

Foreldre og medier 2024

– en undersøkelse om foreldres erfaringer med
1-17-åringers medievaner





Forord

Aldersgrenser i sosiale medier, skjermtid for de yngste og bruk av digitale enheter på skolen er saker som har vært høyt på agendaen i den offentlige debatten den siste tiden.

Undersøkelsen Foreldre og medier 2024 belyser 1–17-åringers digitale medievaner sett gjennom foreldrenes blikk, og deres involvering i – og regulering av – sine barns mediebruk. Undersøkelsen fyller ut bildet fra Barn og medier 2024, der 9–18 åringene selv rapporterer om egen mediehverdag.

Over halvparten av norske niåringer og nesten alle tolvåringer er på sosiale medier, selv om aldersgrensen for å opprette egen bruker uten foreldrenes samtykke, er 13 år (Barn og medier 2024). Mange foreldre kjenner ikke til hvilke aldersgrenser som gjelder, ifølge Foreldre og medier 2024. Undersøkelsen viser videre at jo eldre barna blir, jo flere foreldre er det som oppgir at de synes det er vanskelig å holde oversikt over hva barnet deres gjør på nettet. Allerede når barna er 9–10 år gamle, synes nesten tre av ti foreldre at dette er vanskelig. For foreldre til 17-åringer er andelen 72 prosent.

Fordi det er stor risiko for å bli eksponert for skadelig påvirkning i sosiale medier, anbefaler Medietilsynet at aldersgrensen overholdes. Regjeringen har nylig foreslått å heve denne fra 13 til 15 år.

I samarbeid med seks andre statlige etater har Medietilsynet nylig lagt fram en handlingsplan for trygg digital oppvekst. En av utfordringene som ble tydelig i arbeidet med handlingsplanen, er at dagens regelverk ikke i tilstrekkelig grad beskytter barns rettigheter i digitale tjenester. Foreldre og medier 2024 viser at kun 20 prosent av foreldrene mener myndighetene tar nok ansvar for å beskytte barn og unge på nettet via regulering av tjenester og apper. 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 reglene også i Norge.

Medietilsynet håper Foreldre og medier 2024 bidrar til økt innsikt i viktige aspekter ved foreldre og barns mediehverdag. Tusen takk til alle foreldre som har deltatt i årets undersøkelse!

Fredrikstad, 29. november 2024

Mari Velsand
direktør i Medietilsynet



Om undersøkelsen

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

Foreldre og medier-undersøkelsene strekker seg tilbake til 2003.¹ Fra 2006 har undersøkelsen blitt publisert annethvert år. Siste utgave ble gjennomført i 2022.² Formålet med undersøkelsen er å gi en samlet framstilling av foreldres innsikt og involvering i barnas digitale hverdag. Blant foreldre er det samlet inn data om barn i alderen 1–17 år. Medietilsynet publiserer også Barn og medier-undersøkelsen, som gir innblikk i medievanene til barn og unge og er en kartlegging blant 9–17-åringene. I likhet med Foreldre og medier blir denne undersøkelsen publisert annethvert år. Den seneste ble gjennomført 2022,³ og en ny vil komme i løpet av høsten 2024.

Medietilsynet samarbeider med et bredt nettverk av aktører og har et særskilt opplysnings- og informasjonsarbeid med søkelys på trygg bruk av digitale medier for barn og unge. I den forbindelse bidrar undersøkelsen med et empirisk kunnskapsgrunnlag basert på foreldrenes egenrapportering om barnas faktiske bruk, og deres erfaringer og opplevelser knyttet til nettbruk. Medietilsynet er faglig ansvarlig for undersøkelsen, både når det gjelder spørsmål og spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering.

Datainnsamling og databearbeiding er gjennomført av Verian i nært samarbeid med Medietilsynet. Konsulentene Tuva Bjerkebakke og Mathilde Horvei har skrevet rapporten.

- Datainnsamlingen til undersøkelsen ble gjennomført i perioden fra 31. januar 2024 til og med 8. april 2024. Dette er noe tidligere enn i 2022, hvor feltperioden var i juni til august.
- Undersøkelsen er gjennomført på Kantar Medias panel, *GallupPanelet*. Spørreskjemaet har vært nettbasert (cawi).
- Respondentene er trukket tilfeldig blant foreldre i GallupPanelet, og de ble bedt om å besvare spørsmål om det barnet i hjemmet som hadde bursdag sist. For å få nok intervjuer blant foreldre med yngst barn, ble det sendt en ekstra påminnelse til foreldre med barn i alderen 1–5 år, hvor de ble bedt om å svare på vegne av det yngste barnet innenfor denne aldersgruppen.
- 2545 foreldre med barn i alderen 1–17 år har besvart årets undersøkelse.
- Svarprosenten er 32 prosent.
- Mediantid på å gjennomføre undersøkelsen var åtte minutter.
- Resultatene er vektet på barnas alder mot aldersfordelingen blant barn i befolkningen. Se vedlegg 1 for detaljert informasjon.

¹ Medietilsynet, 2011, [Tidsserier for foreldreundersøkelsene 2003–2010](#)

² Medietilsynet 2023, [Foreldre og medier 2022](#)

³ Medietilsynet 2023a, [Barn og medier 2022](#)

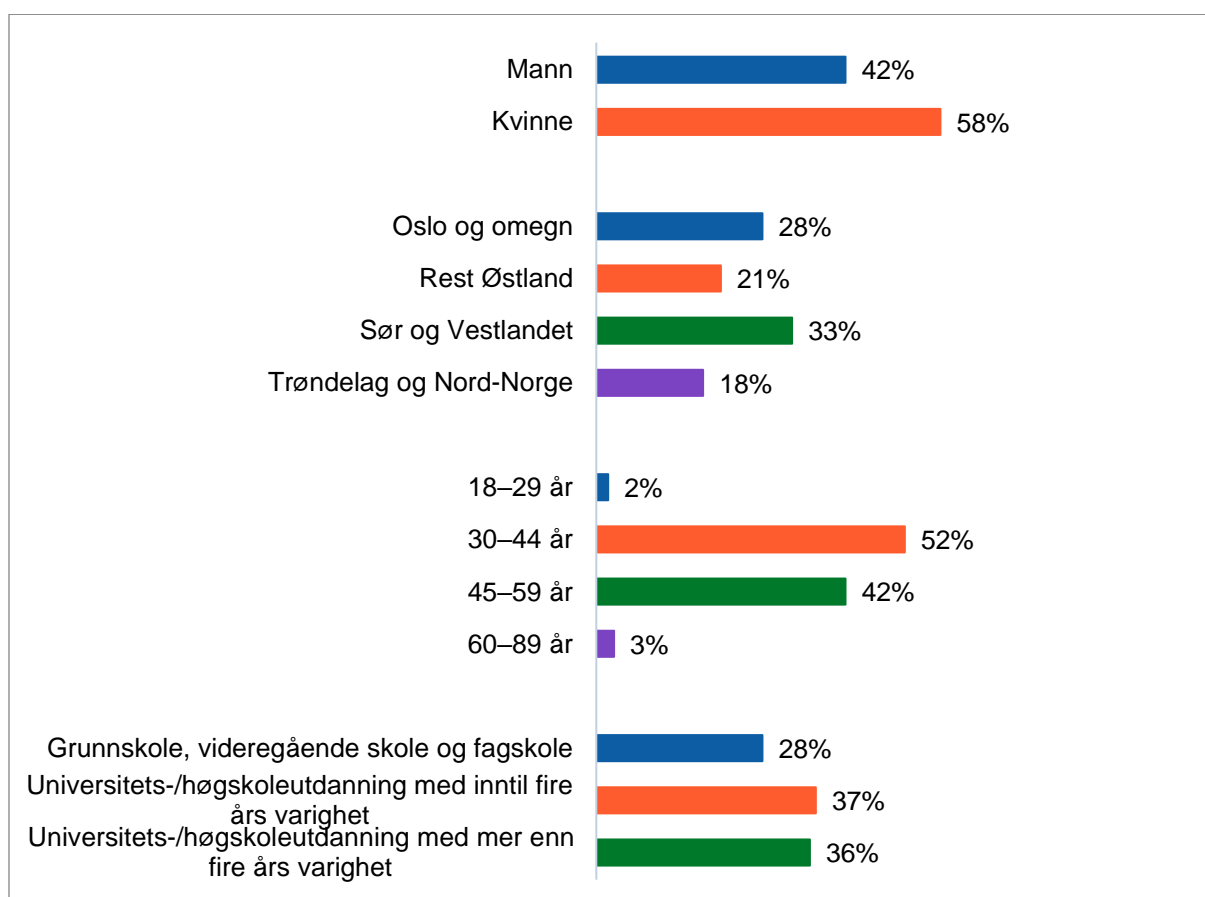


Om utvalget

Figur 1 viser bakgrunnsinformasjon om for foreldrene til barna det er gitt svar for i undersøkelsen (kjønns-, alders-, utdannings- og den geografiske fordelingen i utvalget). 42 prosent av respondentene er menn, 58 prosent er kvinner. Det er en god geografisk spredning i utvalget. Aldersfordelingen viser at 2 prosent av foreldrene er under 30 år. Til sammen 95 prosent av utvalget befinner seg i aldersgruppene 30–44 år og 45–59 år. 3 prosent av utvalget er over 60 år. Alderssammensetningen blant foreldre er tilnærmet lik som ved datainnsamlingen i 2022.

28 prosent i utvalget har grunnskoleutdanning, videregående skole eller fagskole som høyeste utdanning. 37 prosent har universitets- eller høyskoleutdanning med inntil fire års varighet, og 36 prosent har universitets- eller høyskoleutdanning med mer enn fire års varighet. Også utdanningssammensetningen blant foreldrene er tilnærmet lik som i 2022.

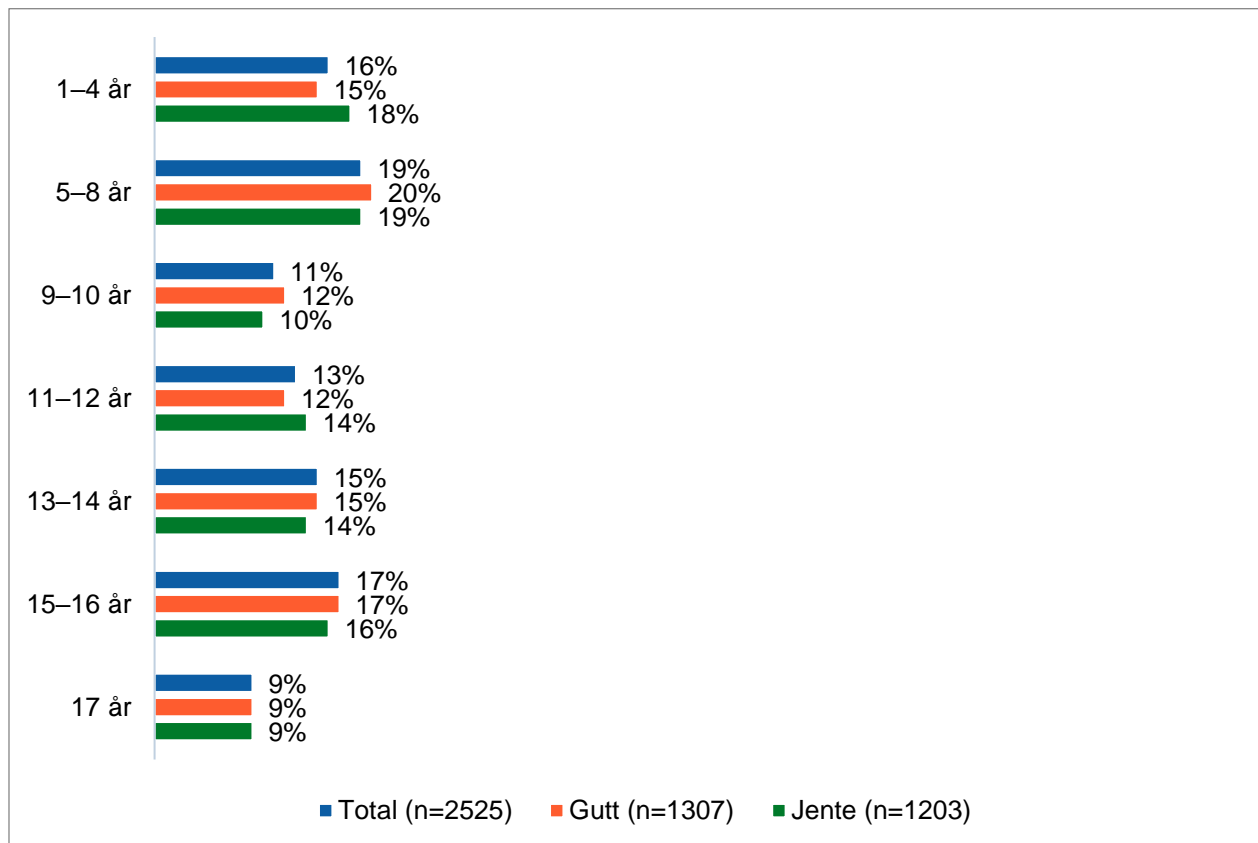
Figur 1 – fordelingen i utvalget. Prosentvis. Uvektede tall. Antall som har svart på spørsmålene: 2454.



Figur 2 viser kjønns- og aldersfordelingen blant barna i utvalget.



Figur 2 – fordelingen av barnas alder og kjønn i utvalget. Prosentvis. Uvektede tall. «Annet» og «Ønsker ikke å svare» er utelatt av grafikken (henholdsvis 3 og 12 personer svarer dette). Antall som har svart på spørsmålene, per gruppe, er oppgitt i parentes.



I vedlegg 2 er det oversikt over kjønns- og aldersfordelingen blant barna i utvalget i årets undersøkelse og i 2022-undersøkelsen.

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 resultatet for hele befolkningen. Hvis vi for eksempel estimerer at 60 prosent av foreldrene har kjennskap til barnas mediebruk, og feilmarginen er på pluss/minus 3 prosent, betyr det at det faktiske tallet for alle foreldre 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. Med eksempelet over er det altså 95 prosent sjanse for at den riktige verdien ligger mellom 57 og 63 prosent.

Tabell 1 viser feilmarginene til ulike nedbrytninger på alder og kjønn og totalen. Dersom hele utvalget har svart, varierer feilmarginene fra pluss/minus 0,9 prosent til pluss/minus 2,0 prosent, avhengig av resultatet. Det er derfor små feilmarginer når vi sammenligner spørsmål



som hele utvalget har fått, med samme spørsmål som hele utvalget fikk i 2022. Når vi derimot bryter ned på aldersgrupper og kjønn, blir feilmarginene større.

Aldersgruppen 17 år inneholder kun ett årstrinn, og ved nedbrytning på alder må man derfor være oppmerksom på at resultatene for denne gruppen er mer usikre enn for de øvrige aldersgruppene. Sammenligner vi 17 år gamle gutter og jenter, må det være store forskjeller i resultatene for at det skal være signifikant.

Det er viktig å huske at dette er fulle baser, altså hele utvalget. Dersom det i tillegg er andre type filtre, for eksempel om barna bruker tjenesten, vil basene være mindre og feilmarginene større.

Tabell 1. Antallet og signifikansnivået for de ulike nedbrytningene på kjønn og alder og totalt. Uvektede tall. «Annet» og «Ønsker ikke å svare» er ikke ekskludert fra grafikken (henholdsvis tre og tolv personer svarer dette).

	Antall totalt	Feilmargin (5 % / 50 %) totalt	Antall gutter	Feilmargin (5 % / 50 %) gutter	Antall jenter	Feilmargin (5 % / 50 %) jenter
1–4 år	407	2,1 / 4,9	191	3,1 / 7,1	211	2,9 / 6,7
5–8 år	491	1,9 / 4,4	260	2,6 / 6,1	229	2,8 / 6,5
9–10 år	277	2,6 / 5,9	156	3,4 / 7,8	120	3,9 / 8,9
11–12 år	334	2,3 / 6,0	161	3,4 / 7,7	171	3,3 / 7,5
13–14 år	370	2,2 / 5,1	196	3,1 / 7,1	170	3,3 / 7,5
15–16 år	417	2,1 / 4,8	221	2,9 / 6,6	195	3,1 / 7,1
17 år	229	2,8 / 6,5	122	3,9 / 8,9	107	4,1 / 9,5
Totalt	2 525	0,9 / 2,0	1 307	1,2 / 2,7	1 203	1,2 / 2,8

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

Sammenslåing av kategorier: Dersom det står at kategorier er utelatt fra en figur, innebærer dette at andelen som har svart dette alternativet, er for lav til at funnet er interessant. Står det at en kategori er «ekskludert», innebærer det at kategorien er utelatt fra prosenteringen, selv om flere respondenter har svart dette alternativet (eksempelvis kategorien «Barnet mitt gjør ikke dette»). Dette gjøres hovedsakelig for å kunne sammenligne på tvers av påstander og spørsmål.

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



Innhold

1.	Hovedfunn	8
2.	Foreldrenes kjennskap til barnas mediebruk og syn på egen mobilbruk	11
3.	Tilgang til utstyr og teknologi	14
4.	Medievaner	20
5.	Spill og gaming	39
6.	Nyheter	44
7.	Kjennskap og kompetanse knyttet til barnas nettbruk	46
8.	Regulering av mediebruk	55
9.	Foreldre og deling av bilder	76
10.	Hvordan stiller foreldrene seg til bruk av pc og nettbrett på skolen?.....	80
11.	Myndighetenes ansvar for barns mediebruk	84
12.	English Summary.....	89



1. Hovedfunn

Barn og unges tilgang til utstyr og teknologi

- Tilgangen til utstyr og teknologi øker med barnas alder. 12 prosent av foreldrene til 1–4-åringene svarer at barna har tilgang til mobiltelefon, mens nesten samtlige av foreldrene til barna over 12 år svarer at barna har egen mobil.
- Nær åtte av ti skolebarn har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett, og over halvparten av ungdom over 12 år har egen pc. Sett under ett har flere gutter enn jenter tilgang til pc.

Skjermtid

- Halvparten av barna i alderen 1–17 år har over to timer skjermtid per dag, ifølge foreldrene. Skjermtiden øker med alderen.
- Blant de minste barna (1–4 år), svarer én av ti foreldre at barna fikk tilgang til skjerm på egen hånd før fylte ett år. Tilnærmet ingen barn som i dag er over 14 år, fikk skjerm før de fylte ett år.

Barn og unges medieaktiviteter, ifølge foreldrene

- Halvparten av barn og unge i alderen 1–17 år ser film, serier eller tv-program hver dag. Netflix, YouTube og NRK Super er de mest brukte medietjenestene, ifølge foreldrene.
- Forskjellen i mediebruk blant tenåringsjenter og tenåringsgutter er gått noe ned, men fortsatt foretrekker gutter YouTube og spilling, mens jenter foretrekker å se film, serier og tv, og å bruke sosiale medier.

Spill og gaming blant barn og unge

- Over åtte av ti barn i alderen 1–17 år spiller dataspill, mobilspill og tv-spill, ifølge foreldrene. Flere gutter enn jenter spiller daglig.
- To av ti foreldre mener barna bruker for mye tid på spilling, og halvparten av foreldrene oppgir at de ofte eller av og til er uenige med barna om tidsbruken.

Nyhetskonsum blant barn og unge

- Sju av ti barn får med seg nyheter «ofte» eller «av og til» fra tv og strømming, ifølge foreldrene. 16 prosent av barna får ofte med seg nyheter fra sosiale medier.
- 71 prosent av skolebarna får aldri med seg nyheter fra papiraviser.



Foreldrenes kjennskap til og kompetanse knyttet til barnas nettbruk

- To av ti foreldre er «svært involvert» i barnas digitale aktiviteter, og fire av ti er «ganske involvert». Graden av involvering avtar med barnas alder.
- Småbarnsforeldrene har god oversikt over hva barna gjør på nettet. Når barna når 13–14-årsalderen, svarer over halvparten at det er vanskelig å ha oversikt og veilede tenåringsen. En høy andel foreldre kjenner ikke aldersgrensene for de ulike sosiale mediene.
- Samtlige foreldre blir spurt om hva de tenker om hvordan teknologi og skjermbruk påvirker av barn og unge. Halvparten av foreldrene er negative til utviklingen, og 24 prosent er positive.

Foreldre regulering av barn og unges mediebruk

- Tre av ti mener at barna bruker for mye tid på sosiale medier, YouTube og dataspill. To av ti mener at tidsbruken er for høy på tv eller strømmetjenester.
- Det har vært en økning i bruken av foreldrekontrollfunksjoner sammenlignet med 2022 (en økning på mellom 5 og 10 prosentpoeng for de ulike kontrollfunksjonene). Rundt halvparten av foreldrene benytter funksjoner som begrenser barnas nedlastning og bruk av apper, pengebruk knyttet til spill eller apper og begrensninger på tv eller strømmetjenester.
- Totalt sett bruker tre av ti foreldre sporingstjenester for å vite hvor barna er.

Foreldre og deling av bilder av barna

- En av to foreldre har delt bilder eller videoer av barna i sosiale medier det siste året. Foreldrene til yngre barn deler hyppigere i sosiale medier enn foreldrene til eldre barn.
- Halvparten av foreldrene som deler bilder, spør barna i forkant. Andelen varierer med barnas alder.

Foreldrenes syn på barn og unges bruk av skjerm på skolen

- Åtte av ti barn og unge i skolealder har tilgang til pc eller nettbrett på skolen. Tre av ti barn bruker nettet daglig til skolearbeid eller lekser, og fire av ti bruker det ukentlig, ifølge foreldrene.
- Sammenlignet med i 2022 er foreldre som har barn i skolealder, noe mer restriktive i synet på tilgang til pc og nettbrett på skolen, og mer negative i synet på skjermbruk i skolesammenheng.
- Færre mener at barna burde få tilgang til pc og nettbrett i skolen, en nedgang på henholdsvis 7 og 9 prosentpoeng fra 2022. Foreldrene mener også at barna burde få tilgang senere enn det som er målt i tidligere undersøkelser.
- Foreldre med barn i skolealder er blitt mer negative til skjermbruk i skolen. Nærmere tre av ti foreldre svarer at barna bruker pc eller nettbrett for mye i skolesammenheng, det er en økning på 5 prosentpoeng fra 2022.



Andre aktørers ansvar for å beskytte barn og unge på nett

- Generelt sett har foreldrene liten tiltro til at myndigheter, plattformtjenester og norske medier gjør nok for å beskytte barn på nettet.
- I underkant av fire av ti foreldre er uenige i at myndighetene gjør nok gjennom rådgivning, informasjonskampanjer og reguleringer av digitale tjenester. Skepsisen er enda større når det gjelder plattformtjenestene, der hele sju av ti er uenige i at disse tar ansvar. Halvparten av foreldrene er uenig i at norske medier tar nok ansvar.
- Blant foreldrene med barn i skolealder er tre av ti enige i at skolen gir god digital opplæring til barna.
- Når foreldrene blir spurt om hvilke tiltak som kan bidra til å trygge barn på nettet, svarer de fleste at foreldreinvolvering og tilsyn er nødvendig (tre av ti).
- Rundt halvparten av foreldrene mener de selv er gode nok veiledere for barna i digital nettbruk, og andelen som mener dette, synker med barnas alder.



2. Foreldrenes kjennskap til barnas mediebruk og syn på egen mobilbruk

Sammendrag

Foreldrene er blitt spurt om sin kjennskap til barnas mediebruk og hvordan de opplever sin egen mobilbruk. I dette kapittelet presenteres resultatene.

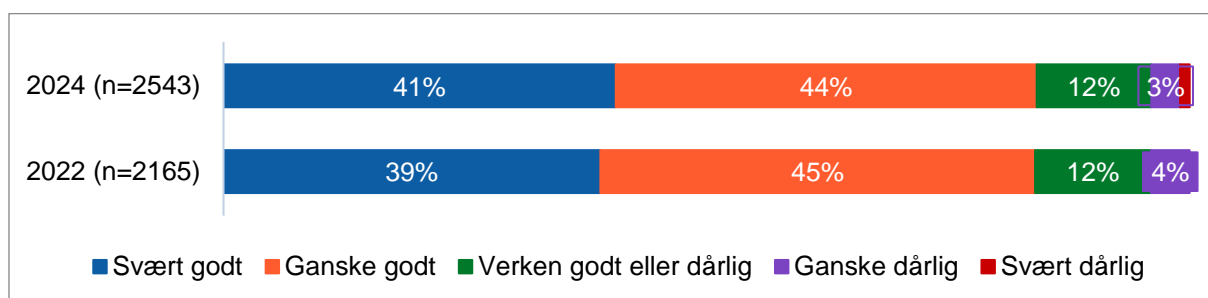
- Alt i alt har foreldrene god kjennskap til barnas mediebruk. 85 prosent svarer at de har svært eller ganske god kjennskap. Kjennskapen synker med barnas alder.
- Foreldrene blir spurt om sin egen mobilbruk og hvor mye tid de bruker. Seks av ti foreldre mener de bruker for mye tid på mobilen.

Hvor godt kjenner foreldrene barnas mediebruk?

Foreldrene som har svart på undersøkelsen, fikk helt innledningsvis spørsmålet «Alt i alt, hvor godt eller dårlig kjenner du til ditt barns mediebruk?».

41 prosent av foreldrene har «svært god» kjennskap til mediebruken, og like mange har «ganske god» kjennskap (se figur 3). Kun 4 prosent kjenner mediebruken «ganske dårlig» eller «svært dårlig». Det er ingen endringer sammenlignet med i 2022, som var første gangen spørsmålet ble stilt.

Figur 3 – «Alt i alt, hvor godt eller dårlig kjenner du til ditt barns mediebruk?» Prosent. 2022 og 2024. Alle er spurt. Hvor mange som har svart på spørsmålet, er oppgitt i parentes.

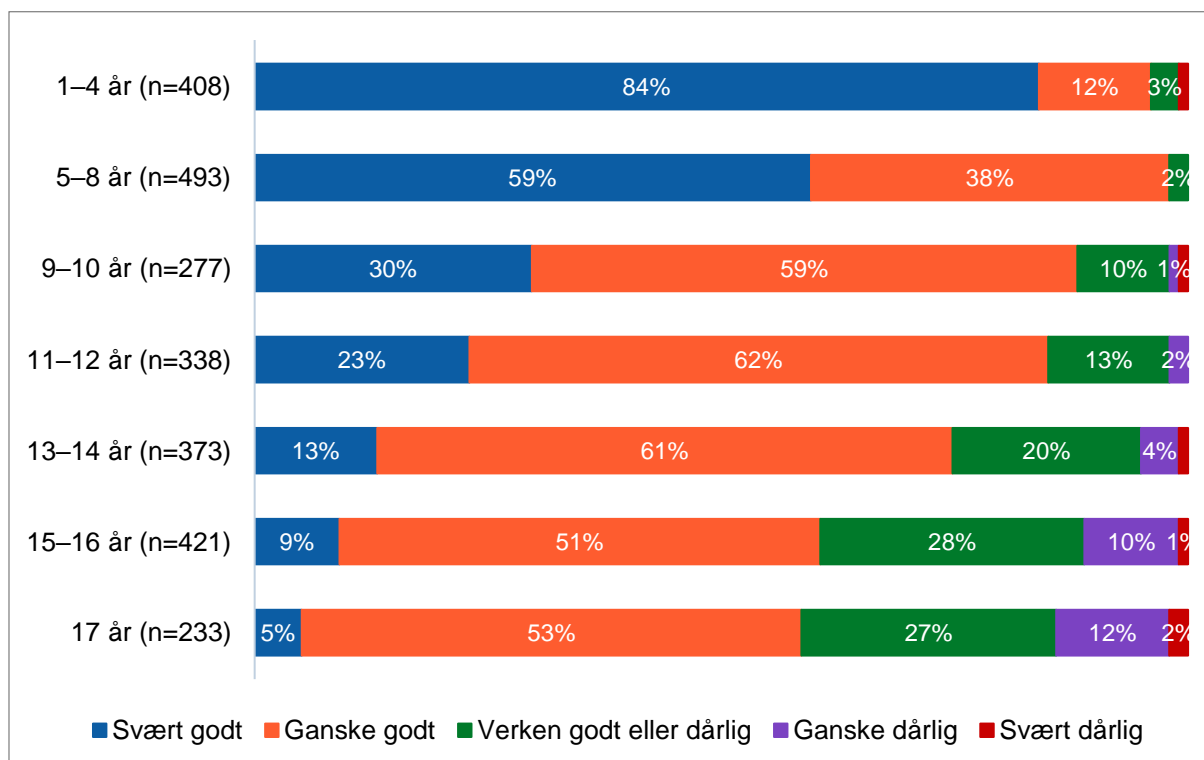


Figur 4 viser at det er store forskjeller i kjennskapen til barnas mediebruk på tvers av aldersgruppene. 85 prosent av foreldrene til 1–4-åringene har svært god kjennskap, og tilsvarende andel for 5–8-åringene er 59 prosent. Inkluderer vi også «ganske godt», har nesten samtlige av foreldrene til barna i disse aldersgruppene god kjennskap til mediebruken.

Sett under ett har de fleste foreldrene god kjennskap til barnas mediebruk. Samtidig ser vi at foreldrenes grad av kjennskap synker fra «svært god» til «ganske god» fra barna rundt 9 år. Kun 5 prosent av foreldrene til 17-åringene har «svært god» kjennskap. I denne gruppen har 14 prosent dårlig («ganske dårlig» og «svært dårlig») kjennskap til barnas mediebruk.



Figur 4 – «Alt i alt, hvor godt eller dårlig kjenner du til ditt barns mediebruk?». Prosent. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.



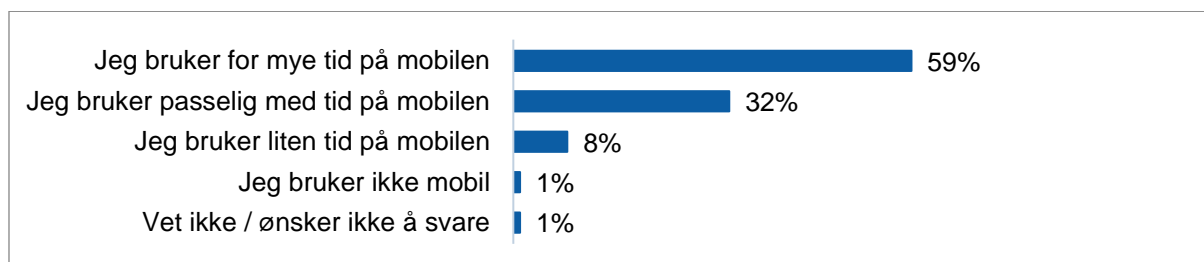
Foreldre med universitets- og høgskoleutdanning har bedre kjennskap til barnas mediebruk enn foreldre med grunnskole-, fagskole- og videregående utdanning (86 mot 79 prosent).

Foreldrenes forhold til egen mobilbruk

Foreldrene er også blitt spurt om hvordan de vurderer sin egen mobilbruk. Dette spørsmålet er nytt i årets undersøkelse og stilles helt til slutt i undersøkelsen.

Figur 5 viser at 59 prosent av foreldrene mener de selv bruker for mye tid på mobilen. 32 prosent mener de bruker passelig med tid på mobilen, og åtte prosent at de bruker lite tid på mobilen.

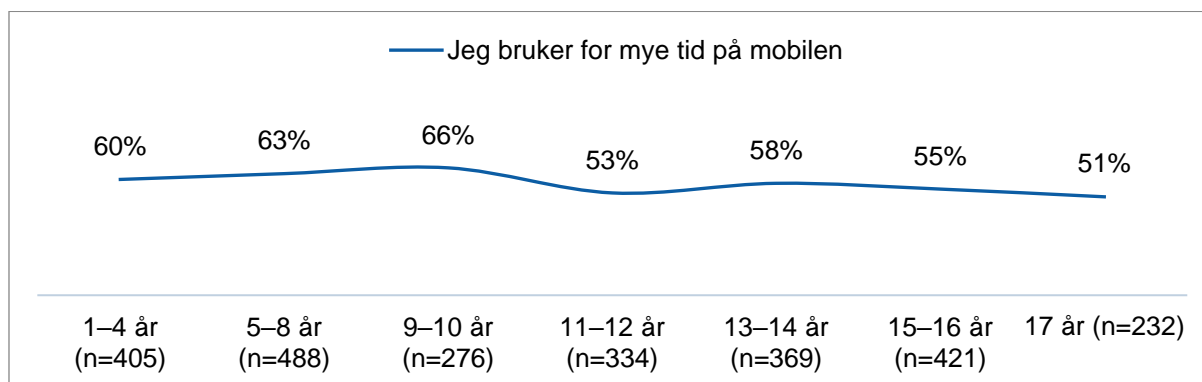
Figur 5 – «Hvordan vil du vurdere din egen mobilbruk?» Prosent. Alle er blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet: 2545.





Blant foreldrene til barna i 1–10 årsalderen er det flere som mener de bruker for mye tid på mobilen, sammenlignet med foreldrene til barna i 11–17-årsalderen. Dette kommer fram i figur 6. Det er ingen forskjell på foreldrene til guttene og jentene.

Figur 6 – «Hvordan vil du vurdere din egen mobilbruk?» Prosent. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parenteser.



Flere kvinner enn menn mener de bruker for mye tid på mobilen (64 prosent mot 53 prosent). Det er også en aldersforskjell, hvor flere foreldre mellom 30 og 59 år enn foreldre blant dem under 30 år eller over 59 år svarer at de bruker for mye tid på mobilen. Det er ikke en tydelig sammenheng mellom vurdering av egen mobilbruk og utdanningsnivå, men vi finner at flere foreldre med universitets- og høgskoleutdanning med inntil fire års varighet svarer at de bruker for mye tid på mobilen, sammenlignet med dem med lavere utdanning og dem med universitets- og høgskoleutdanning med mer enn fire års varighet.



3. Tilgang til utstyr og teknologi

Sammendrag

Foreldrene er blitt spurt om hvilke typer teknologi og utstyr barna har tilgang til.

- De fleste barn og unge har tilgang til tv (79 prosent), skole-pc eller skole-nettbrett (79 prosent i skolealder), nettbrett (66 prosent), mobil (60 prosent) og spillkonsoll koblet til tv (60 prosent). 41 prosent har tilgang til pc, og 18 prosent har tilgang til smartklokke.
- Det er ingen endring i tilgangen som barn og unge har til mobil, pc/Mac eller datamaskin og smartklokke, sammenlignet med 2022. Det er totalt færre barn og unge som har tilgang til nettbrett, men flere som har tilgang til tv og spillkonsoll koblet til tv.
- Tilgangen til utstyr og teknologi øker med barnas alder. Unntaket er tilgangen til nettbrett, der tilgangen er størst i alderen 9–12 år. Blant tenåringene går tilgangen ned. Det er flere gutter enn jenter som har tilgang til pc/Mac eller datamaskin, spillkonsoll koblet til tv og smartklokke. Det er små kjønnsforskjeller i tilgangen til mobil, nettbrett og tv.

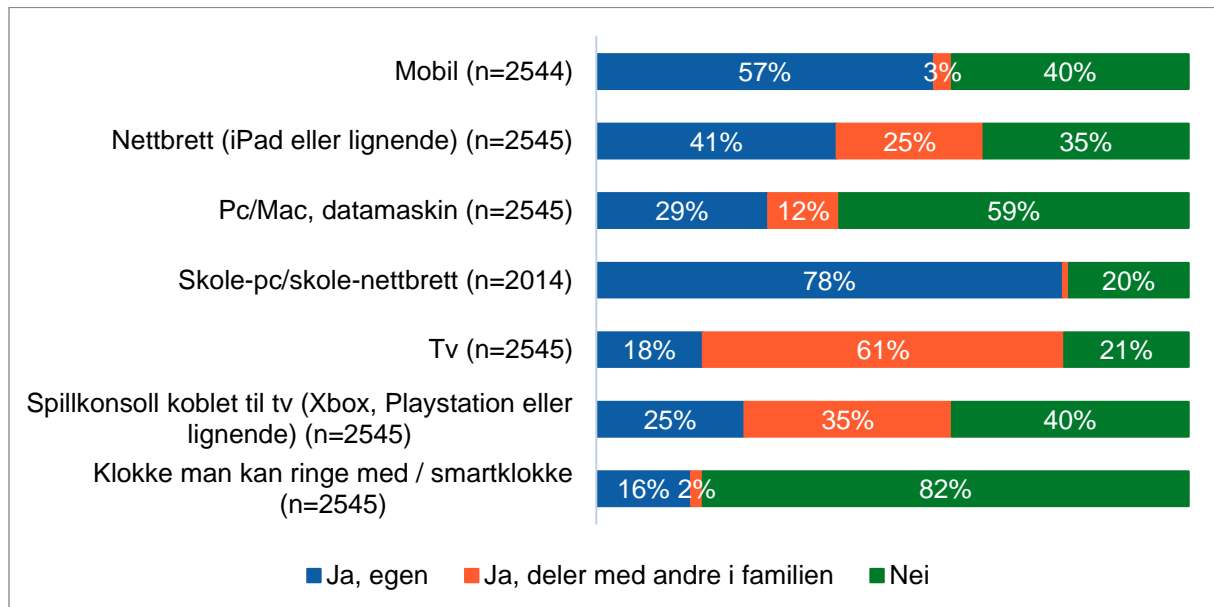
Hva slags utstyr og teknologi har barna tilgang til?

Foreldrene fikk innledningsvis spørsmål om barnas tilgang til utstyr og teknologi. Det vil legges vekt på den generelle tilgangen, selv om det i spørsmålsstillingen er skilt mellom om de har egen eller deler med andre i familien.

Figur 7 viser fordelingen av hvor stor andel som har eget utstyr, deler med andre i familien, og de som ikke har tilgang, for alle barn i alderen 1–17 år.



Figur 7 – «Har barnet ditt noe av dette?» Prosent. «Vet ikke» er tatt ut av figuren da under 1 prosent svarer dette på tvers av spørsmålene. Alle er blitt spurt. Kun foreldrene med barn i skolealder (6–17 år) har fått spørsmål om skole-pc/skole-nettbrett. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



De fleste barna har tilgang til tv (79 prosent), skole-pc eller skole-nettbrett⁴ (79 prosent i skolealder), nettbrett (66 prosent), mobil (60 prosent) og spillkonsoll koblet til tv (60 prosent). 41 prosent har tilgang til pc, og 18 prosent har tilgang til smartklokke. Det varierer likevel i stor grad hvor mange som eier dette selv og som deler med noen i familien.

