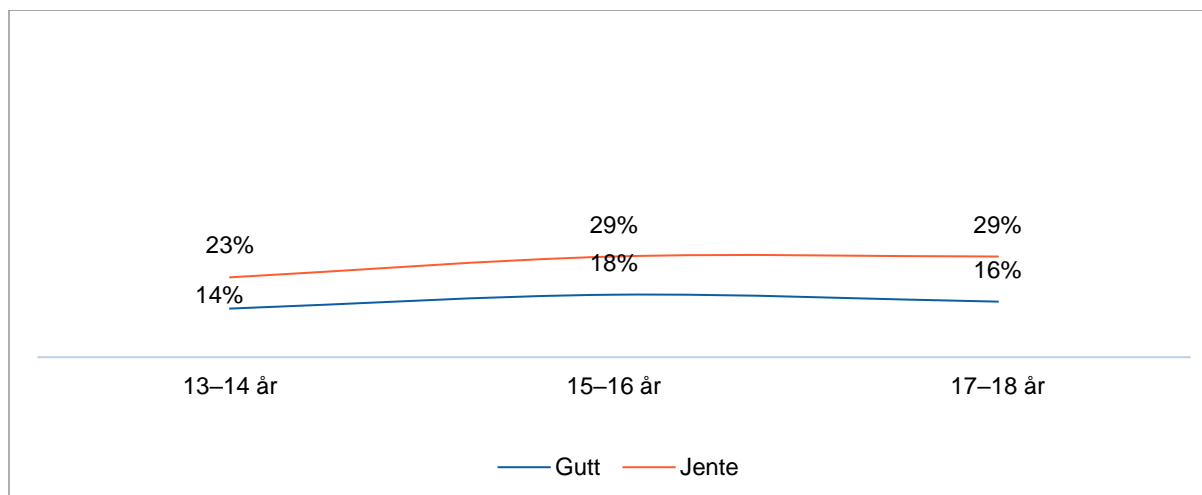
I årets undersøkelse blir 13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler spurt om de i løpet av det siste året har fått uønskede seksuelle kommentarer på nettet. Tidligere har det blitt spurt om seksuelle kommentarer generelt, ikke *uønskede seksuelle kommentarer*. Totalt sett har 22 prosent fått uønskede seksuelle kommentarer på nettet det siste året (se figur 83).

Figur 83. «Har du i løpet av det siste året fått uønskede seksuelle kommentarer på nett (for eksempel i sosiale medier, spill eller på mobil)?» Prosent. 13–18-åringene har blitt spurt.



Her er det tydelige alders- og kjønnsforskjeller. På tvers av alder har flere jenter enn gutter fått uønskede seksuelle kommentarer på nettet (totalt sett 27 mot 16 prosent) (se figur 84). Det er tendenser til økning i andelen som har fått uønskede seksuelle kommentarer med alderen.

Figur 84. «Har du i løpet av det siste året fått uønskede seksuelle kommentarer på nett (for eksempel i sosiale medier, spill eller på mobil)?» Prosent. Andel som svarer «ja». Brutt ned på kjønn og alder. 13–18-åringene har blitt spurt. Antall som har svart, varierer mellom 204 og 351.

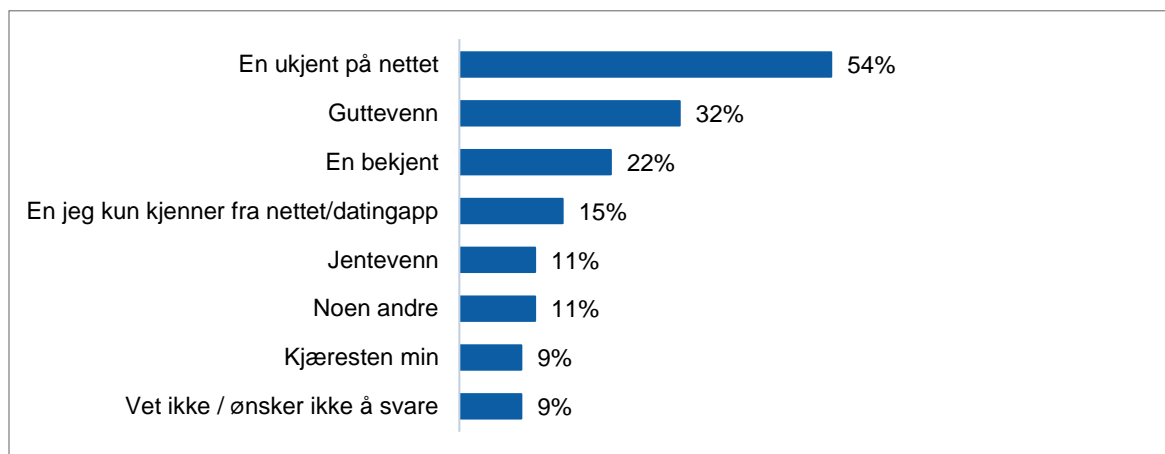




Hvem får unge uønskede seksuelle kommentarer fra?

13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarer at de har fått uønskede seksuelle kommentarer, får også spørsmål om hvem de har mottatt disse fra. Dette er et flersvarspørsmål. Over halvparten har fått denne typen kommentarer av en ukjent på nettet (54 prosent) (se figur 85). 32 prosent har fått det av en guttevenn og 11 prosent av en jentevenn. 22 prosent har fått det fra en bekjent og 9 prosent fra kjæresten sin.

