

Ungar & medier 2012/13

**Fakta om barns och
ungas användning
och upplevelser
av medier**

Innehåll

Förord	4
Inledning, bakgrund, metod och läsanvisning	5
Sammanfattning	6
1. Är du pojke eller flicka?	10
2. Hur mycket fyller du i år?	10
3. Har du syskon?	11
4. Har du tillgång till något av följande ...?	13
5. Har du en mobiltelefon?	14
6. Vad brukar du använda mobiltelefonen till?	15
7. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du ...?	18
8. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid ...?	21
9. Är du oftast själv eller är du tillsammans med andra när du ...?	28
10. Vilka tv-program eller tv-serier brukar du titta på?	29
11. Några frågor om nyheter.	31
12. Hur upplever du nyheterna du ser?	34
13. Brukar du spela datorspel/tv-spel?	35
14. Vilka datorspel/tv-spel spelar du oftast?	37
15. Har du spelat spel med någon av dessa åldersgränser?	40
16. Hur ofta brukar du göra följande på internet på din fritid?	41
17. Vilka sociala sajter (t.ex. Facebook) är du medlem på?	42
18. Vilka sajter besöker du oftast?	44
19. Har det hänt att någon mot din vilja har kontaktat dig på nätet för att prata om sex under det senaste året?	46
20. Om du har svarat Ja på fråga 19: Vad hände?	47
21. Har du sett porr på nätet under det senaste året?	48
22. Om du kommit i kontakt med porr på nätet, hur gick det till?	49
23. Om du har kommit in på en sajt med porr, hur upplevde du det?	50
24. Vad tycker du om reklam på tv?	51
25. Vad tycker du om reklam på internet?	52
26. Känner du någon som råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året?	53

27. Har du själv råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året?	54
28. Har du själv gjort något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året?	55
29. a) Har du någon gång gjort en anmälan om något som inträffat på nätet?	56
30. Fick du någon hjälp av den du anmälde till?	58
31. Finns det något innehåll i tv, film, spel eller på internet som du blivit rädd, ledsen eller deppig av?	59
32. Om du tänker på vardagar. Hur sent får du ...?	60
33. Brukar du och dina föräldrar bli osams om ...?	61
34. Om du har svarat att du och dina föräldrar brukar bli osams om något av det som nämns ovan, beskriv närmare vad ni brukar bli osams om.	62
35. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om följande aktiviteter?	63
36. Hur intresserade tycker du att dina föräldrar/andra vuxna du bor med är av följande saker?	64
37. Vad tycker du om att det finns åldersgränser på ...?	65
38. Tror du att barn och unga kan påverkas negativt av ...?	67
40. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt ...?	70

Förord

Nya medier – är de verkligen så nya? Nej, verkligen inte. ARPANET, som kom att utvecklas till internet sjösattes 1969, för mer än 40 år sedan. Det kommersiella internet fick sitt genombrott för allmänheten under 90-talets början, för två decennier sedan. Den första framgångsrika tv-spelskonsollen, Pong, kom 1975. 2014 fyller de sociala mediernas obestridde kung Facebook 10 år.

Det vi kallar nya medier är för många idag helt integrerade delar av vardagslivet. Särskilt gäller det barn och unga som växt upp med dem och som tar dem mer eller mindre för givna. Att vara online håller på att bli ett normaltillstånd och brist på mobiltäckning eller wifi är snarast ett irriterande undantag.

Allt fler barn och unga tillbringar också allt mer tid med olika onlineaktiviteter och – framför allt – användarna blir allt yngre. Den genomsnittliga debutåldern för internetanvändning, d.v.s. den ålder då mer än 50 % av barnen använder internet, var 2005 nio år. Idag är den tre år. Så sent som 2010 använde bara 12 % av 15-åringarna mobilen för att koppla upp sig mot internet. Nu gör 94 % det. Dagens åttaåringar mobilsurfar i samma utsträckning som 15-åringarna 2010.

Vad gör barn och unga egentligen på nätet och hur ofta och länge gör de det? Vad händer när nio av tio ungdomar har internet i fickan och kan vara uppkopplade dygnet runt? Vad upplever barn och unga som obehagligt online, på film eller på tv? Leder den ökande medieanvändningen till ökad nätmobbning och konflikter i familjen? Dessa frågor besvaras åtminstone delvis i denna rapport.

Ungar & medier genomförs nu för femte gången sedan 2005. Rapporten är resultatet av en enkätundersökning som kartlägger medievanor hos barn mellan 0 och 18 år och attityder om medier. Resultatet publiceras i två rapporter: Småungar & medier om barn 0–8 år och Ungar & medier om barn och unga 9–18 år. Syftet är att tillhandahålla en kunskapsbank och faktakälla som är lättillgänglig för föräldrar, lärare och andra som arbetar med eller intresserar sig för barn och unga och deras medievardag. Båda rapporterna finns tillgängliga för nedladdning på www.statensmedierad.se/ungarochmedier.

