

# Foreldre og Medier 2024:

Delrapport om foreldres rapportering om barnas medievaner og tilgang til teknologi

## Om undersøkelsen

Undersøkelsen *Foreldre og medier 2024* er gjennomført av Verian på oppdrag fra og i samarbeid med Medietilsynet.

Foreldre og medier-undersøkelsen ble første gang gjennomført i 2003<sup>1</sup>, og er gjennomført annethvert år fra 2006. Forrige utgave ble gjennomført i 2022<sup>2</sup>. Formålet med undersøkelsen er å gi en fremstilling av foreldres innsikt og involvering i sitt barns digitale hverdag. Årets datainnsamling ble gjennomført i første kvartal 2024, og er gjort blant foreldre med barn i alderen 1-17 år. 2545 foreldre er intervjuet. Resultatene er vektet på barnas alder mot aldersfordelingen blant barn i befolkningen.

Undersøkelsen belyser samlet et stort omfang av tema knyttet til barns digitale hverdag. I denne delrapporten presenteres resultater på områdene som belyser barnas medievaner, samt deres tilgang til utstyr og teknologi. Rapporten *Foreldre og medier 2024* publiseres i sin helhet vinteren 2024.

Medietilsynet publiserer også *Barn og medier-undersøkelsen*, som gir innblikk i barn og unges medievaner, og er en kartlegging blant 9-17 åringer. I likhet med *Foreldre og medier* undersøkelsene blir disse også publisert annethvert år.

---

<sup>1</sup> Medietilsynet, 2011, [Tidsserier for foreldreundersøkelsene 2003-2010](#)

<sup>2</sup> Medietilsynet 2023, [Foreldre og medier 2022](#)

## Hovedfunn:

### Barna og unges tilgang til utstyr og teknologi

- Tilgang på utstyr og teknologi øker med barnets alder. 12 prosent av foreldre av 1–4-åringer svarer at barnet har tilgang på mobiltelefon, mens nesten samtlige av foreldrene til barn over 12 år svarer at barnet har egen mobil.
- Nær åtte av ti skolebarn har tilgang på 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 på 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 egenhånd 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.

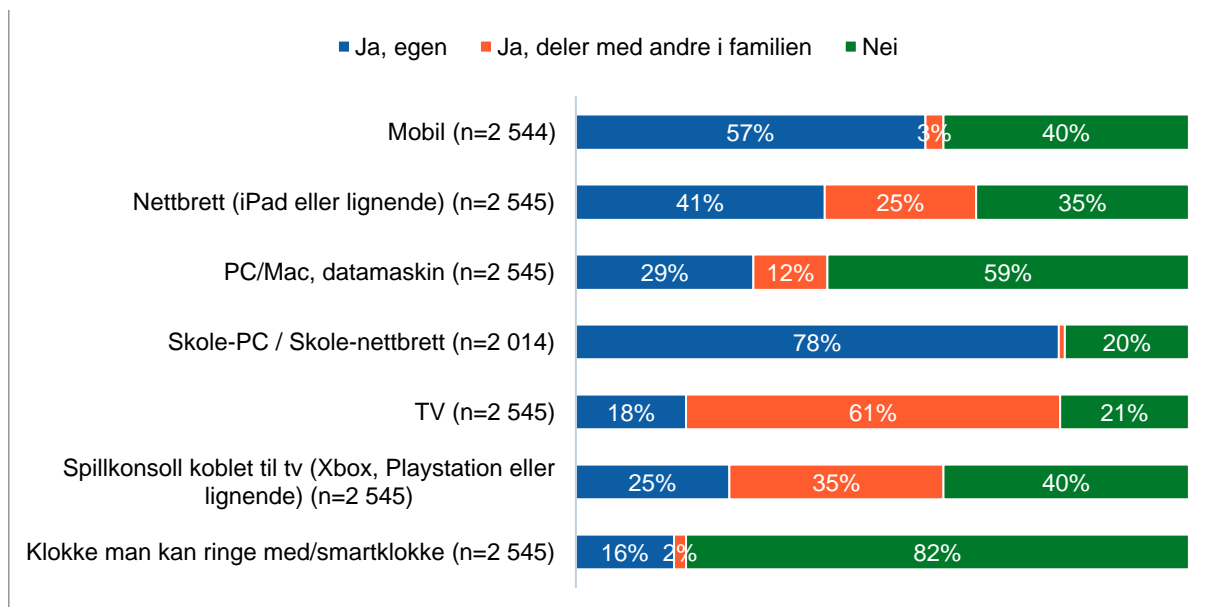
## 1. Tilgang til utstyr og teknologi

### Hva slags utstyr og teknologi har barna tilgang på?

Foreldrene fikk innledningsvis spørsmål om barnets tilgang på 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 11 viser fordelingen for hvor stor andel som har egen, deler med andre i familien, og de som ikke har tilgang, for alle barn i alderen 1–17 år.

Figur 1. «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 har blitt spurt. Kun foreldre med barn i skolealder (6–17 år) har fått spørsmål om skole-PC / skole-nettbrett. Antallet som har svart er oppgitt i parentes.



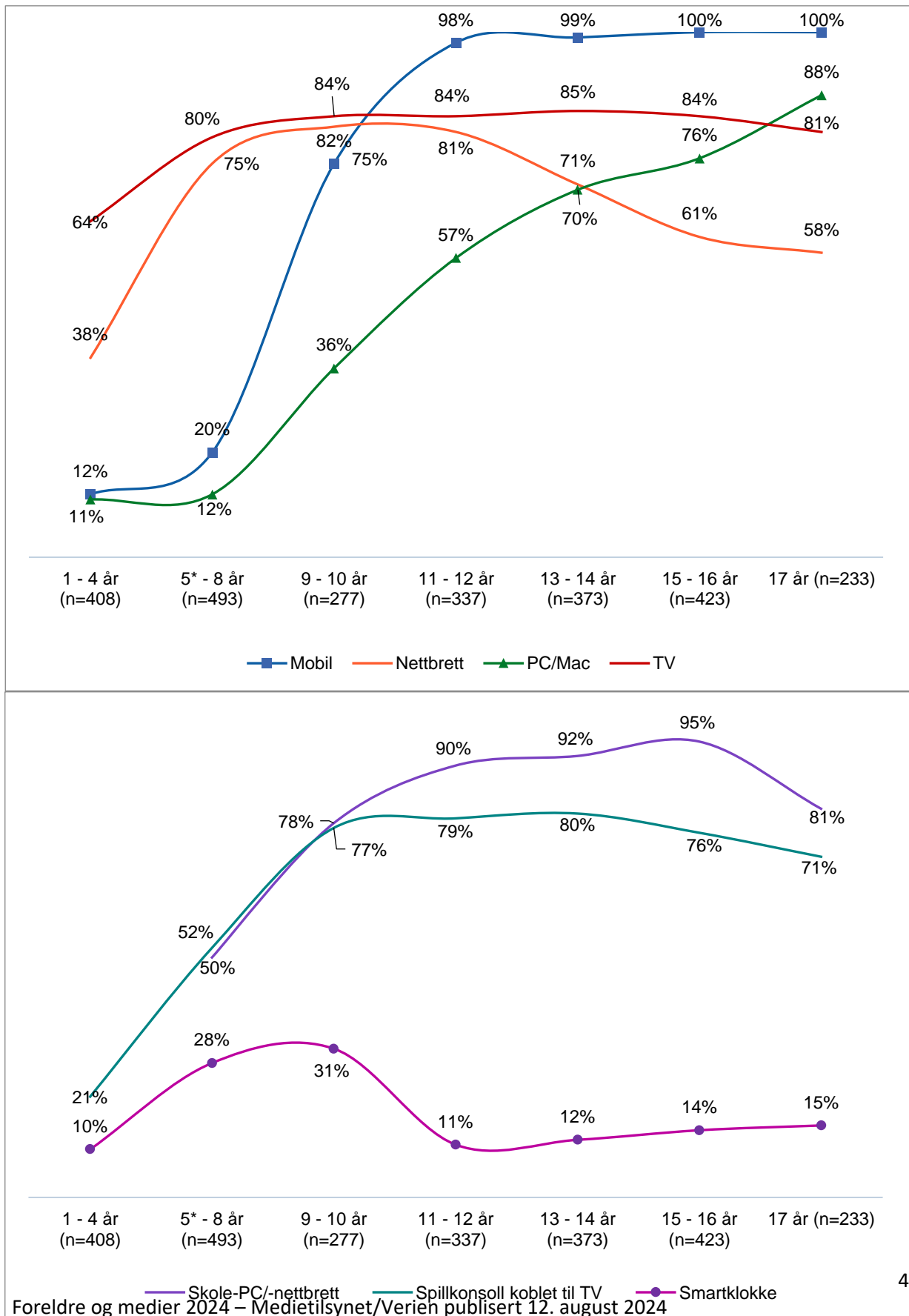
De fleste barna har tilgang på TV (79 prosent), skole-PC eller skole-nettbrett<sup>3</sup> (79 prosent i skolealder), nettbrett (66 prosent), mobil (60 prosent), og spillkonsoll koblet til TV (60 prosent). 41 prosent har tilgang på PC og 18 prosent har tilgang på smartklokke. Det varierer likevel i stor 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 høyskolenivå. Det er ingen forskjell mellom foreldrenes utdanningsnivå og barnas tilgang på TV eller smartklokke.