Figur 85. «Hvem har du mottatt uønskede seksuelle kommentarer fra?» Prosent. Flersvar. 13–18-åringene som har svart at de har fått uønskede seksuelle kommentarer på nettet i løpet av det siste året, får spørsmålet. Antall som har svart: 383.



Det er også visse kjønnsforskjeller i hvem unge får uønskede seksuelle kommentarer fra. Flere gutter enn jenter har fått dette fra en jentevenn (19 mot 7 prosent), mens flere jenter enn gutter har fått det fra en bekjent (29 mot 13 prosent), fra en de kjenner via nettet eller en datingapp (20 mot 8 prosent), en ukjent fra nettet (63 mot 36 prosent) eller noen andre (13 mot 6 prosent). Det er ingen kjønnsforskjeller når det gjelder å få uønskede seksuelle kommentarer fra guttevenner eller kjæreste.

Hva gjør unge når de får uønskede seksuelle kommentarer?

Videre fikk 13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarte at de har fått uønskede seksuelle kommentarer, spørsmål om hva de gjorde forrige gang de fikk en slik kommentar på nettet. 41 prosent svarte at de ikke gjorde noe spesielt (se figur 86).



Figur 86. «Sist gang du fikk en uønsket seksuell kommentar på nett, hva gjorde du?». Prosent. Flersvar. 13–18-åringene som har svart at de har fått uønskede seksuelle kommentarer på nettet i løpet av det siste året, får spørsmålet. Antall som har svart: 373.



Figuren viser at 29 prosent blokkerte personen, og rundt 10 prosent brukte rapporteringsløsningen i tjenesten eller fortalte det til en venn eller et søsken (8 prosent). Svært få, 3 prosent, fortalte det til foreldrene sine eller varslet politiet. 9 prosent fortsatte å holde kontakt med personen til tross for kommentaren.

41 personer har notert et åpent svar. Også her svarer de fleste at de svarer noe stygt eller lignende tilbake. Noen tar også kontakt med vedkommende.

«Jeg sier det jeg mener direkte til personen, så de forstår alvorret.»
(Jente, 16 år)

Også her er det noen kjønnsforskjeller. Flere jenter enn gutter blokkerte personen (39 mot 11 prosent) og/eller brukte rapporteringsløsningen i tjenesten (14 mot 4 prosent).



16 Deling av nakenbilder

Sammendrag:

I dette kapitlet har ungdomsskoleelever og elever fra videregående skole blitt spurt om de har fått tilsendt nakenbilder, om de selv er blitt spurt om å sende, om de har sendt nakenbilder, og om de har opplevd at nakenbilder har blitt spredt. De blir også spurt hvem som sendte og spurte, og hvem de sendte til.

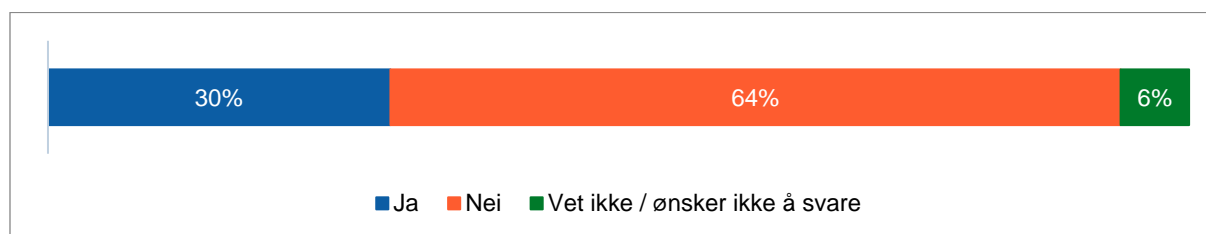
- 30 prosent har fått tilsendt et nakenbilde.
- 28 prosent har blitt spurt om å sende et nakenbilde.
- Særlig ukjente på nettet sender og spør om nakenbilder. Det er spesielt jenter som får henvendelser fra ukjente på nettet.
- 9 prosent av ungdommene har sendt nakenbilder av seg selv det siste året. Noe flere jenter enn gutter har sendt nakenbilde, og andelen øker med alderen.
- De fleste som har delt et nakenbilde, har sendt bildet til en kjæreste. Av de som selv har delt et nakenbilde det siste året, har 24 prosent opplevd at et nakenbilde de har delt, har blitt delt videre.
- 4 prosent av 13–18-åringene svarer at de selv har delt nakenbilder de har fått av andre.

Hvor mange unge får tilsendt nakenbilder?

13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler fikk spørsmål om noen har sendt dem nakenbilder. 30 prosent har mottatt nakenbilder (se figur 87).

I 2022 svarte 44 prosent ja på om noen hadde sendt dem et nakenbilde, og i 2020 var andelen som svarte ja, 42 prosent. At spørsmålet om *uønskede* seksuelle kommentarer er stilt før dette spørsmålet, kan ha innvirkning på respondentens oppfatning av dette spørsmålet og forklare noe av nedgangen. Tidligere har også spørsmålet hatt en annen formulering: «Har noen sendt deg et nakenbilde før (som for eksempel nudes eller dickpick)?» Sammenligningen over tid bør derfor gjøres med forbehold.

Figur 87. «Har noen sendt deg et nakenbilde (som for eksempel nudes eller dickpick)?» 13–18-åringene fikk spørsmålet. Antall som har svart: 1705.