Ewa Thorslund
Direktör för Statens medieråd

Statens medieråd är en myndighet som har i uppdrag att verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan. Myndigheten ska också följa medieutvecklingen när det gäller barn och unga samt sprida information och ge vägledning om barns och ungas mediesituation.

Inledning, bakgrund, metod och läsanvisning

Rapporten Ungar & medier är en redovisning av resultaten från undersökningen av medievanor och attityder kring medier hos barn 9–18 år. Genomgående redovisas resultatet fördelat på tre åldersgrupper, vilka omnämns endast med siffror i löpande text: 9–12 (år), 13–16 (år) samt 17–18 (år). Ungar & medier genomfördes tidigare 2005, 2006, 2008 och 2010 av kommittén Medierådet som upphörde 31/12 2010 då myndigheten Statens medieråd bildades. Tidigare studier sträckte sig dock endast upp till 16 års ålder, varför resultaten från gruppen 17–18 år inte kan jämföras med de tidigare undersökningarnas resultat. Medielandskapet förändras snabbt, och nya frågeställningar tillkommer medan andra förlorar sin relevans. 2012/13 års enkäter har också utformats i samarbete med Medietilsynet och Centralen för mediefostran och bildprogram, de norska och finska motsvarigheterna till Statens medieråd, i syfte att göra en gemensam nordisk rapport med jämförbara data. Detta har inneburit att vissa frågor omformulerats och svarsalternativ har ändrats, vilket gör att direkta jämförelser över tid inte alltid kan göras. Undersökningarna 2005, 2006 och 2008 skiljer sig så mycket från föreliggande studie att de inte använts som jämförelsematerial. I de fall det finns jämförbara data från undersökningen 2010 redovisas dessa i löptext och tabeller. Parallellt med denna rapport publiceras också Småungar & medier 2012/13, där föräldrar till barn 0–8 år tillfrågats om barnens medievanor och deras egna attityder kring medier.

Underlaget för denna rapport består av två olika postala enkäter som sändes ut till 1 000 barn 9–12 år och 1 000 barn 13–18 år. För att kunna jämföra med tidigare studier har det senare åldersintervallet delats in i två åldersgrupper i analysen: 13–16 och 17–18. Statistiska centralbyrån genomförde datainsamlingen. Urvalet av respondenterna är ett obundet slumpmässigt urval. Datainsamlingen pågick mellan 26 oktober 2012 och 16 januari 2013. Svarefrekvensen är 42,1 % för 9–12 år och 40,3 % för 13–18 år. Detta är förhållandevis lågt jämfört med tidigare Ungar & medier-undersökningar. Sjunkande svarefrekvenser är inget unikt för Ungar & medier, eller ens för medievaneundersökningar, utan något som iakttagits under lång tid vid olika typer av enkätundersökningar med slumpvisa urval, både i Sverige och internationellt. Orsakerna till detta är inte helt klarlagda, men ett rimligt antagande är att ett generellt ökande antal undersökningar – såväl akademiska som marknadsundersökningar – lett till en obenägenhet att svara på enkäter hos allt fler. Framtiden får utvisa om det är möjligt att fortsätta med enkätundersökningar med obundna slumpmässiga urval eller om man får använda sig av alternativa metoder för datainsamling.

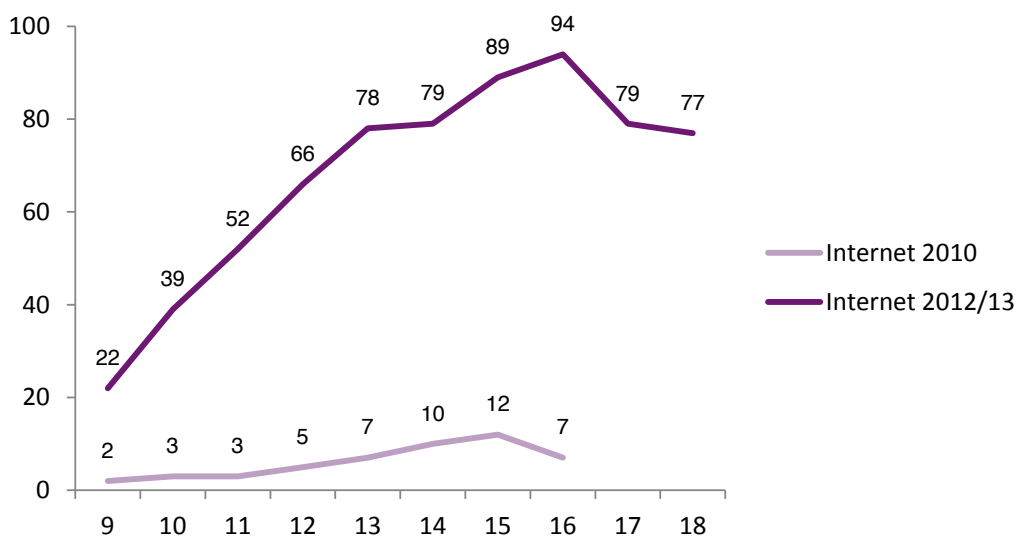
Mer detaljerad information om datainsamling och -bearbetning finns i bilaga 1.