Figur 22 viser hvordan tilgang på utstyr og teknologi øker med alder.

<sup>3</sup> Kun foreldre med barn i skolealder, 6 - 17 år har fått spørsmål om tilgang til skole-PC/skole-nettbrett, og derfor har ikke foreldre med barn mellom 1-5 år fått dette spørsmålet. basen er derfor 367.

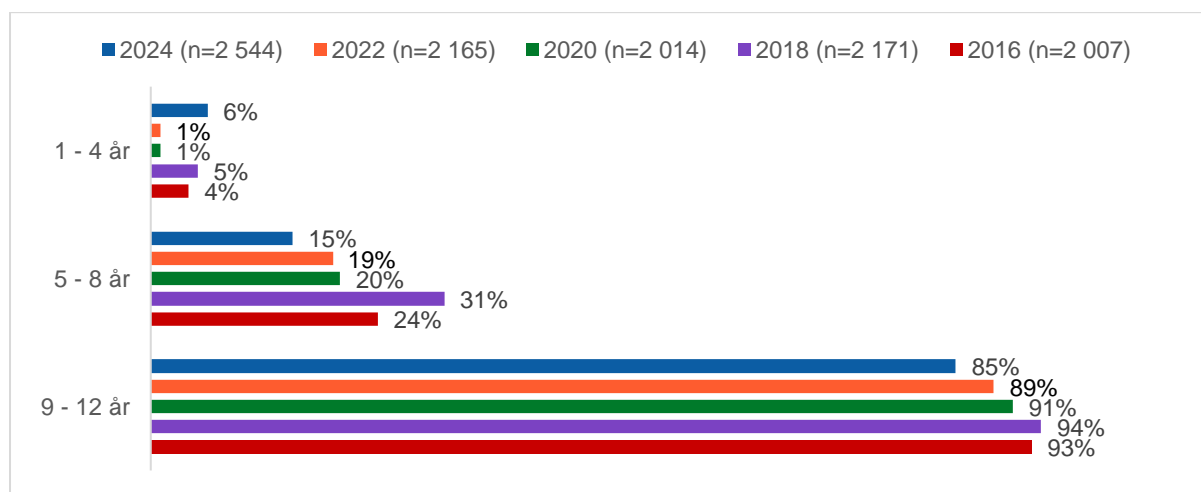
Figur 2. «Har barnet ditt noe av dette?». Prosent. Sammenslåing av kategoriene «Egen» og «Deler med andre i familien». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart i hver gruppe er oppgitt i parentes.



**Mobil:** Blant 1–17-åringe sett under ett, har 57 prosent *egen* mobil, og totalt 60 prosent har tilgang på mobil. Dette er likt som i 2022-undersøkelsen.

- I årets undersøkelse finner vi at 12 prosent av 1–4-åringe, 20 prosent av 5–8-åringe og 75 prosent av 9–10-åringe *har tilgang* på mobiltelefon. Blant barn over 10 år har så å si alle har tilgang på mobiltelefon.
- Noe flere gutter enn jenter mellom 1–8 år har tilgang på mobil, men utover dette er det ingen tydelige kjønnsforskjeller.
- Sammenligner vi andelen som har *egen* mobiltelefon, finner vi endringer over tid (Figur 3). Det er flere 1–4-åringe i årets undersøkelse som har egen mobil, sammenlignet med i 2022 og 2020, men er på lignende nivå som i 2018.
- Det er færre av 5–8-åringe og 9–12-åringe som har egen telefon i årets måling, sammenlignet med tidligere. Denne utviklingen har vært relativt stabil, med unntak av i 2018, hvor flere enn året før svarte at barnet 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 3. «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. Andelen som har svart hvert år er oppgitt i parentes.



**Nettbrett:** 60 prosent av barn og unge i alderen 1–17 år har tilgang på 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 barnet hadde tilgang på nettbrett. Det var likevel en like stor andel i 2022 som 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, slik som mobil PC, og spillkonsoller, da det er flest i alderen 9–12 år som har tilgang på dette. I denne gruppen har over åtte av ti tilgang. Blant tenåringer over 12 år synker andelen som har tilgang på nettbrett. 58 prosent av 17-åringer har tilgang.
- Blant 1–4-åringer 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 seks prosent egen mobiltelefon.
- Flere jenter, enn gutter i alderen 13–16 år har tilgang på nettbrett, men utover dette er det ingen kjønnsforskjeller.

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

- Også her er det store aldersforskjeller. en av ti 1–8-åringer har tilgang på PC. Først når barna blir over 8 år har flere tilgang. 36 prosent av 9–10-åringer har tilgang på PC, 57 prosent av 11–12 åringer, 70 prosent av 13–14-åringer, og åtte av ti 15–17-åringer.
- Over halvparten av ungdom over 12 år har *egen* PC.
- Sett under ett har flere gutter enn jenter har tilgang på 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 på PC. For de øvrige aldersgruppene er ikke forskjellene like tydelige.

**TV:** 79 prosent av foreldrene rapporterer om at barnet har tilgang på 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-åringer har tilgang på TV i hjemmet. Blant barn og ungdom over 4 år, har over 80 prosent tilgang på TV.
- De aller fleste barn og unge deler TV med familien (61 prosent). Blant ungdom over 12 år har over en av tre egen TV.
- Det er ingen kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang på TV.

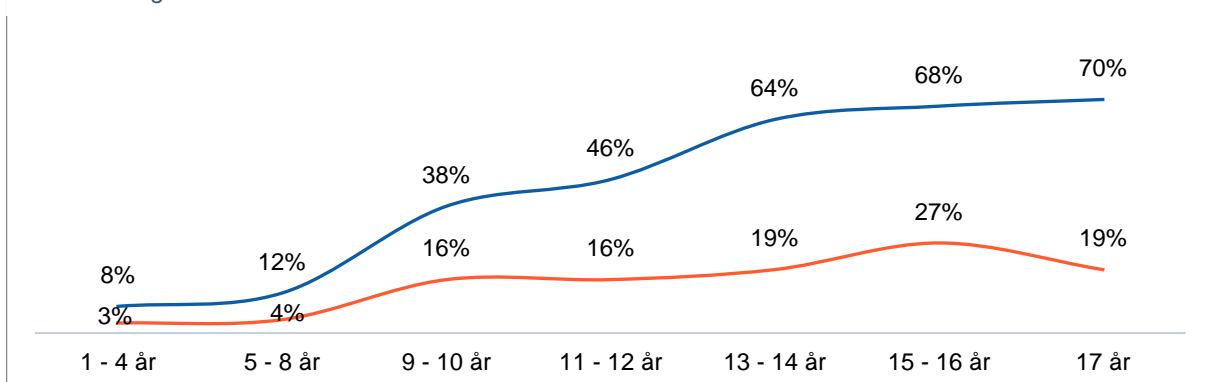
**Skole-PC eller skole-nettbrett:** Kun foreldre av barn i skolealder (6–17 år) ble spurt om barnet har tilgang på skole-PC eller skole-nettbrett. Totalt sett har 79 prosent av barna tilgang, og de aller fleste har sin egen (78 prosent). Dette er en større andel enn i 2022, da svarte 72 prosent av foreldrene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

- Halvparten av barna i alderen 6–8 år har tilgang på skole-PC eller skole-nettbrett. Blant barn over 9 år har åtte av ti tilgang.
- Sett under ett er det flere foreldre av gutter enn av jenter som svarer at barnet har tilgang på 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 gutter og 70 prosent av jenter). 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 på spillkonsoll i hjemmet. Det er en økning sammenlignet med tidligere målinger (55 prosent i 2022 og 2020).

- Det er i tilgangen på spillkonsoll vi ser størst kjønnforskjell. På tvers av alder har 71 prosent gutter og 47 prosent jenter tilgang på 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 4 viser at forskjellen i andelen som har *egen* spillkonsoll øker med alder.
- 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 4. «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. Antall som har svart i hver gruppe: mellom 107 og 206.