Totalt sett har jenter i større grad enn gutter mottatt nakenbilder (36 mot 22 prosent). Dette gjelder på tvers av alder. Vi finner også at andelen som har mottatt nakenbilder, øker med alderen. 22 prosent blant 13–14-åringene, 31 prosent blant 15–16-åringene og 37 prosent blant 17–18-åringene har mottatt nakenbilder.

Hvem mottar unge nakenbilder av?

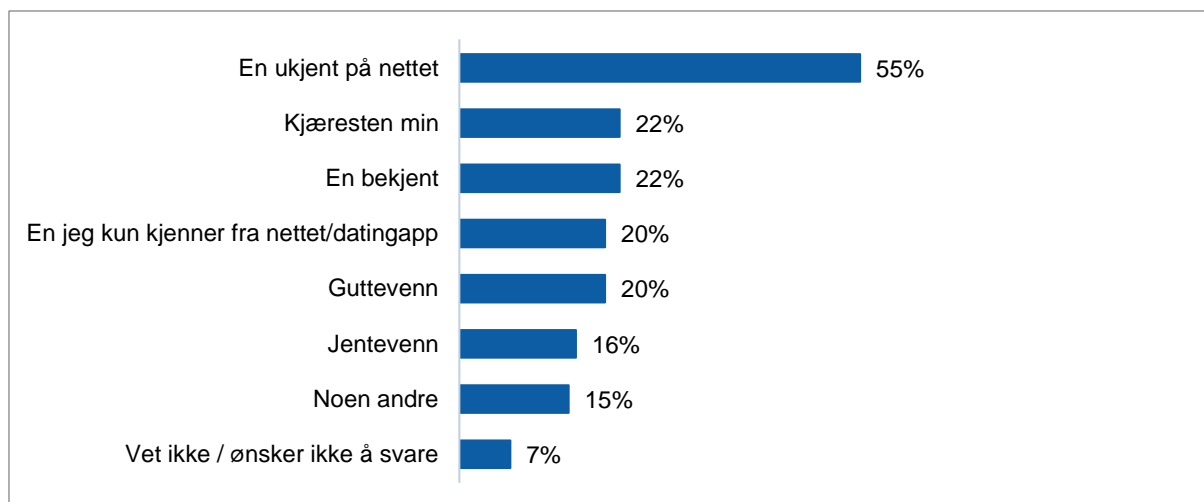
13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarer at de får tilsendt nakenbilder, får videre spørsmål om hvem de har mottatt nakenbildet eller nakenbilder av.³⁴ Det er også slik at flest mottar nakenbilder av fremmede på nettet – over halvparten svarer dette (55 prosent) (se figur 87). To av ti svarer at de har fått det av kjæresten sin (22 prosent), en bekjent (22 prosent), en de kjenner fra nettet eller en datingapp (20 prosent), guttevenn (20 prosent) og/eller jentevenn (16 prosent).

Også her er det noen kjønnsforskjeller. Dobbelt så mange jenter som gutter får nakenbilder av ukjente på nettet (67 mot 34 prosent), mens tre ganger så mange gutter som jenter har fått nakenbilder av en jentevenn (32 mot 7 prosent). Det er også flere gutter enn jenter som svarer at de har fått det av «noen andre» (21 mot 11 prosent).

³⁴ I 2022 var dette et singelspørsmål: «Hvem sendte deg nakenbilde(r) sist gang?» Derfor sammenlignes ikke resultatene.



Figur 88. «Hvem har du mottatt nakenbilde(r) av?» Prosent. Flersvar. 13–18-åringene som svarer at de har mottatt nakenbilde(r), får spørsmålet. Antall som har svart: 564.



Hvor mange unge har blitt spurt om å dele nakenbilder av seg selv?

13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler blir også stilt spørsmål om noen har spurt dem om de kan sende eller dele nakenbilde av seg selv. 28 prosent svarer ja på dette (se figur 89). I 2022 var tilsvarende andel 43 prosent. Respondentene ble i foregående spørsmål spurt om *uønskede* seksuelle kommentarer, noe som kan ha påvirket oppfatningen av dette spørsmålet, til tross for at dette gjelder alle typer nakenbilder.

Figur 89. «Har noen spurt deg om du kan sende/dele nakenbilde av deg selv?» Prosent. 13–18-åringene ble spurt. Antall som har svart: 1 700.



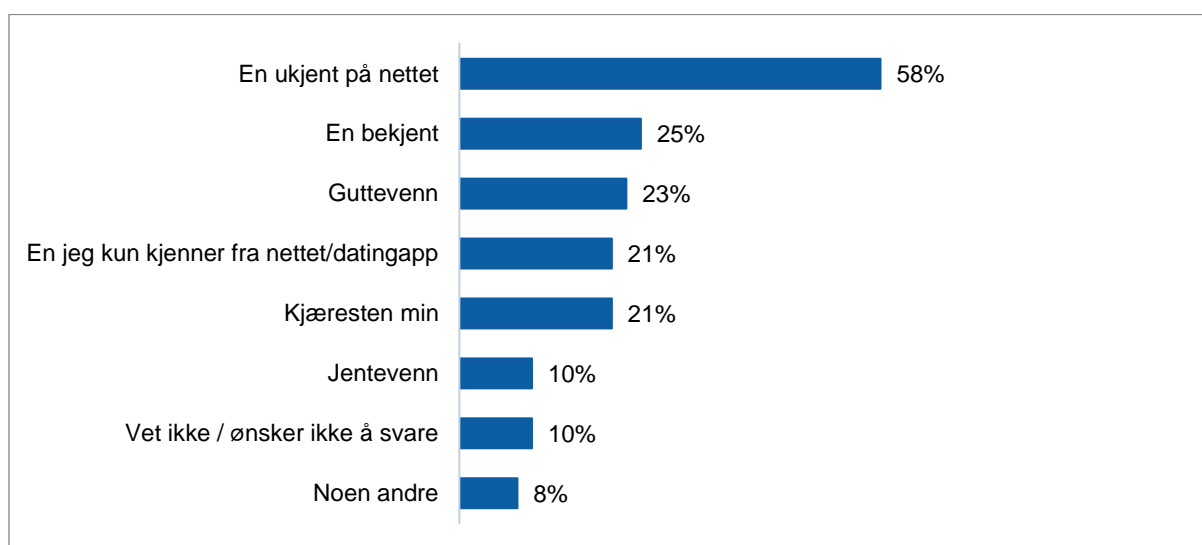
Også her finner vi tydelige kjønnsforskjeller. Totalt sett har 39 prosent av jentene og 15 prosent av guttene blitt spurt om nakenbilder. Denne kjønnsforskjellen gjelder på tvers av alder. Det er også slik at flere eldre enn yngre har blitt spurt. Totalt sett har 20 prosent av 13–14-åringene, 29 prosent av 15–16-åringene og 34 prosent av 17–18-åringene blitt spurt om nakenbilder. Aldersforskjellen gjelder for begge kjønn.