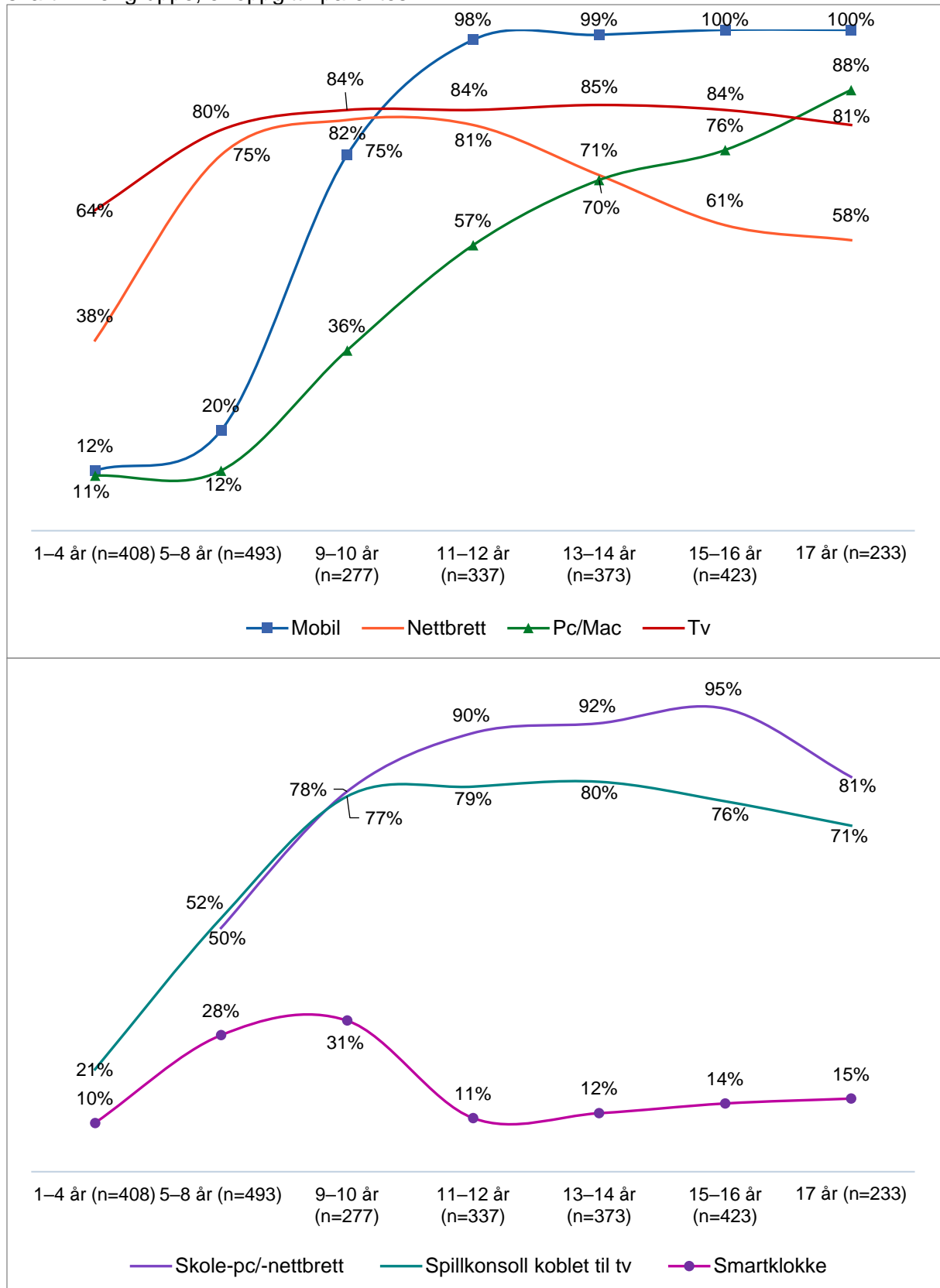
Ser vi på foreldrenes utdanningsnivå, finner vi at flere barn av foreldre med grunnskole, fagskole og videregående skole som høyeste utdanning, har tilgang til mobil, nettbrett, pc/Mac, skole-pc/skole-nettbrett og spillkonsoll koblet til tv, sammenlignet med barn av foreldre som har høyere utdanning på universitets- og høgskolenivå. Det er ingen forskjell mellom foreldrenes utdanningsnivå og barnas tilgang til tv eller smartklokke.

Figur 8 viser hvordan tilgangen til utstyr og teknologi øker med alderen.

⁴ Kun foreldrene til barna i skolealderen, 6–17 år, fikk spørsmål om tilgang til skole-pc/skole-nettbrett, og derfor fikk ikke foreldrene til barna i 1–5-årsalderen dette spørsmålet. Basen er derfor 367.



Figur 8 – «Har barnet ditt noe av dette?». Prosent. Sammenslåing av kategoriene «Egen» og «Deler med andre i familien». Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.

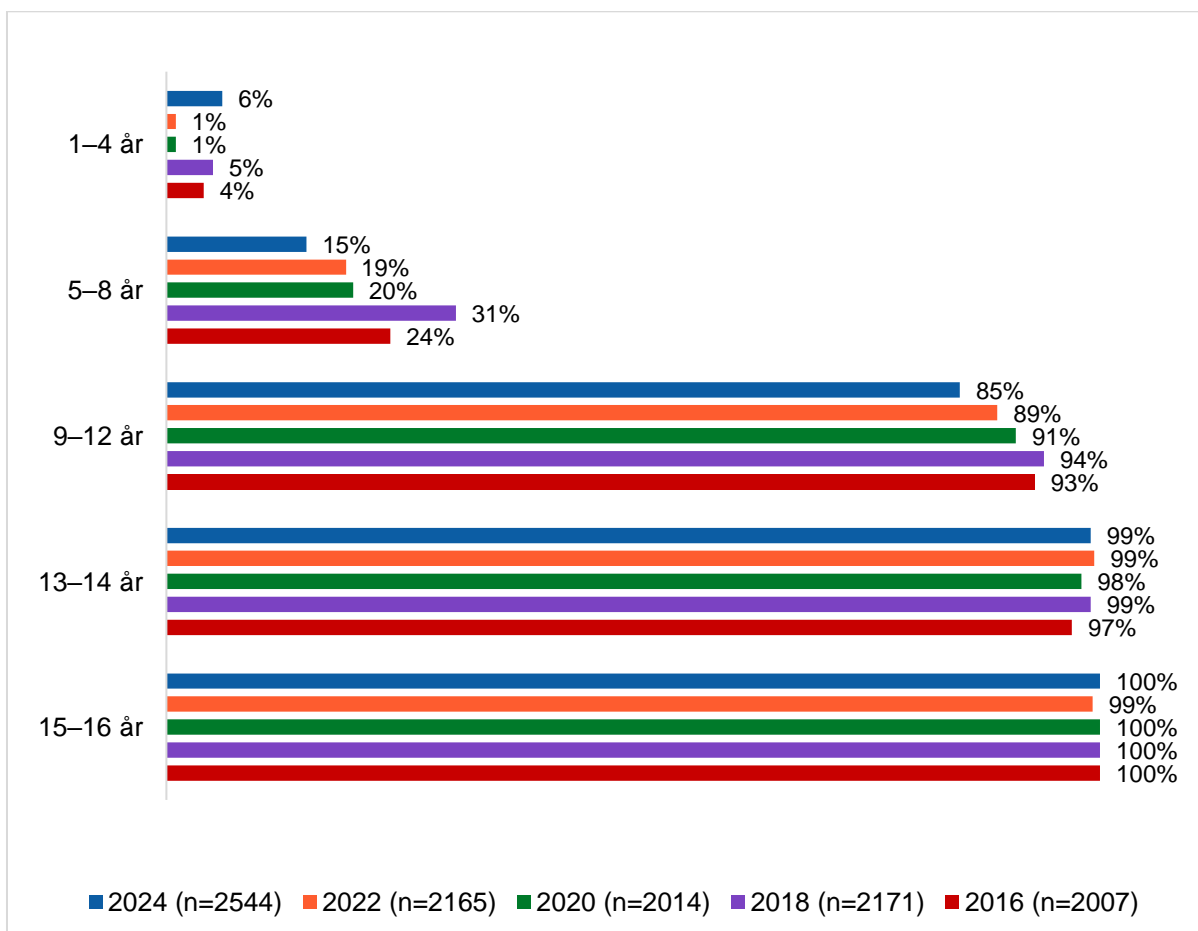




Mobil: Sett under ett har 57 prosent av 1–17-åringene egen mobil, og totalt 60 prosent har tilgang til mobil. Dette er likt som i 2022-undersøkelsen.

- I årets undersøkelse finner vi at 12 prosent av 1–4-åringene, 20 prosent av 5–8-åringene og 75 prosent av 9–10-åringene har tilgang til mobiltelefon. Blant barn over 10 år har så å si alle tilgang til mobiltelefon.
- Noe flere gutter enn jenter mellom 1–8 år har tilgang til mobil, men utover dette er det ingen tydelige kjønnsforskjeller.
- Sammenligner vi andelen som har egen mobiltelefon, finner vi endringer over tid (se figur 9). Det er flere 1–4-åring i årets undersøkelse som har egen mobil, sammenlignet med i 2022 og 2020, men det er på lignende nivå som i 2018.
- Det er færre av 5–8-åringene og 9–12-åringene som har egen mobil i årets måling, sammenlignet med tidligere. Denne utviklingen har vært relativt stabil med unntak av i 2018, da flere enn året før svarte at barna hadde egen mobil.
- Over 98 prosent av barn over 12 år, på tvers av målingene, hadde egen mobil og er derfor tatt ut av figuren. Andelen med tilgang til mobil i denne aldersgruppen har vært stabil siden 2014.

Figur 9. «Har barnet ditt noe av dette? Mobil». Prosent. Andel som har svart «Ja, egen». Brutt ned på alder og årstall. Aldersgruppene over 12 år er tatt ut da det ikke er noen endringer i disse gruppene. Hvor mange som har svart hvert år, er oppgitt i parentes.





Nettbrett: 60 prosent av barn og unge i alderen 1–17 år har tilgang til nettbrett (iPad eller lignende). Dette er en nedgang sammenlignet med tidligere målinger. I 2022 var tilsvarende tall 66 prosent, og i 2020 svarte 70 prosent av foreldrene at barna hadde tilgang til nettbrett. Det var likevel en like stor andel i 2022 og i 2024 som hadde eget nettbrett (henholdsvis 42 og 41 prosent), noe som kan innebære at bruken av nettbrett generelt har gått ned.

- Nettbrett skiller seg fra det andre utstyret barn har – som mobil, pc og spillkonsoller – da det er flest i alderen 9–12 år som har tilgang til dette. I denne gruppen har over åtte av ti tilgang. Blant tenåringer over 12 år synker andelen som har tilgang til nettbrett. 58 prosent av 17-åringene har tilgang.
- Blant 1–4-åringene har 38 prosent tilgang til nettbrett. Det er denne typen teknologi flest 1–4-åringer eier selv, 14 prosent av barna i denne gruppen har eget nettbrett. Til sammenligning har 6 prosent egen mobiltelefon.
- Flere jenter enn gutter i alderen 13–16 år har tilgang til nettbrett, men utover dette er det ingen kjønnsforskjeller.

Pc, Mac eller datamaskin: 41 prosent av 1–17-åringene har tilgang til pc, Mac eller datamaskin. Det er ingen endring sammenlignet med 2022 (40 prosent), men lavere enn i 2020-undersøkelsen (46 prosent).

- Også her er det store aldersforskjeller. Én av ti 1–8-åringer har tilgang til pc. Først når barna blir over 8 år, har flere tilgang. 36 prosent av 9–10-åringene har tilgang til pc, 57 prosent av 11–12-åringene, 70 prosent av 13–14-åringene, og 80 prosent av 15–17-åringene.
- Over halvparten av ungdom over 12 år har egen pc.
- Sett under ett har flere gutter enn jenter har tilgang til pc (46 mot 35 prosent). Bryter vi ned på alder i tillegg til kjønn, er det flere gutter enn jenter i alderen 1–4 år, 11–12 år og 15–16 år som har tilgang til pc. For de øvrige aldersgruppene er ikke forskjellene like tydelige.

Tv: 79 prosent av foreldrene rapporterer om at barna har tilgang til tv i hjemmet. Dette er en økning sammenlignet med tidligere målinger (74 prosent i 2022 og 70 prosent i 2020).

- 64 prosent av 1–4-åringene har tilgang til tv i hjemmet. Blant barn og ungdom over 4 år har over 80 prosent tilgang til tv.
- De aller fleste barn og unge deler tv med familien (61 prosent). Blant ungdom over 12 år har 35 prosent egen tv.
- Det er ingen kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang til tv.

Skole-pc eller skole-nettbrett: Kun foreldrene til barn i skolealder (6–17 år) ble spurt om barna har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett. Totalt sett har 79 prosent av barna tilgang, og de aller fleste har sin egen (78 prosent). Dette er en større andel enn i 2022. Da svarte 72 prosent av foreldrene at barna hadde tilgang til skole-pc/skole-nettbrett.

- Halvparten av barna i alderen 6–8 år har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett. Blant barn over 9 år har åtte av ti tilgang.

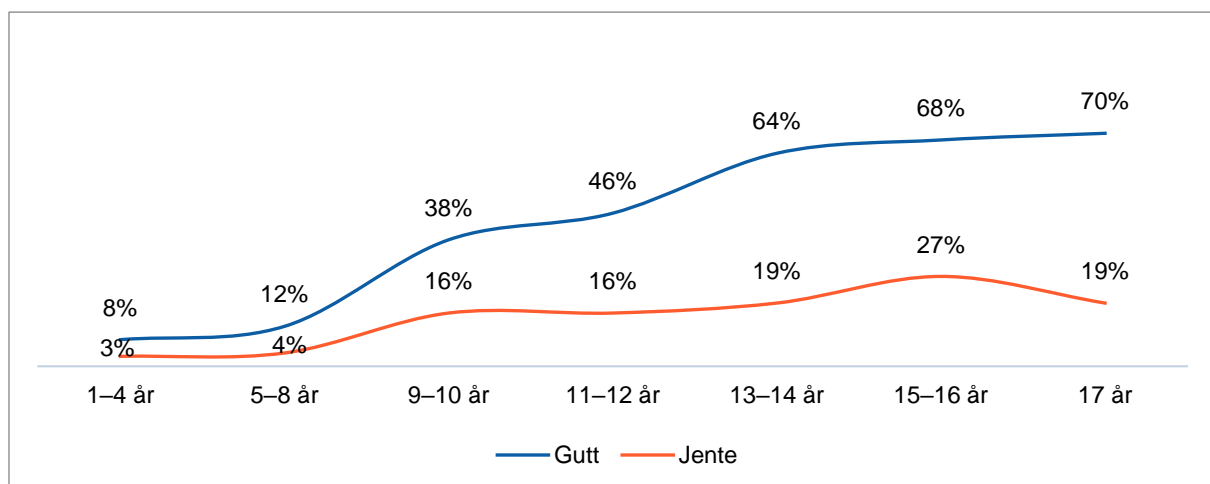


- Sett under ett er det flere foreldre til gutter enn til jenter som svarer at barna har tilgang til skole-pc eller skole-nettbrett. Bryter vi ned på alder i tillegg til kjønn, gjelder dette hovedsakelig for ungdom på 17 år (91 prosent av guttene og 70 prosent av jentene). Kjønnforskjellen kan for eksempel skyldes linjevalg på videregående skole.
- Bruken av skole-pc og skole-nettbrett diskuteres nærmere i et eget kapittel senere i rapporten.

Spillkonsoll koblet til tv (Xbox, Playstation eller lignende): 60 prosent av foreldrene oppgir at barna har tilgang til spillkonsoll i hjemmet. Det er en økning sammenlignet med tidligere målinger (55 prosent i 2022 og 2020).

- Det er i tilgangen til spillkonsoll vi ser størst kjønnforskjell. På tvers av alder har 71 prosent av guttene og 47 prosent av jentene tilgang til spillkonsoll hjemme. Dette var også tilfellet i 2022.
- Det skyldes hovedsakelig at en større andel gutter enn jenter har en egen spillkonsoll. Bryter vi ned på kjønn og alder, ser vi tydelige forskjeller helt fra barna er små. Figur 10 viser at forskjellen i andelen som har egen spillkonsoll, øker med alderen.
- I kapittelet om spilling er det tydelig at spilling er den mest utbredte aktiviteten blant gutter, og at gutter i større grad enn jenter spiller daglig.

Figur 10 – «Har barnet ditt noe av dette? Spillkonsoll koblet til tv (Xbox, Playstation eller lignende)». Andel som har svart «Ja, egen». Prosent. Brutt ned på kjønn og alder. Alle fikk spørsmålet. Hvor mange som har svart i hver gruppe: mellom 107 og 206.



Smartklokke/klokke man kan ringe med: 18 prosent har tilgang til smartklokke, ifølge foreldrene. Dette er en like stor andel som i 2022, men en økning sammenlignet med 2020 (10 prosent). De fleste har egen klokke (16 prosent).

- Sett under ett er det flere gutter enn jenter som har dette (21 prosent av guttene og 14 prosent av jentene). Det er tendenser til at forskjellen gjelder på tvers av alder, men forskjellen er størst mellom gutter og jenter blant 1–4-åringene og 17-åringene.



4. Medievaner

Sammendrag

Foreldrene er blitt stilt en rekke spørsmål om barnas medievaner. Dette kapittelet handler om barnas skjermtid, hva de bruker mobil og nettbrett til, hvilke medier barn og unge bruker, og hvor ofte de gjør ulike medieaktiviteter.

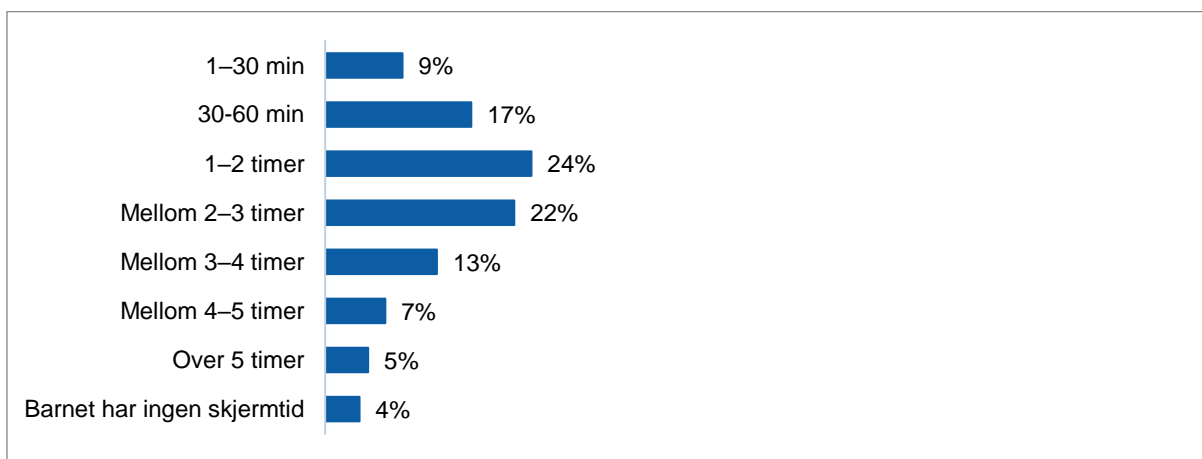
- 13 prosent av 1–4-åringene har ingen skjermtid, og 57 prosent i denne aldersgruppen har mindre enn 60 minutter skjermtid om dagen, ifølge foreldrene. I aldersgruppen 9–12 år har halvparten av barna minimum to timer skjermtid per dag. Blant 15–17-åringene er tilsvarende andel over 80 prosent, og godt over halvparten benytter skjerm mer enn tre timer daglig.
- Barna får tidligere tilgang til skjerm. 60 prosent av barna i alderen 5–8 år fikk ifølge foreldrene tilgang til skjerm før de fylte fem år. For dagens 17-åring var andelen som hadde tilgang til skjerm før fylte fem år, 15 prosent.
- Barn får tidligere tilgang til skjerm på egen hånd. I alderen 1–4 år har halvparten fått tilgang til skjerm på egen hånd. 14 prosent har ifølge foreldrene fått tilgang før de fylte ett år.
- De fleste barna i alderen 1–12 år bruker nettbrett eller mobil til å se på videoer, serier, film eller tegnefilm (ni av ti), og til spill-apper (sju av ti). Det er ingen endringer i bruken sammenlignet med 2022.
- Foreldrene har fått spørsmål om barnas ulike medieaktiviteter. Svarene viser at halvparten av 1–17-åringene ser på film, serier eller tv-program hver dag. 40 prosent spiller spill, og over 30 prosent bruker sosiale medier eller ser på YouTube eller YouTube Kids hver dag.
- Det er store forskjeller i medieaktiviteten blant gutter og jenter i ulike aldersgrupper. Dette blir tydeligst når barna når 12-årsalderen, og når det gjelder spørsmål om tenåringsenes daglige medieaktiviteter. Den foretrukne daglige medieaktiviteten til tenåringsguttene er å spille og se på YouTube, mens tenåringsjentene i større grad benytter seg av film, serier og tv, og sosiale medier.
- De tre mest brukte tjenestene på tvers av aldersgruppene er Netflix (58 prosent), YouTube (56 prosent) og NRK Super (50 prosent).
- For barn opptil 12 år er det ulike strømmetjenester og videotjenester som brukes mest, mens ungdom fra 13 år og oppover bruker sosiale medier, og da hovedsakelig Snapchat, mest.
- Tenåringsjentene benytter i større grad enn tenåringsguttene både Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook. Blant de ti mest brukte nettsidene og appene til 1–12-åringene finner vi også Roblox, Minecraft og Fantorangen, ifølge foreldrene.
- De aller fleste har egen profil i ulike sosiale medier når de kommer i 13–14-årsalderen. Det er færre som har egen profil på YouTube og YouTube Kids, og det er også få som deler profil med noen i familien. Dette gjelder på tvers av alder.
- Foreldrene til barna i 1–12-årsalderen ble spurt om hva slags innhold barna ser på YouTube og YouTube Kids. Det vanligste er gamere eller gaming, humor og tegnefilmer.



Hvor mye skjermtid har barn?

Alle foreldrene er spurt om hvor mye skjermtid totalt (tv, pc, mobil) de anslår at barna har i snitt hver dag. Dette spørsmålet er ikke stilt i tidligere runder av undersøkelsen. Figur 11 viser hva foreldrene til 1–17-åringene har svart.

Figur 11 – «Hvor mye skjermtid totalt (tv, pc, mobil) vil du anslå at barnet i snitt har hver dag?». Prosent. Alle er blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet: 2539.

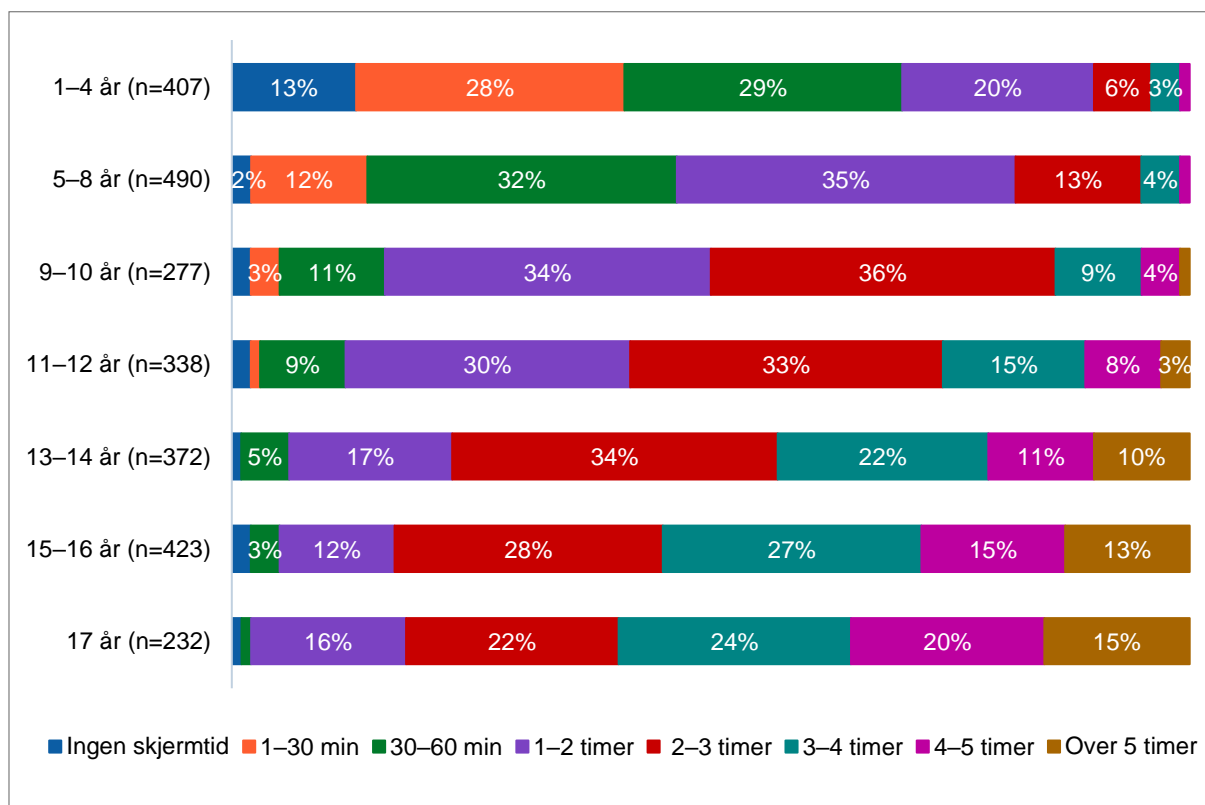


Omtrent én av fire i alderen 1–17 år har under 60 minutter skjermtid per dag, én av fire har mellom én til to timer, én av fire har mellom to og tre timer, og nesten én av fire har over tre timer skjermtid per dag.

Bryter vi ned på alder, finner vi store forskjeller i skjermtid (se figur 12).



Figur 12 – «Hvor mye skjermtid totalt (tv, pc og mobil) vil du anslå at barnet i snitt har hver dag?» Prosent. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.



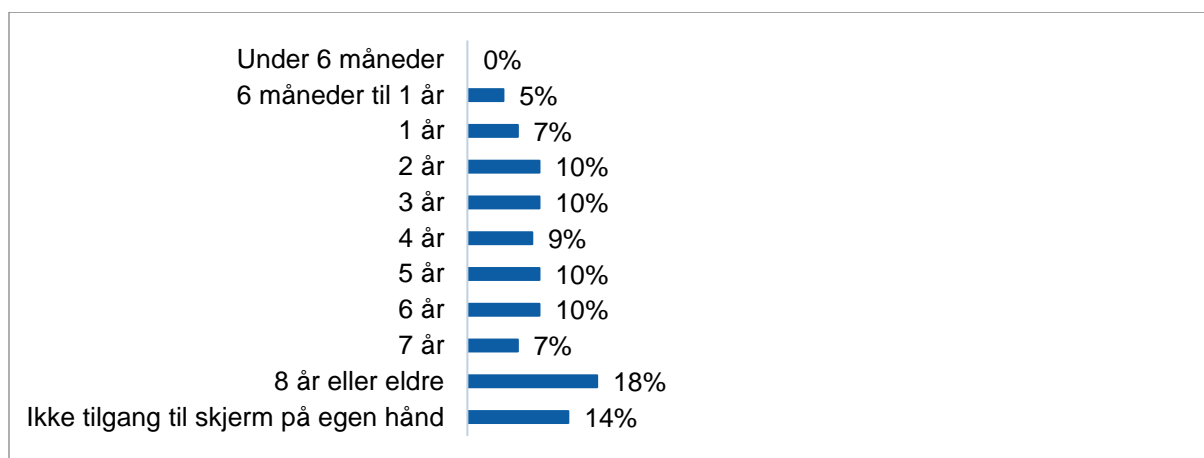
- 1–4-åringene har klart minst skjermtid i løpet av en dag. 13 prosent av foreldrene i denne gruppen svarer at barna ikke har noen skjermtid, mens denne andelen er 2 prosent eller mindre for de andre aldersgruppene. 57 prosent av barna i den yngste gruppen bruker skjerm mindre enn 60 minutter om dagen.
- Skjermtiden øker med alderen. Vi finner at allerede blant 9–10-åringene har halvparten av barna minimum to timer skjermtid per dag. Tilsvarende andel for 15–17-åringene er over 80 prosent, og godt over halvparten i denne alderen benytter skjerm mer enn tre timer daglig.



Når får barn tilgang til skjerm på egen hånd?

Foreldrene ble deretter spurt om hvor gamle barna var da de fikk tilgang til skjerm på egen hånd. Det spesifiseres at det gjelder levende bilder på tv, pc, nettbrett og mobil, og at det ikke gjelder stillbilder. Figur 13 viser hvor gamle 1–17-åringene var da de fikk tilgang til skjerm på egen hånd, ifølge foreldrene. Det er stor spredning i når barna fikk tilgang til skjerm.

Figur 13 – «Hvor gammelt var barnet da det fikk tilgang til skjerm på egen hånd? Gjelder levende bilder på tv, pc, nettbrett, mobil, ikke stillbilder.» Prosent. Alle er blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet: 2533.



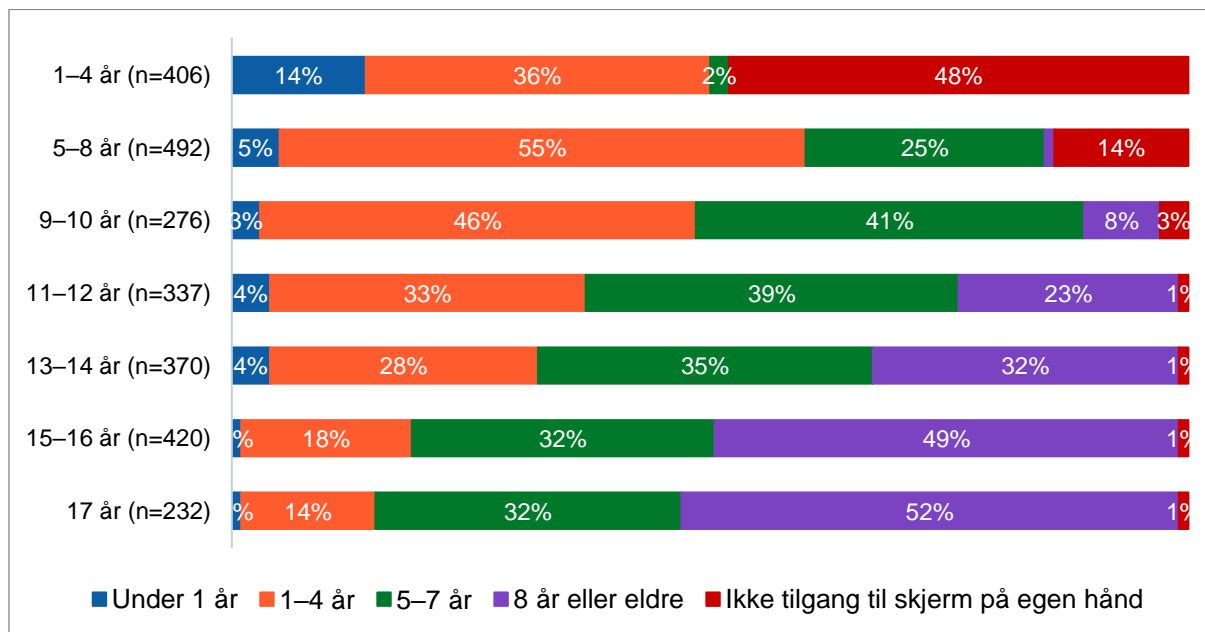
Det er også store forskjeller på hvordan foreldrene svarer på dette spørsmålet når vi bryter svarene ned på barnas alder, slik det kommer fram i figur 14. Blant de aller yngste (1–4 år) har halvparten ikke fått tilgang til skjerm på egen hånd. Det er likevel i denne gruppen barna har fått tilgang til skjerm tidligst. 14 prosent har fått tilgang før de fylte ett år. I de andre aldersgruppene er tilsvarende andel 1–5 prosent.

- Også barna i alderen 5–8 år har fått tilgang til skjerm på egen hånd tidligere enn de eldre barna. 60 prosent av barna i alderen 5–8 år fikk tilgang til skjerm før de fylte fem år. Denne andelen synker med alderen, og blant de eldste barna (17-åringene) fikk 15 prosent tilgang til skjerm på egen hånd før de fylte fem år.
- Blant ungdom som er 15 år og eldre, fikk halvparten tilgang til skjerm på egen hånd da de var åtte år eller eldre.

Dette viser en utvikling der barna nå får tilgang til skjerm tidligere enn før. Det er likevel verdt å nevne at det er usikkert om foreldrene til de eldste barna husker dette nøyaktig, og om de har en selektiv hukommelse i favør av at barna fikk tilgang senere enn de faktisk gjorde.



Figur 14 – «Hvor gammelt var barnet da det fikk tilgang til skjerm på egen hånd? Gjelder levende bilder på tv, pc, nettbrett, mobil, ikke stillbilder.» Prosent. Kategoriene er slått sammen. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.



Det er få forskjeller når vi ser på foreldrenes utdanningsnivå og barnas tilgang til skjerm. Dersom vi kontrollerer for alderen på barna, finner vi likevel en forskjell på hvordan foreldre med ulikt utdanningsnivå svarer for de yngste barna (1-4 år). Flere foreldre med universitets- eller høgskoleutdanning med mer enn fire års varighet svarer at barna fikk tilgang til skjerm på egen hånd før de var ett år, enn foreldre med lavere universitets- eller høgskoleutdanning eller grunnskoleutdanning. Henholdsvis svarer 20 prosent, 9 prosent og 8 prosent dette. Det er derimot flere av foreldrene til 5-10-åringene med høy utdannelse som svarer at barna ikke har tilgang til skjerm, sammenlignet med foreldrene med lav utdannelse. Mønsteret er altså ikke entydig.

Hva bruker 1-12-åringene mobil og nettbrett til?

Foreldrene til barna mellom ett og tolv år ble spurt om hva barna som har tilgang til mobil eller nettbrett, bruker mobilen eller nettbrettet til. Som tidligere nevnt har 74 prosent av 1-12-åringene tilgang til mobil og/eller nettbrett.

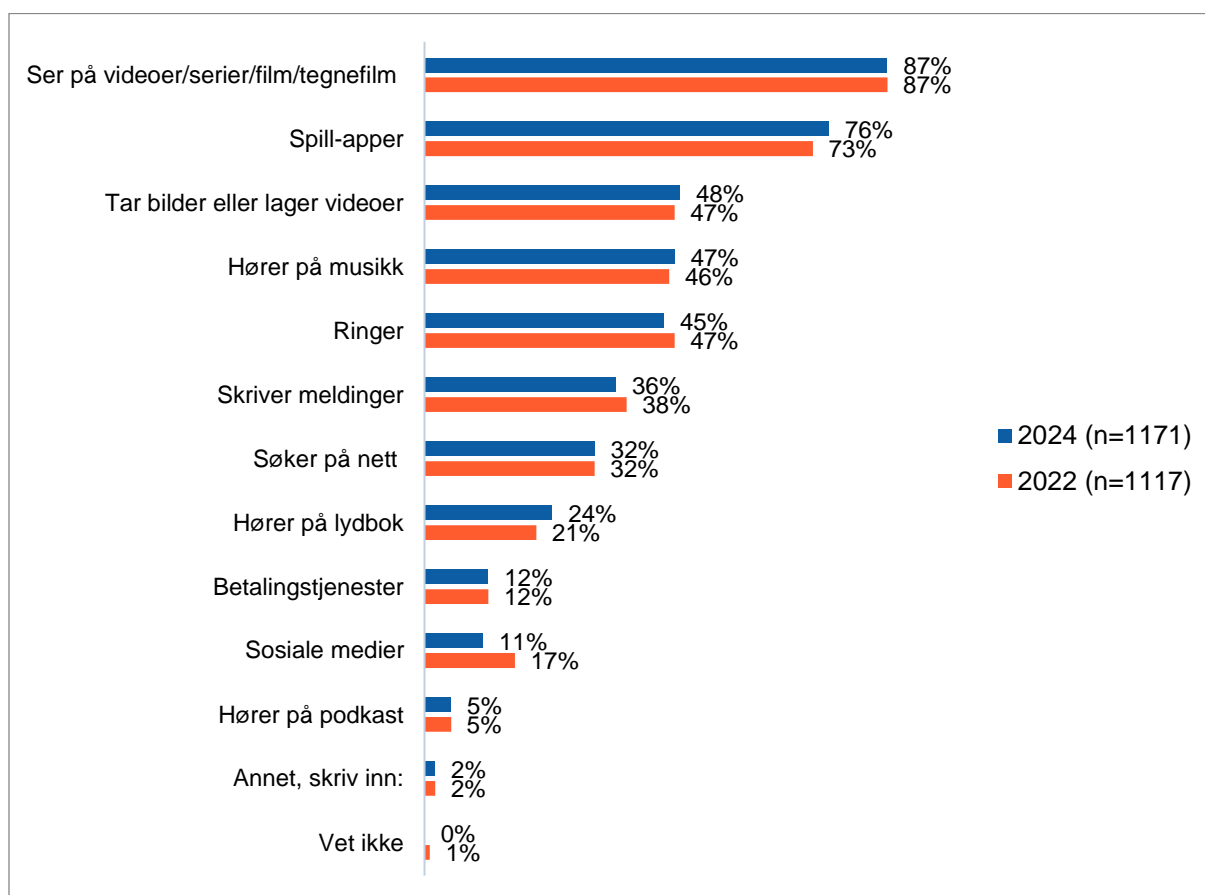
Figur 15 viser hva foreldrene svarte i årets undersøkelse, og hva de svarte i 2022. Det er svært få signifikante endringer i bruken:

- De fleste barna bruker nettbrett eller mobil til å se på videoer, serier, film eller tegnefilm (ni av ti), og dernest spill-apper (sju av ti). Det er ingen endringer sammenlignet med 2022.
- Som tidligere oppgir halvparten av foreldrene at barna tar bilder eller lager videoer, hører på musikk eller ringer.
- Som i 2022 oppgir én av tre at barna skriver meldinger eller søker på nettet.



- Like mange som tidligere hører på lydbok, bruker betalingstjenester eller hører på podkast.
- Det er en nedgang på 6 prosentpoeng i andelen som bruker mobil eller nettbrett til sosiale medier (fra 17 prosent til 11 prosent). I kapittelet om hyppigheten av mediebruken presenterer vi også funn som viser at minimum ukentlig bruk av sosiale medier har gått ned blant 9–12-åringene fra 2022 til 2024.