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

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

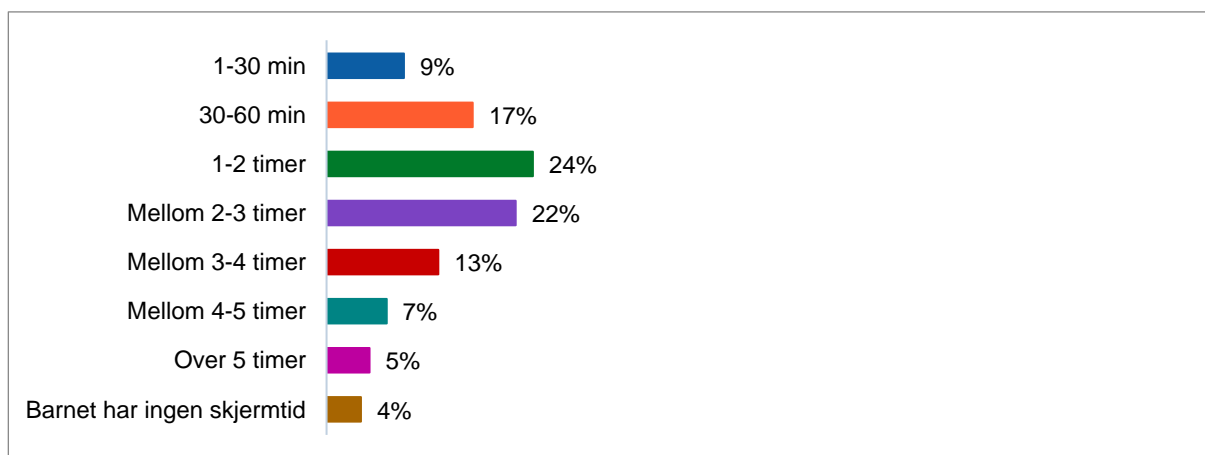


## 2. Medievaner

### Hvor mye skjermtid har barn?

Alle foreldre blir spurt om hvor mye skjermtid totalt (TV, PC, mobil) de vil anslå at barnet har i snitt hver dag. Dette spørsmålet er ikke stilt i tidligere runder av undersøkelsen. Figur 5 viser hva foreldrene til 1–17-åringer svarer.

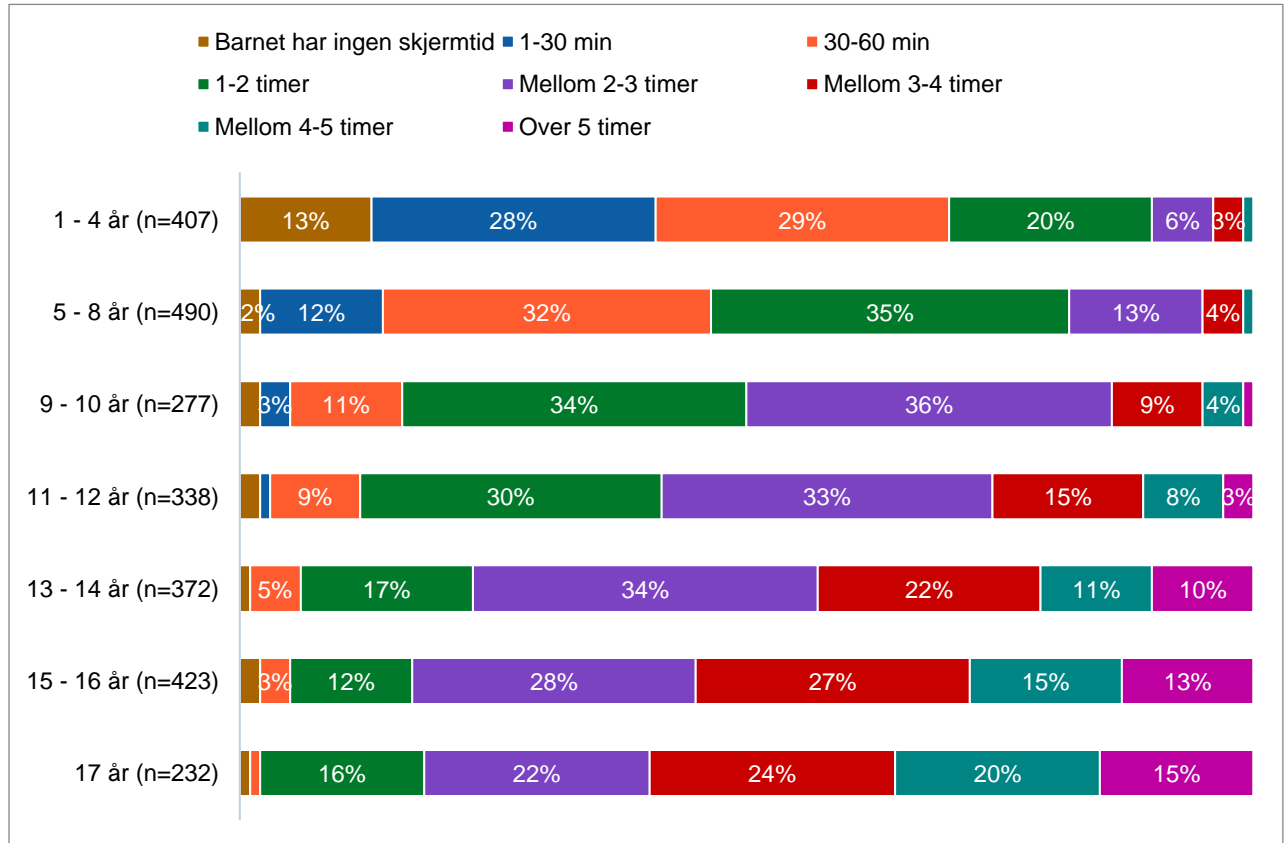
Figur 5. «Hvor mye skjermtid totalt (TV, pc, mobil) vil du anslå at barnet i snitt har hver dag?». Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet: 2539.



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

Bryter vi ned på alder (figur 6) finner vi store forskjeller i skjermtid.

Figur 6. «Hvor mye skjermtid totalt (TV, pc, mobil) vil du anslå at barnet i snitt har hver dag?». Prosent. Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart i hver gruppe er oppgitt i parentes.

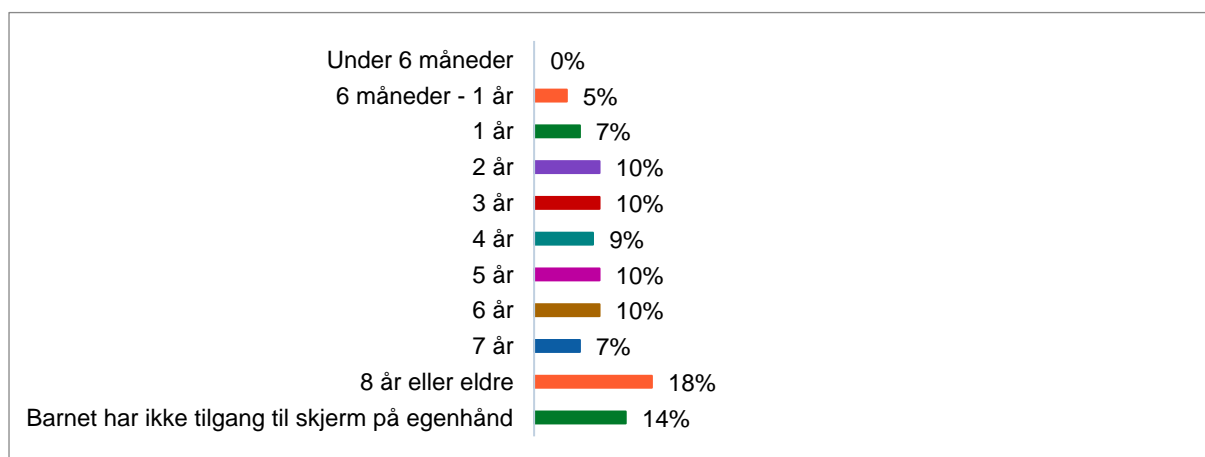


- 1–4-åringar har klart minst skjermtid i løpet av en dag. 13 prosent av foreldrene i denne gruppen svarer at barnet ikke har noen skjermtid, mens denne andelen er to prosent eller mindre for de andre aldersgruppene. 57 prosent av barna i den yngste gruppen bruker skjerm mindre enn 60 minutter om dagen.
- Skjermtiden øker med alder. Vi finner at allerede blant 9–12 åringar har halvparten av barna minimum to timer skjermtid per dag. Tilsvarende andel for 15–17-åringar 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 egenhånd?