Hvem spør de unge om de kan sende nakenbilder av seg selv?

Videre fikk 13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarte at de har blitt spurt om å dele nakenbilder av seg selv, spørsmål om hvem som spurte om dette.³⁵ Igjen finner vi at de fleste ble spurt av en ukjent på nettet (58 prosent) (se figur 90). Deretter svarer to av ti at de har fått forespørsel fra en bekjent (25 prosent), en guttevenn (23 prosent), en de kjenner fra nettet eller en datingapp (21 prosent), og/eller fra kjæresten sin (21 prosent).

Figur 90. «Hvem har du fått forespørsel av om å sende nakenbilde(r)?». Prosent. Flersvar. 13–18-åringene som har svart at de har blitt spurt om å dele nakenbilder av seg selv, fikk spørsmålet. Antall som har svart: 521.



66 prosent av jentene og 36 prosent av guttene har blitt spurt av en ukjent på nettet. Flere gutter enn jenter har blitt spurt av kjæresten sin (28 mot 19 prosent) og/eller av en jentevenn (34 mot 2 prosent).

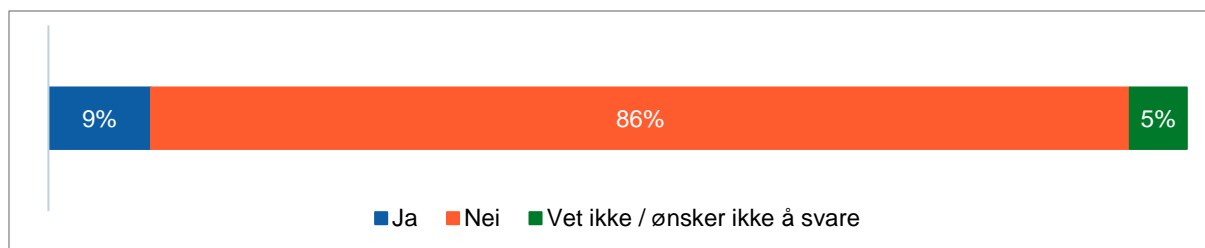
Hvor mange unge har delt nakenbilder av seg selv?

Alle 13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler ble spurt om de har sendt eller delt nakenbilde av seg selv i løpet av det siste året. 9 prosent svarte at de har gjort dette (se figur 91). Dette er en nedgang sammenlignet med 2022 og 2020, hvor henholdsvis 15 og 12 prosent svarte at de hadde gjort det. Igjen er det verdt å merke seg at dette kan skyldes det foregående spørsmålet om *uønskede* seksuelle kommentarer, til tross for at dette spørsmålet gjelder alle typer nakenbilder.

³⁵ I 2022 var dette et singelspørsmål: «Hvem spurte deg om å sende nakenbilde(r) av deg, sist gang?». Vi sammenligner derfor ikke resultatene.



Figur 91. «Har du sendt eller delt nakenbilde av deg selv i løpet av det siste året?» Prosent. 13–18-åringene har fått spørsmålet. Antall som har svart: 1698.