Figur 15 – «Hva gjør barnet ditt på nettbrett/mobil?» Flere svar mulig. Prosent. Brutt ned på årstall. Foreldre med barn fra 1–12 år er blitt spurt. Hvor mange som har svart per år, er oppgitt i parentes.



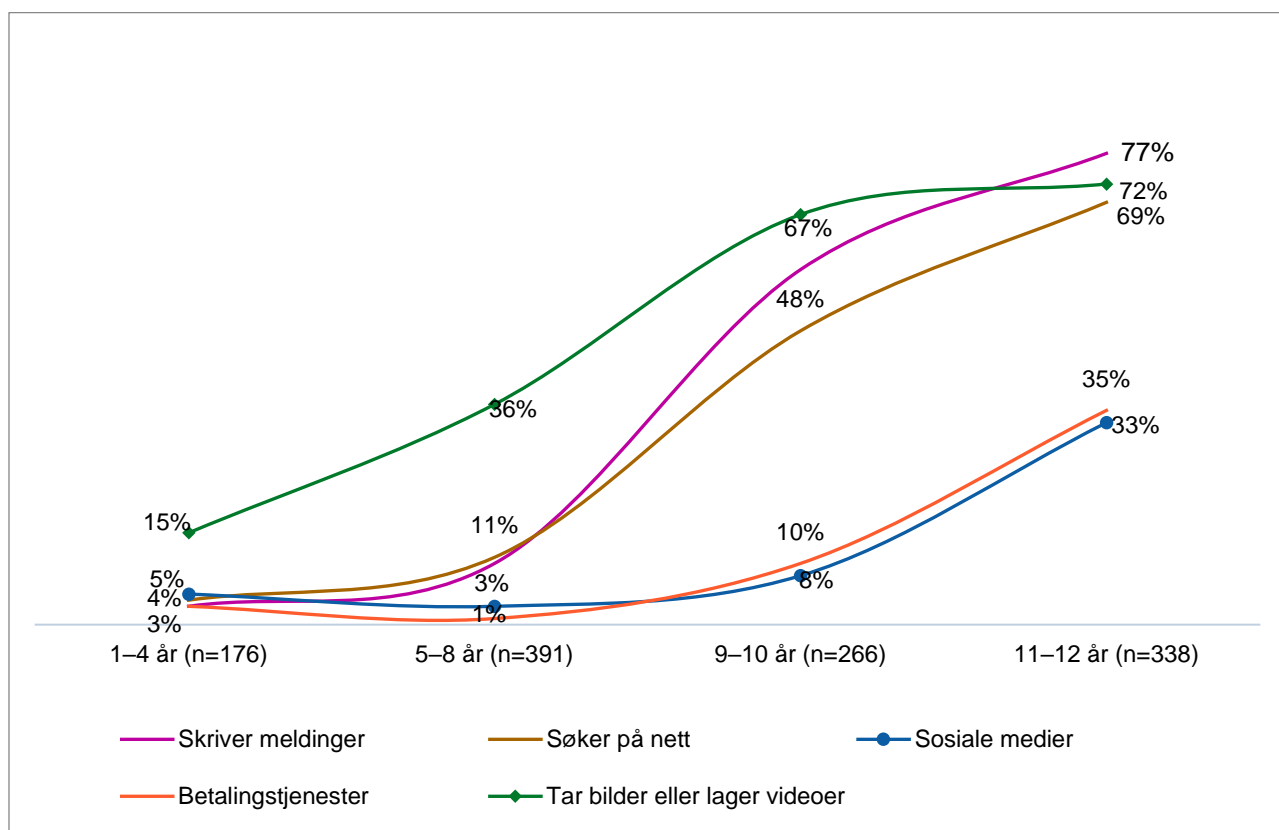
Figur 16 viser hvordan bruken av mobil og nettbrett varierer med alderen, og at de eldre barna har en mer variert bruk av mobil og nettbrett enn de yngre.

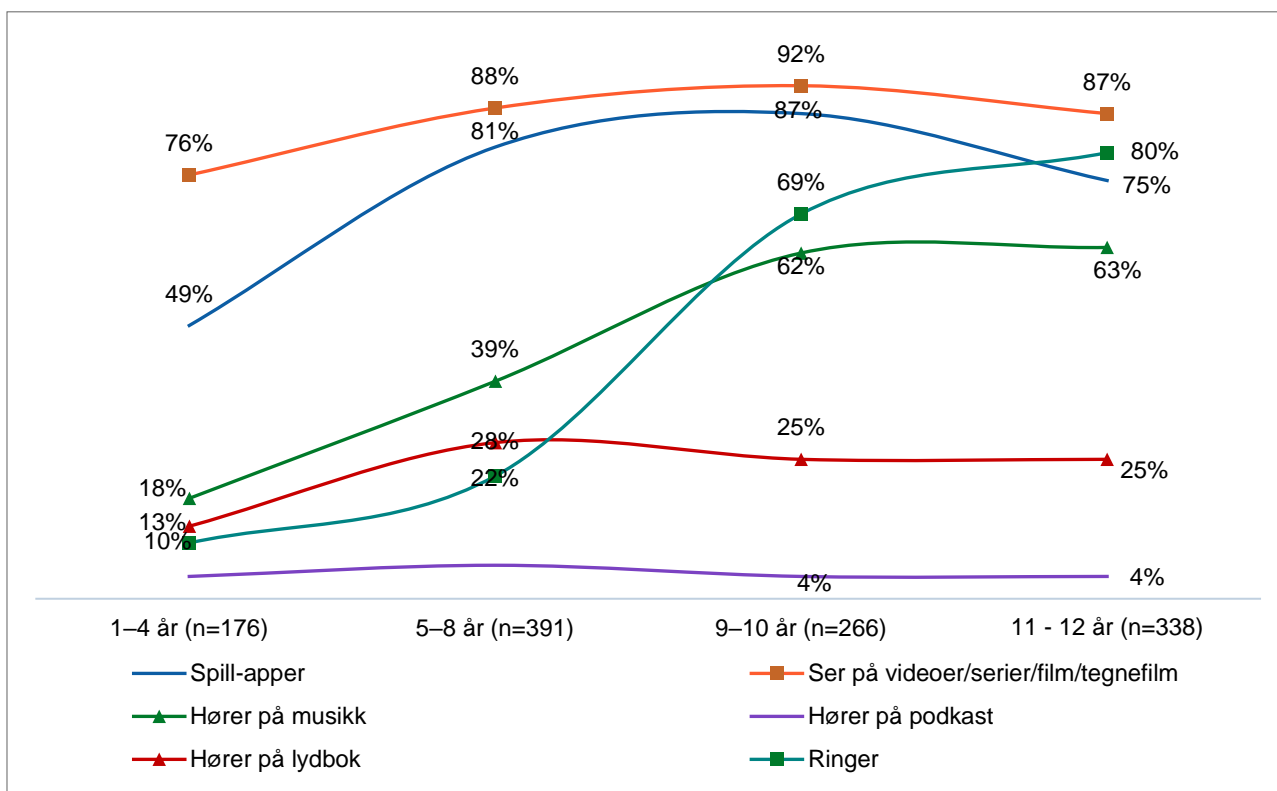
- I alle aldersgruppene benytter flesteparten mobil og nettbrett for å se på videoer (minimum sju av ti).
- Bruken av spill-apper er størst blant barn i alderen 9–10 år, hvor 87 prosent bruker mobil eller nettbrett til dette. Færre 11–12-åringene bruker spill-apper.
- Å ringe, ta bilder eller videoer og å høre på musikk øker betraktelig fra den yngste aldersgruppen til 9–10-åringene. Bruken flater ut når barna har nådd denne alderen.
- Å skrive meldinger og søke på nettet øker med alderen, særlig fra barna er over åtte år.
- Bruken av sosiale medier og betalingstjenester er begrenset før barna når 11–12-årsalderen, da øker den fra 10 prosent til over 30 prosent.



- 10 prosent av barna i alderen 1–4 år hører på lydbok, og bruken flater ut på nærmere 25 prosent etter at barna har fylt fem år.
- Det er ingen forskjell mellom aldersgruppene når det gjelder å lytte til podkast. 4 prosent oppgir at barna gjør dette.

Figur 16 – «Hva gjør barnet ditt på nettbrett/mobil?» Flere svar mulig. Prosent. Brutt ned på aldersgrupper. «Vet ikke», «Annet, skriv inn» er tatt ut av grafikken. Foreldre med barn fra 1–12 år har blitt spurt. Hvor mange som har svart på spørsmålet per gruppe, er oppgitt i parentes.





Det er totalt sett få forskjeller mellom gutter og jenter når det gjelder aktiviteter på mobil og nettbrett, men bryter vi ned på både kjønn og alder for de seks vanligste aktivitetene (se Figur 16), finner vi noen interessante forskjeller:

- Blant barn i alderen 1–4 år bruker flere jenter enn gutter spill-apper (60 mot 44 prosent) og ser på videoer, serier, film eller tegnefilm (91 mot 69 prosent).
- Det er derimot flere gutter enn jenter i alderen 5–8 år som bruker spill-apper (84 mot 76 prosent).
- Blant 9–10-åringene er det flere jenter enn gutter som skriver meldinger eller chatter (67 mot 50 prosent), og som tar bilder eller lager videoer (80 mot 56 prosent).
- Også blant 11–12-åringene er det flere jenter enn gutter som gjør aktiviteter særlig knyttet til sosiale medier på mobil og nettbrett, ifølge foreldrene. Flere skriver meldinger eller chatter (87 mot 68 prosent), tar bilder eller lager videoer (86 mot 57 prosent) og bruker sosiale medier (39 mot 25 prosent). Disse kjønnsforskjellene var også gjeldende i 2022. Det er også flere jenter enn gutter i denne alderen som ringer (84 mot 76 prosent), hører på musikk (70 mot 56 prosent) og hører på lydbok (33 mot 16 prosent).

Hvor ofte gjør barn ulike medieaktiviteter?

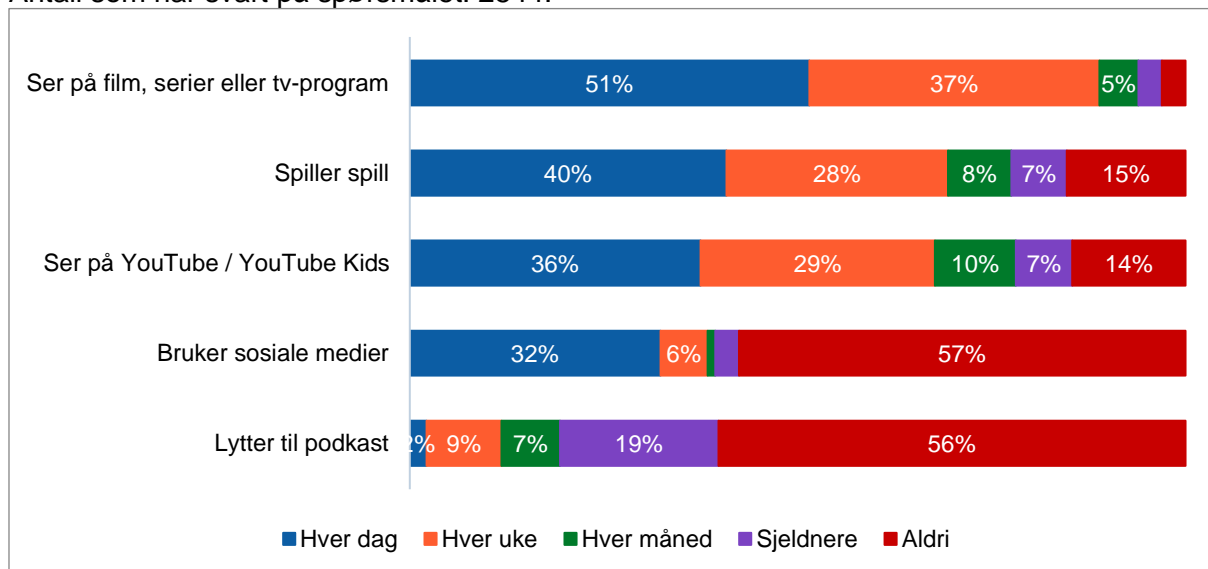
Alle foreldrene fikk spørsmål om hvor ofte barna gjør forskjellige medieaktiviteter (å spille, se på film, serier eller tv, bruke sosiale medier, se på YouTube og lytte til podkast). Foreldrene med barn i skolealder (6–17 år) fikk også spørsmål om hvor ofte barna bruker nettet til skolearbeid eller lekser, og dette presenteres senere i rapporten.



Blant 1–17-åringene ser halvparten på film, serier eller tv-program hver dag (figur 17). 40 prosent spiller spill, og over 30 prosent bruker sosiale medier eller ser på YouTube eller YouTube Kids hver dag. Sammenlignet med den daglige bruken i 2022-målingen er det noen forskjeller:

- Det er flere foreldre som oppgir at barna daglig ser på film, serier eller tv-program i 2024 enn i 2022 (51 mot 45 prosent).
- Det er også flere som oppgir at barna daglig spiller spill i 2024 enn i 2022 (40 mot 36 prosent).
- Det er færre som oppgir at barna daglig ser på YouTube i 2024 enn i 2022 (36 mot 39 prosent).
- Det er ingen endring i andelen som daglig bruker sosiale medier eller lytter til podkast.

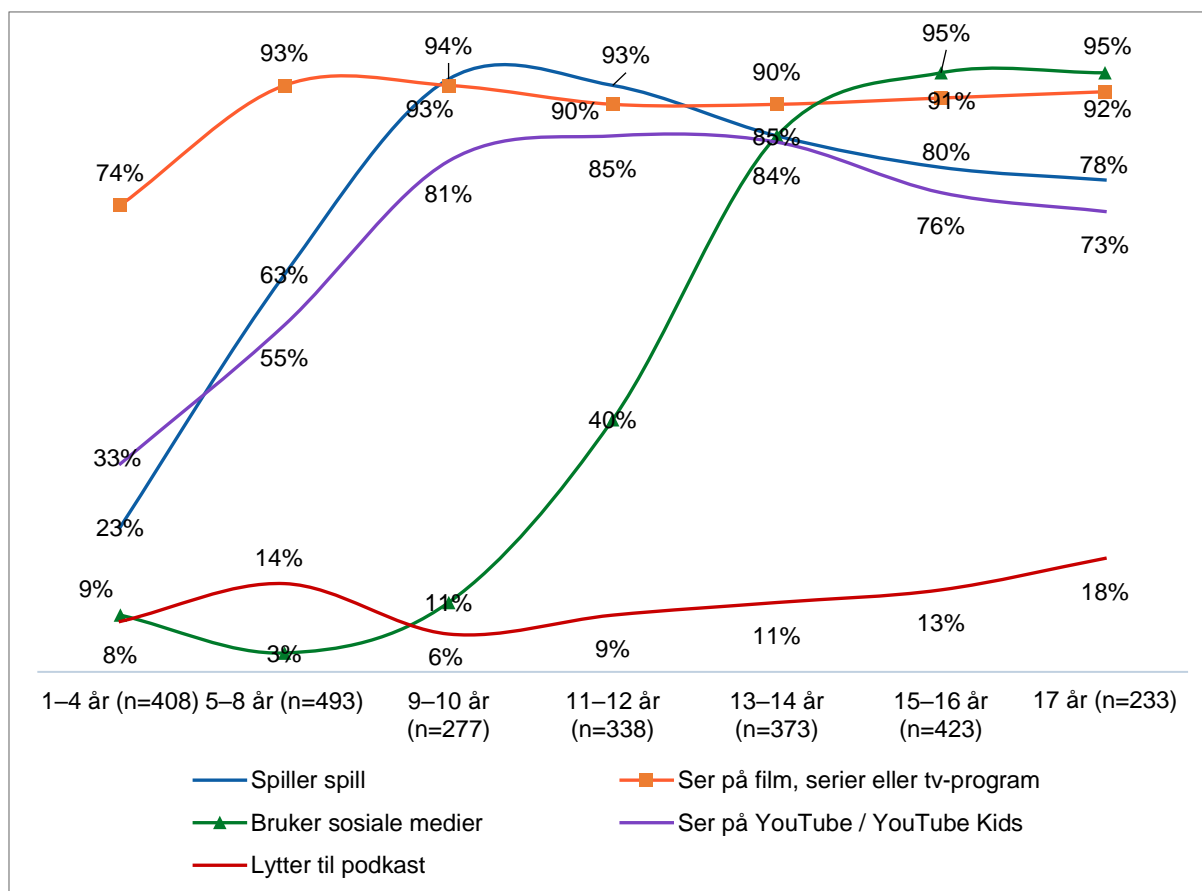
Figur 17 – «Hvor ofte ...» Prosent. «Vet ikke om barnet gjør dette» og «Vet ikke hvor ofte barnet gjør dette» er tatt ut av figuren, da få svarte dette (under 5 prosent). Alle er blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet: 2544.



I figur 18 er kategoriene «daglig» og «ukentlig» slått sammen. Vi ser at den totale bruken av medieaktivitetene øker med alderen.



Figur 18 – «Hvor ofte ...». Kategoriene «Daglig» og «Ukentlig» er slått sammen. Prosent. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.



Spille spill: Andelen som spiller spill minimum ukentlig, øker fra 23 prosent blant 1–4-åringene til 94 prosent blant 9–10-åringene, og synker deretter noe. Vi diskuterer årsaken nærmere i kapittelet om spilling, men nedgangen skyldes hovedsakelig at jenter over tolv år trapper ned på spillingen. Se kapittelet om spilling for flere detaljer.

Se på film, serier eller tv: Tre av fire barn i alderen 1–4 år ser på film, serier eller tv minimum ukentlig, og andelen øker til 94 prosent når barna når 5–8-årsalderen, og holder seg stabilt på dette nivået for eldre barn.

- Ser vi 1–17-åringene under ett, finner vi at en liten andel flere jenter enn gutter ser på film, serier eller tv minimum ukentlig (90 mot 87 prosent).
- Kjønnsforskjellen er størst blant ungdom i alderen 15–17 år. Da ser 86 prosent av gutter på film, serier eller tv minimum ukentlig, mot 97 prosent av jentene.
- Jentene ser også i større grad på film, serier eller tv daglig enn det guttene gjør, og denne forskjellen gjelder særlig fra barna kommer i 11–12-årsalderen.

Bruke sosiale medier: Én av ti av de yngre barna (1–10 år) bruker sosiale medier minimum ukentlig, og bruken øker betraktelig fra 10–13-årsalderen. Når barna er 13–14 år, benytter 85 prosent sosiale medier minimum ukentlig, mens 95 prosent av de eldre barna bruker sosiale medier minst hver uke.



- Sammenlignet med i 2022 er det noen endringer i minimum ukentlig bruk blant de ulike aldersgruppene. I den yngste gruppen (1–4 år) har bruken gått opp fra 1 prosent i 2022 til 8 prosent i 2024. For 5–8-åringene er det ingen endring, men blant 9–14-åringene har bruken gått ned. I 2022 brukte 20 prosent av 9–10-åringene sosiale medier minimum ukentlig, mens 11 prosent gjør det i 2024, ifølge foreldrene. Tilsvarende andel for 11–12-åringene var 52 prosent i 2022 og 40 prosent i 2024, og for 13–14-åringene 91 prosent i 2022 og 85 prosent i 2024. Som tidligere vist er det også en lavere andel foreldre som oppgir at 1–12-åringene bruker mobil og nettbrett til sosiale medier, sammenlignet med i 2022 (se figur 15). Det er ingen endringer blant de eldste barna.
- Ser vi 1–17-åringene under ett, er det ingen kjønnsforskjeller i minimum ukentlig bruk av sosiale medier, men vi finner at flere jenter enn gutter bruker sosiale medier daglig (34 mot 30 prosent).
- Denne kjønnsforskjellen blir større jo eldre barna blir. Fra barna når 11–12-årsalderen, er det langt flere jenter enn gutter som bruker sosiale medier daglig (36 mot 22 prosent blant 11–12-åringene, 83 mot 69 prosent blant 13–14-åringene og 94 mot 83 prosent blant 15–17-åringene). Guttene bruker også sosiale medier, men flere svarer da «ukentlig» eller «sjeldnere».

Ser på YouTube eller YouTube Kids: Én av tre småbarn i alderen 1–4 år bruker YouTube eller YouTube Kids minimum ukentlig. Andelen øker med alderen til barna kommer i 11–12-årsalderen. Da bruker 85 prosent disse tjenestene ukentlig. Deretter går andelen noe ned.

- Nedgangen skyldes hovedsakelig at noen jenter slutter å se på YouTube eller YouTube Kids – 60 prosent av 17 år gamle jenter ser på dette minimum ukentlig, mot 84 prosent av guttene.
- Ser vi 1–17-åringene under ett, finner vi at guttene i større grad benytter YouTube eller YouTube Kids enn det jentene gjør (72 mot 57 prosent). Dette kan skyldes at guttene i større grad ser på YouTube eller YouTube Kids *daglig*. Forskjellen mellom gutter og jenter som ser ukentlig eller sjeldnere, er mindre.
- Med unntak av 1–4-åringene bruker betraktelig flere gutter enn jenter i samme aldersgruppene YouTube og YouTube Kids daglig. Forskjellen er størst blant 17-åringene, hvor 58 prosent av guttene og 34 prosent av jentene ser på YouTube eller YouTube Kids daglig.

Lytter til podkast: Etter hvert som barna blir eldre, er det en svak økning i andelen som lytter til podkast. 9 prosent av 1–4-åringene og 18 prosent av 17–18-åringene hører på podkast minimum ukentlig.

- Den eneste kjønnsforskjellen i bruken av podkast er at jenter på 17 år i større grad lytter til podkast enn gutter på samme alder (24 mot 13 prosent). Det er i denne gruppen flest lytter til podkast.
- Sett under ett er det ingen kjønnsforskjeller mellom barn og unge i alderen 1–17 år når det gjelder podkastlytting.



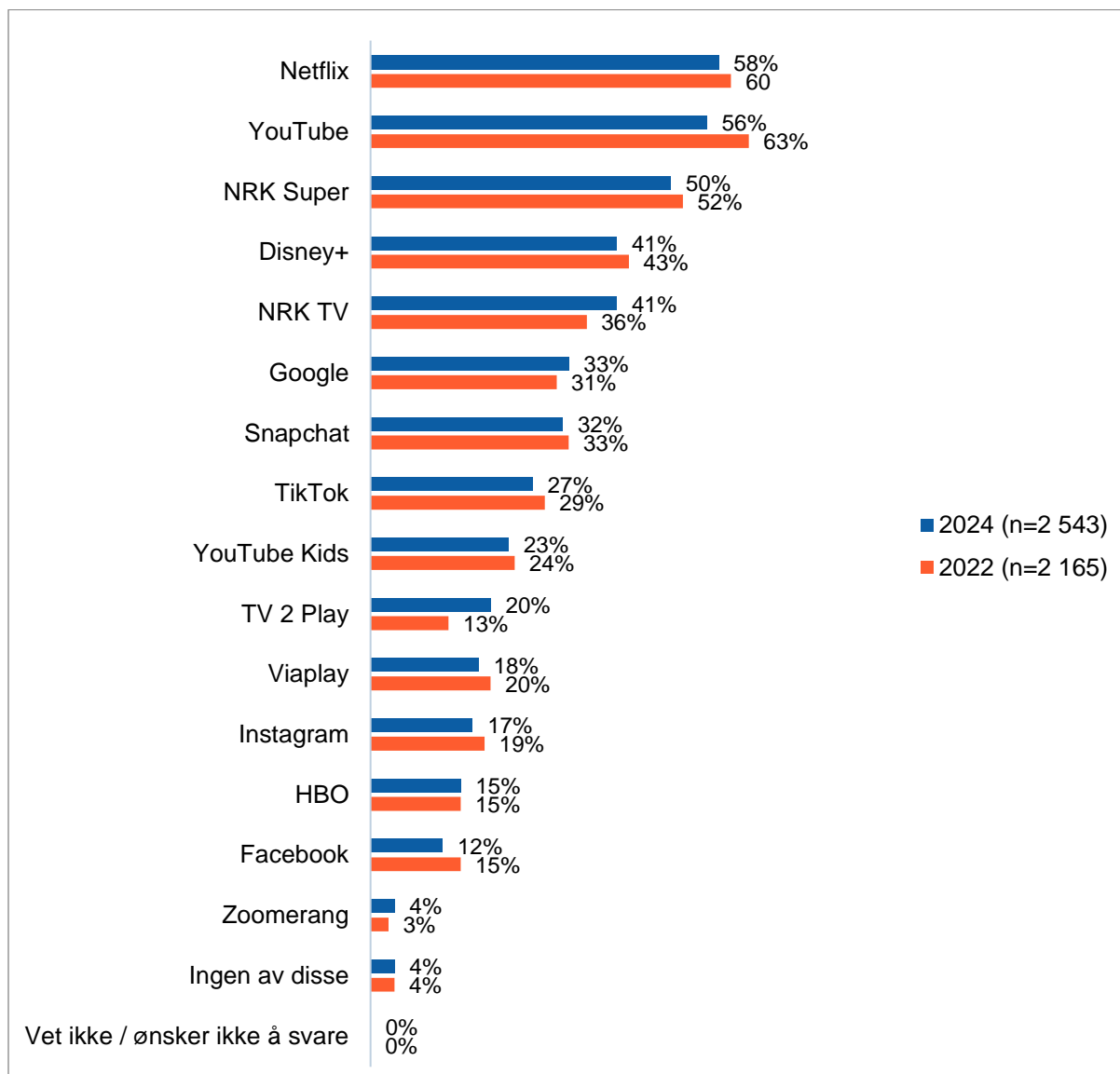
Hvilke tjenester bruker barna?

I dette kapittelet redegjør vi for hvilke tjenester barn og unge i alderen 1–17 år bruker. Vi tar for oss flere mye brukte tv-kanaler, strømmetjenester, sosiale medier og videodelingstjenester.

I årets undersøkelse oppgir flest foreldre at barna bruker Netflix (58 prosent), deretter YouTube (56 prosent), etterfulgt av NRK Super (50 prosent). Det er de tre samme tjenestene som flest brukte i 2022, men da var YouTube det mest brukte (63 prosent), etterfulgt av Netflix (60 prosent). Mediebruken er jevnt over svært lik i 2024 som i 2022, med noen unntak:

- Færre foreldre oppgir at barna bruker YouTube og Facebook i 2024 enn i 2022.
- Det er derimot flere som oppgir at barna bruker NRK TV og TV 2 Play.

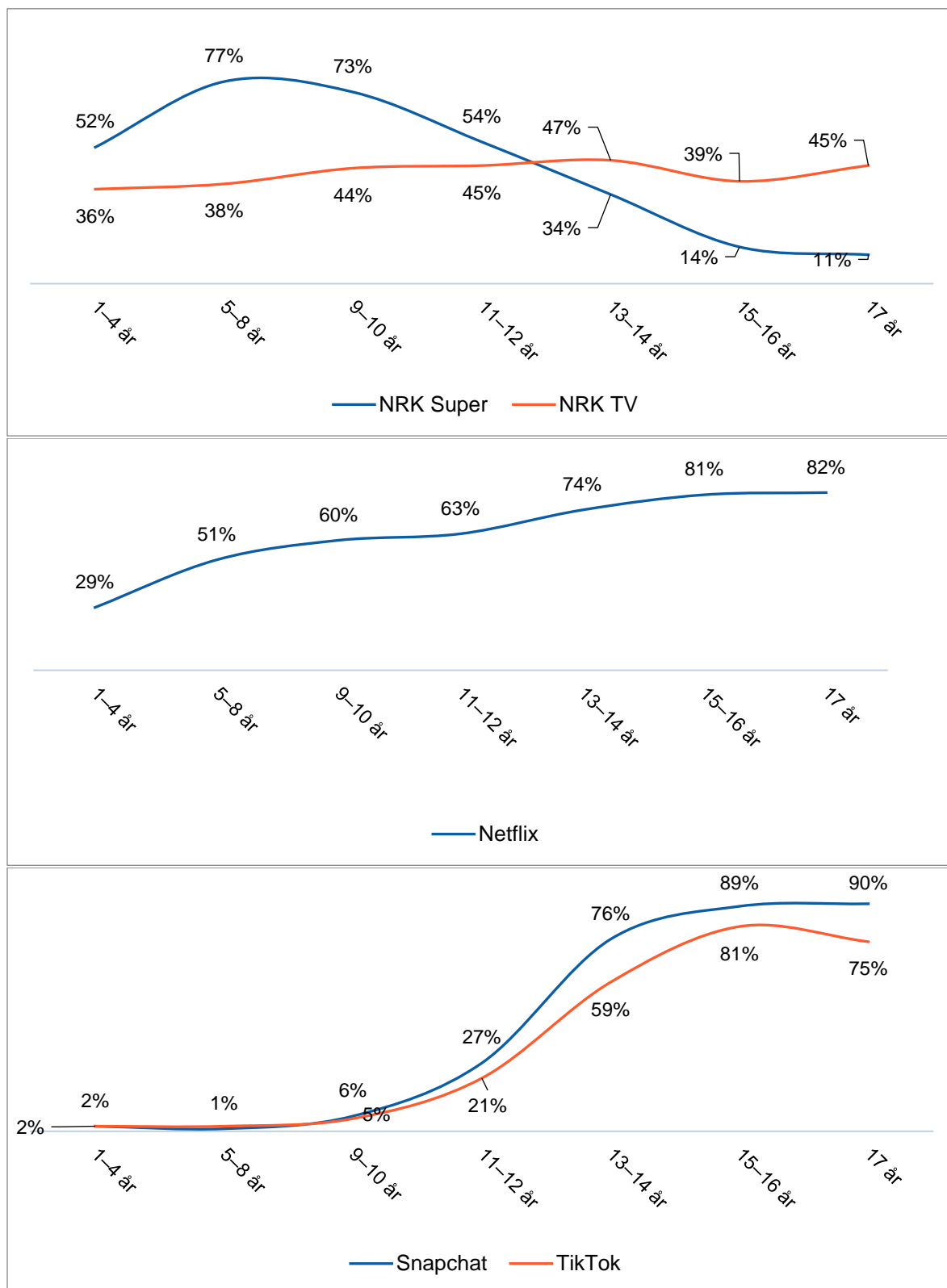
Figur 19 – «Bruker barnet ditt noe av dette?» Flere svar mulig. Prosent. Brutt ned på årstall. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart på spørsmålet per år, er oppgitt i parentes.

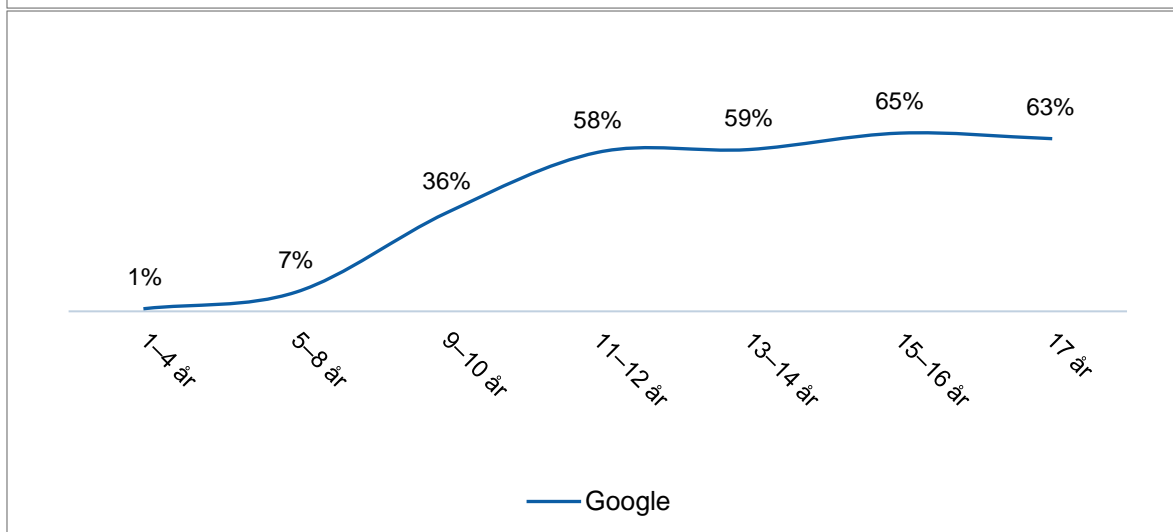
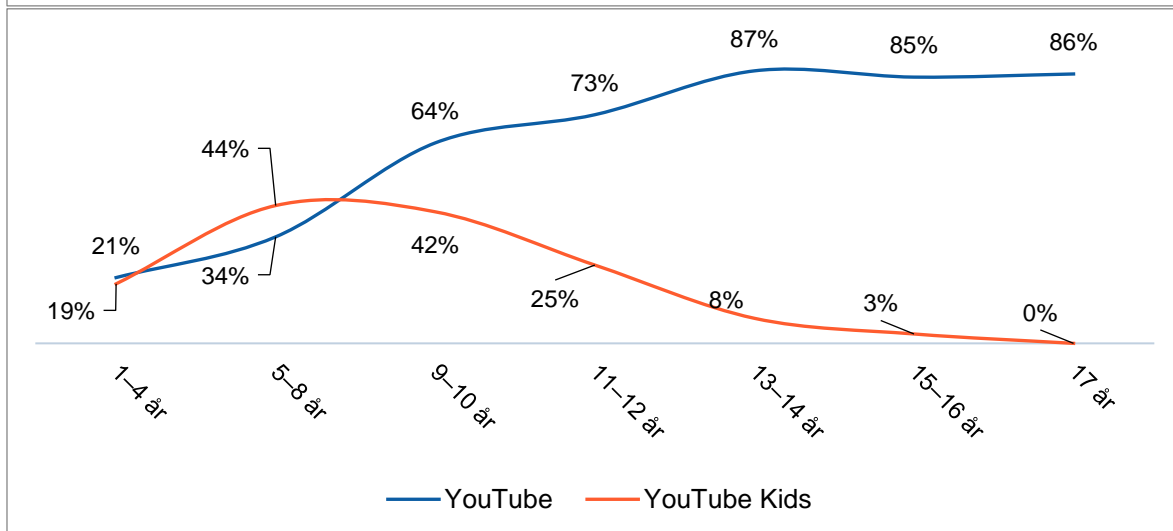
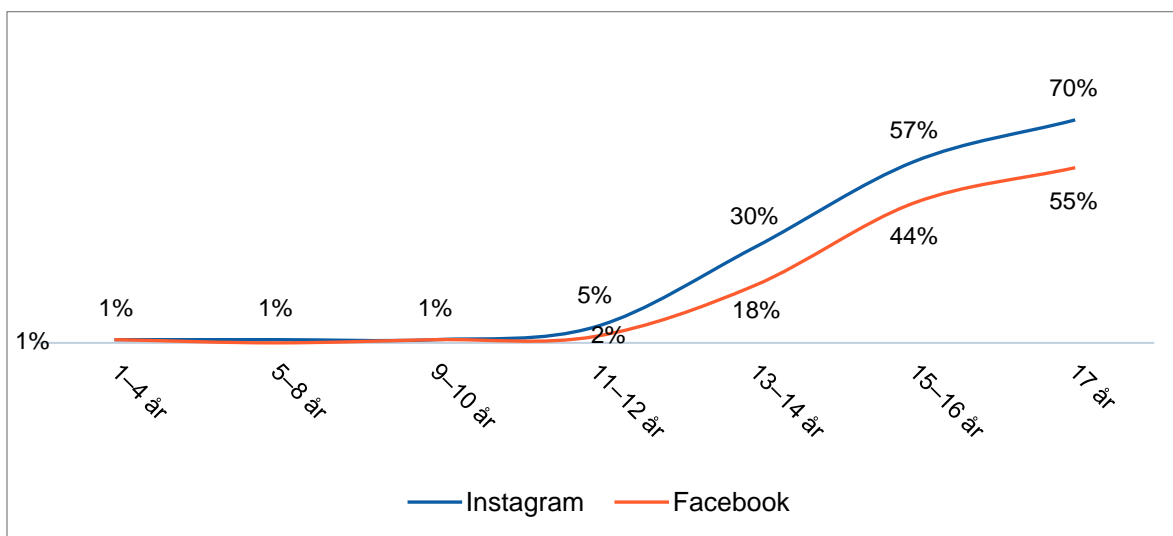




Figur 20 viser hvordan bruken av ulike tjenester endres etter hvert som barna blir eldre.

Figur 20 – «Bruker barnet ditt noe av dette?» Flere svar mulig. Prosent. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart på spørsmålet per gruppe, er oppgitt i parentes.







YouTube og YouTube Kids: YouTube brukes av alle aldersgrupper, men bruken øker med alderen. Ni av ti av tenåringer fra og med 13 år bruker YouTube. Bruken av YouTube Kids er høyest blant barn i alderen 5–8 år (44 prosent), men synker med alderen.

- Gutter bruker YouTube i større grad enn jenter, og det gjelder for alle aldersgrupper (forskjellen er ikke signifikant for barn i alderen 5–8 år og 15–16 år). Sett under ett bruker 63 prosent av guttene fra 1–17 år YouTube, mot 50 prosent av jentene. Dette bekrefter resultatene knyttet til hvilke medieaktiviteter barna gjør.
- Gutter i alderen 1–5 år bruker YouTube Kids mer enn jenter på samme alder (24 mot 13 prosent), mens jenter i alderen 11–12 år bruker det mer enn gutter på samme alder (32 mot 18 prosent).

NRK Super og NRK TV: NRK TV brukes av barn og unge i alle aldre. I den yngste aldersgruppen (1–4 år) bruker 36 prosent NRK TV, mens tilsvarende andel av 17-åringene er 45 prosent. NRK Super brukes til gjengjeld hovedsakelig av de yngre barna, og bruken er høyest i 5–8-årsalderen (77 prosent).

- Sett under ett bruker flere jenter enn gutter NRK TV (43 mot 39 prosent) og NRK Super (55 mot 47 prosent).
- Når det gjelder NRK TV, skiller særlig jentene i alderen 9–10 år, 13–14 år og 17 år seg fra guttene på samme alder. I disse aldersgruppene bruker cirka 52 prosent av jentene NRK TV, mot 38 prosent av guttene.
- For NRK Super er forskjellen størst mellom jenter og gutter i alderen 9–14 år. Da bruker totalt 62 prosent av jentene og 45 prosent av guttene NRK Super.