Foreldrene ble deretter spurt om hvor gammelt barnet var da det fikk tilgang på skjerm på egenhånd. Det spesifiseres at det gjelder levende bilder på TV, PC, nettbrett, mobil, og at det ikke gjelder stillbilder. Figur 7 viser hvor gamle 1–17-åringene var da de fikk tilgang på skjerm på egenhånd, ifølge foreldrene. Det stor spredning i når barnet fikk tilgang på skjerm.

Figur 7. «Hvor gammelt var barnet når det fikk tilgang på skjerm på egenhånd? Gjelder levende bilder på tv, pc, nettbrett, mobil, ikke stillbilder.» Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet: 2 533.

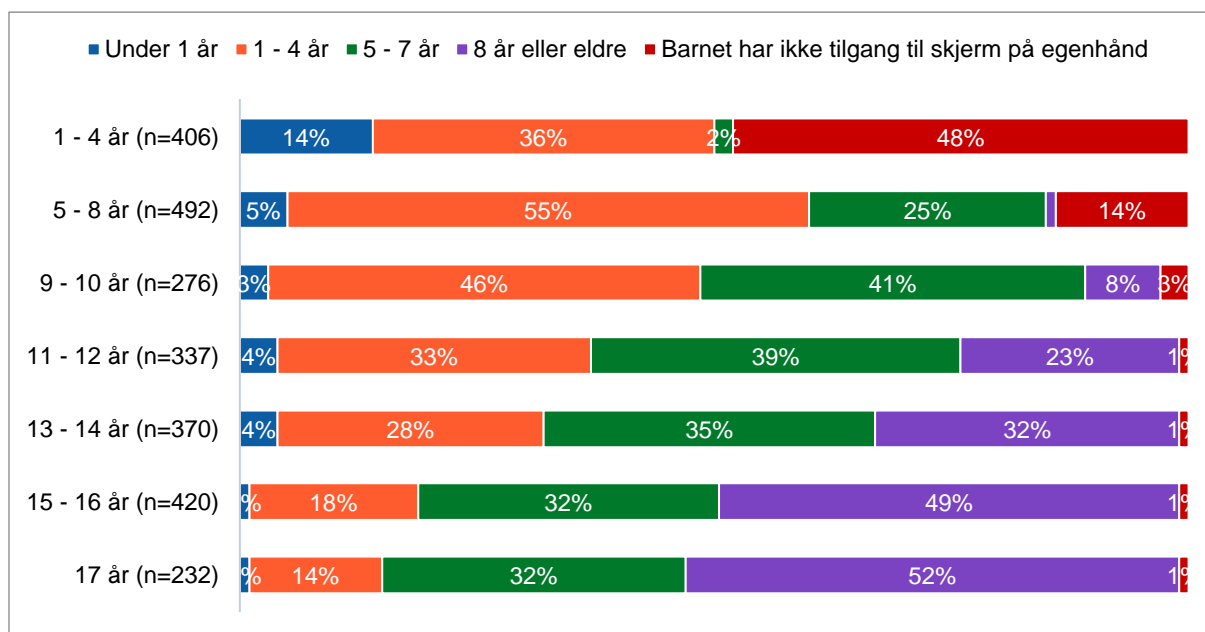


Det er også store forskjeller i hvordan foreldrene svarer på dette spørsmålet når vi bryter ned på barnets alder, slik det kommer frem i Figur 8:

- Blant de aller yngste (1–4 år), har halvparten ikke fått tilgang på skjerm på egenhånd. Det er likevel i denne gruppen barna har fått tilgang på skjerm tidligst. 14 prosent har fått tilgang før de fylte ett år. I de andre aldersgruppene er tilsvarende andel på 1–5 prosent.
- Også barn i alderen 5–8 år har fått tilgang på skjerm på egenhånd tidligere enn de eldre barna. 60 prosent av barna i alderen 5–8 år fikk tilgang på skjerm før de fylte 5 år. Denne andelen synker med alder og blant de eldste barna (17-åringene) fikk 15 prosent tilgang på skjerm på egenhånd før de fylte 5 år.
- Blant ungdom som er 15 år og eldre, fikk halvparten tilgang på skjerm på egenhånd da de var 8 år eller eldre.

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

Figur 8. «Hvor gammelt var barnet når det fikk tilgang på skjerm på egenhånd? Gjelder levende bilder på tv, pc, nettbrett, mobil, ikke stillbilder.» Prosent. Kategoriene er slått sammen. Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart i hver gruppe er oppgitt i parentes.



Det er få forskjeller mellom foreldrenes utdanningsnivå og barnas tilgang på skjerm. Dersom vi kontrollerer for alder på barna, finner vi likevel en forskjell mellom hvordan foreldre med ulikt utdanningsnivå svarer for de yngste barna (1–4 år). Flere med universitet- eller høyskoleutdanning med mer enn 4 års varighet svarer at barnet fikk tilgang på skjerm på egenhånd før det var ett år, enn det er blant de med lavere universitets- eller høyskoleutdanning eller grunnskoleutdanning. Henholdsvis svarer 20 prosent, ni prosent og åtte prosent dette. Det er derimot flere av foreldrene til 5–10-åringene med høy utdanning som svarer at barnet ikke har tilgang på skjerm, sammenlignet med foreldrene med lav utdanning. Mønsteret er altså ikke entydig.

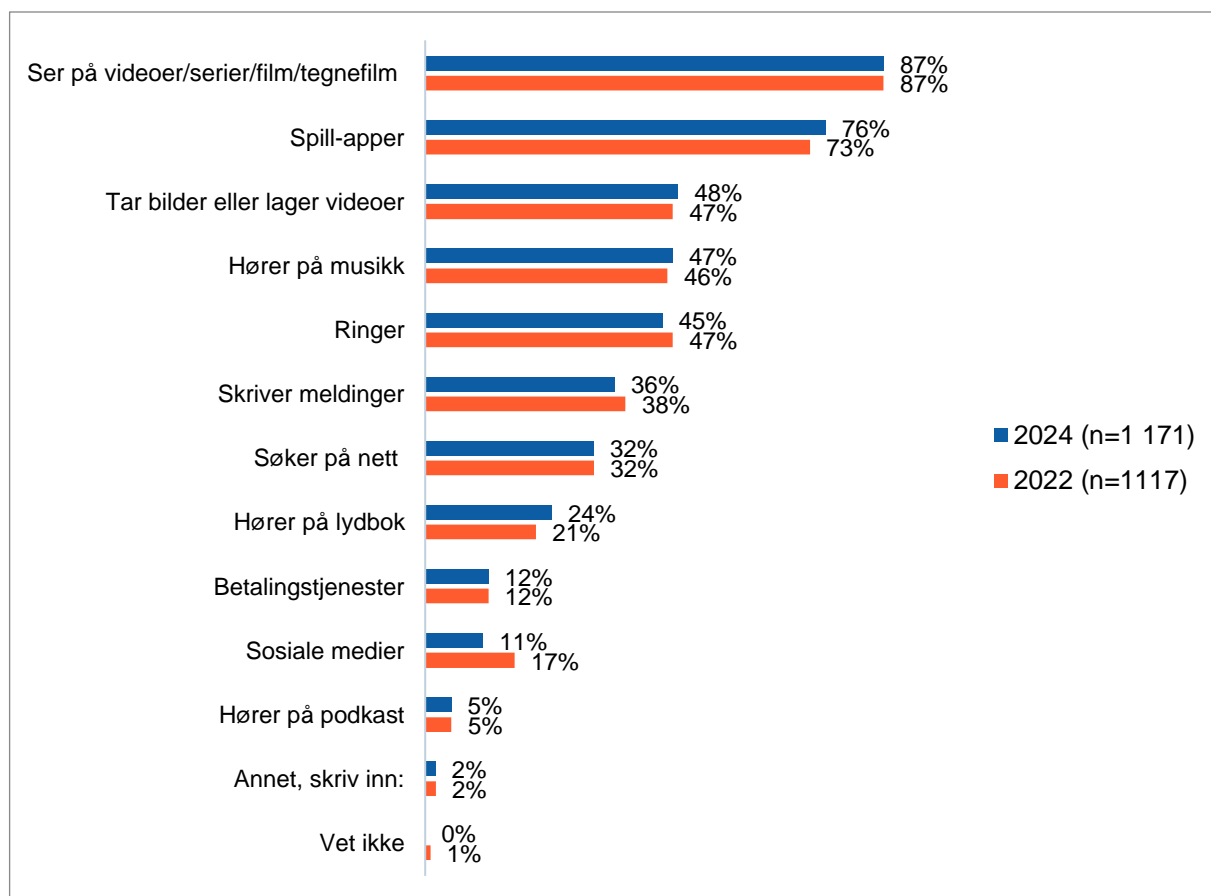
## Hva bruker 1–12-åringer mobil og nettbrett til?