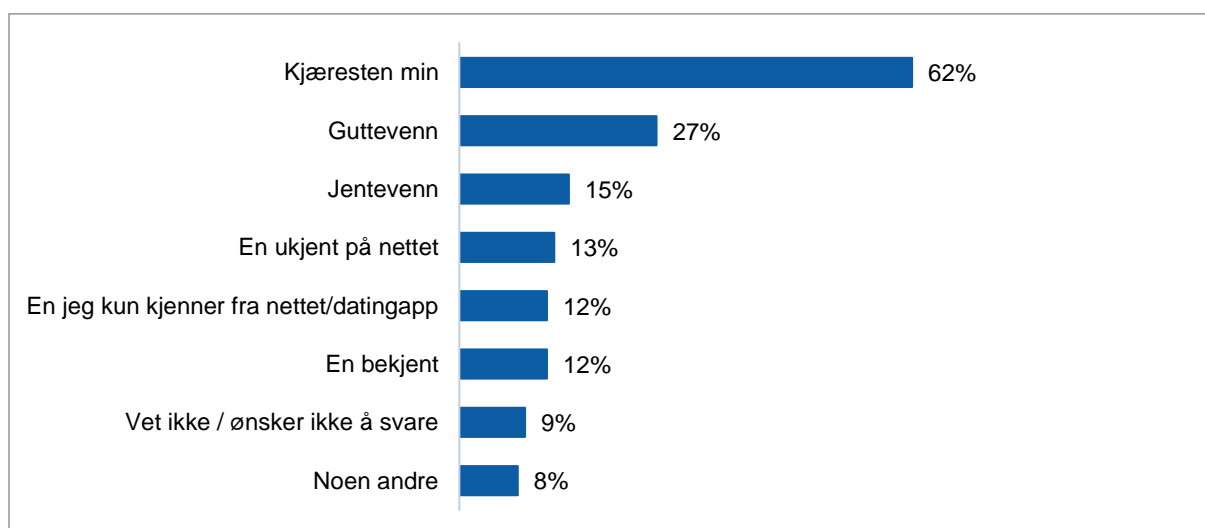


Noe flere jenter enn gutter svarer ja (10 mot 7 prosent). Andelen som svarer ja, øker med alderen. Totalt har 3 prosent av 13–14-åringene, 8 prosent av 15–16-åringene og 15 prosent av 17–18-åringene delt nakenbilder av seg selv det siste året. Økningen gjelder for begge kjønn.

Hvem har unge delt nakenbilder med i løpet av det siste året?

De 13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarer at de har delt nakenbilder av seg selv i løpet av det siste året, får også spørsmål om hvem de har sendt nakenbilder eller delt nakenbilder med. Det er verdt å merke seg at kun 171 respondenter har svart på dette spørsmålet, og at feilmarginene derfor er store. Et stort flertall svarer at de har sendt til kjæresten sin (62 prosent) (se figur 92). 27 prosent har sendt til en guttevenn og 15 prosent til en jentevenn. Om lag én av ti har sendt til en ukjent på nettet (13 prosent), en de kjenner fra nettet eller en datingapp (12 prosent), en bekjent (12 prosent) eller noen andre (8 prosent).

Figur 92. «Hvem har du sendt nakenbilde(r) til?» 13–18-åringene som svarte at de hadde sendt nakenbilde i løpet av det siste året, fikk spørsmålet. Antall som har svart: 171.



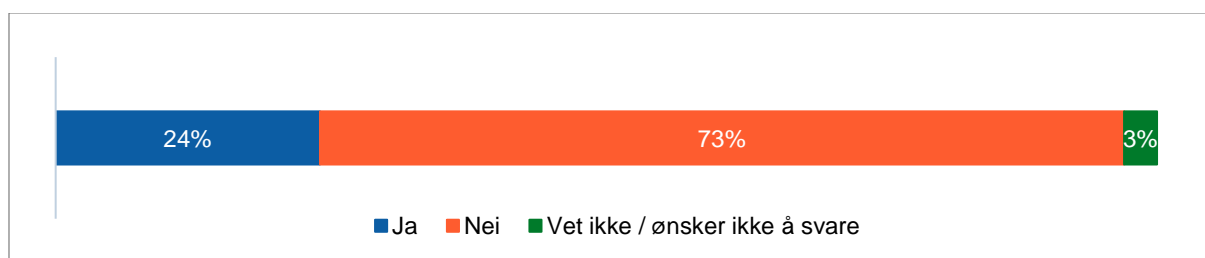
En større andel jenter enn gutter har sendt til kjæresten sin (70 mot 48 prosent), og flere gutter enn jenter har sendt til en jentevenn (26 mot 9 prosent). Utover dette er det få forskjeller mellom kjønnene.



Opplever unge at deres nakenbilder deles videre?

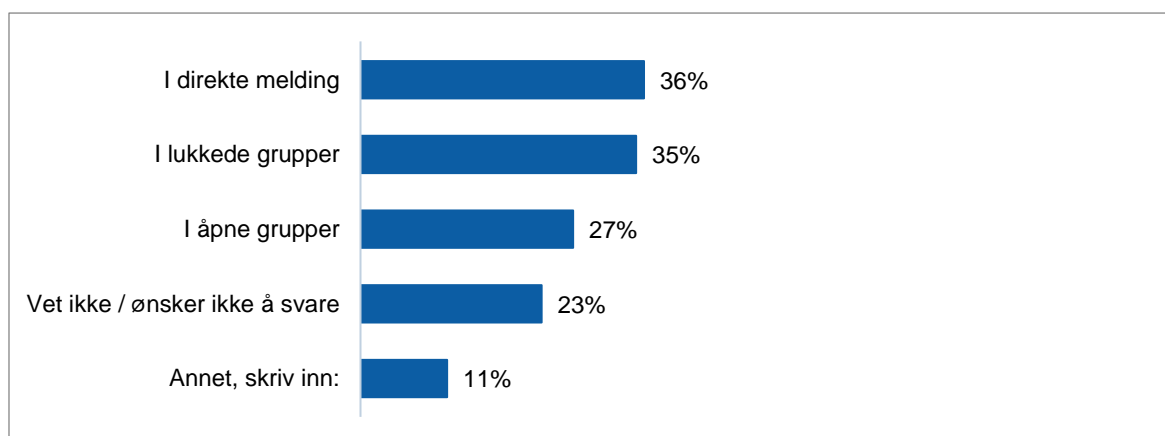
I år ble 13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler som svarer at de har delt nakenbilde det siste året, spurt om de har opplevd at nakenbilder de har delt, blir delt videre. 24 prosent av disse svarer at det har skjedd (se figur 93). Det er viktig å huske at basen er relativt liten (171 respondenter). Det er ingen tydelige kjønns- eller aldersforskjeller.