Netflix og andre strømmetjenester: Av strømmetjenester man betaler for, bruker flest barn og unge Netflix, ifølge foreldrene. Bruken øker jevnt med alderen, fra 29 prosent av 1–4-åringene til over 80 prosent av ungdommene over 14 år.

- Det er i liten grad kjønnsforskjeller i bruken av Netflix, med unntak av at gutter i alderen 13–14 år og 17-åringene i mindre grad bruker Netflix enn jenter på samme alder.
- Bruken av Viaplay, TV 2 Play og HBO øker jevnt med alderen. Bruken av Viaplay og TV 2 er nokså lik i de ulike aldersgruppene. Bruken av HBO øker med alderen. Blant de yngste barna (1–4 år) bruker 2 prosent denne tjenesten, mens 40 prosent av 17-åringene gjør det. Sett under ett er det få kjønnsforskjeller i bruken av de ulike strømmetjenestene.
- Disney+ brukes i større grad av barn og unge i alle aldre, fra 29 prosent blant 1–4-åringene til over 40 prosent blant de andre aldersgruppene.
- Totalt sett er det flere jenter enn gutter som bruker Disney+ (45 mot 38 prosent).

Snapchat og TikTok: Utviklingen i bruken av Snapchat og TikTok i ulike aldersgrupper følger hverandre, men bruken av Snapchat er generelt høyere enn bruken av TikTok. Få barn under 11 år bruker disse tjenestene, ifølge foreldrene. Bruken øker spesielt fra 11–12-årsalderen til 13–14-årsalderen. Da øker andelen som bruker Snapchat, fra 27 prosent til 76 prosent, og andelen som bruker TikTok, øker fra 21 prosent til 59 prosent. Aldersgrensen for å bruke begge disse tjenestene er 13 år.



- Blant 1–12-åringene er det ingen tydelige kjønnsforskjeller i bruken av verken Snapchat eller TikTok. Når barna runder 12 år, ser vi at flere jenter enn gutter bruker disse tjenestene, ifølge foreldrene. Totalt sett bruker 90 prosent av jentene i alderen 13–17 år Snapchat, mot 79 prosent av guttene på samme alder. 78 prosent av jentene bruker TikTok, og 65 prosent av guttene gjør det.
- Dette bekrefter resultatene knyttet til hvilke medieaktiviteter tenåringene gjør, og at jenter i større grad bruker sosiale medier enn gutter.

Instagram og Facebook: Bruken av Instagram og Facebook i ulike aldersgrupper følger hverandre, men bruken av Instagram er noe høyere enn Facebook. Nesten ingen barn under 9 år benytter disse tjenestene, ifølge foreldrene. Bruken øker med alderen. 70 prosent av 17-åringene bruker Instagram, og 55 prosent bruker Facebook, ifølge foreldrene.

- Når det gjelder Instagram, er det store kjønnsforskjeller på tvers av aldersgruppene som bruker tjenesten. Sett under ett bruker 14 prosent av guttene og 20 prosent av jentene i alderen 1–17 år Instagram.
- Kjønnsforskjellene er størst fra 13–14-årsalderen, hvor 39 prosent av jentene og 22 prosent av guttene bruker Instagram. Tallene for 15–16-åringene er henholdsvis 68 og 49 prosent og for 17-åringene 85 og 56 prosent.
- Det er også kjønnsforskjeller i bruken av Facebook, men denne er noe mindre enn bruken av Instagram. Sett under ett bruker 11 prosent av guttene og 14 prosent av jentene i alderen 1–17 år Facebook.

Google: Et fåtall av barn under ni år bruker Google, ifølge foreldrene. 36 prosent av 9–10-åringene bruker Google, og blant barn over ti år jevner bruken seg ut på om lag 60 prosent.

- Det er ingen kjønnsforskjeller i bruken av Google.

Har barna egne profiler?

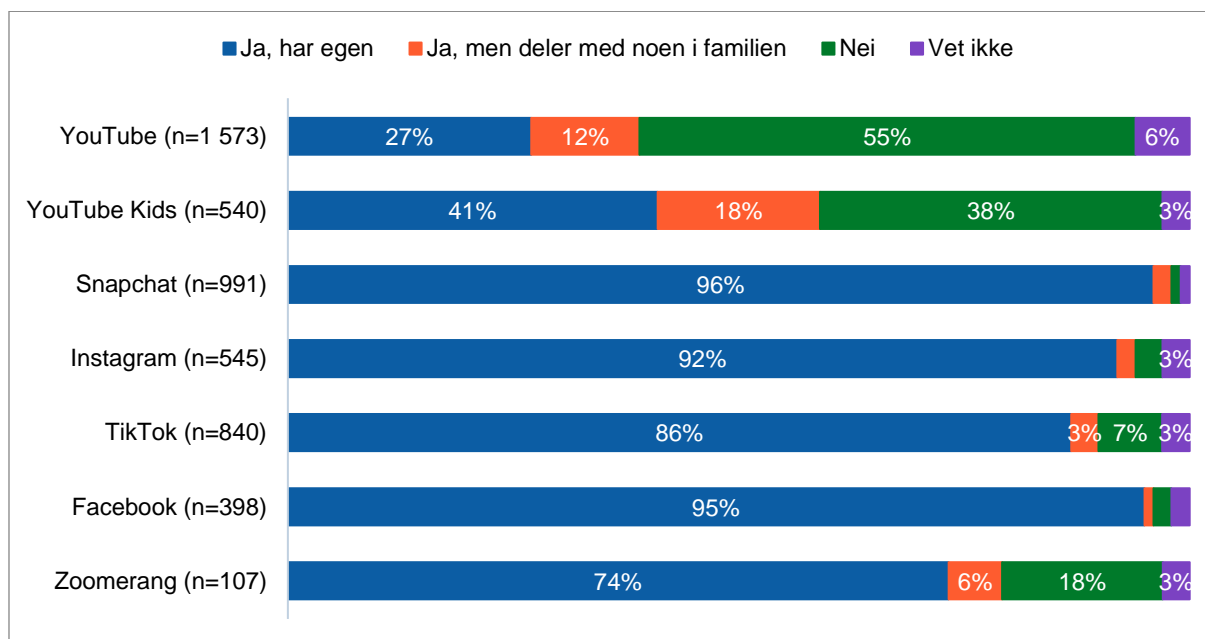
Foreldrene som oppga at barna bruker YouTube, YouTube Kids, Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook og Zoomerang, fikk også spørsmål om barna har en bruker eller profil på plattformene de benytter. Svaralternativene var: at barna har egen profil, deler med noen i familien eller ikke har profil. Dette spørsmålet var nytt i årets undersøkelse.

Ifølge foreldrene har ni av ti av barna som bruker Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook, egen profil på disse sosiale mediene (Figur 21). Det er ikke vanlig å dele profil på disse mediene. 74 prosent av brukerne av Zoomerang har egen profil, og 41 prosent av brukerne av YouTube Kids og 27 prosent av YouTube-brukerne har det. At det er relativt få som har egen YouTube-bruker sammenlignet med de andre tjenestene, skyldes trolig at YouTube er den eneste tjenesten som kan brukes uten å ha en egen profil. Det er noe vanligere å dele bruker med andre i familien på YouTube og YouTube Kids. For at barn skal sette opp en



profil i YouTube Kids, må foreldrene godkjenne det, eller foreldrene må gjøre det på vegne av barna.⁵

Figur 21 – «Har barnet ditt bruker/profil på ...?». Prosent. De som oppgir at de bruker de ulike tjenestene, blir stilt spørsmålet. Hvor mange som har svart på spørsmålet, er oppgitt i parentes.



Som tidligere vist er det svært få blant de yngste aldersgruppene som bruker de ulike sosiale mediene overhodet, og det er totalt sett svært få som bruker Zoomerang. Det er derfor ikke hensiktsmessig å bryte ned dette spørsmålet ytterligere på alder. Når det gjelder YouTube, er det få barn yngre enn åtte år som bruker denne tjenesten, men ser vi på 9–17-åringene, øker andelen som har egen profil med alderen. Blant 9–11-åringene har 17 prosent egen profil, og blant 17-åringene har 45 prosent det. YouTube Kids skiller seg fra de andre tjenestene, og det er flere yngre barn enn tenåringer som bruker tjenesten og har egen profil. Når det gjelder hvor mange som har privat bruker, er det likevel liten forskjell på de ulike aldersgruppene blant dem som bruker YouTube Kids i alderen 1–12 år.

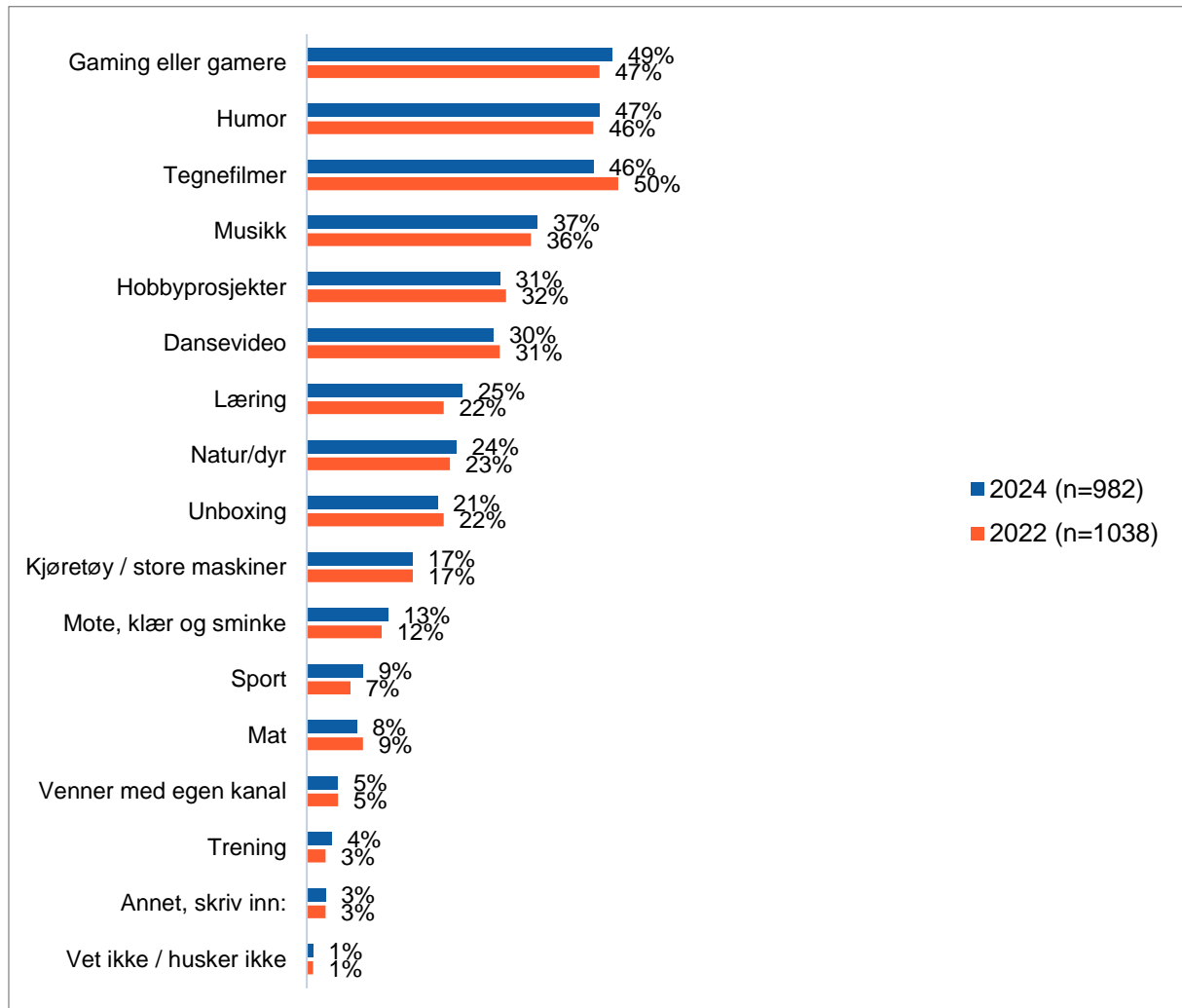
Hva slags innhold ser barna på YouTube?

Foreldrene til barna i alderen 1–12 år som oppga at barna bruker YouTube eller YouTube Kids, ble spurt om hva slags innhold barna ser på YouTube. Figur 22 viser hva foreldrene svarer at barna ser på, både i årets undersøkelse og i 2022. Som i 2022 er det flest barn som ser på gaming eller gamere, humor og tegnefilmer. Det er ingen signifikante endringer i innholdet barna ser på YouTube, sammenlignet med i 2022.

⁵ <https://www.youtube.com/kids/>



Figur 22 – «Hva slags innhold ser barnet ditt på YouTube»? Prosent. Brutt ned på årstall. Foreldre med barn i alderen 1–12 år som svarer at barnet bruker YouTube eller YouTube Kids, er blitt spurt. Hvor mange per år som har svart på spørsmålet, er oppgitt i parentes.



Det er både kjønns- og aldersvariasjoner i hva slags innhold barn og unge ser på YouTube.

- Sammenligner vi gutter og jenter på tvers av alder, finner vi at flere gutter ser på innhold om kjøretøy og store maskiner, gaming eller gamere og sport, mens flere jenter enn gutter ser på tegnefilmer, innhold om musikk, natur eller dyr, mote, klær og sminke, unboxing, hobbyprosjekter, dansevideoer og mat.
- Aldersmessig ser vi at jo yngre barna er, jo flere er det som ser på tegnefilmer, videoer om kjøretøy og store maskiner og læring. Blant de eldre barna er det flere som ser på innhold om humor, musikk, gaming eller gamere, mote, klær og sminke, unboxing, venner med egen kanal, sport, trening, mat, hobbyprosjekter og dansevideoer.



Hvilke nettsider eller apper bruker barna mest?

Foreldrene til barna i alderen 1–12 år ble bedt om å skrive hvilke nettsider eller apper barna bruker mest. De kunne oppgi maksimalt tre svar. 1516 respondenter ble stilt dette spørsmålet, og 1047 svarte.

Figur 23 – «Hvilke nettsider eller apper bruker barnet ditt?». De 30 mest nevnte appene og nettsidene. Svar som færre enn fem respondenter har notert, er utelatt.



Figur 23 viser de 30 mest brukte appene og tjenestene som foreldrene har notert. De ti mest brukte appene er YouTube, NRK Super, Netflix, Roblox, YouTube Kids, Disney, NRK, Minecraft, NRK TV og Fantorangen. Med unntak av Roblox, Minecraft og Fantorangen er alle disse nettsidene og appene inkludert i spørsmålet om tjenester. Det er også disse tjenestene og appene flest foreldre oppga at barna brukte i 2022. Det er med andre ord ingen tydelige endringer i hvilke apper og tjenester som er populære blant barn.

16 prosent av foreldrene oppgir at barna bruker Roblox, 10 prosent Minecraft og 6 prosent Fantorangen. Bruken av både Roblox og Minecraft øker med alderen. Blant 9–10-åringene bruker 34 prosent Roblox og 17 prosent Minecraft. Fantorangen er mest utbredt blant de yngste barna, 12 prosent av foreldrene til 1–4-åringene bruker Fantorangen.

Ser vi på andre nettsider og apper som nevnes av foreldrene utover de ti mest brukte, finner vi at Google, TikTok, Spotify, Zoomerang, Snapchat og TV 2 Play også nevnes ofte.



5. Spill og gaming

Sammendrag

Foreldrene blir stilt en rekke spørsmål knyttet til spilling, både dataspill, mobilspill og tv-spill. Dette kapittelet handler om hvor stor andel av barna som spiller spill, hvem som spiller, hvor hyppig de gjør det, hva slags spill de spiller, og om foreldrene mener at de bruker for mye tid på spilling.

- Totalt oppgir 84 prosent av foreldrene til barn og unge i alderen 1–17 år at barna spiller spill. Dette er en økning siden 2022 (81 prosent), tilbake til nivået som ble målt i 2020 (83 prosent).
- Flere gutter enn jenter spiller daglig. Dette gjelder særlig fra de blir tenåringer, da ser vi at mange jenter spiller mindre (spesielt daglig og ukentlig). Også i 2022 var det tydelig at jentene sluttet å spille da de nådde 13–14-årsalderen.
- I årets undersøkelse er det likevel flere tenåringsjenter som spiller minimum ukentlig, enn det var i 2022. I 2022 var forskjellen mellom jenter og gutter i 15–16-årsalderen som minimum spilte ukentlig, 43 prosentpoeng (96 mot 53 prosent). I denne aldersgruppen er det nå 12 prosentpoeng flere jenter som spiller minimum ukentlig enn det var i 2022 (53 mot 65 prosent i 2024).
- Det foretrukne spillet blant 1–4-åringene er Fantorangen, både for gutter og jenter. Det er også det foretrukne spillet for jentene i alderen 5–8 år, mens Minecraft er det foretrukne spillet for guttene på samme alder. De eldre barna ble ikke spurt om hvilke spill de spiller.
- Blant alle foreldrene til 1–17-åringene mener 24 prosent at barna bruker for mye tid på spilling. 14 prosent av foreldrene svarer at de ofte er uenige med barna om tidsbruken, og 32 prosent at de av og til er det.
- Foreldrene til barna som spiller daglig, mener i større grad at barna bruker for mye tid på dataspill, og de er oftere enn foreldrene til barna som spiller ukentlig eller sjeldnere, uenige med barna om tidsbruken.

Hvor stor andel spiller dataspill?

Foreldrene til barna i alderen 1–17 år ble spurt om hvor ofte barna spiller dataspill på mobil, pc, nettbrett, spillkonsoll og så videre. Resultatene er kort presentert i kapittelet om medievaner og medieaktiviteter.

Totalt oppga 84 prosent av foreldrene til barn og unge i alderen 1–17 år at barna spiller spill.⁶ Dette er en økning siden 2022 (81 prosent) og er tilbake på nivået som ble målt i 2020 (83 prosent).

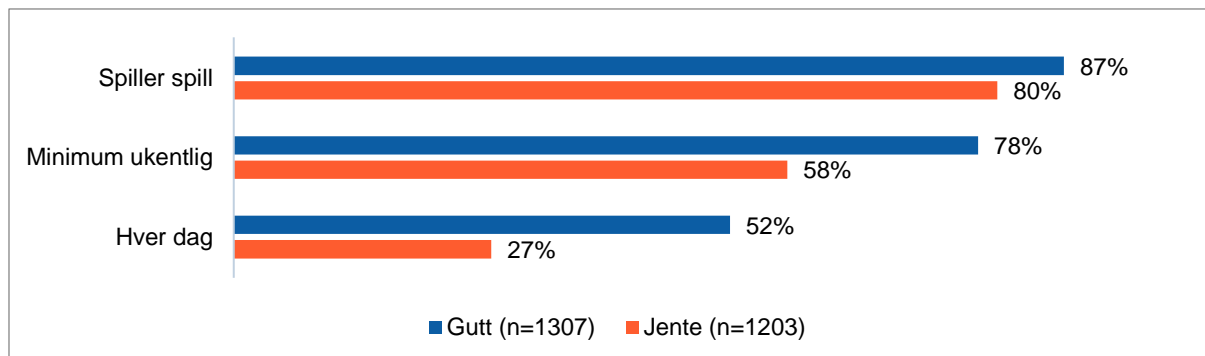
Ser vi på spillingen til gutter og jenter uten hensyn til alder, oppgir 87 prosent av foreldrene til guttene at barna spiller, og 80 prosent av foreldrene til jentene oppgir det samme (Figur 24).

⁶ De som svarer «hver dag», «hver uke», «hver måned» eller «sjeldnere».



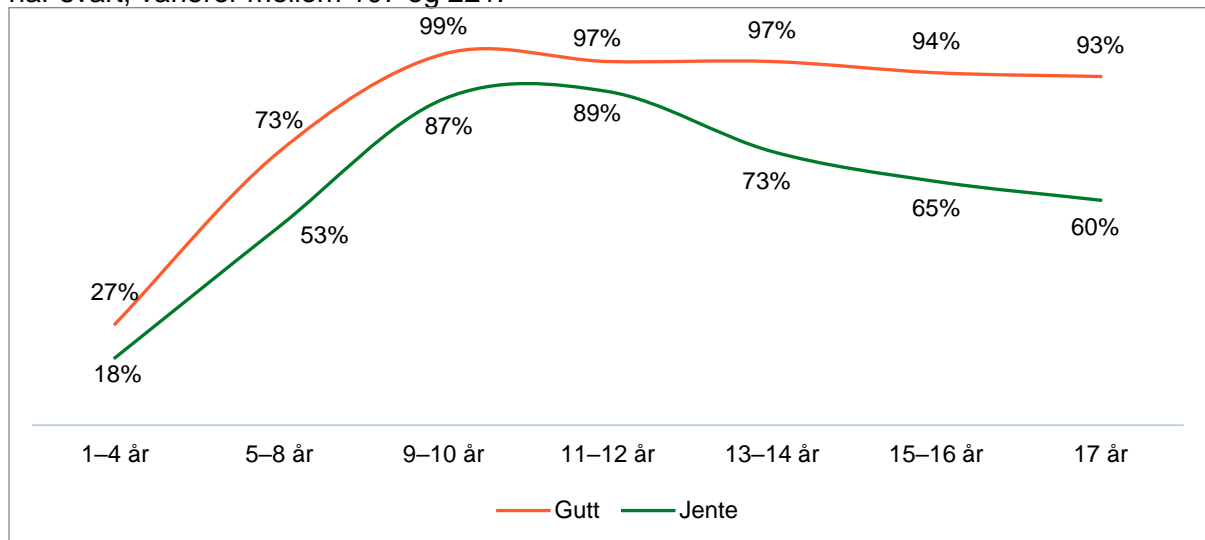
Forskjellen på kjønnene blir større når vi ser nærmere på hvor ofte de spiller: 20 prosentpoeng flere av foreldrene til guttene enn jentene oppgir at barna spiller minimum ukentlig (daglig eller ukentlig) (78 mot 58 prosent), og 25 prosentpoeng flere av foreldrene til guttene enn jentene oppgir at barna spiller daglig (52 mot 27 prosent). Guttene spiller hyppigere enn det jentene gjør.

Figur 24 – andelen som spiller spill totalt sett, ukentlig eller oftere, og daglig. Prosent. Brutt ned på kjønn. Alle har fått spørsmålet. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Figur 25 viser andelen foreldre som oppgir at barna spiller «daglig» eller «ukentlig», brutt ned på barnas alder og kjønn. Forskjellen på andelen som spiller, blir større jo eldre barna blir. I alderen 13–14 år spiller 24 prosentpoeng flere gutter enn jenter. Tilsvarende tall for 15–16-åringene er 29 prosentpoeng og for 17-åringene 33 prosentpoeng.

Figur 25 – andelen som spiller spill ukentlig (sammenslåing av kategoriene «daglig» og «ukentlig»). Prosent. Brutt ned på alder og kjønn. Alle har fått spørsmålet. Hvor mange som har svart, varierer mellom 107 og 221.



Også i 2022-undersøkelsen viste svarene fra foreldrene en tydelig tendens: færre jenter spilte ukentlig eller oftere når de nådde 13-14-årsalderen. Det er likevel langt flere tenåringsjenter i årets undersøkelse som spiller ukentlig, enn det var i 2022, ifølge foreldrene. I 2022 var forskjellen mellom jenter og gutter i 15–16-årsalderen på 43 prosentpoeng (96 mot 53 prosent). I denne aldersgruppen er det nå 12 prosentpoeng flere jenter som spiller ukentlig enn det var i 2022 (65 prosent) ifølge foreldrene.



Som diskutert i kapittelet om mediebruk øker jenters bruk av ulike sosiale medier, tv og strømmetjenester når de blir over 12 år gamle, så det synes som om spilling blant jenter erstattes med andre medieaktiviteter.

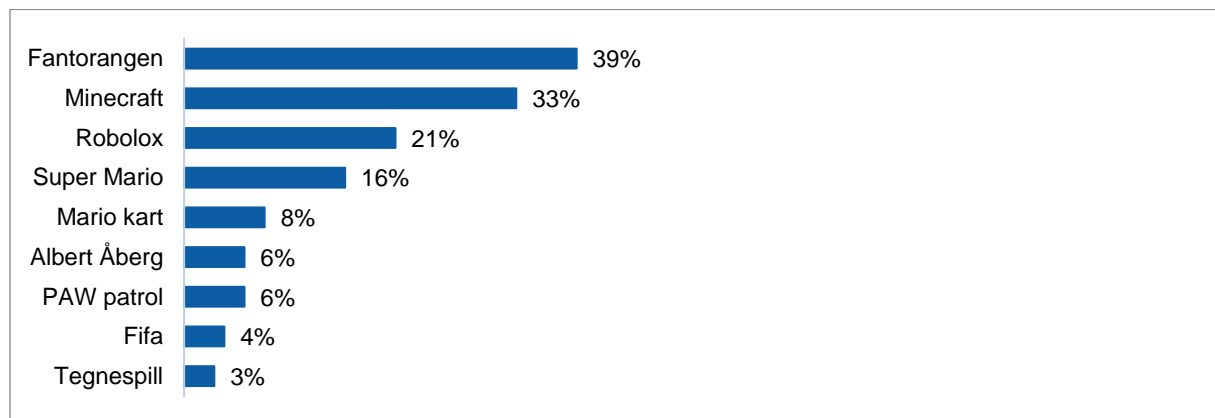
Hvilke spill spiller barna?

Foreldrene til barna i 1–8-årsalderen ble spurt om hvilke spill barna spiller mest (alle typer spill som kan spilles på enten pc, spillkonsoll, mobil, nettbrett eller lignende). Foreldrene hadde muligheten til å oppgi maks tre åpne svar. 630 respondenter har fått spørsmålet, av dem har 357 svart.

Dette spørsmålet ble ikke stil til foreldrene til barn og unge i alderen 9–17 år. For denne aldersgruppen kartlegges type spill som spilles i Barn og medier-undersøkelsen.⁷

39 prosent oppgir Fantorangen, 33 prosent Minecraft og 21 prosent Roblox (Figur 26).⁸ Som i 2022 er Fantorangen det mest spilte spillet blant 1–4-åringene (84 prosent), og det er en like stor andel jenter som gutter som spiller dette. I 2022 var dette mer populært blant jentene. Over halvparten av guttene i alderen 5–8 år spiller Minecraft (56 prosent), mens Fantorangen er det mest populære spillet blant jentene i denne alderen (41 prosent).

Figur 26 – «Hvilke apper/nettsider har du inntrykk av at barnet ditt bruker mest?» Prosent. De mest spilte spillene. Koding av åpne svar. Foreldrene til 1–8-åringene er blitt spurt. Antall som har svart: 357.



⁷ Medietilsynet, 2024, Barn og medier 2024.

⁸ Det er tatt høyde for feilstavelser og variasjoner av svaret. Svar som «Super World» og Mario-spill» er inkludert i kategorien *SuperMario*. Kategorien *Tegnespill* inkluderer også svar som «fargeleggingsspill» og lignende. Kategorien *Albert Åberg* inkluderer også svar som «Albert», «Albert jr.» og så videre. Dette er kodet manuelt med assistanse av KI.

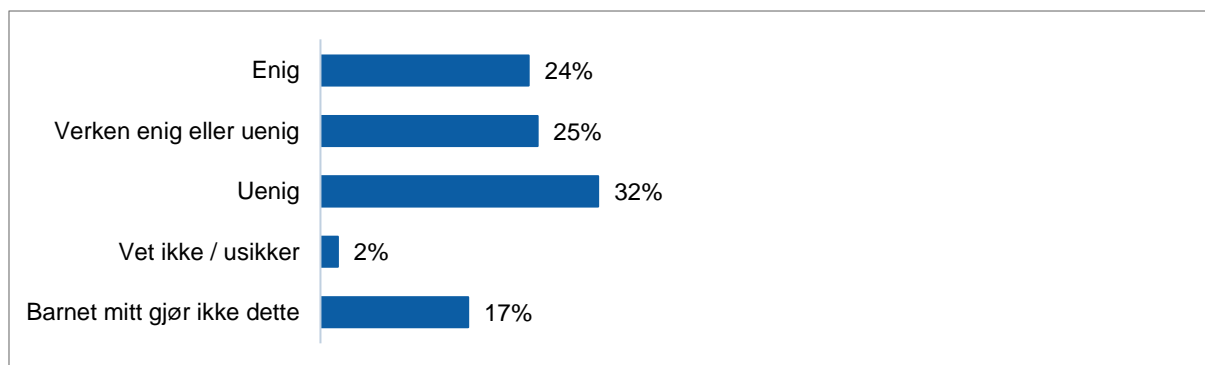


Synes foreldrene at barna bruker for mye tid på dataspill?

Foreldrene til 1–17-åringene fikk også spørsmål om de opplever at barna bruker for mye tid på dataspill, og om de og barna ofte er uenige om tidsbruken.

Ser vi på alle barn og unge fra 1–17 år, mener i overkant av 24 prosent av foreldrene at barna bruker for mye tid på dataspill (se figur 27). Dette er likt som i 2022. Ekskluderer vi dem som svarer at barna ikke gjør det, mener 29 prosent av foreldrene at barna bruker for mye tid (se figur 39 i kapittelet om medieregulering). Imidlertid er det store forskjeller knyttet til barnas kjønn, alder og hvor mye de spiller.

Figur 27 – «Er du enig eller uenig i dette? Barnet mitt bruker for mye tid på dataspill (spillapper eller dataspill).» Prosent. Alle har fått spørsmålet. Antall som har svart: 2544.

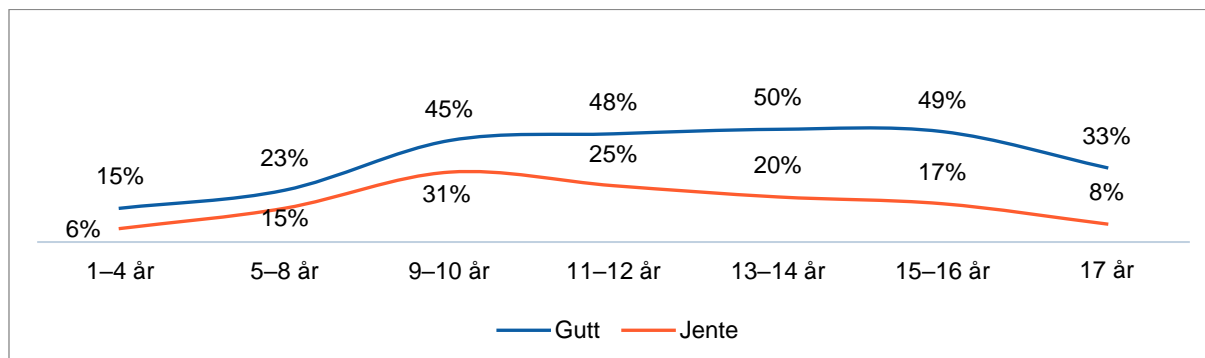


Figur 28 viser andelen foreldre som er enig i at barna spiller for mye, brutt ned på kjønn og alder. Kategorien «Barnet mitt gjør ikke dette» er ekskludert for å bedre kunne sammenligne. Andelen som er enig i at barna bruker for mye tid på spilling, følger overveiende mønsteret for andelen som spiller minimum ukentlig – se sammenstilling av figur 24 og figur 27. Foreldrene til guttene er i større grad enn foreldrene til jentene enige i at barna spiller for mye. Andelen som er enig, er høyest blant foreldrene til guttene i 9–16-årsalderen. I denne gruppen er halvparten av foreldrene enig i at barna eller ungdommene spiller for mye (figur 28)

Foreldrene som oppgir at barna spiller daglig, mener i større grad at barna bruker for mye tid, enn foreldrene som oppgir at barna spiller ukentlig eller sjeldnere. Dette gjelder både for gutter og jenter og i alle aldersgrupper. Det er likevel et gjennomgående trekk at flere av foreldrene til guttene enn jentene er enige i dette.

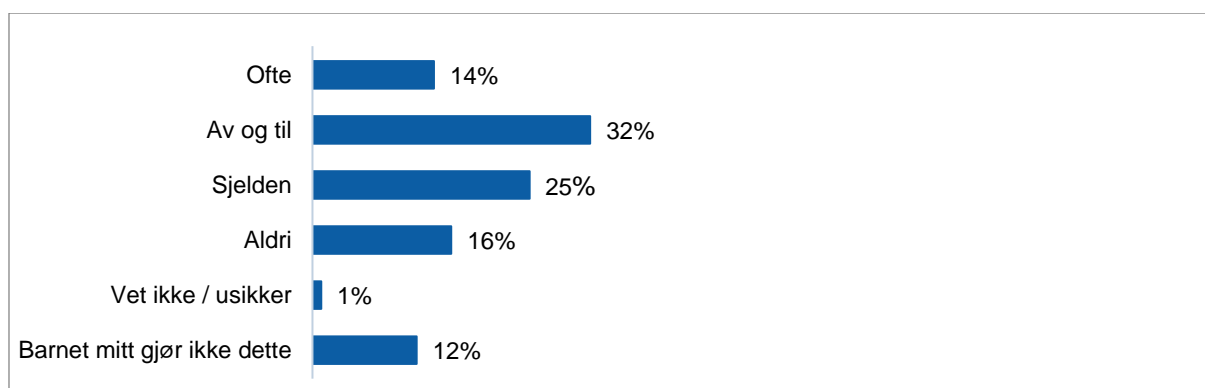


Figur 28 – «Er du enig eller uenig i dette? Barnet mitt bruker for mye tid på dataspill (spillapper eller dataspill).» Prosent. Kategorien «Barnet mitt gjør ikke dette» er ekskludert. Andel som svarer «Enig». Brutt ned på kjønn og alder. Alle har fått spørsmålet. Hvor mange som har svart, varierer mellom 92 og 219.



Foreldrene blir også spurt om de pleier å være uenige med barna om tidsbruk på dataspill eller spillapper. 14 prosent er ofte uenig, og 32 prosent er uenig av og til (Figur 29). Ekskluderer vi kategorien «Barnet mitt gjør ikke dette», finner vi at 16 prosent ofte er uenig (figur 41 i kapittelet om medieregulering).

Figur 29 – «Pleier du og barnet ditt å være uenige om [...] barnets tidsbruk på dataspill/spillapper?» Prosent. Alle har fått spørsmålet. Antall som har svart: 2545.



Også her finner vi at flere av foreldrene til guttene enn jentene er uenige med barna om tidsbruken. Denne forskjellen gjelder fra barna runder ti år. Sett under ett svarer dobbelt så mange av foreldrene til guttene i 11–17-årsalderen enn foreldrene til jentene i samme alder at de ofte er uenige om tidsbruken (24 mot 12 prosent). Denne kjønnsforskjellen gjelder kun for 13–16-åringene når vi ser på hvor stor andel av foreldrene som svarer «av og til». 40 prosent av foreldrene til guttene i denne alderen er av og til uenige om tidsbruken, mens 34 prosent av foreldrene til jentene er det.

Det er tydelig at uenigheten har sammenheng med hvor mye barna spiller. Foreldrene som oppgir at barna spiller daglig, er i større grad ofte uenig med barna om tidsbruken enn foreldrene som oppgir at barna spiller ukentlig eller sjeldnere. Uavhengig av hvor hyppig barna spiller, er det tendens til at foreldrene til guttene i større grad ofte er uenige enn foreldrene til jentene i samme aldersgruppen.



6. Nyheter

Sammendrag

Foreldrene til barna i skolealder ble spurt om barnas nyhetsbruk. Dette kapittelet handler om hvilke plattformer barn og unge får med seg nyheter fra, og hvor ofte de gjør det.

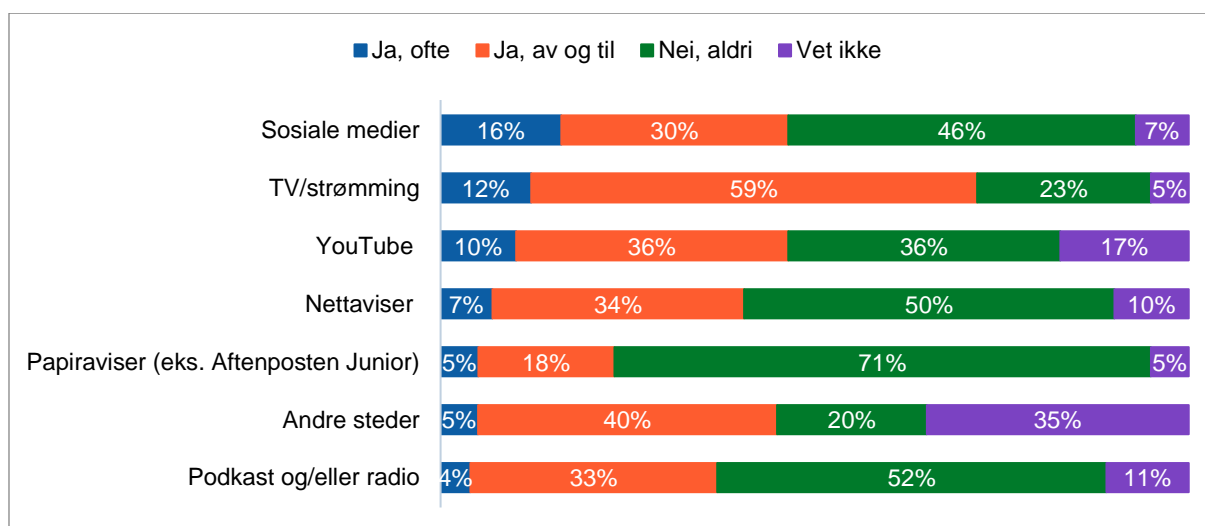
- Flest foreldre oppgir at barna ofte får med seg nyheter fra sosiale medier (16 prosent). Tar vi med hvor barna «av og til» får med seg nyheter fra, er tv eller strømming den viktigste plattformen (71 prosent).
- Jo eldre barna blir, jo oftere får de med seg nyheter fra de ulike plattformene.

Hvilke plattformer får barn og unge med seg nyheter fra?

Foreldrene til 6–17 åringene ble bedt om å oppgi hvilke plattformer barna deres får med seg nyheter fra. Her var det mulig å gi flere svar.

Figur 30 viser hvilke plattformer barn og ungdom får nyheter fra. Flest foreldre oppgir at barna ofte får med seg nyheter fra sosiale medier (16 prosent), men inkluderer vi hvor de «av og til» får med seg nyheter fra, er tv eller strømming den viktigste plattformen (71 prosent). Deretter følger sosiale medier (46 prosent) og YouTube (46 prosent), og andre steder (45 prosent). Papiraviser er den plattformen færrest får med seg nyheter fra. 71 prosent får aldri med seg nyheter fra papiraviser.