Foreldrene av barn mellom 1–12 år blir spurt om hva barnet som har tilgang til mobil eller nettbrett, bruker mobilen eller nettbrettet til. Som tidligere nevnt har 74 prosent av 1–12-åringer tilgang til mobil og/eller nettbrett.

Figur 9 viser hva foreldrene svarer 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 (syv av ti). Det er ingen endringer sammenlignet med i 2022.
- Som før oppgir halvparten av foreldrene at barnet tar bilder eller lager videoer, hører på musikk eller ringer.
- Som i 2022 oppgir en av tre at barnet skriver meldinger eller søker på nett.
- Like mange som tidligere hører på lydbok, bruker betalingstjenester eller hører på podkast.
- Det er en nedgang på seks prosentpoeng i andelen som bruker mobil eller nettbrett til sosiale medier (fra 17 prosent til 11 prosent). I kapittelet om hyppigheten av mediebruk presenterer vi også funn knyttet til at minimum ukentlig bruk av sosiale medier har gått ned blant 9–12-åringer fra 2022 til 2024.

Figur 9. «Hva gjør barnet ditt på nettbrett/mobil?» Flere svar mulig. Prosent. Brutt ned på årstall. Foreldre med barn fra 1–12 år har blitt spurt. Antall som har svart per år er oppgitt i parentes.

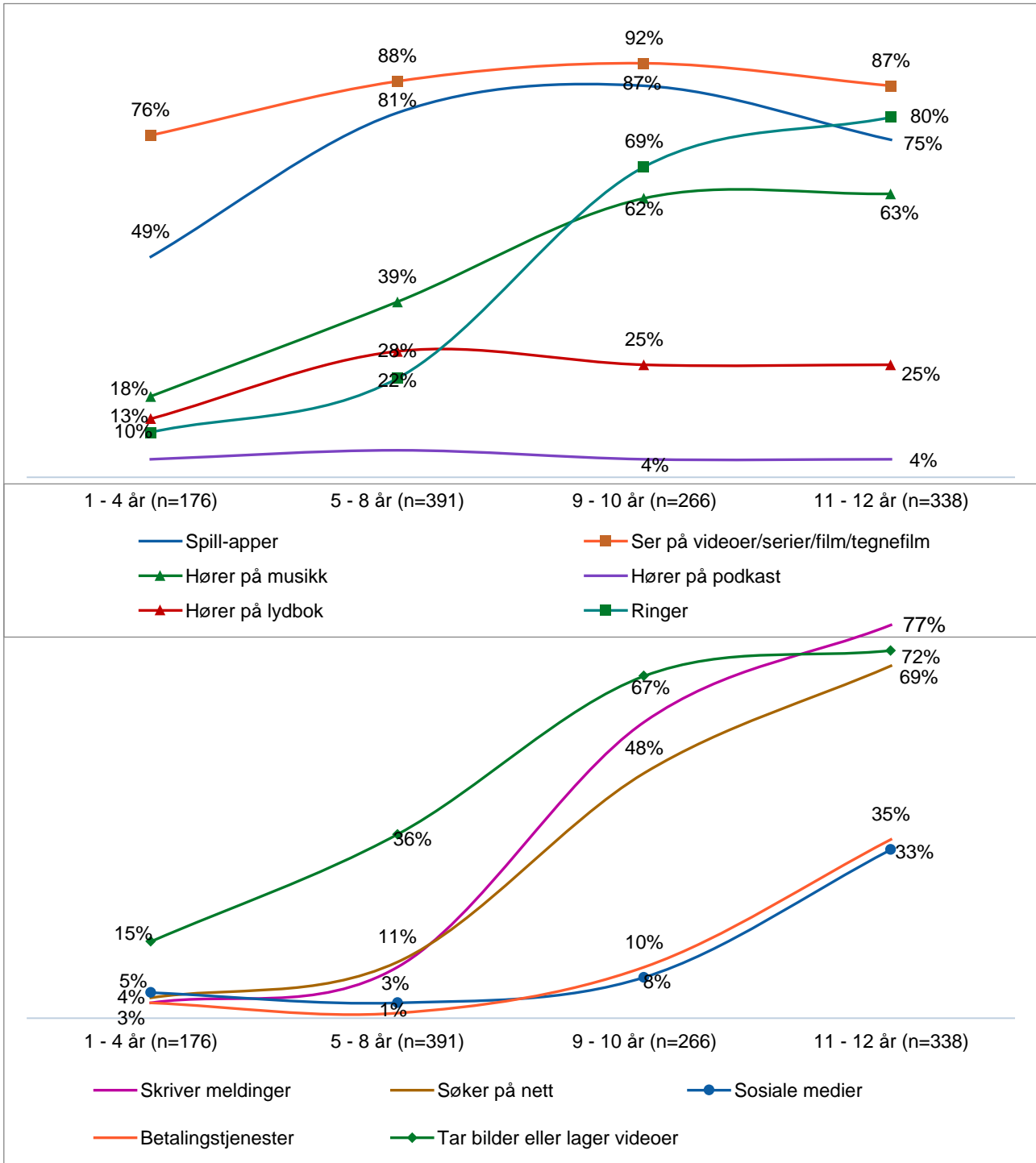


Figur 10 viser hvordan bruken av mobil og nettbrett varierer med alderen, og at de eldre barna har en mer variert bruk av mobil og nettbrett enn de yngre.

- I alle aldersgrupper benytter flesteparten mobil og nettbrett for å se på videoer (minimum syv 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 barnet har nådd denne alderen.
- Å skrive meldinger og å søke på nett øker med alder, særlig fra barna er over 8 år.
- Bruken av sosiale medier og betalingstjenester er begrenset før barna når 11–12-årsalderen, da den øker fra ti prosent til over 30 prosent.

- 10 prosent av barn i alderen 1–4 år hører på lydbok, og bruken flater ut på nærmere 25 prosent etter at barna har blitt over 5 år.
- Det er ingen forskjell mellom aldersgruppene når det gjelder å lytte til podkast. fire prosent oppgir at barnet gjør dette.

Figur 10. «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. Antall som har svart på spørsmålet per gruppe er oppgitt i parentes.



Det er totalt sett få forskjeller mellom kjønnene når det gjelder aktiviteter på mobil og nettbrett, men bryter vi ned på både kjønn og alder for de seks vanligste aktivitetene, 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?

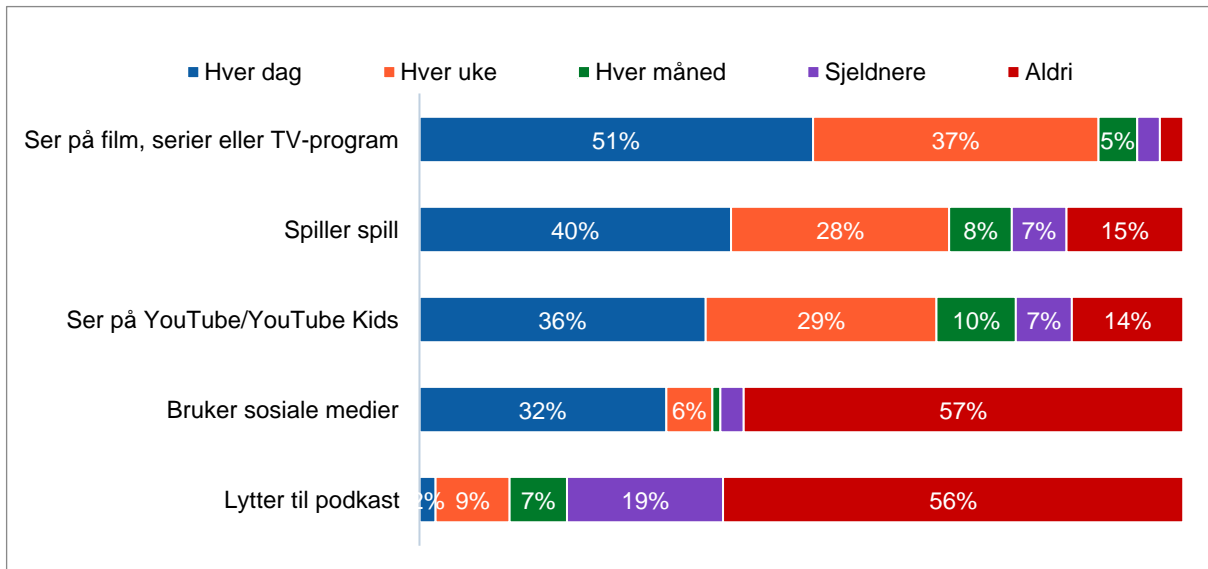
Alle foreldre fikk spørsmål om hvor ofte barn gjør forskjellige medieaktiviteter (å spille, se på film, serier eller TV, bruke sosiale medier, se på YouTube og lytte til podkast). Foreldre med barn i skolealder (6–17 år) fikk også spørsmål om hvor ofte barnet bruker nettet til skolearbeid eller lekser,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

Blant 1–17-åringene ser halvparten på film, serier eller TV-program hver dag (Figur 11) 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 barnet daglig ser på film, serier eller TV-programmer i 2024 enn i 2022 (51 mot 45 prosent).
- Det er også flere som oppgir at barnet daglig spiller spill i 2024 enn i 2022 (40 mot 36 prosent).
- Det er færre som oppgir at barnet 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.