Figur 93. «Har du opplevd at nakenbilder du har delt med noen, har blitt delt videre?» Prosent. 13–18-åringene som har svart at de har delt nakenbilde det siste året, får spørsmålet. Antall som har svart: 171.



De som svarer ja, blir videre spurt om hvor disse bildene ble delt. Det er viktig at disse resultatene tolkes med omhu, da det kun er 38 respondenter som har svart på dette spørsmålet. Nesten like mange svarer at bildene har blitt delt i en direkte melding, i lukkede grupper og i åpne grupper (henholdsvis 36, 35 og 27 prosent). 23 prosent ønsker ikke å svare eller vet ikke hva de skal svare på spørsmålet.

Figur 94. «Hvor ble disse bildene delt?» Prosent. 13–18-åringene som har svart at de har opplevd at nakenbilder de selv har delt, har blitt delt videre, har fått spørsmålet. Antall som har svart: 38.

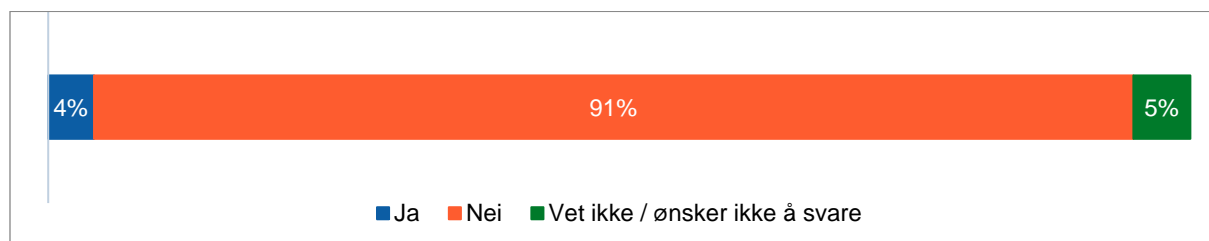


Kun fire personer har notert et åpent svar.

Deler unge nakenbilder av andre?

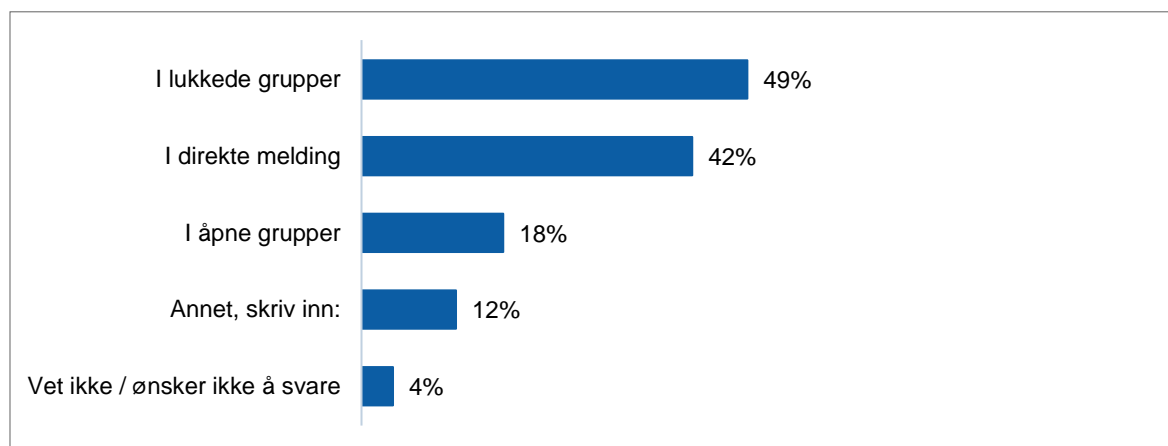
Alle 13–18-åringene på ungdomsskoler og videregående skoler fikk spørsmål om de selv har delt videre nakenbilder de har mottatt av andre. 4 prosent svarer ja (se figur 95). Det er ingen tydelige kjønns- eller aldersforskjeller i andelen som svarer ja.

Figur 95. «Har du selv delt videre nakenbilder du har mottatt fra andre?» Prosent. 13–18-åringene har fått spørsmålet. Antall som har svart: 1694.



De som svarer ja, får videre spørsmål om hvor de delte disse bildene. Det er verdt å merke seg når resultatene tolkes, at det er få som har fått spørsmålet (71 personer). Figur 96 viser at halvparten svarer at disse ble delt i lukkede grupper (49 prosent), 42 prosent at de ble delt i en direkte melding og 18 prosent at de ble delt i en åpen gruppe. Kun sju personer har notert et åpent svar.

Figur 96. «Hvor ble disse bildene delt?» Prosent. Flersvar. 13–18-åringene som svarer at de har delt nakenbilder de selv har mottatt med andre, fikk spørsmålet. Antall som har svart: 71.





17 English summary Children and Media 2024: Main Findings

Access to Equipment

- Most children aged 9–18 have their own mobile phone and/or school computer or school tablet. Almost all, 94 percent, of 9–11-year-olds have their own mobile phone. In 2014, 85 percent in the same age group had their own mobile phone.
- About half have their own computer or home PC, personal tablet, personal TV, and/or game console connected to the TV.