Figur 30 – «Får barnet ditt med seg nyheter fra ...?» Prosent. Foreldrene til barna mellom 6 og 17 år har fått spørsmålet. Hvor stor andel som har svart, varierer mellom 2014 og 2011.



Sammenligner vi med resultatene fra 2022, finner vi en nedgang på 6 prosentpoeng i andelen som får med seg nyheter («ofte» eller «av og til») fra tv eller strømming. Det er ingen endringer når det gjelder de andre plattformene.

Jo eldre barna blir, jo flere er det som får med seg nyheter på tvers av de ulike plattformene som er listet over. Unntaket er papiraviser, som er høyest blant 11–12-åringene (33 prosent i



denne aldersgruppen bruker papiraviser ofte eller av og til, mot 23 prosent totalt). Det er også noen kjønnsforskjeller når vi ser 6–17-åringene under ett. Jentene bruker i større grad enn guttene sosiale medier for å få med seg nyheter (49 mot 44 prosent), og guttene bruker i større grad YouTube (52 mot 40 prosent). Dette speiler kjønnsforskjellen i bruken av sosiale medier og YouTube.

Flere foreldre med universitets- eller høgskoleutdanning over fire år oppgir at barna får med seg nyheter via papiraviser (30 prosent), enn foreldre med inntil fire års høyere utdanning (23 prosent) og foreldre med grunnskole-, videregående skole- eller fagskoleutdanning (17 prosent). Det er også flere av disse foreldrene som oppgir at barna bruker podkast eller radio, mens det er færre som oppgir at barna får med seg nyheter via YouTube.



7. Kjennskap og kompetanse knyttet til barnas nettbruk

Sammendrag

I tillegg til det innledende spørsmålet om kjennskap til barnas mediebruk (se side 11) får foreldrene i årets undersøkelse også spørsmål om i hvilken grad de er involvert i barnas digitale liv, og om deres digitale kompetanse. Disse spørsmålene ble stilt på ulike tidspunkt i undersøkelsen, og resultatene presenteres i dette kapittelet.

- De fleste foreldrene er involvert i barnas digitale aktiviteter: To av ti foreldre er «svært involvert» og fire av ti er «ganske involvert».
- Nesten 80 prosent av foreldrene til 1–8-åringene er involvert i barnas digitale aktiviteter. Graden av involvering avtar med barnas alder, og blant foreldrene til 17-åringene oppgir kun 31 prosent av foreldrene at de er involvert.
- Andelen foreldre som svarer «verken eller» eller «ikke involvert», øker med barnas alder, fra 8 prosent av foreldrene til 1–4 åringene til 27 prosent blant foreldrene til barna fra 13 år og eldre.
- Én av tre foreldre er enig i at det er vanskelig å holde oversikt over hva barna gjør på nettet. Halvparten mener at de har den informasjonen de trenger for å kunne veilede barna om mediebruk.
- Blant de yngre barna har foreldrene god oversikt over barnas mediebruk og føler i stor grad at de kan veilede barna. Når barna når 13–14-årsalderen, skjer det en endring. Det er da flere foreldre som synes det er vanskelig å holde oversikt over hva barna gjør på nettet, enn det er som mener at de har den informasjonen de trenger for å kunne veilede barna. I denne aldersgruppen er foreldrenes involveringsgrad i de digitale aktivitetene til barna på rundt 50 prosent.
- Halvparten er negativ til utviklingen av teknologi og skjermbruk som påvirker barn og unge, og 24 prosent er positiv.
- 75 prosent av foreldrene til 1–5-åringene har kjennskap til Helsedirektoratets anbefalinger om skjermbruk for småbarn.⁹ 25 prosent har ikke kjennskap til dem. Anbefalingene kom i 2022, det er derfor ennå for tidlig å si noe om hvorvidt dette har endret skjermtiden for småbarn.
- Når vi ber foreldrene oppgi hvilken aldersgrense som er gjeldende for ulike sosiale medier, svarer 53 prosent riktig for Snapchat, 43 prosent riktig for TikTok og 27 prosent riktig for YouTube. Det er en høy andel av foreldrene som ikke vet, men sammenlignet med 2022 er det flere foreldre som svarer riktig.

Er foreldrene involvert i barnas digitale aktiviteter?

Alle foreldrene ble spurt om hvor involvert de er i barnas digitale aktiviteter. Spørsmålet er spesifisert: «Tenk på hvordan du deltar i, snakker med og følger med på ditt barns bruk av

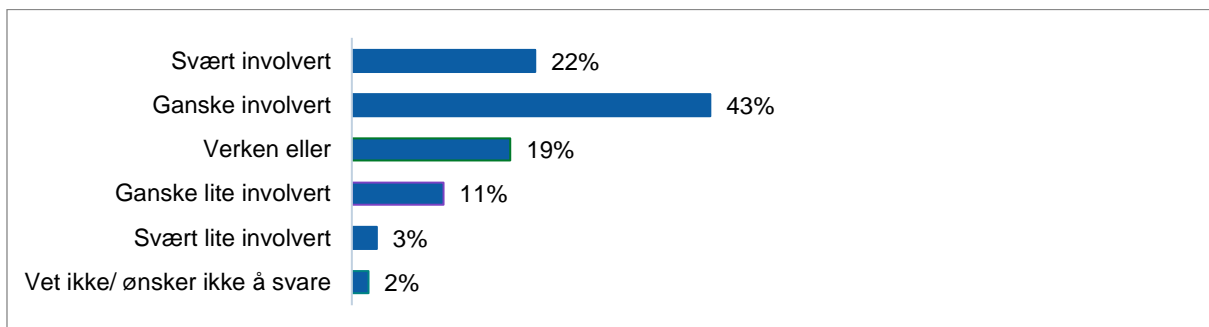
⁹ Helsedirektoratet fraråder skjermtid for 1-åring, og fra 2 år anbefales begrensning av skjermtid til én time daglig. <https://www.helsedirektoratet.no/faglige-rad/fysisk-aktivitet-i-forebygging-og-behandling/barn-og-unge#barn-1-5-ar-tid-i-ro-stillesitting-skjermtid>



digitale aktiviteter (for eksempel dataspill, seing av serier/program, sosiale medier og andre nettaktiviteter).» Dette spørsmålet er nytt i årets undersøkelse og er ikke blitt stilt tidligere.

Totalt sett er 22 prosent av foreldrene «svært involvert» i barnas digitale aktiviteter og 43 prosent «ganske involvert» (figur 31). To av tre foreldre er altså involvert i barnas digitale aktivitet.

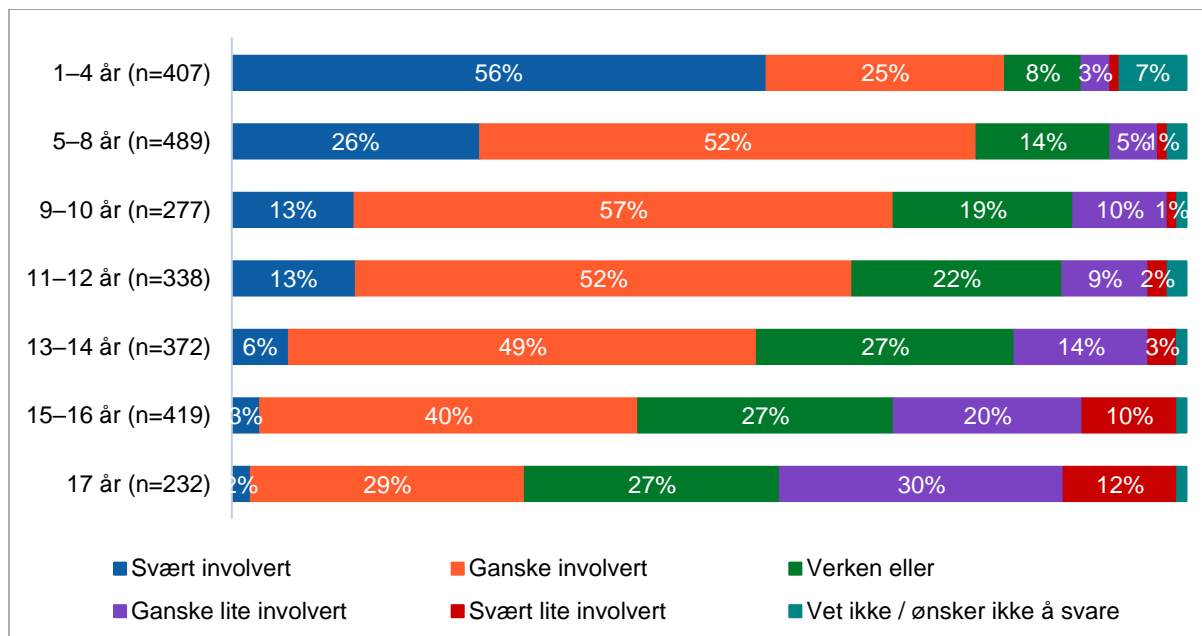
Figur 31 – «Hvor involvert er du i ditt barns digitale aktiviteter? Tenk på hvordan du deltar i, snakker med og følger med på ditt barns bruk av digitale aktiviteter (for eksempel dataspill, seing av serier/program, sosiale medier og andre nettaktiviteter).» Prosent. Spørsmålet er stilt til alle. Antall som har svart: 2534.



Også her er det store forskjeller knyttet til barnas alder (figur 32). Over halvparten av foreldrene til de yngste barna er «svært involvert», mens tilsvarende andel for foreldrene til de eldste barna er 2 prosent. 31 prosent av foreldrene til 17-åringene er involvert i ungdommens mediebruk, mens 42 prosent er ikke involvert. Andelen foreldre som oppgir at de «verken er involvert eller ikke», øker også med barnas alder, fra 8 prosent av foreldrene til 1–4-åringene til 27 prosent blant foreldrene til barna fra 13 år og eldre.



Figur 32 – «Hvor involvert er du i ditt barns digitale aktiviteter? Tenk på hvordan du deltar i, snakker med og følger med på ditt barns bruk av digitale aktiviteter (for eksempel dataspill, seing av serier/program, sosiale medier og andre nettaktiviteter)». Prosent. Brutt ned på alder. Spørsmålet er stilt til alle. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.



Flere av foreldrene med universitets- eller høyskoleutdanning er det flere som er involvert i barnas digitale aktiviteter enn foreldrene med utdanning fra grunnskole, fagskole og videregående skole (68 mot 58 prosent). Forskjellene gjelder også når vi kontrollerer for alder på barna, men det varierer hvor store forskjellene er.

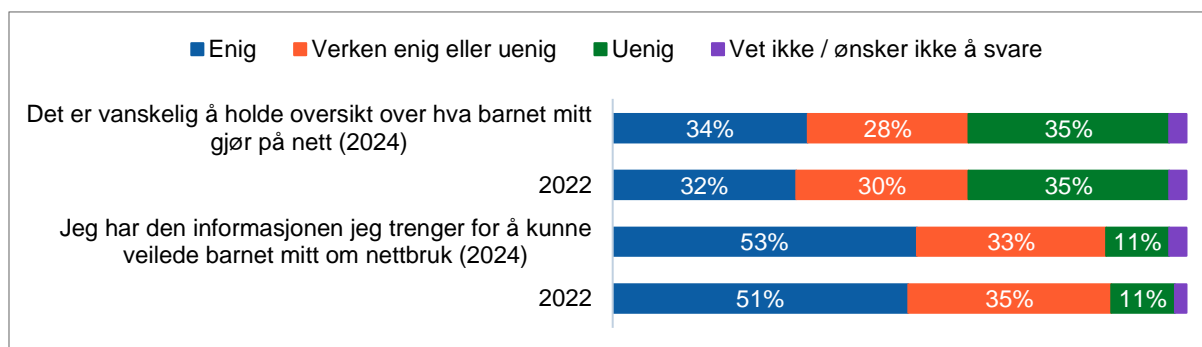
Er det enkelt for foreldrene å ha oversikt over barnas nettbruk?

Alle foreldrene ble spurt om sitt kjennskap til barnas nettbruk og sin kompetanse til å veilede barna om nettbruk.

34 prosent av foreldrene er enig i at det er vanskelig å holde oversikt over hva barna gjør på nettet (figur 33). Halvparten mener de har den informasjonen de trenger for å kunne veilede barna om mediebruk. Det er ingen endringer i hvordan foreldrene opplever dette sammenlignet med i 2022.



Figur 33 – «Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?» Prosent. Spørsmålet er stilt til alle. Antall som har svart: 2542.

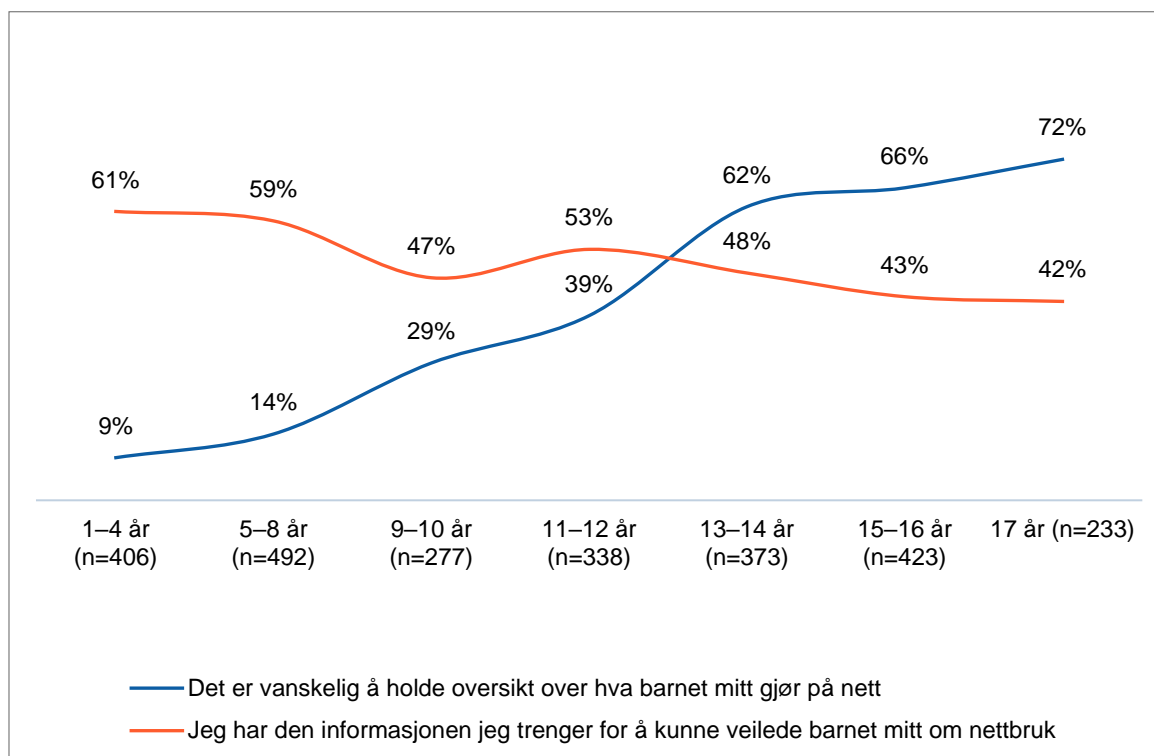


Også her er det stor forskjell mellom aldersgruppene (se figur 34). Vi ser at foreldrene til yngre barn i liten grad er enige i at det er vanskelig å holde oversikt over hva barna gjør på nettet, og at en stor andel er enig i at de har den informasjonen de trenger for å kunne veilede barna om nettbruk. Mønsteret følger overveiende spørsmålet om hvor involvert foreldrene er i barnas mediebruk (figur 32).

Når barna når 13–14-årsalderen, er det flere foreldre som synes at det er vanskelig å holde oversikt over hva barna gjør på nettet, enn det er som opplever at de har den informasjonen de trenger for å kunne veilede barna. I denne alderen har over sju av ti tenåringer mer enn to timer skjermtid per dag (se figur 12 i kapitlet om medievaner), og det er i denne alderen at barna i stor utstrekning begynner å bruke sosiale medier (se figur 18 og 20 i kapitlet om medievaner).



Figur 34 – «Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?» Prosent. Andel som svarer «Enig». Brutt ned på alder. Spørsmålet er stilt til alle. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.

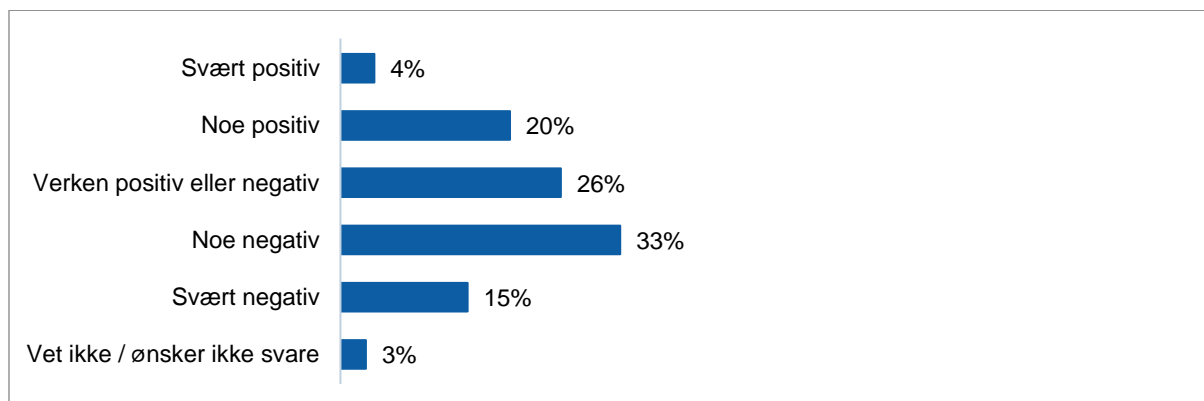


Hvordan stiller foreldrene seg til utviklingen av teknologi og skjermbruk som kan påvirke barn og unge?

Samtlige foreldre blir spurt: «Utviklingen av teknologi og skjermbruk påvirker barn og unge, hva tenker du om dette?» Dette spørsmålet er ikke blitt stilt tidligere.

24 prosent er positive (svært eller noe positiv) (se figur 35). Nesten halvparten er negative til denne utviklingen. 33 prosent er «noe negativ», og 15 prosent er «svært negativ».

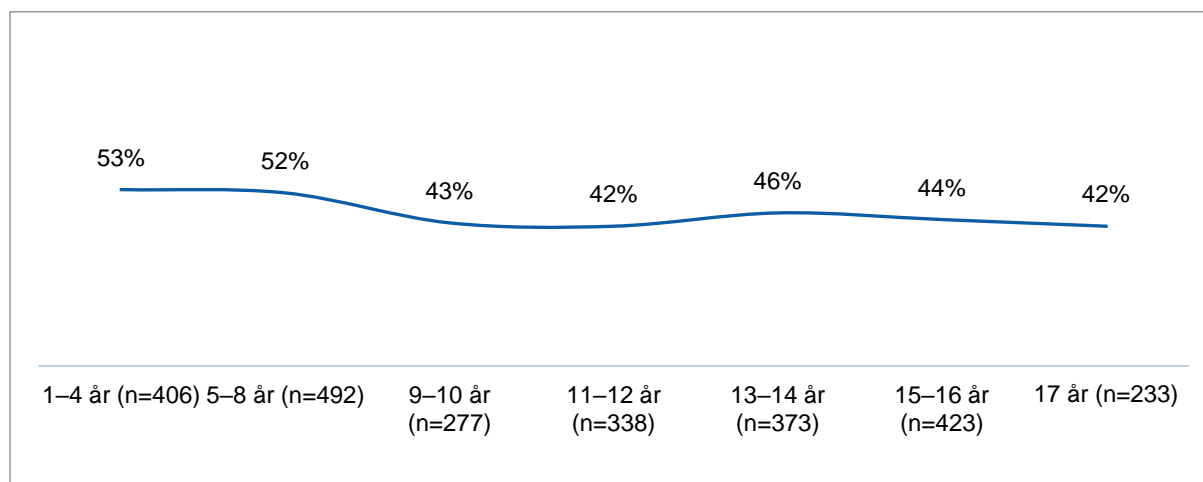
Figur 35 – «Utviklingen av teknologi og skjermbruk påvirker barn og unge, hva tenker du om dette? Jeg er ...» Prosent. Alle er blitt spurt. Antall som har svart: 2535.





Blant foreldre med barn i alderen 1–8 år er 53 prosent negative. Denne andelen synker noe med alderen på barna, men holder seg likevel høy (figur 36).

Figur 36 – «Utviklingen av teknologi og skjermbruk påvirker barn og unge, hva tenker du om dette? Jeg er ...» Andel som svarer at de er «noe negativ» og «svært negativ», som er slått sammen. Prosent. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Foreldre med universitets- eller høgskoleutdanning på inntil fire år og foreldre med utdanning fra grunnskole, fagskole og videregående skole er i større grad positive til utviklingen innen teknologi og skjermbruk enn foreldre med universitets- eller høgskoleutdanning med mer enn fire års varighet (26 mot 20 prosent). Forskjellene gjelder også når vi kontrollerer for alderen på barna, men det varierer hvor store forskjellene er i de ulike aldersgruppene.

Dette spørsmålet er først inkludert i år, og vi vet derfor ikke om det har vært en endring sammenlignet med tidligere år. Utviklingen her bør følges nøye, slik at vi kan se om barnas medievaner og foreldrenes involvering endres over tid i takt med holdningene til teknologi og skjermbruk.

Kjenner foreldrene til aldersgrenser for ulike sosiale medier?

Foreldrene til 1–17-åringene ble spurt om de kjenner aldersgrensen for å opprette egen bruker/profil på følgende tjenester: TikTok¹⁰, YouTube¹¹ og Snapchat¹².

Den eneste lovfestede regelen vi har om aldersgrenser på sosiale medier, finner vi i personopplysningsloven. Loven handler om personvern og deling av personopplysninger. Barn kan samtykke til behandling av personopplysningene sine på sosiale medier fra de er fylt 13 år. Fra denne alderen kan barna selv opprette en profil selv i sosiale medier. Før dette må foresatte samtykke for at tjenesten skal ha lov til å behandle personopplysninger om

¹⁰ <https://www.tiktok.com/legal/page/eea/terms-of-service/en>

¹¹ <https://www.youtube.com/t/terms>

¹² <https://snap.com/nb-NO/terms#terms-row>



barna. Aldersgrensen er satt av hensyn til barns personvern og har ingenting å gjøre med hva slags innhold disse tjenestene tilbyr.

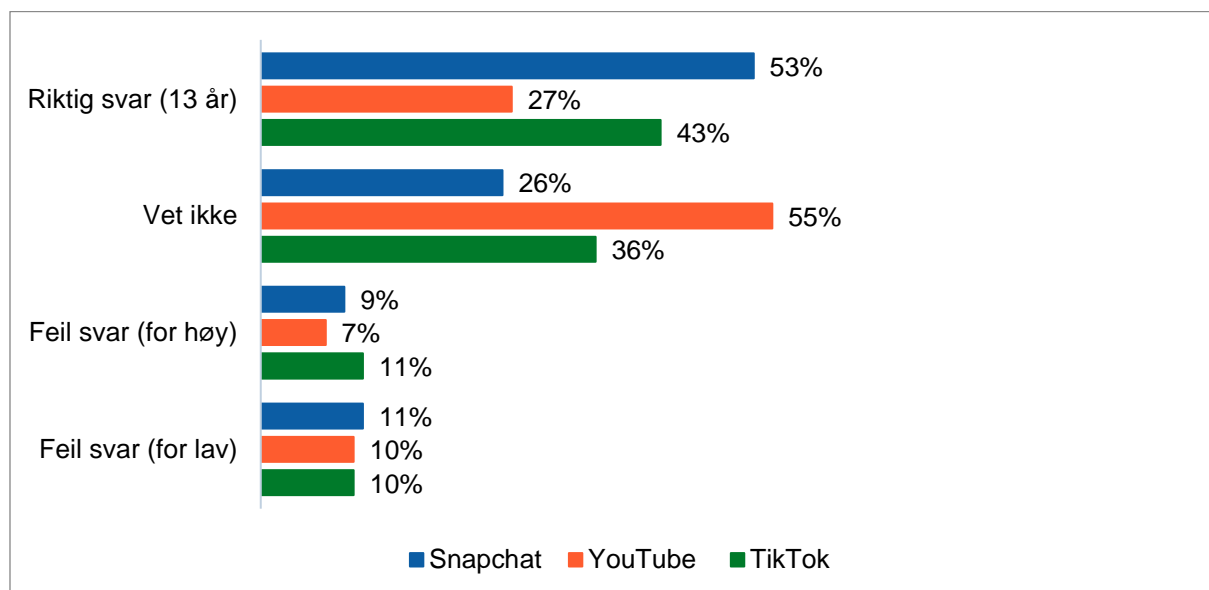
I tillegg har de fleste sosiale medier som Snapchat, TikTok og YouTube egne vilkår om hvor gammel du må være for å kunne bruke deres tjenester. Både TikTok og Snapchat setter som vilkår at du må være 13 år for å bruke deres tjenester. YouTube har tilsvarende vilkår, men YouTube tillater likevel at barn i alle aldre kan bruke tjenesten hvis den er aktivert av en forelder eller verge. Det er da forelderen eller vergen som er ansvarlig for barnas aktivitet knyttet til tjenesten.

Distribusjonsplattformer som App Store og Google Play setter også aldersgrenser for bruk, og de stemmer ofte overens med plattformenes aldersgrenser. Aldersgrensene som er nevnt, må ikke forveksles med de norske aldersgrensene som settes på filmer og tv-program. Disse aldersgrensene gjelder ikke for sosiale medier.

Når vi ber foreldrene oppgi hvilken aldersgrense som er gjeldende for de ulike sosiale mediene, svarer 53 prosent riktig for Snapchat, 27 prosent riktig for YouTube og 43 prosent for TikTok (se figur 37). Det er en høy andel av foreldrene som ikke vet. Hele 55 prosent svarer at de ikke kjenner til aldersgrensen for YouTube. Som nevnt er denne 13 år, men med godkjenning av foreldre kan også yngre barn bruke YouTube. Som vist tidligere er det kun 27 prosent av barna som har egen profil på YouTube, og dette er en tjeneste som også kan brukes uten profil. To av ti foreldre tar feil om aldersgrensen til de ulike mediene, enten ved å angi for høy eller lav aldersgrense.

Sammenlignet med i 2022 er det likevel en høyere andel som svarer riktig i 2024, og færre som svarer at de ikke vet. For Snapchat er det en nedgang i andelen som svarer at de ikke vet på 8 prosentpoeng, for YouTube 3 prosentpoeng og for TikTok 8 prosentpoeng.

Figur 37 – «Kjenner du til aldersgrensen for å opprette egen bruker/profil på ...?» Prosent. Alle er blitt spurt. Antall som har svart: 2541.

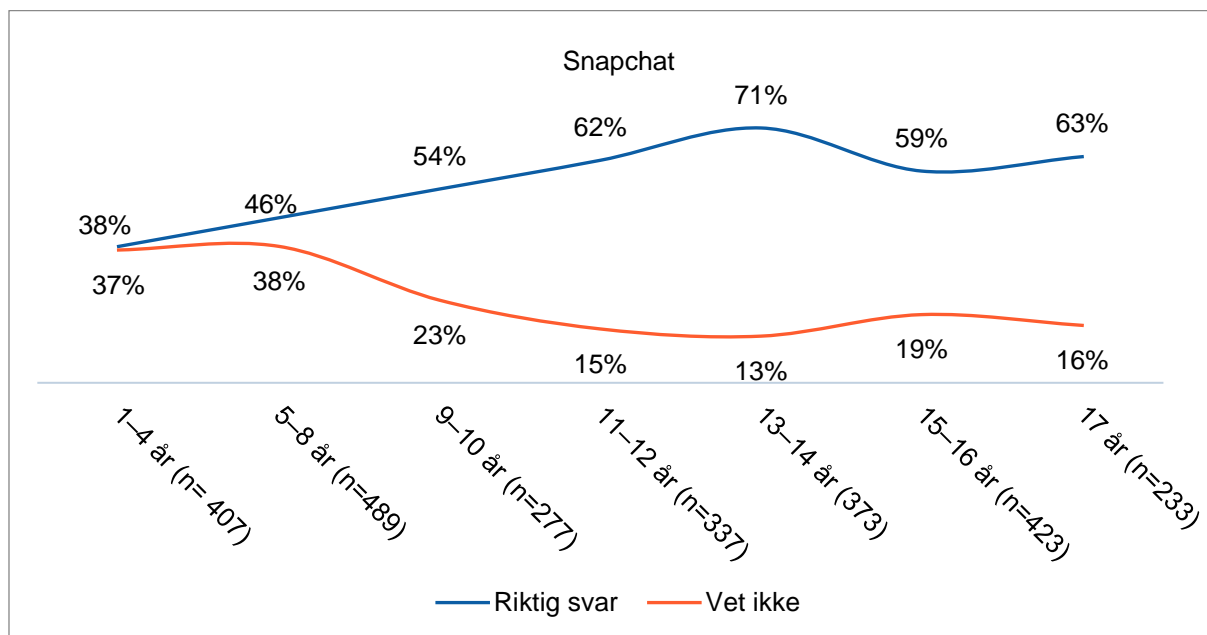


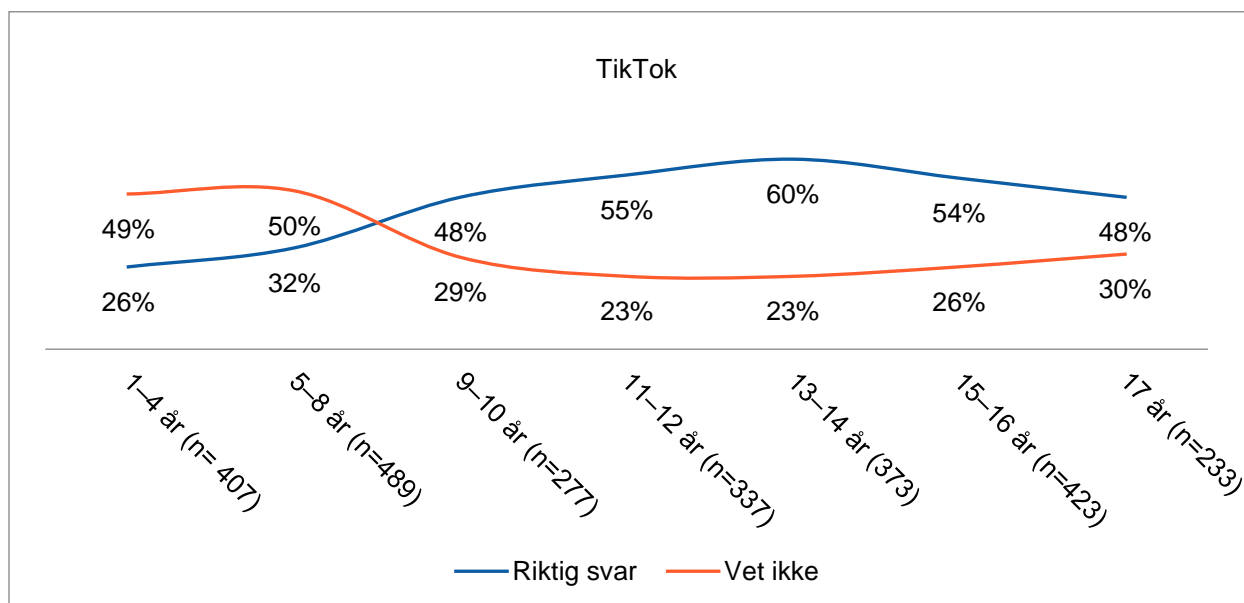


Foreldrenes kjennskap til aldersgrensene på Snapchat og TikTok varierer med alderen på barna, som vist i figur 38. Det er flere av foreldrene til 1–8-åringene som svarer at de ikke vet hva aldersgrensen for TikTok er, enn det er som svarer riktig. Blant foreldrene til barna over åtte år er det flere som kjenner til aldersgrensen, enn som svarer at de ikke vet. Nærmere seks av ti av foreldrene til 11–14-åringene kjenner til aldersgrensen på TikTok. Også for Snapchat har et stort flertall av foreldre i denne gruppen kjennskap til aldersgrensen. Foreldre som har barn i den alderen der disse tjenestene tas i bruk, og der spørsmålet er mer relevant, har altså høyere kjennskap. Som presentert i kapittelet om medievaner har de aller fleste barn fått egen profil i sosiale medier i 13–14-årsalderen.

Når det gjelder kjennskap til aldersgrensen på YouTube, er det derimot færre forskjeller mellom aldersgruppene.

Figur 38 – «Kjenner du aldersgrensen for å opprette egen bruker/profil på følgende?» Prosent. Andel som har svart riktig («13 år») og «vet ikke» for TikTok og Snapchat. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Antall som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes.





Kjennskap til skjermbruksanbefalinger

I årets undersøkelse ble foreldrene til 1–5-åringene spurt om de kjenner til Helsedirektoratets anbefalinger fra 2022 knyttet til skjermbruk (tv, data, nettbrett og mobil) for barn i alderen 1–5 år. Her frarådes skjermtid for ettåringene, og fra to år anbefales begrensning av skjermtid til én time daglig.

75 prosent av foreldrene kjenner til disse anbefalingene, og 25 prosent svarer at de ikke gjør det. Blant foreldrene til ett- og toåringene har 79 prosent kjennskap til anbefalingene.

Fordi denne anbefalingen kun kom for et par år siden, er det vanskelig å si om den har hatt påvirkning på når barna får tilgang til skjerm, og hvor mye skjermtid barna har. Vi finner likevel ingen forskjeller i hvor mye skjermtid 1–2-åringene har ut fra hvorvidt foreldrene har kjennskap til anbefalingene eller ikke. Dette kan skyldes at det er et lavt antall barn i denne gruppen i utgangspunktet (n=150), og at en såpass stor andel har kjennskap til anbefalingene (kun 29 foreldre med barn i denne gruppen har ikke kjennskap). Utviklingen bør likevel følges i senere undersøkelser.



8. Regulering av mediebruk

Sammendrag

Foreldrene fikk flere spørsmål knyttet til hvordan de regulerer barnas mediebruk. Dette kapittelet handler om hvordan foreldrene regulerer barnas mediebruk når det gjelder tidsbruk, uenighet rundt tidsbruk, barnas nettaktivitet og profiler i sosiale medier, foreldrekontrollfunksjoner og reklamefilter.

- Blant foreldrene til 1–17-åringene mener i underkant av 30 prosent at barna bruker for mye tid på sosiale medier, YouTube og dataspill. 19 prosent mener barna bruker for mye tid på tv eller strømmetjenester.
- Ser vi de ulike medieaktivitetene under ett, er i overkant av én av ti foreldre ofte uenig med barna om tidsbruken. Det er flere foreldre som mener at barna bruker for mye tid på aktiviteten, og som oftere har uenigheter med barna om tidsbruken, blant foreldrene som oppgir at barna gjør aktiviteten daglig.
- 70 prosent av foreldrene til 1–12-åringene sjekker hvilke apper barna har lastet ned. Omtrent seks av ti foreldre sjekker meldingene eller e-postene til barna, bilder eller videoer barna har delt, netthistorikken til barna, hvilke venner barna har lagt til eller følger, og kjøp barna har gjort i apper og spill. Halvparten sjekker hvor lenge barna har vært på nettet. Det er flere foreldre som sjekker barnas nettaktiviteter sammenlignet med i 2022.
- Rundt halvparten av foreldrene til barna under 12 år sjekker barnas profiler på YouTube Kids og Zoomerang ved å logge inn på barnas profil. Det er hovedsakelig småbarn som har egen bruker på disse tjenestene.
- Rundt én av ti foreldre sjekker barnas profiler på Snapchat, TikTok, Instagram og Facebook ved å logge inn på barnas profil. Det er hovedsakelig tenåringer som har disse tjenestene. Fire av ti foreldre sjekker barnas profil på Instagram og Facebook gjennom sin egen profil.
- De vanligste funksjonene for foreldrekontroll er begrensninger på hvilke apper eller spill barna kan laste ned eller spille, begrensninger på pengebruk knyttet til spill eller apper, og begrensninger på tv eller strømmetjenester. I underkant av halvparten av foreldrene til 1–12-åringene bruker disse begrensningene.
- 17 prosent av foreldrene oppgir å bruke betalingsløsninger for å unngå at barna utsettes for reklame. Dette er en økning på 5 prosentpoeng fra 2022 og 10 prosentpoeng fra 2020. Andelen som betaler, synker med barnas alder.
- 31 prosent av foreldrene oppgir at de bruker sporingstjenester for å spore eller vite hvor barna er, og 12 prosent har brukt det tidligere. Foreldrene til barn i ulike aldersgrupper bruker ulike sporingstjenester.
- Halvparten av foreldrene sørger for å følge aldersgrensene hver gang barna ser film på kino. 29 prosent sørger for at de blir overholdt hver gang barna ser på tv, serier eller strømmetjenester, og 39 prosent når barna bruker dataspill.

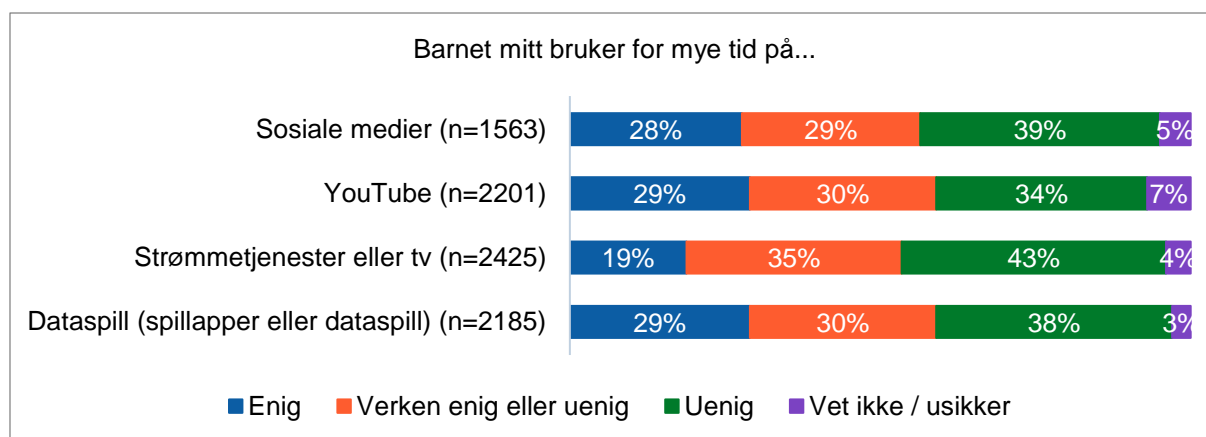


Mener foreldrene barna bruker for mye tid på ulike medieaktiviteter?