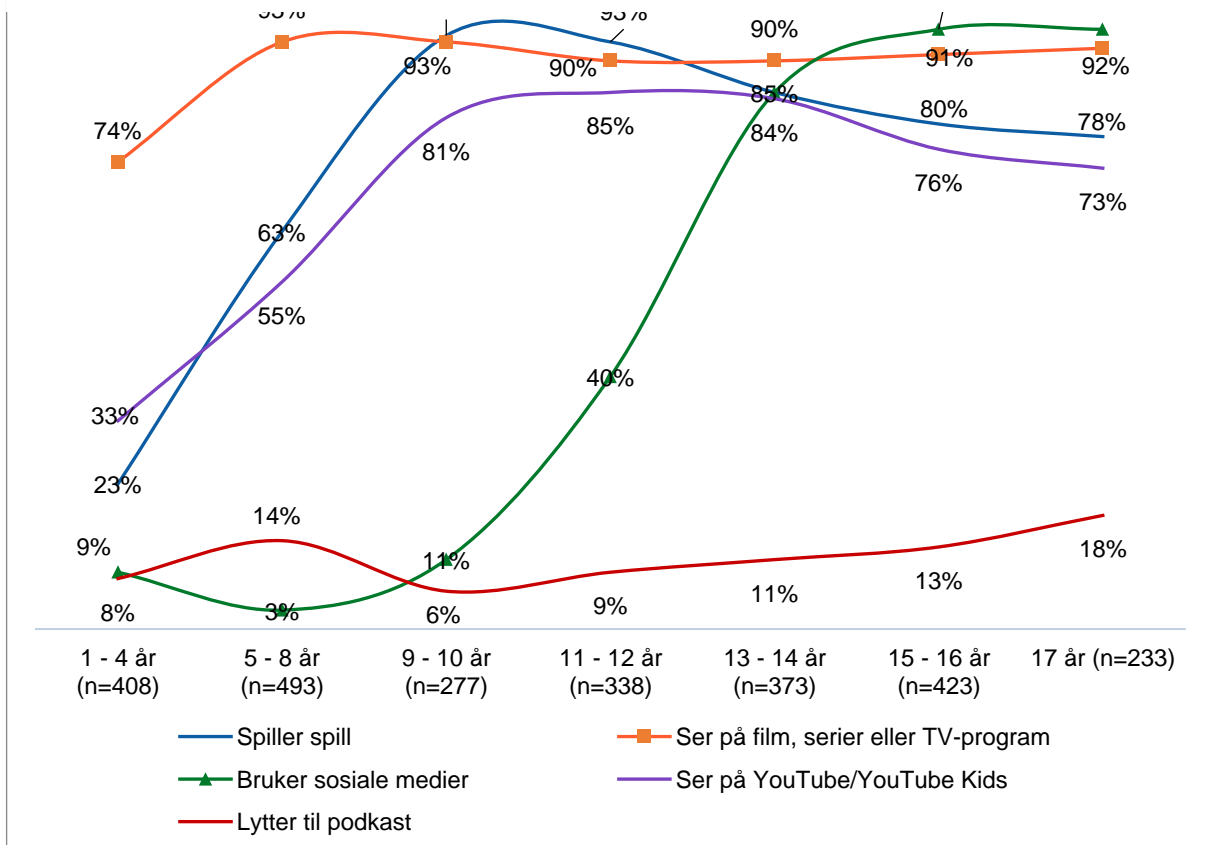


Figur 11. «Hvor ofte...» Prosent. «Vet ikke om barnet gjør dette» og «Vet ikke hvor ofte barnet gjør dette» er tatt ut av figuren, da få svarte dette (under 5 prosent). Alle har blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet: 2 544.



I figur 12 er kategoriene «daglig» og «ukentlig» slått sammen, og vi ser at på tvers av medieaktivitetene øker bruken med alder.

Figur 12. «Hvor ofte». Kategoriene «Daglig» og «Ukentlig» er slått sammen. Prosent. Alle har blitt spurt. Antall 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. Som vi diskuterer nærmere i kapittelet om spilling, skyldes nedgangen hovedsakelig at jenter over 12 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.
- Jenter ser også i større grad på film, serier eller TV *daglig* enn det gutter gjør, og denne forskjellen gjelder særlig fra barna kommer i 11–12-årsalderen.

**Bruke sosiale medier:** En 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, og blant de som er eldre er den ukentlige bruken 95 prosent.

- Sammenlignet med i 2022, er det noen endringer i minimum ukentlig bruk blant de ulike aldersgruppene. Blant de yngste (1–4 år) har bruken gått opp fra 1 prosent i 2022 til åtte prosent i 2024. For 5–8-åringene er det ingen endring, men for 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 i 2022 52 prosent og i 2024 40 prosent, og for 13–14-åringene i 2022 91 prosent og i 2024 85 prosent. 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 side 13). 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-åringer, 69 mot 83 prosent blant 13–14-åringer og 83 mot 94 prosent blant 15–17-åringer). Guttene bruker også sosiale medier, men flere svarer da ukentlig eller sjeldnere.

**Ser på YouTube eller YouTube Kids:** en av tre småbarn i alderen 1–4 år bruker YouTube eller YouTube Kids minimum ukentlig. Andelen øker med alder til barna kommer i 11–12-årsalderen, hvor 85 prosent bruker 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 gutter i større grad benytter YouTube eller YouTube Kids enn det jenter gjør (72 mot 57 prosent). Dette kan skyldes at gutter 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-åringer, bruker betraktelig flere gutter enn jenter i samme aldersgrupper YouTube og YouTube Kids daglig. Forskjellen er størst blant 17-åringer, hvor 58 prosent av guttene og 34 prosent av jentene ser på YouTube eller YouTube Kids daglig.

**Lytter til podkast:** Det er en svak økning i andelen som lytter til podkast med alderen. Ni prosent av 1–4-åringer og 18 prosent av 17–18-åringer 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 i 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.