Use of Mobile Phones

- Almost all, 94 percent, of 9–11-year-olds have their own mobile phone. In 2014, 85 percent in the same age group had their own mobile phone.
- More children are getting their first mobile phone at a young age than before. 62 percent of 9–10-year-olds got their first mobile phone before the age of eight, while 35 percent of today's 17–18-year-olds got their first mobile phone before the age of eight.
- What is new this year is that we have asked children and young people about their time spent daily on various mobile activities. Among 9–18-year-olds, 36 percent are heavy users³⁶ of social media on their mobile phones, 28 percent are heavy users of series and videos on their mobile phones, and 20 percent are heavy users of mobile games.
- Only 30 percent say they spend too much time on their mobile phones.

Social Media

- Overall, 86 percent of 9–18-year-olds use social media, and the usage increases with age. Among 9-year-olds, half of them use social media, and by the time children reach 13, almost all of them use social media.
- Despite the age limit being 13 years, for having an account on Snapchat, TikTok, Facebook, and Instagram, most children who use these media get their own account before they turn 13.
- More girls than boys use social media, particularly among teenagers. More girls than boys are also heavy users of social media on their mobile phones. Girls are more likely than boys to agree to spending too much time on social media, regardless of how much time they report spending on social media on their mobile phones.
- 45 percent of 9–18-year-olds say their parents have set rules for which social media they can use, and 36 percent say their parents closely monitor their use. Among the youngest children, more say their parents are involved.

YouTube

³⁶ Those who use their mobile phone for at least three hours or more on a single activity are called 'heavy users' of that mobile activity. In addition to the time spent on this particular mobile activity, other mobile activities and other screen time are also included.



- A total of 83 percent of children use YouTube. Fewer girls use YouTube in 2024 than in 2022. More boys than girls use YouTube overall.
- Among 9–18-year-olds who watch or follow YouTubers, TikTokers, or influencers, the most popular content are comedy videos. The most popular influencers are MrBeast, Julie Fiala, and Sidemen.

Gaming

- 86 percent of 9–18-year-olds play games on mobile, PC, and TV.
- Overall, nearly half of children and young people play daily, but the gender differences are significant. 63 percent of boys and 25 percent of girls play daily. For both genders, daily gaming is gradually replaced by weekly or less frequent gaming as children get older.
- When asked if they play, 93 percent of boys and 79 percent of girls say they play. These differences are significantly smaller than before, likely due to a change in the wording of the questions. More girls say they play infrequently, and that is why more of them are registered in this year's survey.
- More boys than girls also agree that they spend too much time gaming. The gender difference applies across age and how often children report playing. Fortnite is the most popular game, followed by Roblox and Minecraft. These were also the three most popular games in 2022.
- Among 9–10-year-olds, 60 percent say their parents have set rules for which games they can play, and 43 percent say their parents are involved in their gaming. This proportion is significantly lower among the oldest children. 59 percent of children and young people say their parents have not set any rules for how much time they can spend gaming.

Language

- English is by far the most common language children and young people use when they are on social media, watching movies, series, or TV programs, gaming, and/or watching YouTube.
- Norwegian is the most common language for reading, watching, or listening to news.
- In 2024 more people use mainly English across activities, compared to 2022 and 2020.

News

- 95 percent of 9–18-year-olds follow the news, and older youths are more active news consumers than younger children.
- Social media is the channel where children and young people most frequently get news. Half of them often get news on social media. TikTok, Snapchat, and YouTube are the social media where most children and young people get news.
- TV is also an important news channel, but it is used less frequently. The use of social media and TV as news channels has remained stable, but the use of online newspapers and print newspapers has significantly decreased.
- The news outlets children and young people get their news from varies with age. NRK is important to everyone. Among the youngest children, Supernytt is the most



important news outlet, and among 15–18-year-olds, VG and NRK are equally important.

False News

- 66 percent of 13–18-year-olds have come across news stories they suspected were fake or untrue in the past six months.
- Of those who have come across news stories they suspected were false, 66 percent say they found them on social media.
- 37 percent of 13–18-year-olds do nothing when they see a false or fake news story online.
- 33 percent say they do an internet search to check the story further, and 24 percent cross-check with other media. 17 percent check the source's web address and/or investigate who is behind the source.
- Less than ten percent do not think about whether a news story is false or fake.

Screen and Mobile Use in School

- More 9–10-year-olds have access to a school computer or school tablet in 2024 than they did in 2022.
- Seven out of ten primary and lower secondary school students report that there is a mobile phone ban throughout the school day. Among high school students, only two percent have a total mobile phone ban, and half have a ban only during class time.
- 80 percent of high school students who only have a mobile phone ban during lessons or no fixed mobile phone rules do not want stricter mobile phone rules.
- Primary school students are more positive about a mobile phone ban and see more benefits to limited access to mobile phones than students in lower secondary and high school. Lower secondary students are also somewhat more positive about this than high school students.
- Primary school students are more likely to believe that without access to mobile phones at school, they concentrate better, perform better in school, and that there is calmer in the classroom, than students in lower and upper secondary school are. They also have a greater tendency to agree to talking more with their classmates, that there is less bullying, and that they experience less pressure and stress without access to mobile phones.
- Lower secondary and high school students are more likely than primary school students to believe that mobile phones are a work tool, that it is impractical not to have access to them, and that mobile phones allow them to relax between classes. They also believe that mobile phones give them a sense of security in social situations.

Harmful Content

- One-third of teenagers aged 13–18 have been exposed to hate messages directed at groups or individuals and/or frightening or violent images or videos multiple times online in the past year. This is the type of harmful content most have been exposed to. Around two out of ten have repeatedly seen content related to ways to become



thin and/or alcohol sales. Just over one in ten have repeatedly seen content related to planning fights, self-harm, and/or drug sales.