Alle foreldrene ble spurt om de var enige eller uenige i om barna generelt bruker for mye tid på ulike medieaktiviteter (sosiale medier, strømmetjenester og tv, YouTube og dataspill. Figur 39 viser hva foreldrene til barna som utøver disse aktivitetene, har svart.¹³

Tre av ti foreldre er enige i at barna bruker for mye tid på sosiale medier, YouTube og dataspill. To av ti er enige i at barna bruker for mye tid på strømmetjenester. Tilsvarende andeler var i 2022 henholdsvis 25 prosent, 30 prosent, 28 prosent og 21 prosent. Det er altså ingen endringer siden forrige undersøkelse.

Figur 39 – «Er du enig eller uenig i dette?» Prosent. Kategorien «Barnet mitt gjør ikke dette» er ekskludert. Alle ble spurt. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Figur 40 viser andelen av foreldrene til barna i ulike aldersgrupper som er enige i at barna bruker for mye tid.

Sosiale medier: Av foreldrene som har barn som bruker sosiale medier, mener 28 prosent at barna bruker for mye tid på dette.

- Ser vi nærmere på de ulike aldersgruppene, finner vi at andelen som mener barna bruker for mye tid på sosiale medier, øker med alderen, og spesielt fra barna er i 13–14-årsalderen. Det er også i denne alderen bruken blir utbredt.
- Til tross for at bruken av sosiale medier generelt sett ikke går ned etter at ungdommene fyller 17 år, er det færre foreldre som mener at barna bruker for mye tid på sosiale medier i denne aldersgruppen, enn blant foreldrene til de yngre.
- Ser vi alle aldersgruppene under ett, er foreldrene til jentene i større grad enige i at barna bruker for mye tid på sosiale medier enn foreldrene til guttene (19 mot 12 prosent). Forskjellen gjelder for foreldrene til barna over ti år og er størst for foreldrene til ungdommene på 17 år, hvor 41 prosent av foreldrene til jentene er enige, mot 22 prosent av foreldrene til guttene. Det er også blant de eldste, og særlig jentene, at bruken av sosiale medier er høyest.

¹³ Foreldrene kunne også svare «Barnet mitt gjør ikke dette». Disse er ekskludert fra prosenteringen, og vi ser kun på hva foreldrene som indirekte svarer at barna gjør disse aktivitetene, svarer.



- Foreldrene til barna som bruker sosiale medier daglig, er i større grad enige i at barna bruker for mye tid på denne aktiviteten, enn foreldrene til barna som gjør det ukentlig eller sjeldnere.

YouTube: Totalt sett mener 29 prosent av foreldrene at barna bruker for mye tid på YouTube.

- Denne andelen er klart høyest i aldersgruppen 9–10 år, hvor halvparten av foreldrene mener barna bruker for mye tid på YouTube.
- Til tross for at det blir mer vanlig å bruke YouTube jo eldre man blir, og til tross for at nesten 90 prosent av ungdommene over tolv år bruker YouTube, daler andelen foreldre som mener at barna bruker for mye tid på YouTube, etter hvert som barna blir eldre.
- På tvers av aldersgruppene mener foreldrene til guttene i større grad enn foreldrene til jentene at barna bruker for mye tid på YouTube. Dette speiler også bruken.
- Det er likevel ingen forskjell i hvorvidt foreldrene synes barna bruker for mye tid på YouTube eller ikke når vi bryter ned på om barna bruker YouTube daglig eller sjeldnere.

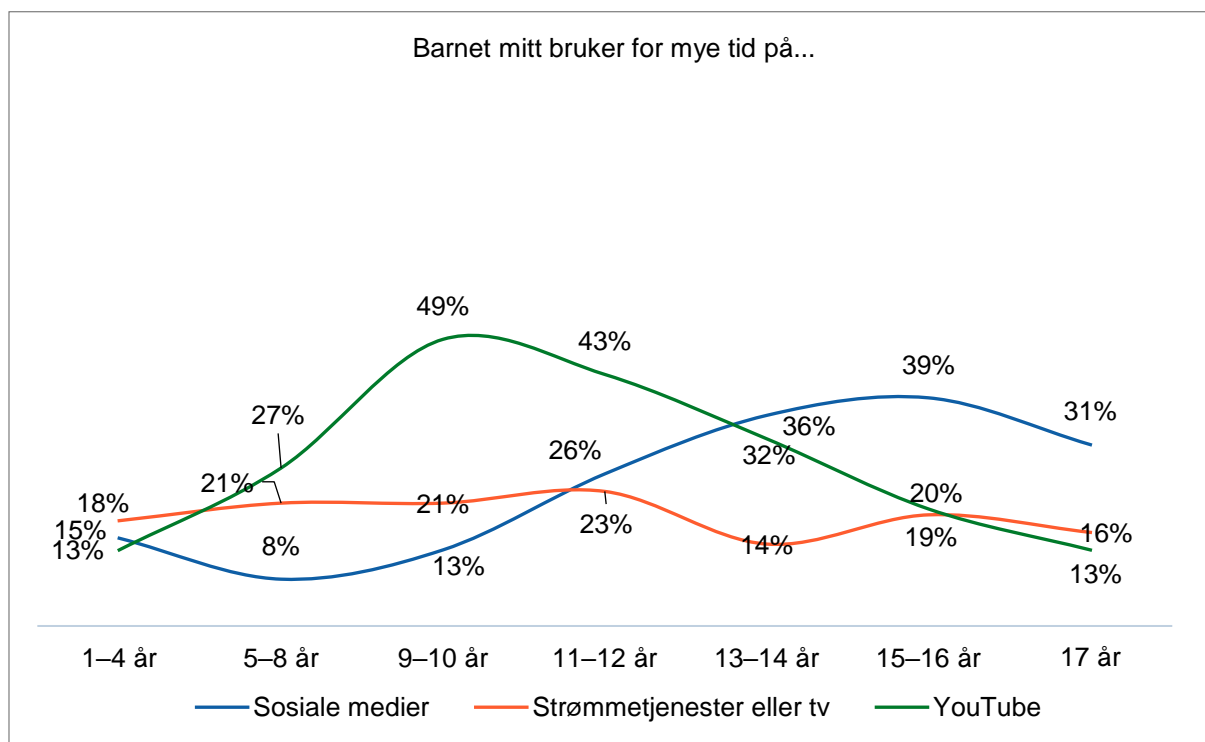
Strømmetjenester og tv: Til tross for at over halvparten av barn og unge ser på tv eller strømmetjenester daglig, er det en lavere andel av foreldrene som mener barna bruker for mye tid på strømmetjenester eller tv enn på de andre aktivitetene.

- Det er små aldersvariasjoner når det gjelder hvordan foreldrene opplever barnas tidsbruk på strømmetjenester eller tv.
- Foreldrene til jentene over 14 år er i større grad enige i at barna bruker for mye tid på strømmetjenester og tv enn foreldrene til guttene i samme alder (22 mot 15 prosent for ungdom mellom 15 og 16 år, og 22 mot 11 prosent for 17-åringene). Det er også i denne gruppen bruken av strømmetjenester er høyest.
- Foreldrene til barna som bruker strømmetjenester eller ser på tv daglig, er i større grad enige i at barna bruker for mye tid på denne aktiviteten, enn foreldrene til barna som gjør det ukentlig eller sjeldnere.

Dataspill og spillapper: Foreldrenes syn på dataspill er presentert og diskutert nærmere i kapittelet om spilling. Totalt sett er det likevel få forskjeller i hvordan foreldrene opplever barnas tidsbruk på spilling og andre medieaktiviteter.



Figur 40 – «Er du enig eller uenig i dette?» Prosent. Andel som er «Enig». Kategorien «Barnet mitt gjør ikke dette» er ekskludert. Kategorien «Spilling» er tatt ut av figuren. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart, varierer mellom 121 og 464.



Er foreldre og barn ofte uenige om barnas tidsbruk?

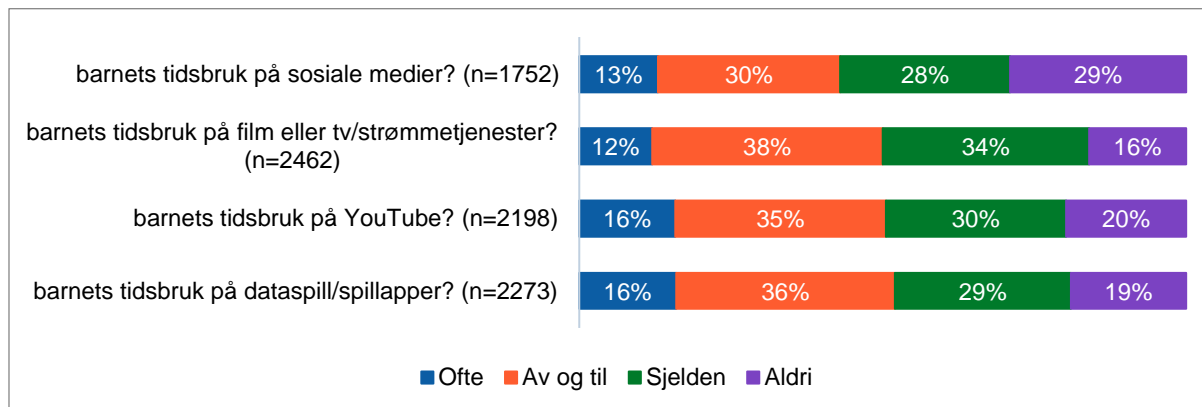
Foreldrene ble også spurt om de pleier å være uenige med barna om tidsbruken på ulike digitale aktiviteter. Spørsmålet om uenighet gjelder også sosiale medier, film, tv og strømmetjenester, YouTube, spilling og spillapper.¹⁴

I overkant av én av ti er ofte uenig med barna om tidsbruken på tvers av de ulike medieaktivitetene (figur 41). Sammenstiller vi disse resultatene med resultatene over (figur 40), finner vi at det er færre foreldre som ofte er uenige med barna om tidsbruken enn det er som mener at barna bruker for mye tid på de ulike aktivitetene.

¹⁴ Foreldrene kunne også svare «Barnet mitt gjør ikke dette». De er ekskludert fra prosenteringen, og vi ser kun på hva foreldre som indirekte svarer at barna gjør disse aktivitetene, svarer.

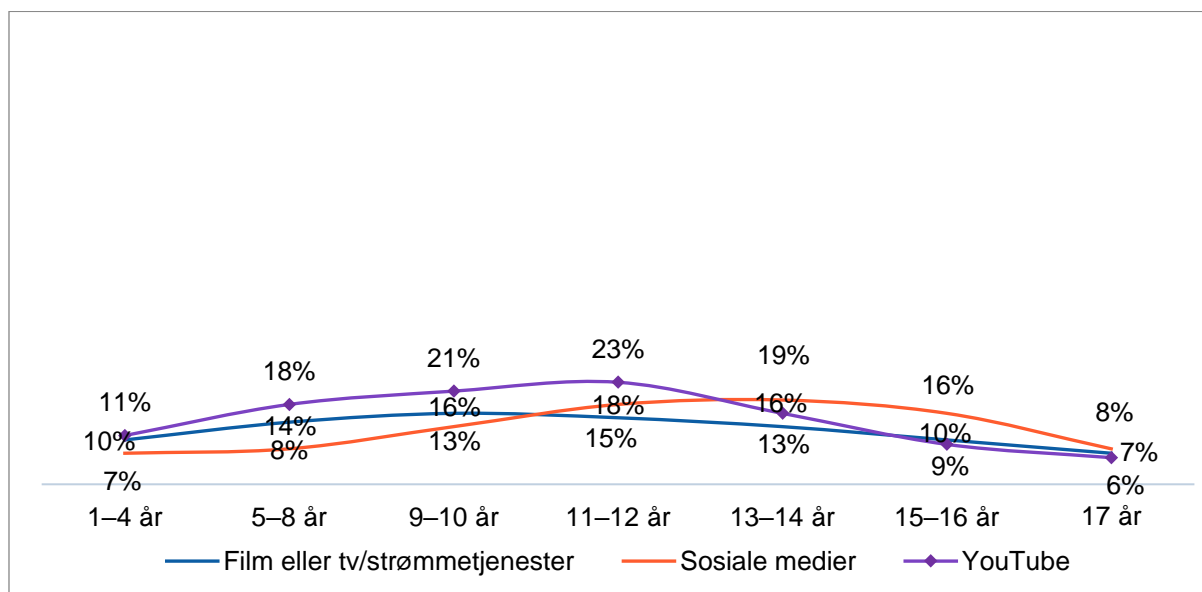


Figur 41 – «Pleier du og barnet ditt å være uenig om ...» Prosent. Svaralternativene «Barnet mitt gjør ikke dette» og «Vet ikke» er ekskludert. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Figur 42 viser i hvilke aldersgrupper foreldre oppgir at de ofte er uenig.

Figur 42 – «Pleier du og barnet ditt å være uenig om ...» Prosent. Andel som har svart «ofte». Svaralternativene «Barnet mitt gjør ikke dette» og «Vet ikke» er ekskludert. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart i hver gruppe, varierer mellom 153 og 477.



Sosiale medier: 13 prosent er ofte uenige med barna om tidsbruken på sosiale medier, og 30 prosent er det av og til.

- I 2022 var tilsvarende tall 12 og 31 prosent, det er altså ingen endring.
- Foreldrene med barn i 13-14-årsalderen er den gruppen som i størst grad ofte er uenig med barna om tidsbruken på sosiale medier – 18 prosent er det (se figur 42).
- Ser vi alle aldersgruppene samlet, er det flere av foreldrene til jentene som av og til er uenige om tidsbruken på sosiale medier, enn foreldrene til guttene (32 mot 27 prosent).
- Dette speiler bruken av sosiale medier.



Tv og strømmetjenester: 12 prosent er ofte uenige med barna om tidsbruken på film eller tv/strømmetjenester, 38 prosent er det av og til.

- Det har ikke skjedd endringer siden 2022, da var tilsvarende tall 13 og 39 prosent.
- Det er små aldersforskjeller i hvor stor andel av foreldrene som oppgir at de ofte er uenig med barna om tidsbruken på tv og strømmetjenester. Andelen er størst blant foreldrene til 10–11-åringene, hvor 15 prosent ofte er uenige.
- Det er ingen kjønnsforskjeller når vi ser på 1–17-åringene samlet sett.

YouTube: 16 prosent er ofte uenige med barna om tidsbruken på YouTube, og 35 prosent er det av og til.

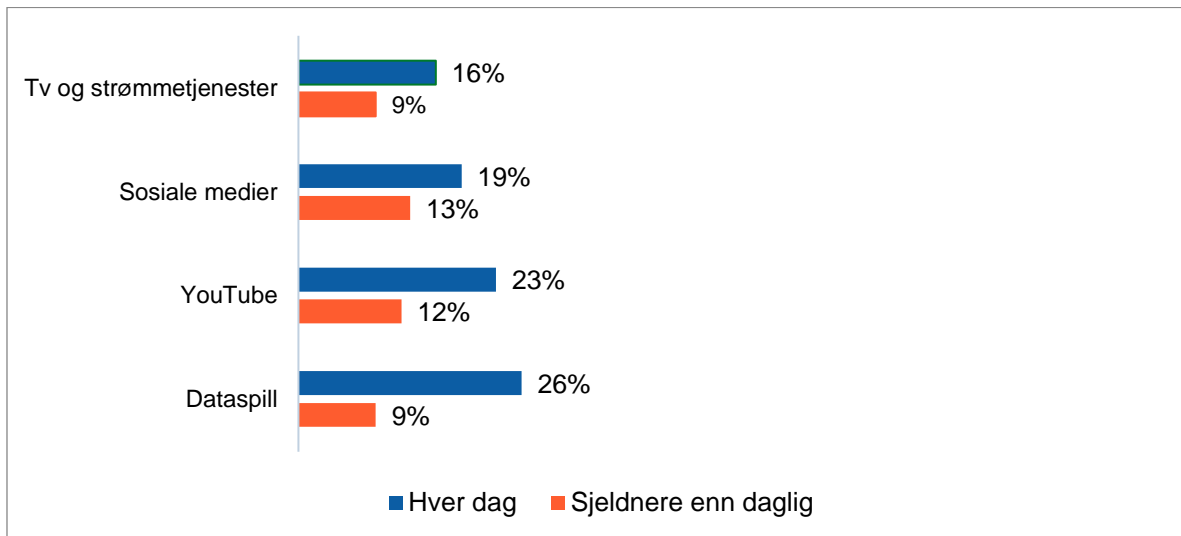
- Tilsvarende tall for 2022 var 14 og 37 prosent. Det er altså ingen endring.
- Også når det gjelder YouTube er det flest av foreldrene til 11–12-åringene som ofte er uenig med barna om tidsbruken (23 prosent).
- Ser vi alle aldersgrupper samlet, finner vi at flere av foreldrene til guttene er uenig med barna om tidsbruken på YouTube, enn foreldrene til jentene. 17 mot 14 prosent svarer ofte, og 38 mot 31 prosent svarer av og til. Dette spiller også bruken av YouTube.

Dataspill og spillapper: 16 prosent er ofte uenige med barna om tidsbruken på spilling, og 36 prosent er uenige av og til. Foreldrenes syn på dataspill er presentert og diskutert nærmere i kapittelet om spilling.

Ser vi på omfanget av uenighet mellom foreldrene og barna i lys av hvor ofte barna gjør de ulike aktivitetene, finner vi tydelige forskjeller. Figur 43 viser hvor stor andel av foreldrene som oppgir at de ofte er uenig med barna om tidsbruken på ulike aktiviteter, brutt ned på hvor hyppig barna gjør aktiviteten (daglig eller sjeldnere enn daglig). 16 prosent av foreldrene som oppgir at barna ser på tv eller strømmetjenester daglig, er ofte uenige med barna om tidsbruken knyttet til denne aktiviteten. Tilsvarende er 9 prosent av foreldrene som har barn som ser på tv sjeldnere enn daglig, ofte uenige om barnas tidsbruk. Graden av uenighet mellom foreldrene og barna er altså lavere jo mindre hyppig aktiviteten er. Dette gjelder også for de andre aktivitetene. 19 prosent av foreldrene til barna som bruker sosiale medier daglig, er ofte uenige om tidsbruken, mot 13 prosent av de som har barn som bruker sosiale medier sjeldnere enn daglig. 23 prosent av foreldrene som har barn som bruker YouTube daglig, er ofte uenige med barna om tidsbruken på YouTube, mens 12 prosent av foreldrene som har barn som er på YouTube sjeldnere enn daglig, er det. Blant foreldrene til barna som spiller daglig, er 26 prosent ofte uenige med barna om tidsbruken på spilling, og blant foreldrene med barn som spiller sjeldnere enn daglig, er 9 prosent det.



Figur 43 – «Pleier du og barnet ditt å være uenig om ...». Prosent. Andel som har svart «ofte». Brutt ned på hvor ofte barnet gjør aktiviteten («sjeldnere enn daglig» er en sammenslåing av «ukentlig», «månedlig» og «sjeldnere»). Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart per gruppe, varierer mellom 247 og 1168.



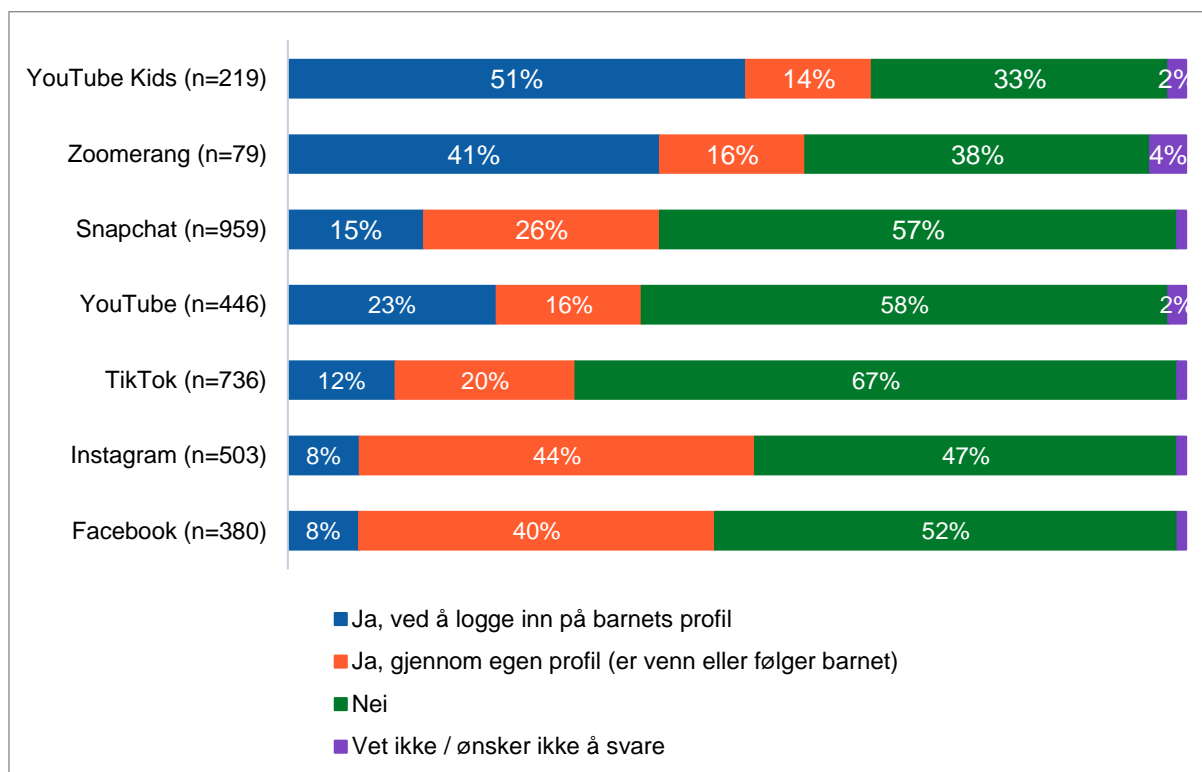
Pleier foreldre å sjekke barnas profil/bruker på sosiale medier?

Foreldrene som svarte at barna i alderen 1–17 år har egen profil i ulike sosiale medier (Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube, YouTube Kids eller Zoomerang), fikk spørsmål om de pleier å sjekke barnas bruker eller profil på den relevante tjenesten. I årets undersøkelse har svarkategoriene blitt endret fra «Ja, ofte» og «Ja, noen ganger» til «Ja, ved å logge inn på barnets profil» og «Ja, gjennom egen profil (er venn eller følger barnet)». Det er dermed ikke mulig å sammenligne resultatene direkte med tidligere undersøkelser.

Resultatene er framstilt i figur 44.



Figur 44 – «Pleier du å sjekke barnets bruker/profil på ...?». Prosent. Foreldrene som oppgir at barna har egen profil på tjenesten, får spørsmålet. Hvor mange som har svart per tjeneste, er oppgitt i parentes.



YouTube Kids: Her sjekker 51 prosent av foreldrene barnas profil ved å logge inn på profilen deres og 14 prosent gjennom egen profil. 33 prosent av foreldrene sjekker ikke barnas YouTube Kids-konto.

- YouTube Kids brukes hovedsakelig av barn under 12 år (se figur 20 i kapittelet om medievaner), hvilket kan forklare at dette er den tjenesten flest foreldre sjekker ved å logge inn på barnas profil. Foreldrene må godkjenne at barna setter opp en YouTube Kids-profil, eller de må gjøre det på vegne av barna.¹⁵
- Fordi det er såpass få eldre barn som har egen YouTube Kids-profil, bryter vi ikke ned på alder.

Zoomerang: Også her er det mange som sjekker barnas profil ved å logge inn (41 prosent). 16 prosent sjekker gjennom egen profil, og 38 prosent av foreldrene sjekker ikke barnas Zoomerang-konto.

- Bruken av Zoomerang er generelt sett nokså begrenset, men bruken er høyest blant barn mellom ni og tolv år. Igjen ser vi trolig en sammenheng mellom en høy andel unge brukere og en høy andel foreldre som sjekker profilen ved å logge inn. Det er likevel for få som har egen Zoomerang-profil til at vi bryter det ned på alder.

¹⁵ <https://www.youtube.com/kids/>



Snapchat: 15 prosent sjekker barnas profil ved å logge inn på deres profil, mens 26 prosent sjekker gjennom egen profil. 57 prosent av foreldrene sjekker ikke barnas Snapchat-konto.

- Svært få under 11–12 år har egen profil på Snapchat. Blant de eldre barna ser vi at det er en sammenheng mellom andelen som oppgir at de ikke sjekker profilen og barnas alder. 34 prosent av foreldrene til 11–12-åringene og 74 prosent av foreldrene til 17-åringene sjekker ikke barnas Snapchat-profil.

YouTube: 23 prosent sjekker barnas YouTube-profil ved å logge inn på barnas profil, og 16 prosent sjekker gjennom sin egen profil. 58 prosent av foreldrene sjekker ikke barnas YouTube-konto.

- Også blant foreldrene til barna som er YouTube-brukere, synker andelen som sjekker barnas profil, etter hvert som barna blir eldre. Få barn på ti år eller yngre har egen profil, og 35 prosent av foreldrene til 11–12-åringene sjekker ikke barnas YouTube-profil. 85 prosent av foreldrene til 17-åringene gjør det heller ikke.

TikTok: 12 prosent sjekker barnas profil ved å logge inn på barnas konto, og 20 prosent gjennom egen profil. 67 prosent av foreldrene sjekker ikke barnas TikTok-konto, og dette er den tjenesten færrest foreldre sjekker barnas profil på.

- Igjen finner vi sammenheng mellom andelen foreldre som ikke sjekker, og alderen på barna. De færreste barna som er yngre enn ti år, har egen TikTok-profil, ifølge foreldrene. Blant foreldrene til 11–12-åringene svarer 30 prosent at de ikke sjekker barnas profil, og tilsvarende andel blant foreldrene til 17-åringene er 60 prosent.

Instagram: 8 prosent sjekker barnas Instagram-profil ved å logge inn på barnas profil og 44 prosent gjennom egen profil. Dette er den tjenesten hvor flest foreldre sjekker barnas profil gjennom sin egen konto. 47 prosent av foreldrene sjekker ikke barnas instagramkonto.

- Sammenhengen mellom andelen foreldre som ikke sjekker, og barnas alder gjelder også for Instagram. Svært få under 13–14 år har egen instagramprofil, men blant foreldrene til 13–14-åringene svarer 30 prosent at de ikke sjekker barnas profil, og tilsvarende andel blant foreldrene til 17-åringene er 60 prosent.

Facebook: 8 prosent sjekker profilen ved å logge inn med barnas profil, og 40 prosent gjennom egen profil. 52 prosent av foreldrene sjekker ikke barnas facebookkonto.

- Også blant foreldrene til barna som bruker Facebook er det slik at andelen som ikke sjekker barnas profil, stiger etter hvert som barna blir eldre. 33 prosent av foreldrene til 13–14-åringene sjekker ikke profilen, og 63 prosent blant foreldrene til 17-åringene gjør det heller ikke.

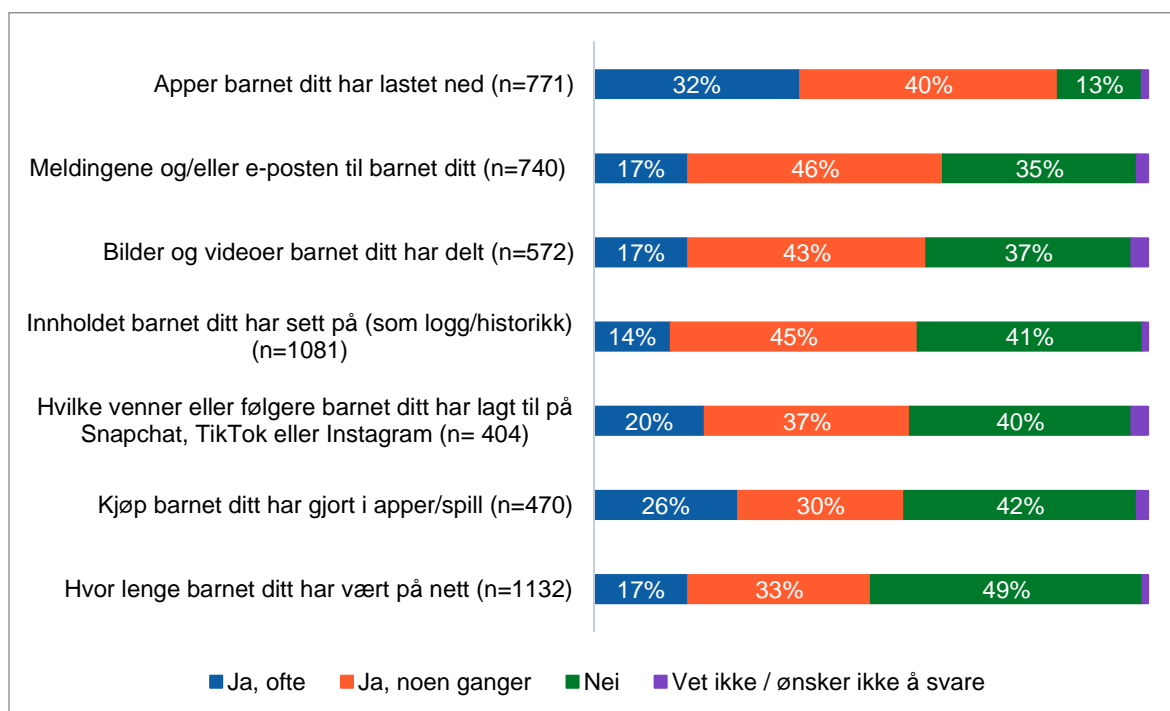


Kontrollerer foreldrene barnas nettaktiviteter?

Foreldrene til barna i alderen 1–12 år ble spurt om hvordan de sjekker barnas nettbruk.¹⁶ Figur 45 viser hva foreldrene har svart.

Det fleste foreldre sjekker (enten «ofte» eller «noen ganger») er apper barna har lastet ned – 72 prosent sjekker dette. I overkant av seks av ti foreldre sjekker meldingene eller e-postene til barna, bilder eller videoer barna har delt, netthistorikken til barna, hvilke venner barna har lagt til eller følger og kjøp barna har gjort i apper og spill. Halvparten sjekker hvor lenge barna har vært på nettet.

Figur 45 – «Sjekker du dette etter at barnet ditt har vært på nettet?» Prosent. Svarkategorien «Barnet mitt gjør ikke dette» er ekskludert. Foreldrene til barna mellom ett og tolv år er blitt spurt. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Apper barna har lastet ned: Flest foreldre sjekker hvilke apper barna har lastet ned. 32 prosent av foreldrene sjekker ofte, og 40 prosent sjekker av og til.

- Sammenlignet med 2022 er det en økning på 5 prosentpoeng i andelen som sjekker hvilke apper barna har lastet ned (fra 67 til 72 prosent).
- Flere av foreldrene til 9–12-åringene enn foreldrene til 1–8-åringene sjekker hvilke apper barna har lastet ned.

¹⁶ Foreldrene kunne også svare «Barnet mitt gjør ikke dette». Disse er ekskludert fra prosenteringen, og vi ser kun på hva foreldrene som indirekte svarer at barna gjør disse aktivitetene, svarer.



Barnas meldinger og e-post: 17 prosent sjekker ofte meldingene eller e-posten til barna, og 46 prosent gjør det av og til.

- Sammenlignet med 2022 er det en økning på 9 prosentpoeng i andelen som sjekker barnas meldinger og/eller e-post (fra 55 til 63 prosent).
- Flere av foreldrene til 9–12-åringene enn foreldrene til 1–8-åringene sjekker barnas meldinger og e-post.

Bilder og videoer barna har delt: 17 prosent sjekker ofte bilder og videoer barna har delt, og 43 prosent gjør det av og til.

- Det er en økning på 7 prosentpoeng i andelen som sjekker bilder og videoer barna har delt, sammenlignet med i 2022 (fra 53 til 60 prosent).
- Flere av foreldrene til 9–12-åringene enn foreldrene til 1–8-åringene sjekker bilder og videoer barna har delt.

Barnas netthistorikk: 14 prosent av foreldrene sjekker barnas netthistorikk ofte, og 45 prosent gjør det av og til.

- Det er tendenser til en økning i andelen som sjekker barnas netthistorikk, sammenlignet med 2022, men dette er ikke signifikant (fra 54 til 59 prosent).
- Flere av foreldrene til 9–12-åringene enn foreldrene til 1–8-åringene sjekker barnas netthistorikk.

Barnas venner eller følgere: 20 prosent av foreldrene sjekker ofte hvilke venner eller følgere barna har lagt til i sosiale medier, og 37 prosent gjør dette av og til.

- Det er 7 prosentpoeng flere som sjekker barnas venner eller følgere i 2024, sammenlignet med i 2022 (fra 50 til 57 prosent).
- Blant foreldrene til barna mellom ett til tolv år er det færre av foreldrene til 5–8-åringene som sjekker barnas venner og følgere, enn det er blant foreldrene til barna i de andre aldersgruppene.

Kjøp barna har gjort i apper og spill: 26 prosent av foreldrene sjekker dette ofte, og 30 prosent av og til.

- Det er tendenser til en økning i andelen som sjekker kjøp barna har gjort i apper og spill, sammenlignet med 2022, men dette er ikke signifikant (fra 51 til 56 prosent).
- Flere av foreldrene til 9–12-åringene enn foreldrene til 1–8-åringene sjekker kjøp barna har gjort i apper og spill.
- Ser vi alle aldersgruppene samlet, er det flere av foreldrene til guttene enn til jentene som sjekker kjøp barna har gjort i spill og apper (61 mot 49 prosent).

Hvor lenge barna har vært på nettet: 17 prosent sjekker ofte hvor lenge barna har vært på nettet, og 33 prosent sjekker det av og til.

- Det er en økning i andelen som sjekker hvor lenge barna har vært på nettet, sammenlignet med 2022 (fra 42 til 50 prosent).



- Flere av foreldrene til 9–12-åringene enn foreldrene til 1–8-åringene sjekker hvor lenge barna har vært på nettet.
- Ser vi alle aldersgruppene samlet, er det flere av foreldrene til guttene enn jentene som sjekker hvor lenge barna har vært på nettet (52 mot 46 prosent).

Vi finner at flere foreldre sjekker barnas nettaktiviteter sammenlignet med i 2022. Foreldrene til 9–12-åringene sjekker i større grad barnas nettaktiviteter enn foreldrene til 1–8-åringene.

Bruker foreldrene foreldrekontrollfunksjoner?

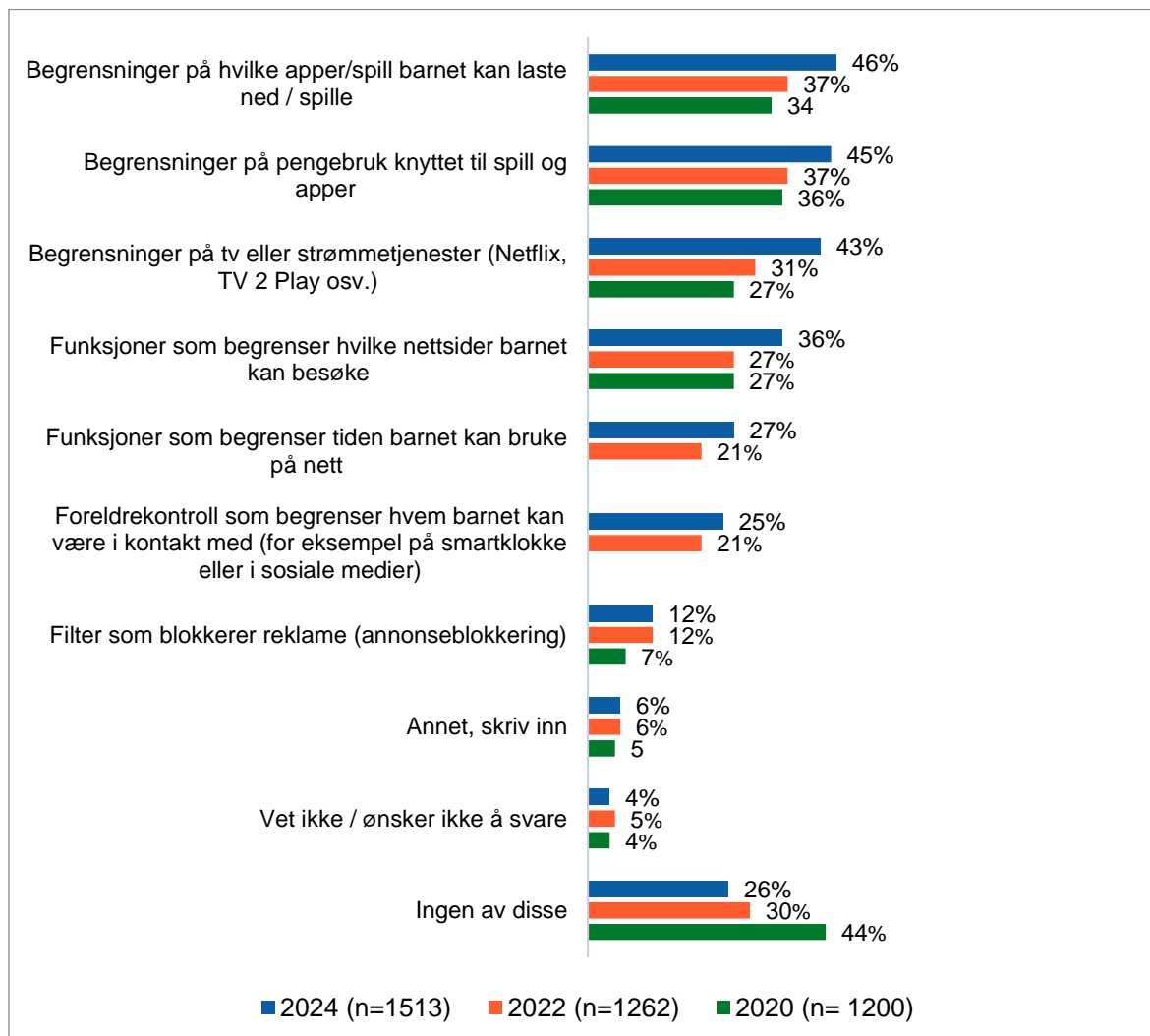
Foreldrene til barna i alderen 1–12 år ble spurt om familien benytter foreldrekontroll som regulerer barnas tilgang til medieinnhold. Foreldrene kunne angi flere svaralternativ.