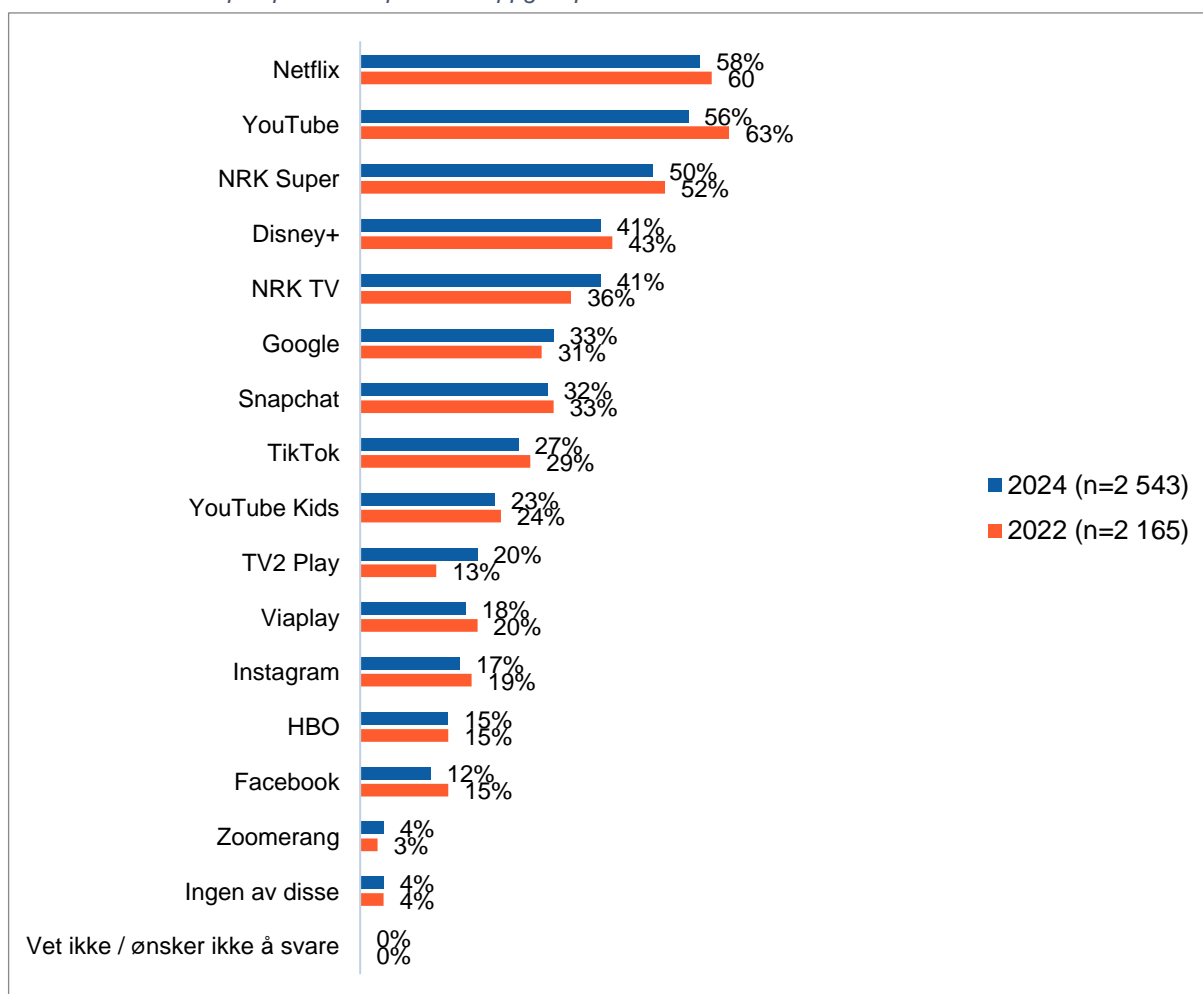
## Hvilke tjenester bruker barn?

I dette kapitlet 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 at barnet bruker Netflix (58 prosent), deretter YouTube (56 prosent), etterfulgt av NRK Super (50 prosent) (Figur 13). 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:

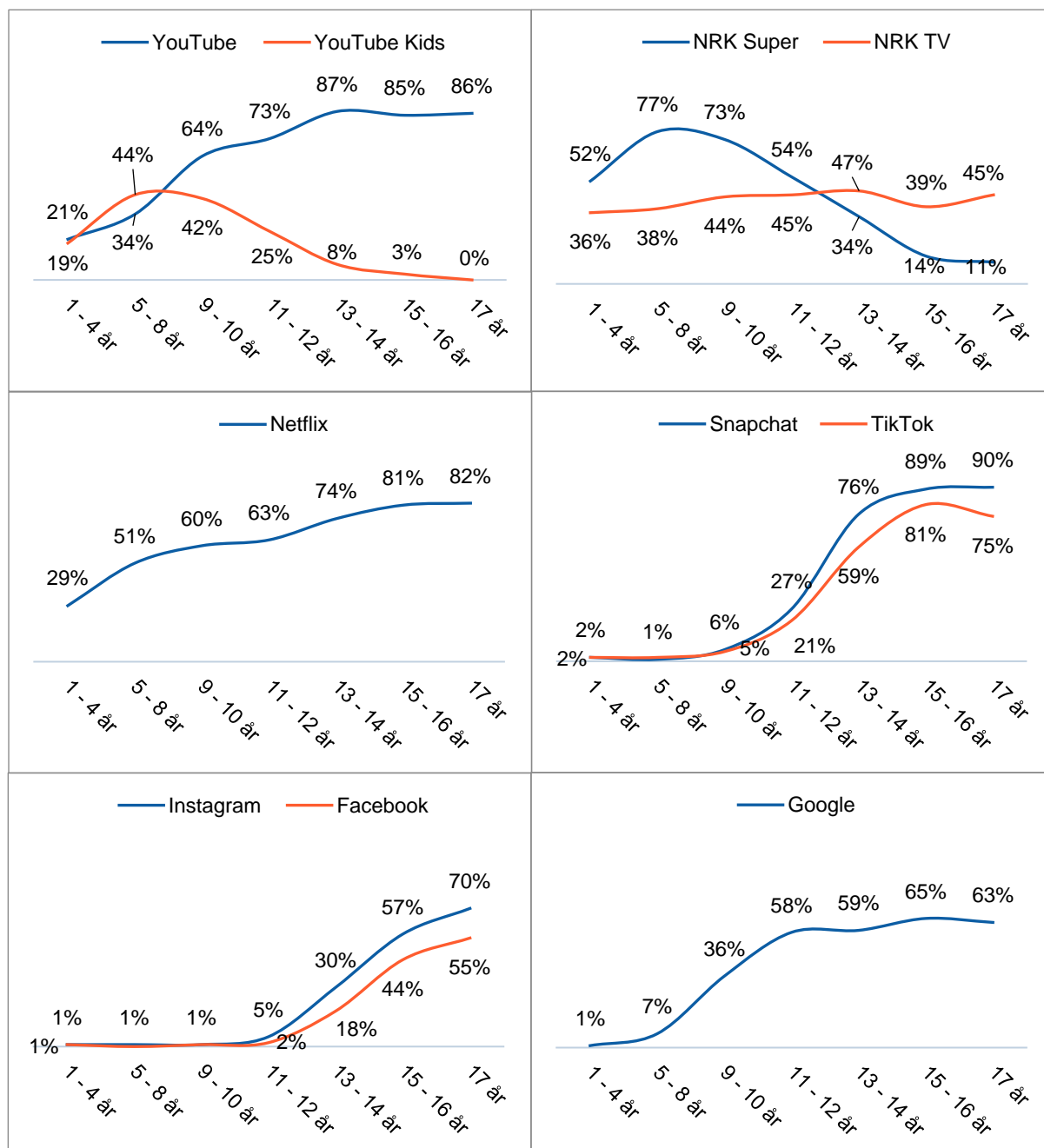
- Færre foreldre oppgir i 2024 at barnet deres bruker YouTube og Facebook enn i 2022.
- Det er derimot flere som oppgir at barnet bruker NRK TV og TV2 Play.

Figur 13. «Bruker barnet ditt noe av dette?» Flere svar mulig. Prosent. Brutt ned på årstall. Alle har blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet per år er oppgitt i parentes.



Figur 14 viser hvordan bruken av ulike tjenester endres med alder.

Figur 14. «Bruker barnet ditt noe av dette?» Flere svar mulig. Prosent. Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålet per gruppe er oppgitt i parentes



**YouTube og YouTube Kids:** YouTube brukes av alle aldersgrupper, men bruken øker med alder. 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 alder.

- 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 barn gjør.
- Gutter i alderen 1–5 år bruker YouTube Kids mer enn jenter i samme alder (24 mot 13 prosent), mens jenter i alderen 11–12 år bruker det mer enn gutter i 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-åringer 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 jenter i alderen 9–10 år, 13–14 år og 17 år seg fra guttene i samme alder. I disse aldersgruppene bruker ca. 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, hvor totalt 62 prosent jenter og 45 prosent gutter bruker NRK Super.

**Netflix og andre strømmetjenester:** Av strømmetjenester man betaler for, bruker flest barn og unge Netflix, ifølge foreldrene. Bruken øker jevnt med alder, fra 29 prosent av 1–4-åringer til over 80 prosent av ungdom 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-åringer i mindre grad bruker Netflix enn jenter i samme alder.
- Bruken av Viaplay, TV2 Play og HBO øker jevnt med alder. Bruken av Viaplay og TV2 er nokså lik i de ulike aldersgruppene. Bruken av HBO øker med alder. Blant de yngste barna (1–4 år) bruker to prosent denne tjenesten, mens 40 prosent av 17-åringer 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-åringer 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 jenter i alderen 13–17 år Snapchat, mot 79 prosent av gutter i samme alder. 78 prosent av jentene bruker TikTok, og 65 prosent av guttene gjør det.
- Dette bekrefter resultatene knyttet til hvilke medieaktiviteter tenåringer 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 alder, og 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 gutter og 20 prosent jenter i alderen 1–17 år Instagram.
- Kjønnsforskjellene er størst fra 13–14-årsalderen, hvor 39 prosent av jenter og 22 prosent av gutter 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 gutter og 14 prosent av jenter i alderen 1–17 år Facebook.