- The degree of exposure to harmful content increases with age.
- There is an increase in the proportion who have been exposed to harmful content compared to 2022 and 2020.

Negative Events

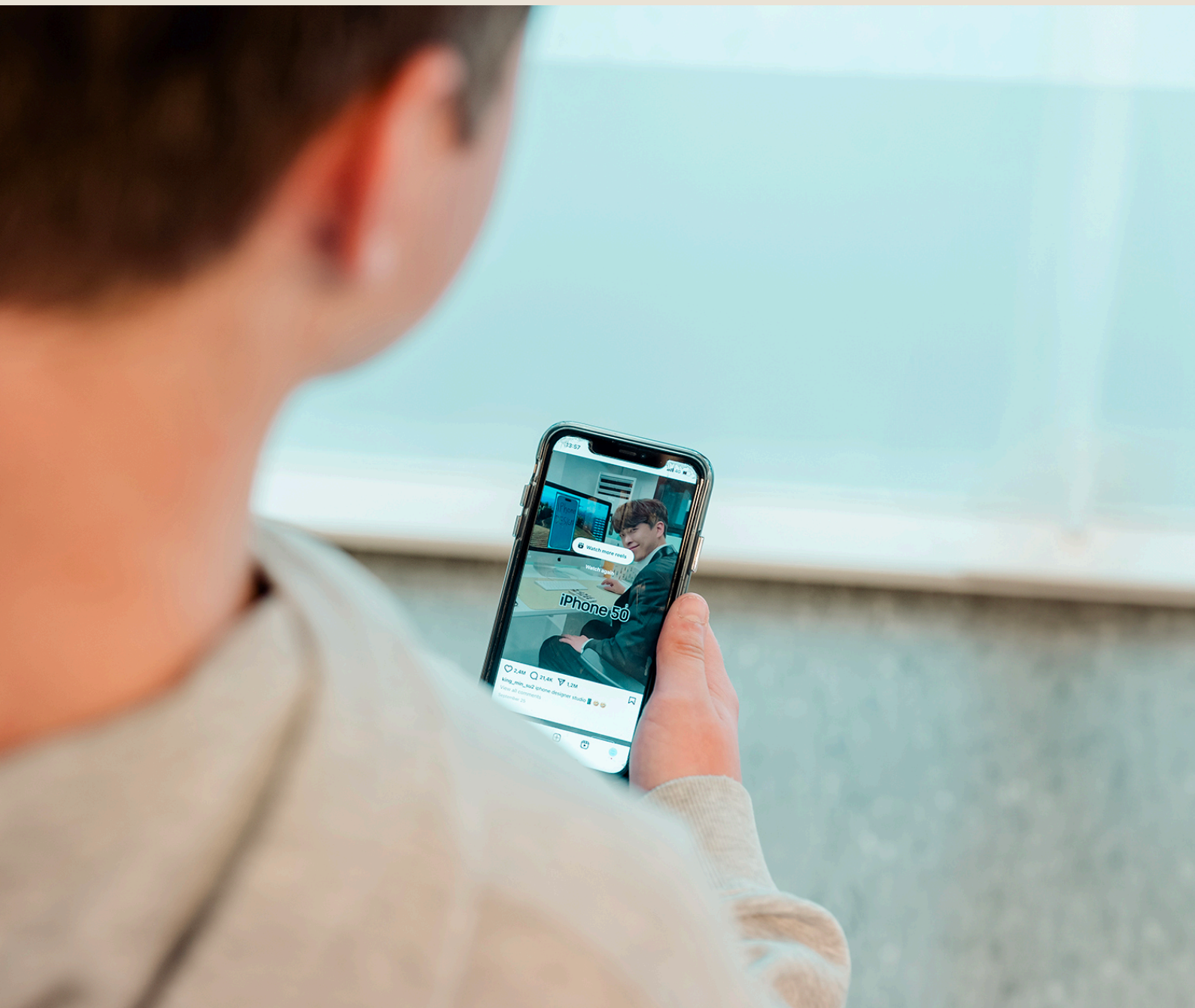
- Among 13–18-year-olds, 42 percent have experienced someone writing nasty comments to them online in the past year. One-third have experienced being excluded from a group, someone posting pictures or videos of them against their will, something they shared being shared further against their will, and/or receiving threats. 23 percent say they have been bullied online in the past year.
- The younger the teenagers are, the more likely they are to have experienced negative events online. This applies to all types of events. More 13–14-year-olds than 17–18-year-olds have experienced these events in the past year.

Unwanted Sexual Comments

- This year's survey has emphasized the occurrence and experience of receiving unwanted sexual comments. 22 percent of teenagers have received unwanted sexual comments online in the past year.
- Across all ages, more girls than boys have received unwanted sexual comments.
- Half of those who receive unwanted sexual comments get them from a stranger online, and nine percent have received them from their boyfriend or girlfriend.

Sharing of Nude Photos

- One-third of 13–18-year-olds have received a nude photo and/or been asked to send a nude photo.
- Nine percent of teenagers have sent nude photos of themselves in the past year. Slightly more girls than boys have sent nude photos, and the proportion increases with age.
- Of those who have shared a nude photo in the past year, one in four has experienced having a nude photo shared further without their consent.
- Four percent of 13–18-year-olds say they have shared nude photos they received from others.



Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad
post@medietilsynet.no

ISBN: 978-82-8428-058-5