Det er en svak nedgang fra 2022 i andelen som oppgir at de ikke bruker noen av den nevnte foreldrekontrollfunksjonene. Samtidig ser vi en solid økning i bruken av alle de listede kontrollfunksjonene (se figur 46). Det betyr at de som bruker foreldrekontrollfunksjonene, benytter flere ulike funksjoner.

De vanligste kontrollfunksjonene for foreldrene er å ha begrensninger på hvilke apper eller spill som barna kan laste ned eller spille, begrensninger på pengebruk knyttet til spill eller apper og begrensninger på tv eller strømmetjenester. I underkant av halvparten av foreldrene bruker disse typene begrensninger. Det er en betydelig økning i andelen som benytter disse, sammenlignet med både 2022 og 2020.



Figur 46 – «Bruker du/dere foreldrekontroll i form av filter eller innstillinger som begrenser barnets tilgang til innhold på mobil, nettbrett, pc eller lignende, og i så fall hvilke?» Flersvar. Prosent. «Vet ikke» og «Annet» er tatt ut av figuren. Brutt ned på årstall. Foreldrene til barna fra ett til tolv år fikk spørsmålet. Hvor mange som har svart per år, er oppgitt i parentes.



Av de 86 foreldrene som har notert et åpent svar, nevner de aller fleste at de ikke lar barna se på tv eller bruke andre medier alene.

«Er tett på barnet og prøver å følge med. Sitter ofte sammen, så det blir mer naturlig å se hva han er interessert i, og snakker om det.» (Mor til 12-åring)

Noen nevner også at de bruker fysiske begrensninger.

«Låser inn brett så de ikke har tilgang.» (Mor til 3-åring)

«Låser skjermen med kode, kan bare se den videoen jeg har låst den til.» (Mor til 2-åring)

Det er store aldersforskjeller i hvilke foreldrekontrollfunksjoner som benyttes, som framstilt i figur 47. For de yngste barna (1–4 år) er det flest foreldre som ikke bruker noen av de nevnte

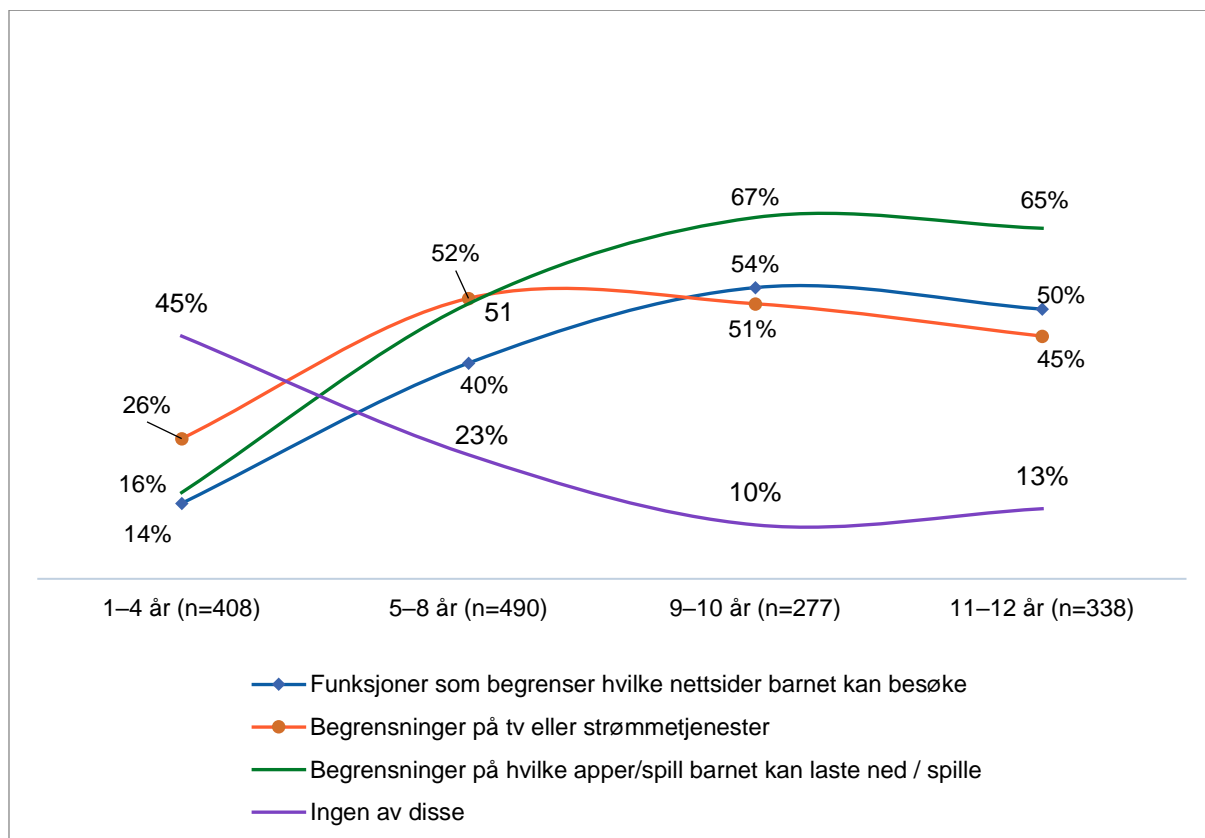


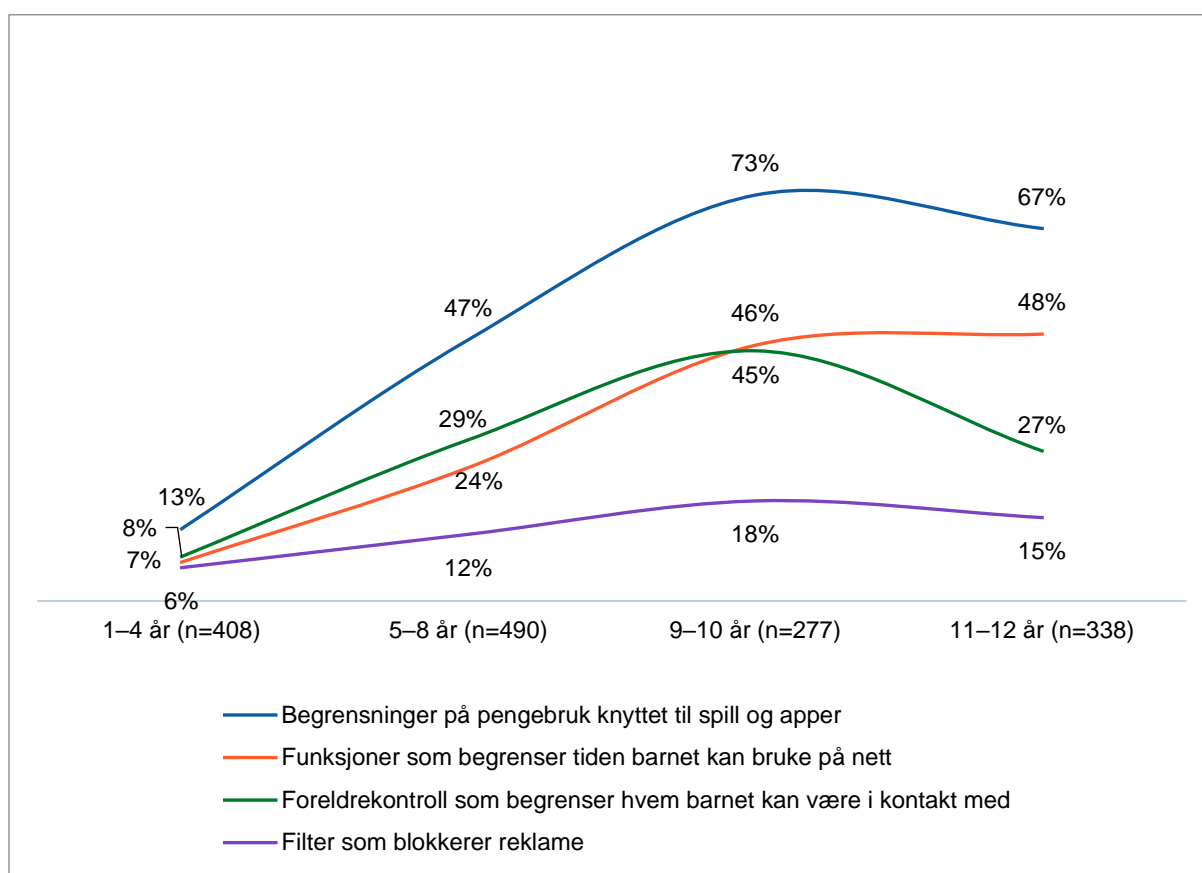
formene for foreldrekontroll (45 prosent). Ser vi på alle formene for foreldrekontroll, er det foreldrene til 9–10-åringene som bruker foreldrekontroll mest. I denne gruppen oppgir mellom 45 og 73 prosent å bruke ulike former for kontrollfunksjoner (unntaket er filter som blokkerer reklame –18 prosent benytter dette). Bruken går noe ned blant foreldrene til 11–12-åringene.

Ser vi alle aldersgrupper samlet, er det flere av foreldrene til guttene enn jentene som benytter flere typer kontrollfunksjoner:

- 49 prosent av foreldrene til guttene mot 43 prosent av foreldrene til jentene bruker begrensninger på hvilke apper/spill barna kan laste ned / spille.
- 48 prosent av foreldrene til guttene mot 42 prosent av foreldrene til jentene bruker begrensninger på pengebruk knyttet til spill og apper.
- 30 prosent av foreldrene til guttene mot 24 prosent av foreldrene til jentene bruker funksjoner som begrenser tiden barna kan bruke på nettet.
- 28 prosent av foreldrene til guttene mot 23 prosent av foreldrene til jentene bruker foreldrekontroll som begrenser hvem barna kan være i kontakt med.

Figur 47 – «Bruker du/dere foreldrekontroll i form av filter eller innstillinger som begrenser barnets tilgang til innhold på mobil, nettbrett, pc eller lignende, og i så fall hvilke?» Flersvar. Prosent. «\Vet ikke» og «Annet» er tatt ut av figuren. Brutt ned på alder. Foreldrene til barna fra ett til tolv år fikk spørsmålet. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.





Betaler foreldrene for reklamefilter i spill og apper?

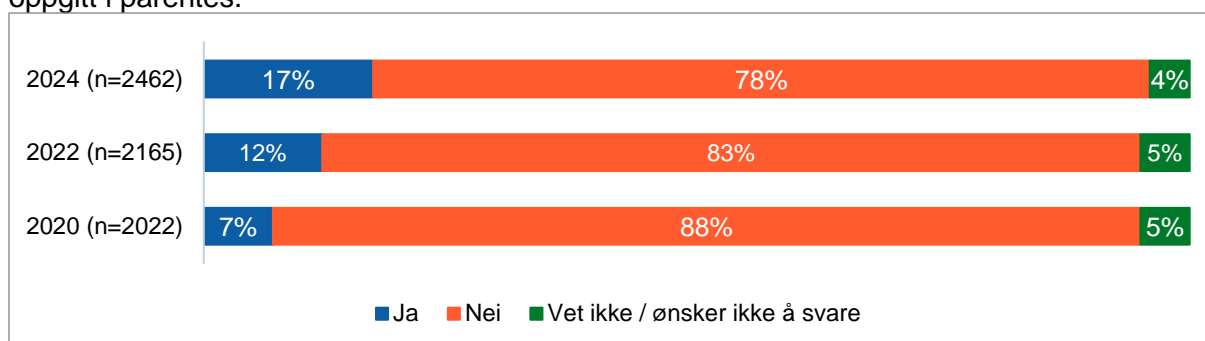
Samtlige foreldre ble også spurt om familien betaler for at barna skal slippe å få reklame i spill eller apper.

17 prosent av foreldrene bruker betalingsløsninger for å unngå reklame (figur 48). Dette er en økning på 5 prosentpoeng fra 2022 og 10 prosentpoeng fra 2020. Andelen som betaler, synker med alderen. 23 prosent av foreldrene til 1–4-åringene betaler, mens 18 prosent av foreldrene til 5–8-åringene gjør det. 11 prosent av foreldrene til 17-åringene betaler for dette.

Ser vi alle aldersgrupper samlet, er det flere av foreldrene til guttene enn jentene som betaler for reklamefilter (19 mot 15 prosent), og denne forskjellen er størst blant 1–4-åringene (29 mot 15 prosent).



Figur 48 – «Betaler din familie for løsninger som gjør at barnet slipper å få reklame i spill/apper?» Prosent. Brutt ned på årstall. Alle ble spurt. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.

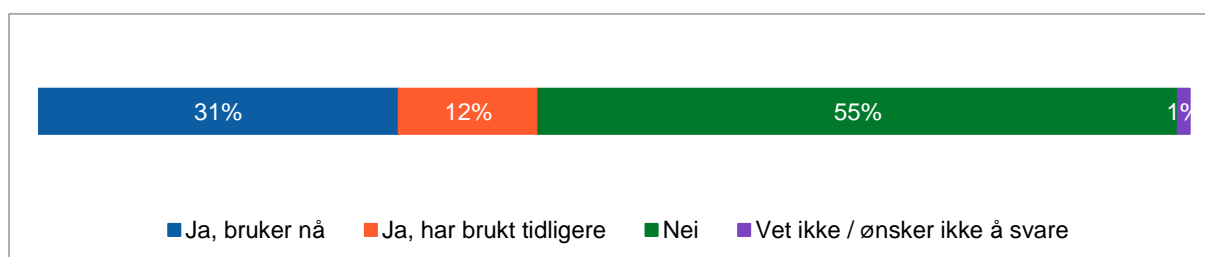


Bruker foreldrene sporingsverktøy?

Alle foreldrene fikk spørsmål om de noen gang har brukt teknologi som sporer eller viser hvor barna er. Her vises det til GPS på smartklokke, Snap Map, Apples funksjon «Hvor er?» eller andre sporingstjenester.

I årets undersøkelse er kategorien «ja» splittet i «ja, bruker nå» og «ja, har brukt tidligere». 31 prosent av foreldrene bruker sporing nå, og 12 prosent har gjort det tidligere (figur 49). 43 prosent oppgir altså at de bruker eller har brukt denne typen teknologi. I 2022 svarte 34 prosent at de hadde gjort det. Det er altså en økning, men denne kan skyldes endringen av spørsmålet.

Figur 49 – «Har du brukt teknologi som sporer/viser hvor barnet ditt er (f.eks. GPS på smartklokke, Snap Map, Apples funksjon 'Hvor er?', eller andre sporingstjenester)?» Prosent. Alle er blitt spurt. Antall som har svart: 2359.



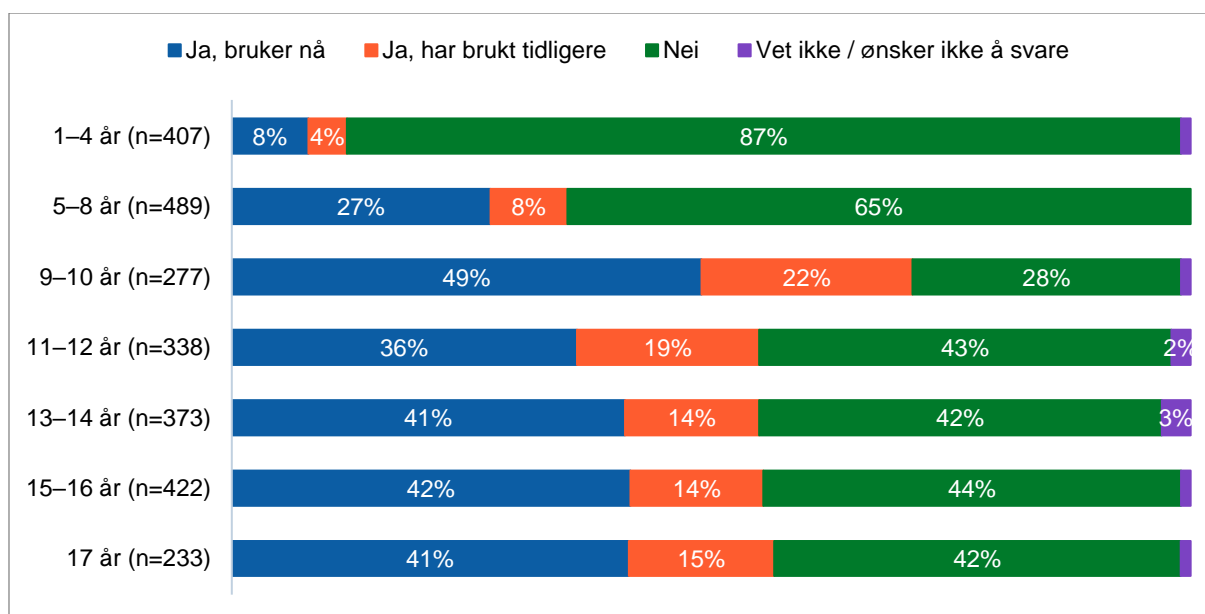
Det er store aldersforskjeller i om foreldrene bruker teknologi som sporer eller viser hvor barna er (figur 50).

- Blant foreldrene til 1–4-åringene bruker 8 prosent sporingstjenester på barna sitt, og 4 prosent har gjort det tidligere. Her er det en betydelig kjønnsforskjell, hvor 13 prosent av foreldrene til guttene svarer at de gjør det nå, mot 3 prosent av foreldrene til jentene.
- 27 prosent av foreldrene til 5–8-åringene bruker sporingstjenester nå, og 8 prosent har gjort det tidligere.
- Blant foreldrene til 9–10-åringene er det flest som oppgir at de bruker sporingstjenester, sammenlignet med foreldrene til barna i de andre aldersgruppene. Nesten halvparten gjør dette nå, og 22 prosent har gjort det tidligere.



- Blant foreldrene til 11–17-åringene bruker i gjennomsnitt 40 prosent springstjenester nå, og mellom 14 og 22 prosent har gjort det tidligere.

Figur 50 – «Har du brukt teknologi som sporer/viser hvor barnet ditt er (f.eks. GPS på smartklokke, Snap Map, Apples funksjon 'Hvor er?' eller andre springstjenester)?» Prosent. Brutt ned på alder. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.



Hvilke springstjenester benyttes?

Foreldrene som svarer at de bruker eller har brukt springstjenester for å vite hvor barna deres er, ble spurt om hvilke tjenester eller produkter de bruker for å gjøre dette. I tidligere runder av undersøkelsen har dette blitt stilt som et åpent spørsmål, men i 2024 er fjorårets mest svarte kategorier brukt i et flersvarspørsmål.

Hvor er / Find My Iphone er den mest brukte tjenesten (36 prosent), deretter følger Snap Map (28 prosent) og Xplora (25 prosent) (figur 51). I 2022 var Snap Map mest brukt (27 prosent) og Hvor er / Find My Iphone nest mest brukt (17 prosent). Det er altså en betydelig økning i andelen som bruker Hvor er / Find my Iphone fra 2022 til 2024.

Barna kan til dels selv kontrollere om foreldrene kan spore dem med Hvor er / Find My Iphone, ved å skru av telefonens posisjon eller fjerne foreldrene som følgere i innstillinger.¹⁷ Snap Map er en tilleggstjeneste i Snapchat, hvor brukeren har mulighet til å skjule posisjonen sin og kun dele den med bestemte følgere.¹⁸ Xplora er en smartklokke for barn som er designet for at foreldrene skal kunne komme i kontakt med barna og vite hvor det er

¹⁷ <https://support.apple.com/guide/iphone/share-locations-family-locate-lost-devices-iph6231f621a/ios>

¹⁸ <https://help.snapchat.com/hc/en-us/articles/7012277077140-How-do-I-share-my-location-with-only-select-friends-on-Snapchat>



gjennom en foreldreapp.¹⁹ Google Family Link er også laget for foreldrekontroll, slik at foreldrene får tilgang til barnas posisjon. Barn over 13 år kan selv skru denne av.²⁰

Figur 51 – «Hvilke tjenester / produkter bruker/ brukte du for å spore barnet ditt?» Prosent. Foreldre som oppgir at de bruker eller har brukt sporingsteknologi, får dette spørsmålet. Antall som har svart: 1164.

Figur 52 viser at det også er store aldersforskjeller når det gjelder hvilken type sporingstjeneste foreldrene benytter.

Hvor er / Find my Iphone: Bruken øker med alderen, og i gruppen 11–16 år benytter nesten halvparten av foreldrene denne.

Snap Map: Også bruken av Snap Map øker med alderen. 46 prosent av foreldrene til 13–14-åringene benytter denne, og 76 prosent av foreldrene til 17-åringene gjør det. Sammenstilles denne med figur 18, ser vi at dette speiler bruken av Snapchat i de ulike aldersgruppene.

Google Family Link: Bruken av denne er høyest blant foreldrene til de yngste og synker med alderen.

Xplora: Benyttes hovedsakelig av foreldrene til barn i alderen 5–12 år og er den mest brukte tjenesten for foreldrene til 5–8-åringene (62 prosent).

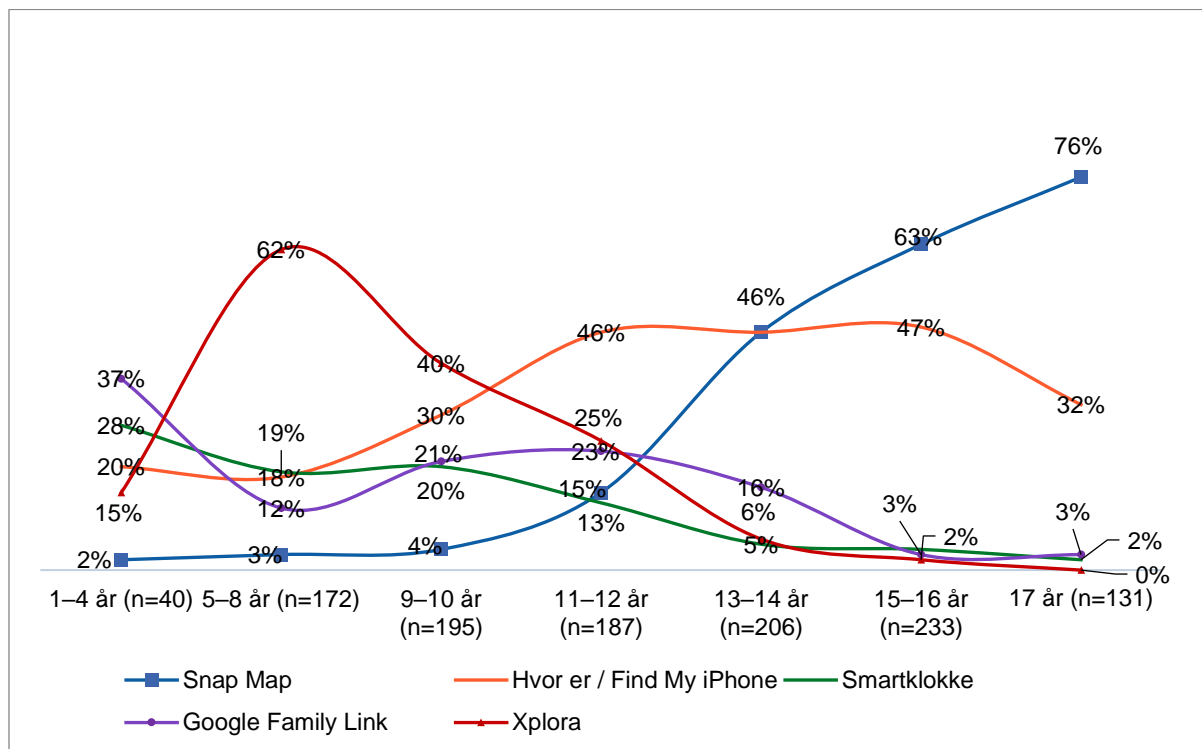
Smartklokke: Bruken av smartklokke som sporingstjeneste daler også etter hvert som barna blir eldre.

¹⁹ <https://xplora.no/nyheter/gps-og-sikre-soner/>

²⁰ <https://families.google/familylink/faq/>



Figur 52 – «Hvilke tjenester/produkter bruker/brukte du for å spore barnet ditt?» Prosent. Figuren viser kun de mest brukte tjenestene. Brutt ned på alder. Foreldre som oppgir at de bruker sporingsteknologi, får dette spørsmålet. Hvor mange som har svart per gruppe, er oppgitt i parentes. Vær obs på liten base for 1–4-åringene.



Sammenstilles figur 50 og figur 52, ser vi at den relativt høye bruken av sporingstjenester blant tenåringsforeldre hovedsakelig skyldes at sporingstjenestene som benyttes, er mindre aktive enn tjenestene foreldrene til småbarna bruker, og de gir brukeren mulighet til å skru av delt posisjon.

Følger foreldrene aldersgrensene?

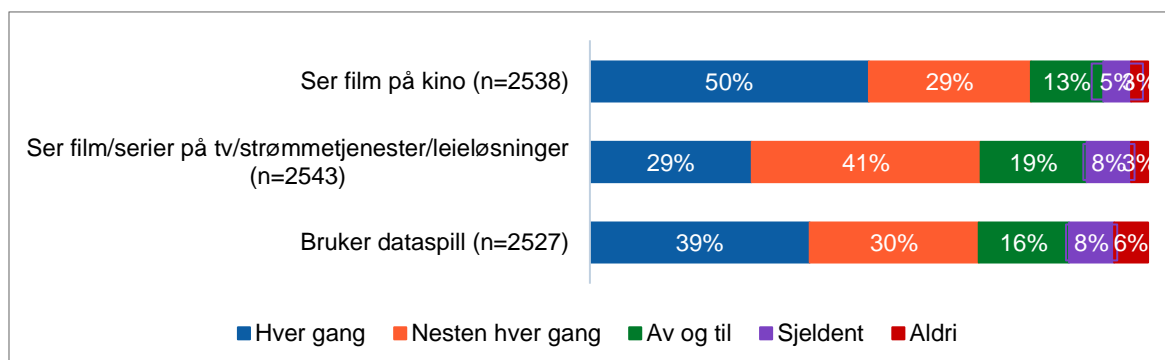
Alle foreldrene blir spurt om de følger aldersgrensene når barna ser film på kino, ser film eller serier på tv, strømmetjenester eller leieløsninger og bruker dataspill. Dette spørsmålet har ikke blitt stilt tidligere.

Foreldrene er flinkest til å overholde aldersgrensene når barna ser film på kino, halvparten sørger for at aldersgrensen blir fulgt hver gang (figur 53). 29 prosent sørger for at de blir overholdt hver gang når barna ser på tv, serier eller strømmetjenester og 39 prosent når barna bruker dataspill. Foreldrene er dårligst til å følge opp aldersgrensene på dataspill. 14 prosent gjør sjelden eller aldri det.

Ser vi på de ulike aldersgruppene, finner vi at under én av ti foreldre med barn i alderen 1–10 år sjelden eller aldri overholder aldersgrensene for kino, film, serier eller tv hjemme eller dataspill. Først når barna blir litt eldre, er det flere som ikke overholder aldersgrensene – 35 prosent av foreldrene til 17-åringene gjør ikke det når det gjelder spill eller film, serier eller tv hjemme, og 19 prosent gjør ikke det når ungdommen ser film på kino.



Figur 53 – «Sørger du for at aldersgrensene blir fulgt når barnet ...» Prosent. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.

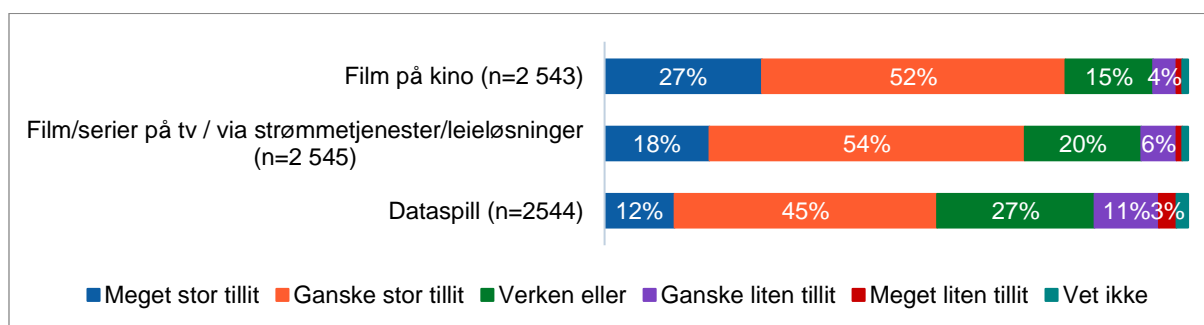


Har foreldrene tillit til aldersgrenser?

Foreldrene blir deretter spurt om de har tillit til aldersgrenser som er satt for ulike medier. Spørsmålet blir introdusert med denne informasjonsteksten: «I samfunnet vårt har vi regler for å beskytte barn og unge mot skadelig innhold på ulike medier, dette håndteres blant annet gjennom aldersgrensesetting.».

Figur 54 viser at de aller fleste har tillit til aldersgrensene som er satt både for kino, film og tv og på spill. Henholdsvis har 79 prosent, 72 prosent og 57 prosent av foreldrene stor tillit. 14 prosent har liten tillit til aldersgrensene som er satt på dataspill.

Figur 54 – «I hvilken grad har du tillit til de aldersgrensene som er satt for barn på følgende medier?» Prosent. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Lav tillit

Foreldrene som svarer at de har svært eller ganske liten tillit til aldersgrenser på kino, får et oppfølgingsspørsmål om hvorfor de mener dette. Av de 126 respondentene (5 prosent) som hadde liten tillit, har 82 besvart det åpne spørsmålet.

Det varierer hva foreldrene har svart, og de er uenige i om grensene er for høye eller lave. Noen mener aldersgrensene ofte er for lave, og at samfunnet i for stor grad godtar seksuelt innhold og innhold med vold. Andre mener derimot at grensene er for strenge, eller at det generelt virker vilkårlig hvilken grense filmen får.



«Jeg synes grensene er for lave i forhold til da jeg var ung.» (Far til 17-åring)

Andre foreldre påpeker at barn er svært forskjellige når det gjelder hva slags innhold de håndterer, og at en standardisert aldersgrense ikke kan passe for alle barn. Flere svarer at de foretrekker å gjøre sine egne vurderinger basert på barnas modenhet og reaksjon på innhold. Foreldrene mener det er deres ansvar å avgjøre om en film er passende eller ikke.

«Jeg stoler mer på egne vurderinger om en kinofilm passer for mitt barn eller ikke.»
(Mor til 8-åring)

Enkelte mener også at filmindustrien og myndighetene har en agenda, og at aldersgrensene derfor ikke er til å stole på.



9. Foreldre og deling av bilder

Sammendrag

Dette kapittelet tar for seg hvor ofte foreldrene deler bilder og videoer av barna sine på sosiale medier som Instagram, Facebook og Snapchat. Videre fikk de som svarte at de deler bilder og videoer, spørsmål om de spurte barna om lov først, hvem som kunne se disse bildene, og om barna har bedt forelderens om å slette bildet eller videoen i etterkant.

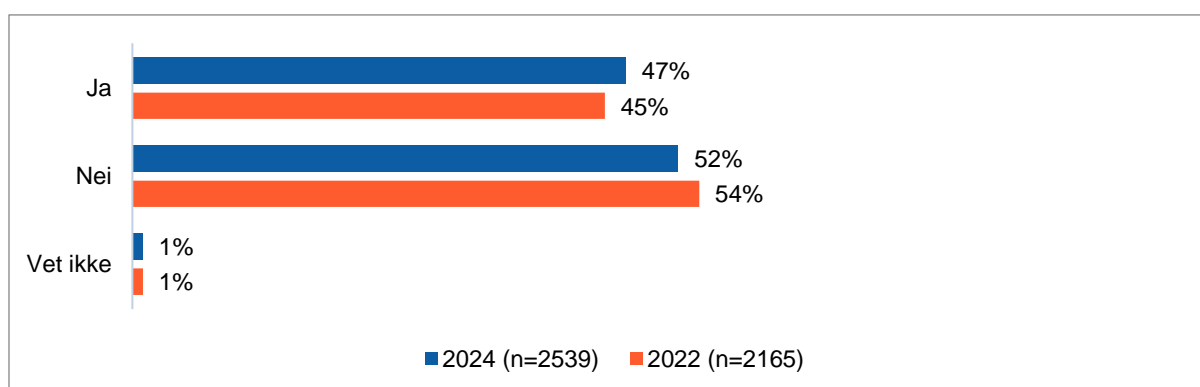
- I underkant av halvparten av foreldrene har delt bilder av barna sine i sosiale medier i løpet av det siste året. Det er en like stor andel som i 2022.
- De fleste av foreldrene som har delt bilder av barna sine i sosiale medier, gjør dette sjeldnere enn hver måned.
- Flere av foreldrene til yngre barn har delt bilder eller videoer det siste året, og de deler også hyppigere enn foreldrene til eldre barn.
- I overkant av halvparten av foreldrene som deler bilder, spurte om tillatelse fra barna først. Én av fire av foreldrene spør ikke om tillatelse fra barna i alderen 1–8 år, mens nesten ni av ti foreldrene til 17-åringene spør om tillatelse først. Det er ingen endringer sammenlignet med 2022.
- De færreste som deler bilder av barna, har helt åpne profiler hvor det ikke er noen begrensninger på hvem som har tilgang til innholdet. Seks av ti deler kun med egne venner eller følgere, og tre av ti i lukkede grupper.
- I underkant av én av ti av foreldrene er blitt bedt om å slette bilder eller videoer av barna sine. 5 prosent av foreldrene har opplevd at barna ber dem slette informasjon foreldrene har lagt ut om dem på nettet.



Hvor mange foreldre deler bilder av barna sine?

Som i 2022 oppgir i underkant av halvparten av foreldrene at de har delt bilder av barna sine i sosiale medier i løpet av det siste året (figur 55). Flere av foreldrene til småbarna har delt bilder. 60 prosent av foreldrene til 1–4-åringene har delt, og nesten 50 prosent av foreldrene til 5–10-åringene. Blant foreldrene til barna i 11–16-årsalderen har 41 prosent delt bilder, og blant foreldre til 17-åringene har 36 prosent delt bilder. Flere kvinner enn menn deler bilder av barna sine (56 mot 35 prosent).

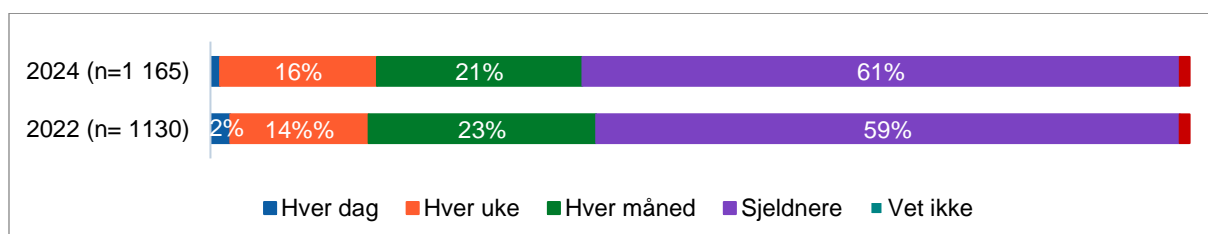
Figur 55 – «Har du delt bilder eller videoer av barnet ditt på sosiale medier som Instagram, Facebook eller Snapchat de siste 12 månedene?» Brutt ned på årstall. Prosent. Alle er blitt spurt. Hvor mange som har svart per år, er oppgitt i parentes.



Hvor ofte deler foreldrene bilder eller videoer av barna i sosiale medier?

De fleste av foreldrene som har delt bilder av barna sine i sosiale medier, gjør dette sjeldnere enn månedlig (figur 56). 17 prosent gjør det ukentlig eller oftere. Det er ingen endringer sammenlignet med 2022. Også her er det slik at foreldrene til de yngre barna deler hyppigere. 39 prosent av foreldrene til 1–4-åringene deler bilder av barna ukentlig eller oftere.

Figur 56 – «Hvor ofte deler du bilde(r) eller videoer av barnet ditt på sosiale medier som Instagram, Facebook eller Snapchat?». Prosent. Foreldre som oppgir at de har delt bilder av barnet sitt i løpet av det siste året, får spørsmålet. Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Spør foreldrene om tillatelse før de deler bilder eller videoer?

Foreldrene som oppga at de har delt bilder eller videoer av barna siste 12 måneder, fikk spørsmål om de spurte om lov eller tillatelse fra barna før de sist delte et bilde eller en video.



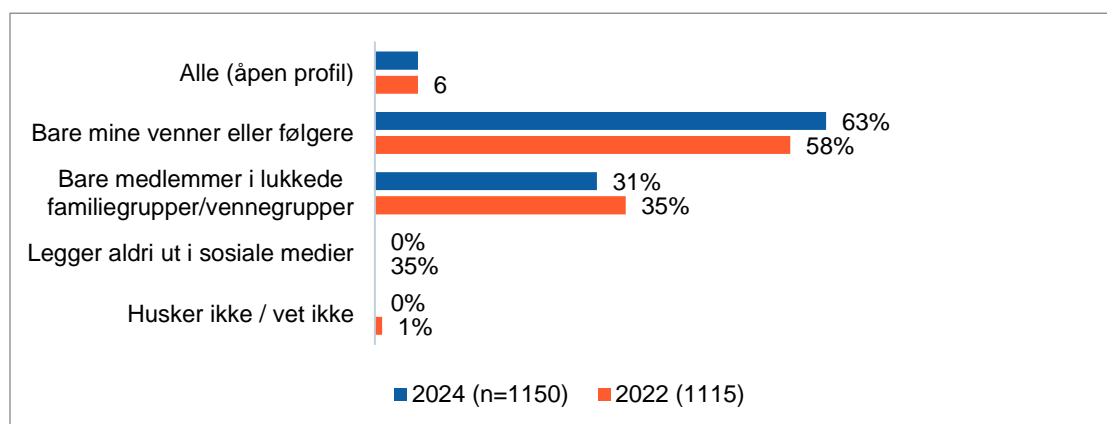
Som i 2022 oppgir i overkant av halvparten av foreldrene som deler bilder, at de spurte om tillatelse fra barna først. 28 prosent av foreldrene spurte ikke på forhånd, og 13 prosent oppgir at dette ikke er relevant grunnet barnas alder. Omtrent like mange foreldre til 1–4-åringene og 5–8-åringene svarer at de ikke spør om tillatelse først (cirka 40 prosent). Foreldrene til de eldste barna er flinkere til å spørre om tillatelse (86 prosent av foreldrene til 17-åringene).