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

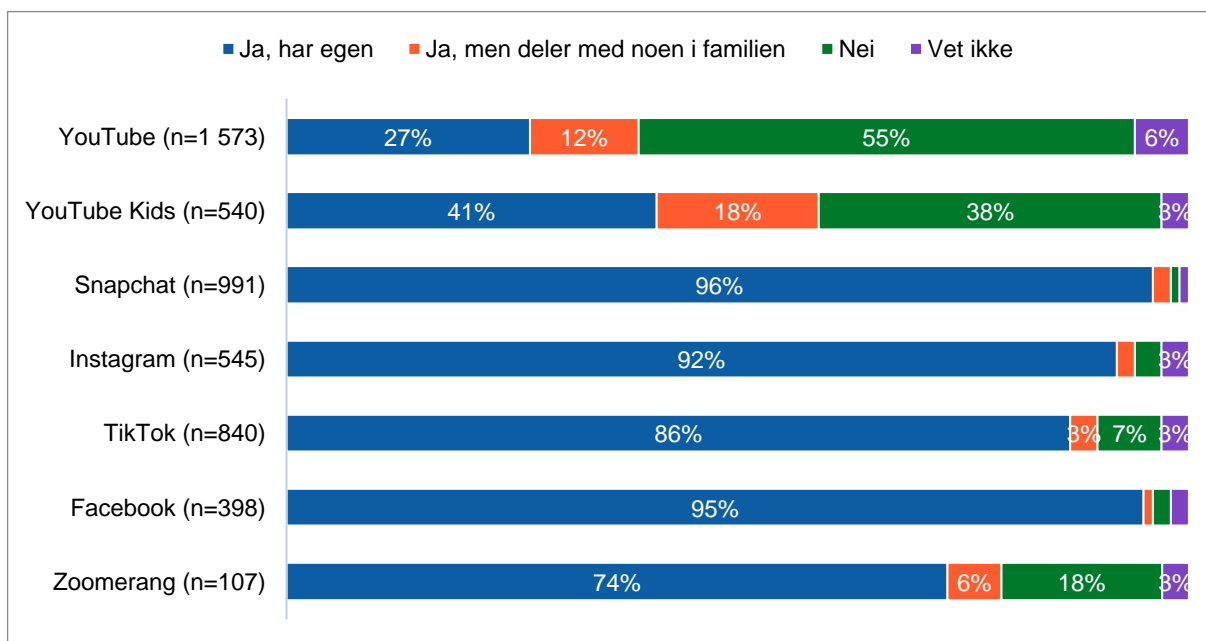
- Det er ingen kjønnsforskjeller i bruken av Google.

## Har barn egne profiler?

Foreldre som oppgir at barnet bruker YouTube, YouTube Kids, Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook og Zoomerang, ble også stilt spørsmål om barnet har en bruker eller profil på plattformene de bruker. Foreldrene kan svare at barnet har egen profil, deler med noen i familien eller ikke har profil. Dette spørsmålet er 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 15). Det er ikke vanlig å dele profil på disse mediene. 74 prosent av brukerne av Zoomerang har egen profil, 41 prosent av brukerne av YouTube Kids og 27 prosent av YouTube-brukerne har det. At det er relativt få som har egen YouTube-brukere 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 foreldereren må gjøre det på vegne av barnet.<sup>4</sup>

Figur 15. «Har barnet ditt bruker/ profil på...?». Prosent. De som oppgir å bruke de ulike tjenestene blir stilt spørsmålet. Antall som har svart på spørsmålet er oppgitt i parentes.



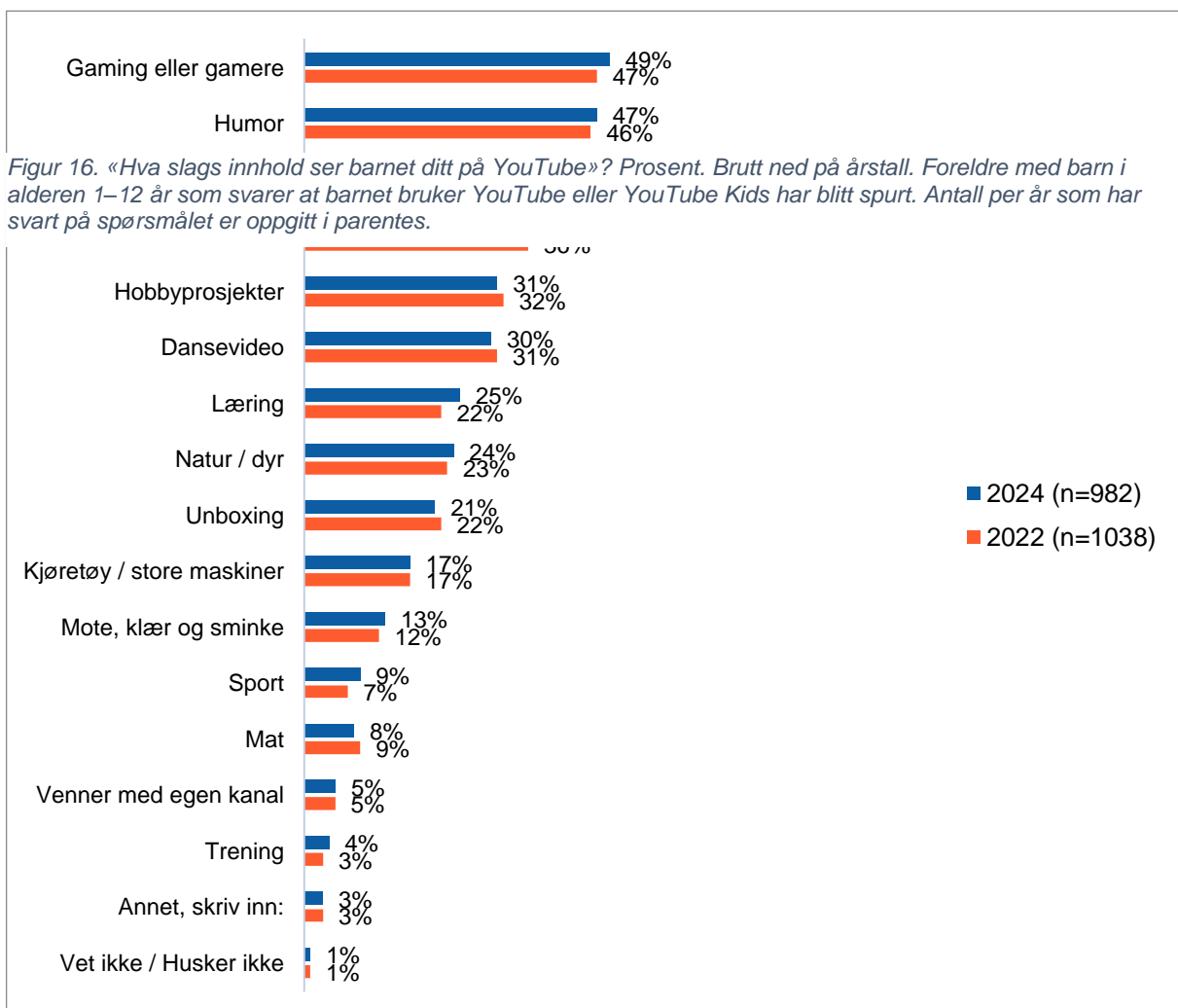
<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/kids/>



Som tidligere vist er det svært få blant de yngste aldersgruppene som bruker de ulike sosiale mediene overhode, og 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 8 år som bruker denne tjenesten, men ser vi på 9–17-åringene, øker andelen som har egen profil med alder. 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 som har egen profil. Blant de som bruker YouTube Kids i alderen 1–12 år, er det likevel liten forskjell i hvor mange som har privat bruker i de ulike aldersgruppene.

## Hva slags innhold ser barna på YouTube?

Foreldrene til barn i alderen 1 til 12 år som oppga at barnet bruker YouTube eller YouTube Kids, ble spurt om hva slags innhold barnet ser på YouTube. Figur 16 viser hva foreldrene svarer at barnet ser



Figur 16. «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 har blitt spurt. Antall per år som har svart på spørsmålet er oppgitt i parentes.

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 barn ser på YouTube, sammenlignet med i 2022.

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 barn mest?

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

Figur 17. «Hvilke nettsider eller apper bruker barnet ditt?». De 30 mest svarte tingene. Svar færre enn fem respondenter har notert, er utelatt.



Figur 17 viser de 30 mest brukte appene og tjenestene som foreldrene har notert. De 10 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 barnet bruker Roblox, ti prosent Minecraft og seks prosent Fantorangen. Bruken av både Roblox og Minecraft øker med alder. 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 10 mest brukte, finner vi at Google, TikTok, Spotify, Zoomerang, Snapchat og TV2 Play også nevnes ofte.