Hvem kan se bildene og videoene som deles?

Foreldrene som deler bilder og videoer av barna sine, ble også spurt om å spesifisere hvem som kan se bildene og videoene i sosiale medier. De færreste som deler bilder av barna sine, har helt åpne profiler hvor det ikke er noen begrensninger på hvem som har tilgang til innholdet. 63 prosent deler kun med egne venner eller følgere, og 31 prosent deler i lukkede grupper (figur 57).

Sammenlignet med i 2022 er det flere som svarer at det kun er vennene eller følgerne deres som ser bildene eller videoene de deler (63 mot 58 prosent), og færre som svarer at de deler i lukkede familiegrupper eller vennegrupper (31 mot 35 prosent).

Figur 57 – «Tenk på sist gang du la ut bilder/videoer av barnet ditt på sosiale medier som Facebook, Instagram eller SnapChat. Hvem kunne se disse bildene/videoene?» Prosent. «Vet ikke» er tatt ut av figuren, da ingen har svart dette. Foreldrene som har svart at de har delt bilder av barna det siste året, ble stilt spørsmålet. Hvor mange som har svart per år er oppgitt i parentes.



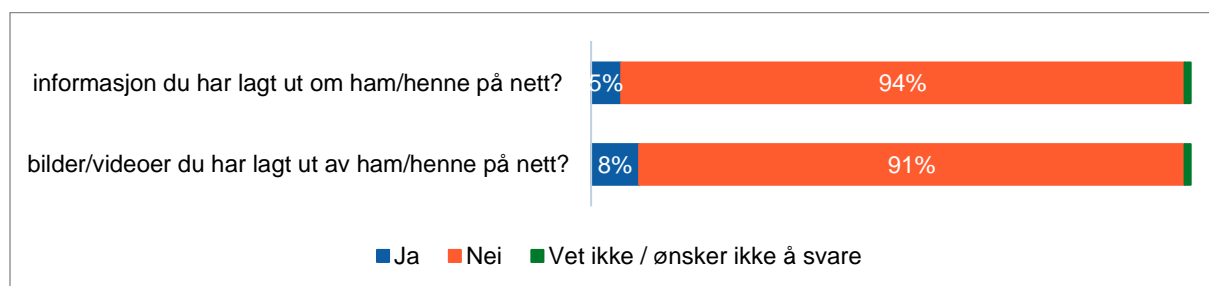


Ber barna foreldrene om å slette bilder eller videoer og annen informasjon?

Alle foreldrene ble spurt om barna noen gang har bedt dem om å slette bilder/videoer de har lagt ut av dem på nettet, og informasjon de har lagt ut om dem på nettet.

En liten prosentandel av foreldrene er blitt bedt om å slette bilder eller videoer av barna sine (8 prosent) (figur 58). Tilsvarende andel i 2022-undersøkelsen var 6 prosent, og i 2020-undersøkelsen 10 prosent. 5 prosent av foreldrene har opplevd at barna har bedt dem slette informasjon foreldrene har lagt ut om dem.

Figur 58 – «Har barnet ditt noen gang bedt deg om å slette ...» Prosent. Alle er blitt spurt. Antall som har svart: 2543.



Blant foreldrene som har delt bilder av barna i sosiale medier i løpet av det siste året, svarer 11 prosent at barna har bedt dem om å slette bilder. Tilsvarende andel blant dem som ikke har delt bilder det siste året, er 5 prosent. Det er ingen forskjell mellom foreldrene som svarer at de har delt bilder ukentlig eller oftere, og foreldrene som svarer månedlig eller sjeldnere.



10. Hvordan stiller foreldrene seg til bruk av pc og nettbrett på skolen?

Sammendrag

Foreldrene fikk spørsmål om skjermtid og skjermbruk på skolen. Dette kapittelet handler om hvorvidt barn og unge har tilgang til skjerm på skolen, når foreldrene mener at de bør få tilgang, og hvorvidt foreldrene synes det er for mye skjerm på skolen.

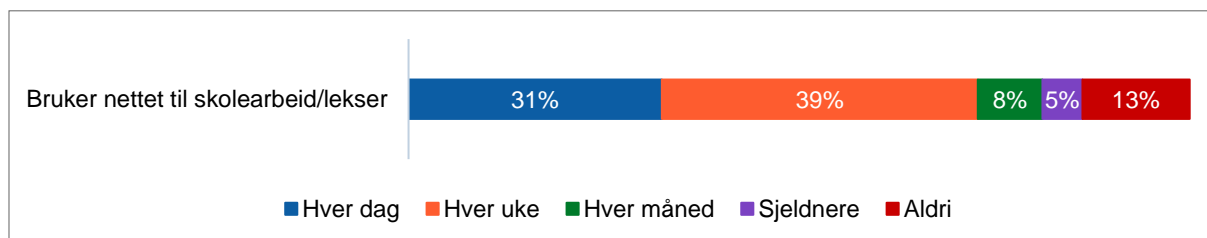
- Åtte av ti barn og unge i skolealder har tilgang til pc eller nettbrett på skolen, og allerede i 6–8-årsalderen har halvparten slik tilgang.
- 31 prosent av foreldrene oppgir at barna bruker nettet daglig til skolearbeid eller lekser, og 39 prosent ukentlig. Blant 6–8-åringene er bruken mer begrenset – halvparten bruker aldri nettet til skolearbeid og lekser.
- 38 prosent av foreldrene mener barna bør få nettbrett på skolen, og 53 prosent at barna bør få pc på skolen. Dette er en nedgang sammenlignet med 2022.
- Når foreldrene blir spurt om når barna bør få tilgang til pc eller nettbrett, er det tendenser til at foreldrene i 2024 mener barna bør få det senere sammenlignet med foreldrene i 2022. I 2024 svarer halvparten av foreldrene at barna bør få nettbrett i 4. klasse eller tidligere, og halvparten at barna burde få pc i 6. klasse eller tidligere.
- Nærmere tre av ti foreldre svarer at barna bruker pc eller nettbrett for mye i skolesammenheng, hvilket er en økning på 5 prosentpoeng fra 2022.



Hvor ofte bruker barna nettet til skolearbeid og lekser?

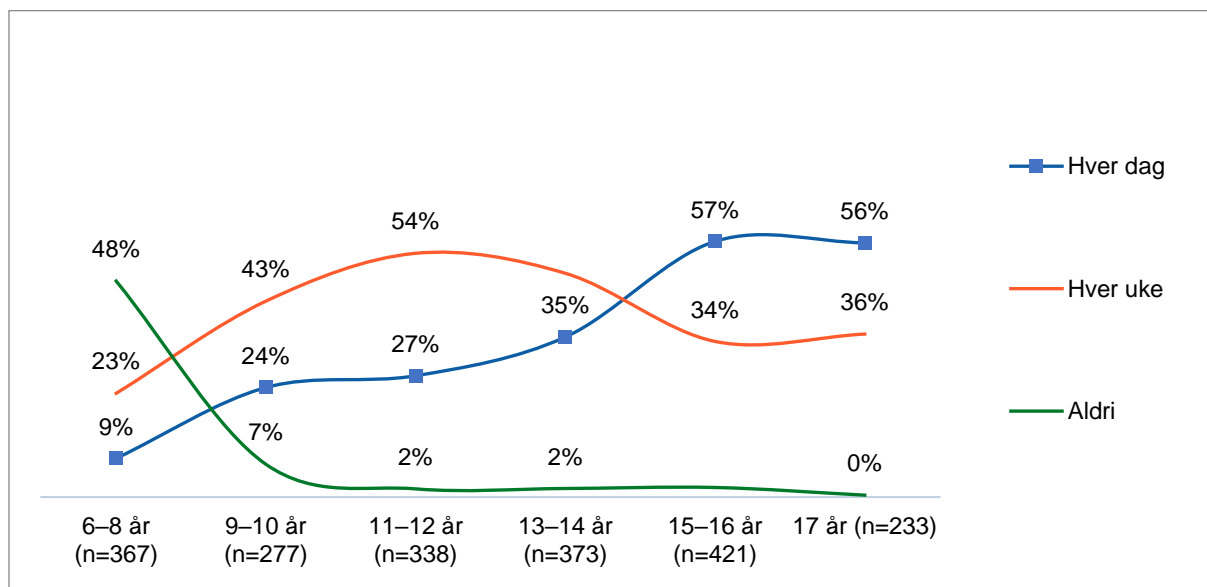
Foreldrene til 6–17-åringene fikk spørsmål om hvor ofte barna bruker nettet til skolearbeid og lekser. 31 prosent av foreldrene oppgir at barna bruker det daglig, og 39 prosent ukentlig (figur 59).

Figur 59 – «Hvor ofte bruker barnet ditt nettet til skolearbeid/lekser?» Prosent. Foreldre med barn i skolealder (6–17 år) har fått spørsmålet. Antall som har svart: 2009.



Bruken øker med alderen. Fram til barna kommer i 13–14-årsalderen, er det flere som bruker nettet til lekser og skolearbeid ukentlig enn daglig (figur 60). Blant de yngste barna (6–8 år) bruker 9 prosent nettet daglig, 23 prosent bruker det ukentlig og nesten halvparten bruker det aldri. Andelen som aldri bruker nettet, synker drastisk etter hvert som barna blir eldre, og kun 7 prosent av 9–10-åringene bruker det aldri.

Figur 60 – «Hvor ofte bruker barnet ditt nettet til skolearbeid/lekser?» Prosent. Kun kategoriene «Hver dag», «Hver uke» og «Aldri» vises. Foreldrene med barn i skolealder (6–17 år) har fått spørsmålet. Brutt ned på alder. Hvor mange som har svart i hver gruppe, er oppgitt i parentes.



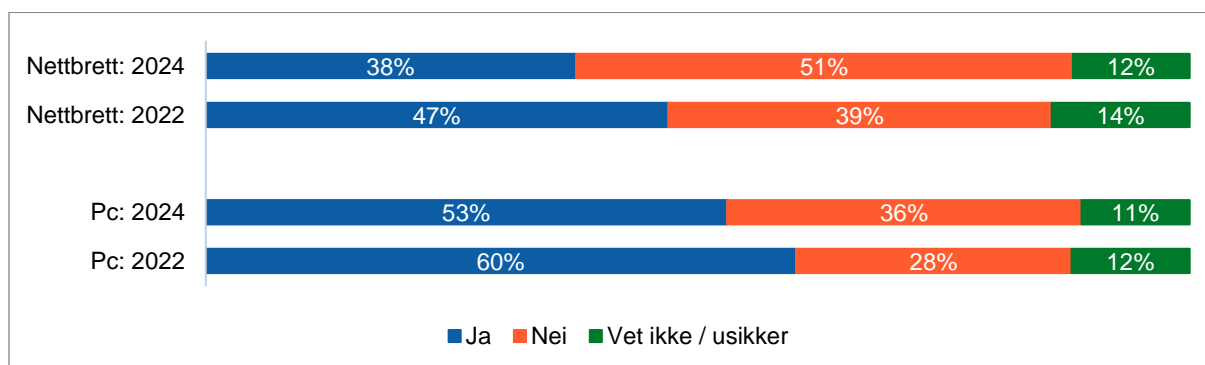


Tilgang til nettbrett og pc på skolen

Foreldrene med barn i skolealderen (6–17 år) ble spurt om de synes barna bør få tilgang til nettbrett og pc på skolen.

38 prosent mener barna bør få nettbrett på skolen, og 53 prosent mener barna bør få pc (figur 61). Sammenlignet med i 2022 er det en nedgang i andelen som mener dette, på henholdsvis 9 og 7 prosentpoeng.

Figur 61 – «Synes du barnet ditt bør få ...» Prosent. Brutt ned på årstall. Foreldrene med barn i skolealderen (6–17 år) er blitt spurt. Antall som har svart: 2013 (2024), 1740 (2022).

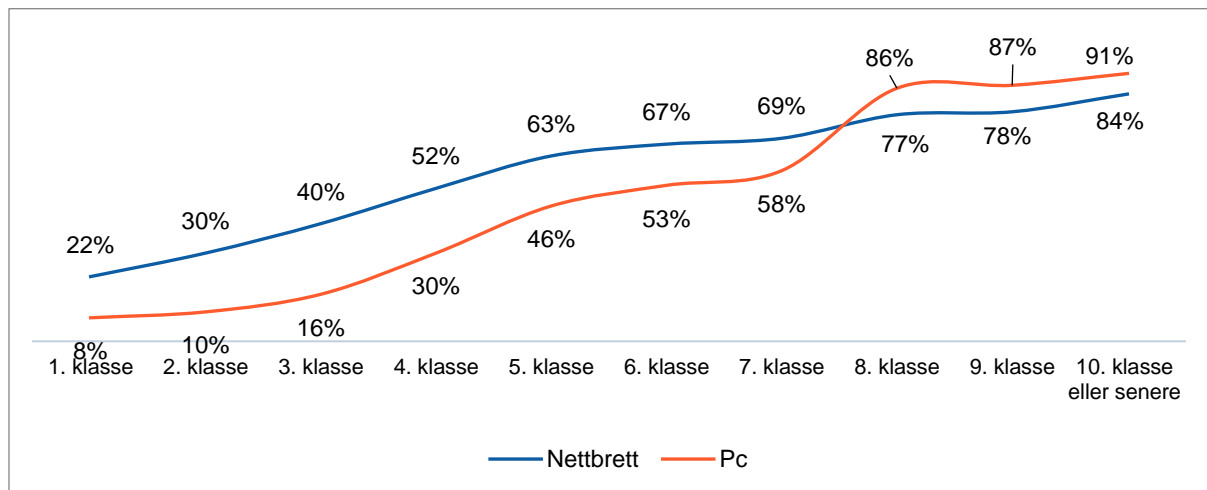


De som svarer at barna bør få tilgang til nettbrett og pc på skolen, ble spurt om hvilket klassetrinn barna bør få tilgang. Figur 62 viser kumulativt i hvilket klassetrinn foreldrene mener barna bør få tilgang. Det er tydelig at foreldrene mener at barna burde få nettbrett før de får pc. Halvparten mener at barna burde få nettbrett i 4. klasse eller tidligere, og halvparten mener at barna burde få pc i 6. klasse eller tidligere.

Ekskluderer vi dem som har svart «vet ikke» (15 prosent for nettbrett og 8 prosent for pc), finner vi at 26 prosent svarer at barna kan få nettbrett i 1. klasse på barneskolen. Tilsvarende tall for 2022 var 40 prosent. 9 prosent mener barna kan få pc i 1. klasse på barneskolen, og det er ingen endring fra 2022.



Figur 62 – «Hvilket klassetrinn synes du barn bør få ...» Kumulativ prosent. «Vet ikke» er tatt ut av figuren (15 prosent for nettbrett og 8 prosent for pc). Alle som har svart at barnet bør få pc eller nettbrett på skolen, er blitt spurt. Antall som har svart: 1449.

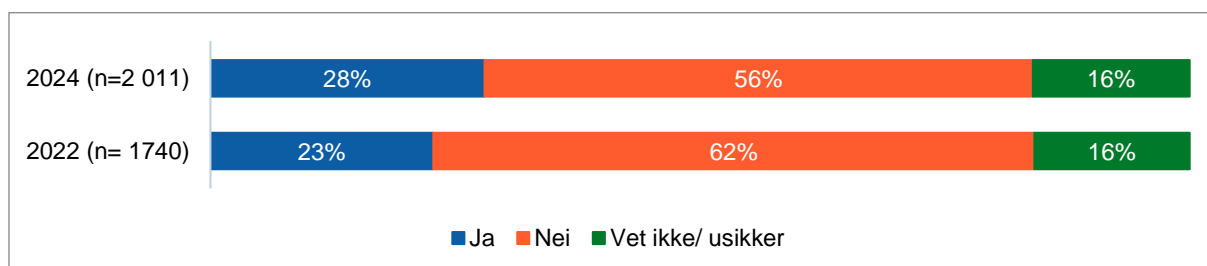


Synes foreldrene det er for mye skjermbruk i skolesammenheng?

Alle foreldrene med barn i skolealder ble også spurt om de synes barna bruker nettbrett eller pc for mye i skolesammenheng.

28 prosent svarer at barna bruker nettbrett eller pc for mye i skolesammenheng.

Figur 63 – «Synes du barnet ditt bruker nettbrett/pc for mye i skolesammenheng?» Prosent. Brutt ned på årstall. Alle foreldrene med barn i skolealder ble stilt spørsmålet. Hvor mange som har svart hvert år, er oppgitt i parentes.



Dette er en økning på 5 prosentpoeng sammenlignet med 2022. Det er ingen forskjeller i hvordan foreldrene til guttene og jentene svarer, og det er få aldersforskjeller. To av ti av foreldrene til 6–8-åringene svarer ja (men dette skyldes hovedsakelig at 27 prosent svarer at de ikke vet), tre av ti av foreldrene til 9–16-åringene svarer ja, og to av ti av foreldrene til 17-åringene svarer ja.



11. Myndighetenes ansvar for barns mediebruk

Sammendrag

Alle foreldrene ble spurt om myndighetenes ansvar for barn og unges mediebruk og tilstedeværelse på nettet. Dette kapitlet handler om hvilke aktører foreldrene mener har ansvaret for barnas mediebruk, om de synes skolen gir god digital opplæring, om deres egen rolle som foreldre, og om hvordan barna kan få en tryggere digital hverdag.

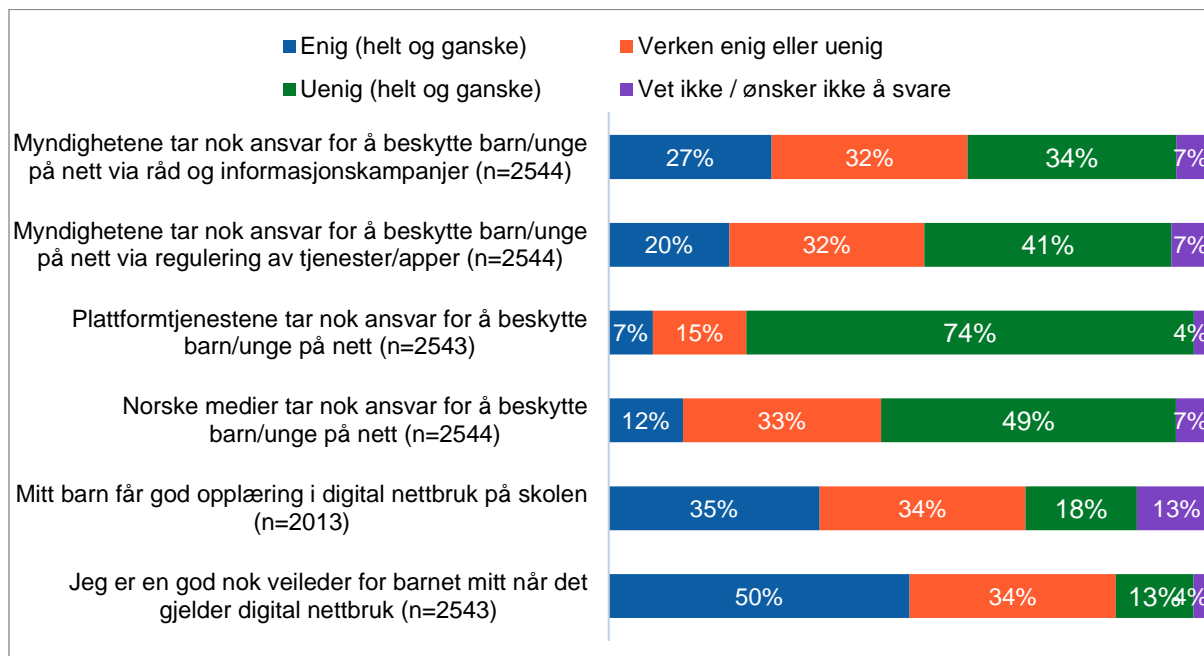
- I underkant av fire av ti foreldre er uenige i at myndighetene gjør nok gjennom rådgivning, informasjonskampanjer og reguleringer av digitale tjenester. Skepsisen er sterkere når det gjelder plattformtjenestene, der hele sju av ti er uenige i at de tar ansvar. Halvparten av foreldrene er uenig i at norske medier tar nok ansvar.
- Foreldre med barn i skolealder (6–17 år) ble spurt om skolen gir god digital opplæring til barna. De er i større grad enige i denne påstanden (34 prosent). Jo eldre barna er, jo mer positivt innstilt er foreldrene til skolens digitale opplæring av barna.
- Halvparten av foreldrene sier seg enig i at de er gode veiledere for barnas digitale nettbruk. Foreldrene til de yngre barna er i større grad enige i dette enn foreldrene til de eldre barna.
- Foreldrene ble spurt om hvilke tiltak som kan trygge barns hverdag på nettet, og flest (33 prosent) oppgir at foreldreinvolvering er viktig.

Mener foreldrene at myndigheter, medier og plattformer tar ansvar?

Alle foreldrene ble presentert for en rekke påstander knyttet til myndighetene, plattformene, mediene og skolens ansvar for barns mediebruk. Disse påstandene er nye i årets undersøkelse. Figur 64 viser hva foreldrene har svart.



Figur 64 – «Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?» Prosent. Kategoriene «Helt enig» og «Ganske enig» og kategoriene «Helt uenig» og «Ganske uenig» er slått sammen. Alle blir stilt spørsmålet (kun foreldre med barn i skolealderen (6–17 år) får spørsmål om god opplæring i skolen). Hvor mange som har svart, er oppgitt i parentes.



Myndighetene tar ansvar: 26 prosent er enige i at myndighetene tar ansvar for å beskytte barn og unge via råd og informasjonskampanjer. 20 prosent er enig i at myndighetene tar nok ansvar for å beskytte via regulering av tjenester og apper. Det er flere som er uenige i disse påstandene enn enige, henholdsvis 35 og 41 prosent er uenig.

- Det er få forskjeller i hvordan foreldrene til barn i ulike aldersgrupper har svart på dette når vi ser på andelen som er enig.

Plattformtjenestene tar ansvar: Foreldrene er i enda mindre grad enige i at plattformtjenestene (som Facebook, Instagram, Snapchat og YouTube) tar nok ansvar for å beskytte barn og unge på nettet. Kun 8 prosent er enige, og hele 74 prosent er uenige.

- Andelen foreldre som er enig i dette, synker med alderen på barna. Blant foreldrene til 1–4-åringene er 13 prosent enig, mens blant foreldrene til 17-åringene er kun 3 prosent enig.

Norske medier tar ansvar: Heller ikke at norske medier tar nok ansvar, er foreldrene enige i. Kun 11 prosent svarer at de er enige, og 49 prosent er uenige.

- Det er ingen forskjeller i hvordan foreldrene til barn i ulike aldersgrupper har svart på dette når vi ser på andelen som er enig.

Skolen tar ansvar for opplæring: Flere er enige i at skolen gir god opplæring i digital nettbruk til barna sine. 34 prosent svarer at de er enige, og 18 prosent at de er uenige.



- Kun 21 prosent av foreldrene til 6–8-åringene mener at skolen gir barna god opplæring, mens 34 prosent av foreldrene til 9–10-åringene og 40 prosent av foreldrene til 11–17-åringene er enige.

Foreldrenes ansvar: 50 prosent sier seg enig i at de er en god nok veileder for barna når det gjelder digital nettbruk. 12 prosent er uenige.

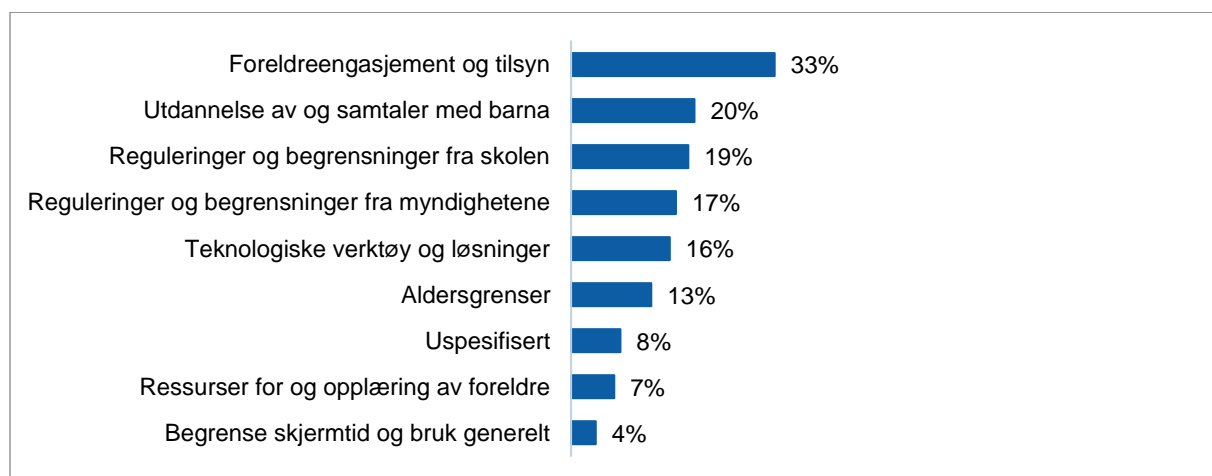
- Foreldrene til de yngre barna er i større grad enn foreldrene til de eldre barna enige i at de er gode nok veiledere for barna når det gjelder digital nettbruk. Blant foreldrene til 1–12-åringene svarer omtrent halvparten at de er enige, mens blant foreldrene til barna over 12 år synker andelen til fire av ti.

Foreldrene med høyere utdanning med en varighet på mer enn fire år er i større grad enige i at myndighetene og norske medier tar ansvar, enn foreldre med universitets- og høgskoleutdanning på inntil fire år eller utdanning fra grunnskole, fagskole og videregående skole.

Hvilke tiltak kan sikre barna en trygg digital hverdag?

Foreldrene ble i et åpent spørsmål spurt om de har innspill til tiltak som kan sikre barna en trygg digital hverdag. 530 foreldre svarte, og 90 av dem ble kodet til å ikke være relevante svar. De gjenværende 440 åpne svarene ble kodet i ni kategorier: 1) teknologiske verktøy og løsninger, 2) foreldreengasjement og tilsyn, 3) ressurser for og opplæring av foreldre, 4) utdanning av og samtaler med barna, 5) reguleringer og begrensninger fra skolen, 6) reguleringer og begrensninger fra myndighetene, 7) aldersgrenser, 8) begrense skjermtid og bruk generelt og 9) uspesifiserte svar (figur 65).

Figur 65 – «Har du innspill til tiltak som kan sikre ditt barn en trygg digital hverdag?» Prosent. Åpne svar er kategorisert ved hjelp av KI. Alle ble stilt spørsmålet. Antall som har svart (gyldige svar): 440.



Flest foreldre svarer at foreldreengasjement og tilsyn er nødvendig (33 prosent). De fleste nevner da at foreldrene må være involvert og ha en åpen diskusjon med barna om nettaktivitet. Foreldrene bør sette seg inn i hva barna gjør på nettet, og ha kjennskap til de



ulike nettsidene, spillene og appene. Mange nevner også at barna bør være på nettet i nærvær av foreldrene – for eksempel i stua framfor på eget rom.

«Ha klare rammer for bruk, ikke gi barnet egen mobil/nettbrett på rommet, men bruke felles utstyr i stua. Bremse start for sosiale medier i samråd med andre foreldre. Bedre filter for å beskytte barn og ungdommer på sosiale medier må på plass.» (Mor til 9-åring)

Det nevnes også at foreldrene bør begrense egen bruk av mobil, slik at de framstår som gode forbilder. Barna bør aktiviseres på andre måter. Flere nevner at en begrensning av barnas nettaktiviteter må gjøres i samråd med andre foreldre, og at skolen kan fasilitere for dette.

7 prosent spiller inn at ressurser for og opplæring av foreldre er et godt tiltak:

«Opplæring av foreldre. Ta et digitalt foreldrepass.» (Far til 1-åring)

Foreldrene foreslår at myndighetene, mediene og skolesystemet må bistå med opplæringen av foreldrene.

Blant foreldrene som svarer at skolen må tilrettelegge og regulere bruken (19 prosent), nevnes det ofte at det burde være skjermbegrensning og et mobilforbud – mange bekymrer seg blant annet for uønsket filming og fotografering av medelever. Flere nevner også at det er problematisk at barna tar med skole-pc og skole-nettbrett hjem, da foreldrene har mindre kontroll over disse enhetene enn private enheter, blant annet fordi de ikke har foreldrekontroll på disse enhetene.

Skolen skal også bistå med å utdanne barna (20 prosent). Foreldrene mener at skolen skal lære barna om kildekritikk, informasjon om skadelig innhold på nettet, svindel og andre ubehagelige hendelser som kan oppstå på nettet. De fleste mener likevel at det er foreldrene som har hovedansvaret for dette:

«Åpen kommunikasjon – algoritmer gjør at en app jeg som mor opplever som ok, kan være en helt annen opplevelse for en ung mann.» (Mor til 14-åring)

17 prosent svarer at myndighetene må regulere og tilrettelegge. Det blir nevnt tiltak som forbud mot sosiale medier, reklame og ulike typer nettsider, særlig før barna når en viss alder. Det blir også påpekt at myndighetene må sørge for at politiet arbeider mer med kriminalitet på nettet. Foreldrene mener også at myndighetene i større grad bør regulere teknologiselskapene:

«Høyere aldersgrenser på sosiale medier, strengere straffer mot brudd på markedsføringsreglene, forbud mot innsamling av personopplysninger.» (Far til 5-åring)

Mange foreldre peker på at flere aktører må involveres for å trygge barna på nettet:

«Samarbeids-/informasjonsmøter mellom skole/hjem/støttespillere – bedre skjerming fra kommunen på nettbrett i barneskolen, både fra uønsket innhold og kommersielle interesser.» (Mor til 14-åring)



Blant foreldrene svarer 13 prosent at aldersgrenser er et godt tiltak og at disse bør overholdes i større grad enn i dag. Blant de som er opptatt av teknologiske løsninger, er det flere som nevner at man burde benytte BankID eller lignende teknologi for å kunne overholde aldersgrenser og forhindre anonymitet og falske profiler. Det blir også påpekt at det burde være mer omfattende og mer lettfattelige filterfunksjoner og foreldrekontrollfunksjoner:

«Større krav til innhold og sporing fra leverandører. Pausefunksjon i appene etter en viss mengde bruk.» (Mor til 14-åring)

Selv om flere foreldre nevner at skjermtid bør begrenses, er det også noen som er skeptiske til begrepet «skjermtid»:

«Foreldre bør generelt være mindre opptatt av det tåpelige begrepet 'skjermtid' og mer interessert i det barn bruker tida si på. I tillegg bør man huske at selv små barn har krav på og behov for et privatliv. Det er ikke vår jobb å overvåke dem, men å veilede.»
(Mor til 17-åring)



12. English Summary

Main Findings: Parents and Media 2024

Children's and Adolescents' Access to Equipment and Technology

- Access to equipment and technology increases with the child's age, according to their parents. Twelve per cent of parents of 1–4-year-olds report that their child has access to a mobile phone, while almost all parents of children over 12 years old report that their child has their own mobile.
- Nearly 8 out of 10 schoolchildren have access to a school PC or school tablet, and over half of adolescents over 12 have their own PC at home. Overall, more boys than girls have access to a PC.

Screen Time

- Half of children aged 1–17 years have over 2 hours of screen time per day, according to their parents. Screen time increases with age.
- Among the youngest children (1–4 years), 1 in 10 parents report that their children had access to a screen on their own before turning 1 year old. Almost no children over 14 years old today had screen access before turning 1.

Children's and Adolescents' Media Activities

- Half of children and adolescents aged 1–17 years watch movies, series or TV programmes every day. Netflix, YouTube and NRK Super are the most used media services, according to parents.
- The difference in media use between teenage girls and boys has decreased somewhat, but boys still prefer YouTube and gaming, while girls prefer watching movies, series and TV, and using social media, according to parents.

Gaming Among Children and Adolescents

- More than 8 out of 10 children aged 1–17 years play computer games, as well as games on their mobile phone and TV, according to their parents. More boys than girls play daily.
- 24 percent of all parents believe that their child spends too much time gaming, and near half of the parents report that they often or occasionally disagree with their child about time spent on gaming.

News Consumption Among Children and Adolescents

- Seven out of 10 children frequently or occasionally get their news from TV and streaming, according to their parents. Sixteen per cent of children often get their news from social media.
- Seventy-one per cent of schoolchildren never get their news from print newspapers.



Parents' Awareness and Competence Regarding Children's Internet Use

- Two out of 10 parents are 'very involved' in their child's digital activities, and 4 out of 10 are 'quite involved'. The degree of involvement decreases with the child's age.
- Parents of young children have a good understanding of what their child does online. When the child reaches 13–14 years old, over half of the parents find it difficult to keep track and guide their teenager. A large proportion of parents do not know the age limits for various social media platforms.
- All parents are asked what they think about the impact of technology and screen use on children and adolescents. Half of the parents feel negatively about the development, while 24 per cent feel positively.

Parental Regulation of Children's and Adolescents' Media Use

- Three out of 10 parents believe that their child spends too much time on social media, YouTube and gaming. Two out of 10 believe that time spent on TV or streaming services is too high.
- There has been an increase in the use of parental control features, compared to 2022 (an increase of between 5 to 10 per cent for the various control functions). About half of the parents use functions that limit their child's downloading and use of apps, spending on games or apps and use of TV or streaming services.
- Overall, 3 out of 10 parents use tracking services to know where their child is.

Parents and Sharing Photos of Their Children

- One in two parents has shared photos or videos of their child on social media in the past year. Parents of younger children share more frequently on social media than parents of older children.
- Half of the parents who share photos ask their children beforehand. The proportion varies with the child's age.

Parents' Views on Children's Screen Use at School

- Eight out of 10 school-aged children have access to a PC or tablet at school. Three out of 10 children use the internet daily for schoolwork or homework, and 4 out of 10 use it weekly, according to their parents.
- Compared to 2022, parents with school-aged children are somewhat more restrictive in their views on access to PCs and tablets at school, and feel more negatively about screen use in the school context.
- Fewer believe that children should have access to PCs and tablets in school – a decrease of seven and nine percentage points respectively from 2022. Parents also believe that children should have access later than previously measured in earlier surveys.
- Parents with school-aged children have become more negative about screen use in school. Nearly 3 out of 10 parents say that their child uses a PC or tablet too much in the school context – an increase of 5 percentage points from 2022.



Responsibility of Other Actors to Protect Children and Adolescents Online

- Generally, parents have little confidence that authorities, platform services and Norwegian media do enough to protect children online.
- Just under 4 out of 10 parents disagree that the authorities do enough through advice, information campaigns and regulation of digital services. Scepticism is even stronger regarding platform services, with 7 out of 10 disagreeing that these services take responsibility. Half of the parents disagree that Norwegian media take enough responsibility.
- Among parents with school-aged children, 3 out of 10 agree that school provides good digital education to children.
- When asked what measures can help secure children online, most parents respond that parental involvement and supervision are necessary (3 out of 10).
- Around half of the parents believe they are good enough guides for their children's digital internet use, with the proportion decreasing as the child gets older.

Vedlegg 1: vekter

Tabell 1 viser andelen per aldersgruppe i populasjonen og i nettoutvalget. Utvalget er vektet på barnets alder (hvor gammel barnet blir i år), for å justere for utvalgsskjevheter. Populasjonstallene er hentet fra SSB (07459: befolkning, etter alder, statistikkvariabel og år). Tabell 2 viser deskriptiv informasjon om vekten.

Tabell 1. Andel i populasjonen og andel i nettoutvalget (uvektet), per aldersgruppe.

Hvor gammel blir barnet i år?	Andel i populasjonen	Andel i utvalget (uvektet)
1	5,0 %	1,4 %
2	5,1 %	4,3 %
3	5,6 %	5,5 %
4	5,3 %	4,9 %
5	5,5 %	4,8 %
6	5,5 %	4,4 %
7	5,7 %	4,8 %
8	5,9 %	5,3 %
9	6,0 %	5,1 %
10	6,0 %	5,8 %
11	6,0 %	5,7 %
12	6,2 %	7,6 %
13	6,3 %	6,9 %
14	6,5 %	7,8 %
15	6,6 %	8,6 %
16	6,5 %	8,1 %
17	6,4 %	9,2 %

Tabell 2. Deskriptiv informasjon om vekten.

	Vekt
Gjennomsnitt	1,0000
Standardavvik	0,3563
Min	0,6948
Max	3,6439
Antall respondenter	2 545

Vedlegg 2: utvalget i 2024 og 2022

Tabell 1 viser oversikt over fordelingen i utvalget på barnas alder og kjønn i årets undersøkelse og i 2022-undersøkelsen. Tabellen viser antall respondenter. I årets undersøkelse er det totalt sett flere foreldre som har blitt intervjuet, og dette gjelder på tvers av aldersgruppene. Unntaket er foreldre som har barn som fyller eller har fylt ett år i 2024 – her er det nesten halvparten så mange som har svart i 2024 som i 2022 (35 mot 60 respondenter).

Tabell 1. Antall respondenter i 2024 og 2022, brutt ned på alder og kjønn. Antall. Uvektede tall. «Annet» og «Ønsker ikke å svare» er ikke ekskludert fra grafikken (henholdsvis tre og tolv personer svarer dette).

		2024	2022
Total	Gutt	1343	1081
	Jente	1234	1065
	Total	2577	2146
1 år	Gutt	18	30
	Jente	17	30
	Total	35	60
2 år	Gutt	56	38
	Jente	59	34
	Total	115	72
3 år	Gutt	70	48
	Jente	72	44
	Total	142	92
4 år	Gutt	55	42
	Jente	70	50
	Total	125	92
5 år	Gutt	65	51
	Jente	61	56
	Total	126	107
6 år	Gutt	63	54
	Jente	53	48
	Total	116	102
7 år	Gutt	72	50
	Jente	53	52
	Total	125	102
8 år	Gutt	68	66
	Jente	70	51
	Total	138	117

9 år	Gutt	78	48
	Jente	57	61
	Total	135	109
10 år	Gutt	84	64
	Jente	66	77
	Total	150	141
11 år	Gutt	70	75
	Jente	73	53
	Total	143	128
12 år	Gutt	97	68
	Jente	100	61
	Total	197	129
13 år	Gutt	82	89
	Jente	92	78
	Total	174	167
14 år	Gutt	115	82
	Jente	82	92
	Total	197	174
15 år	Gutt	111	104
	Jente	109	76
	Total	220	180
16 år	Gutt	115	89
	Jente	91	99
	Total	206	188
17 år	Gutt	124	83
	Jente	109	103
	Total	233	186



Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad
post@medietilsynet.no

ISBN: 978-82-8428-059-2