Sammanfattning

I detta avsnitt sammanfattas de resultat där skillnaderna är störst mellan olika grupper eller där det skett en påtaglig utveckling jämfört med Ungar och medier 2010.

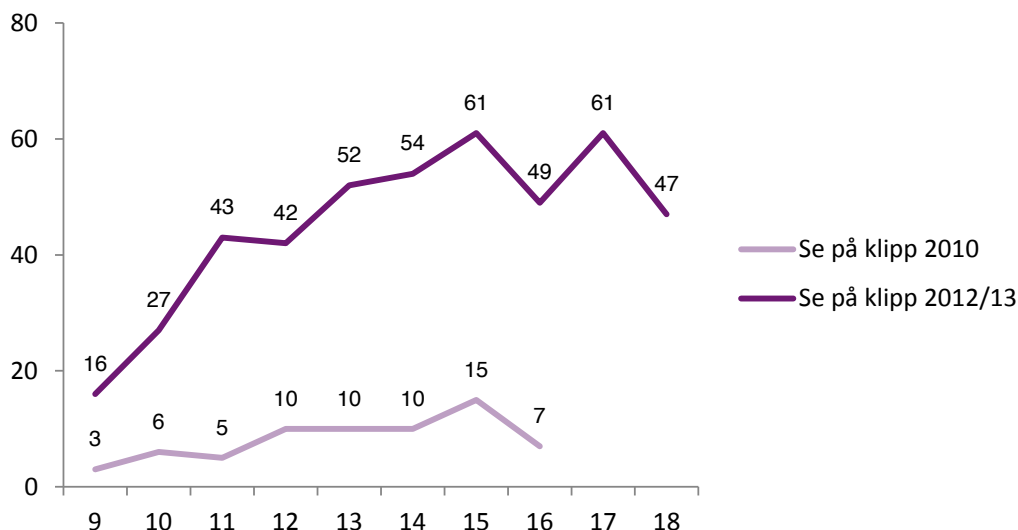
Undersökningen visar att mobilinnehavet bland barn och unga främst ökar bland de yngre. I åldersintervallet 13–16 har innehavet sedan 2010 varit nära hundra procent (96 % 2010, 99 % 2012/13). Bland 9–12-åringarna har andelen som äger egna mobiler ökat från 81 % till 86 % 2012/13. Tidigare undersökningar saknar frågor om huruvida respondenterna har en smart mobil med pekskärm eller en traditionell mobiltelefon. 2012/13 visar det sig att smarta mobiler dominerar: 62 % av 9–12 äger sådana, 89 % av 13–16 och 84 % av 17–18. Trots att det saknas uppgifter om innehav av smarta mobiler i tidigare Ungar & medier, kan man sluta sig till att det var betydligt lägre utifrån hur respondenterna anger att de använder mobilerna. Exempelvis har både att använda internet på mobilen och att se på filmklipp ökat kraftigt.

Vad brukar du använda mobilen till? Internet, 2010 och 2012/13 (%)



Som framgår av diagrammet ovan är skillnaderna mellan 2010 och 2012/13 större ju äldre respondenterna är. Detta kan dels förklaras av att de äldre i högre grad har en smart mobil – som är bättre lämpade för internetbruk än traditionella mobiler – dels av att internetabonnemang till mobilen trots prissänkningar sedan 2010 fortfarande är en kostnadsfråga och de äldre i regel har mer pengar att röra sig med.

**Vad brukar du använda mobilen till?
Se på film/videoklipp, 2010 och 2012/13 (%)**



Att se på film/videoklipp i mobilen är även det en aktivitet som ökar med respondenternas ålder och som har ökat kraftigt sedan 2010. Det går visserligen att se på filmer eller klipp som är sparade i mobilen men endast en handfull individer har angett att de ser på klipp utan att använda internet. Att se på film eller videoklipp i mobilen kan alltså i hög utsträckning ses som en del av att använda mobilt internet. En smart mobil är betydligt mer lämpad för dessa aktiviteter än traditionella mobiler. Detsamma gäller – om än i mindre utsträckning – mobilaktiviteter som spelande, fotografering och filmande. Även dessa användningsområden har ökat sedan 2010.

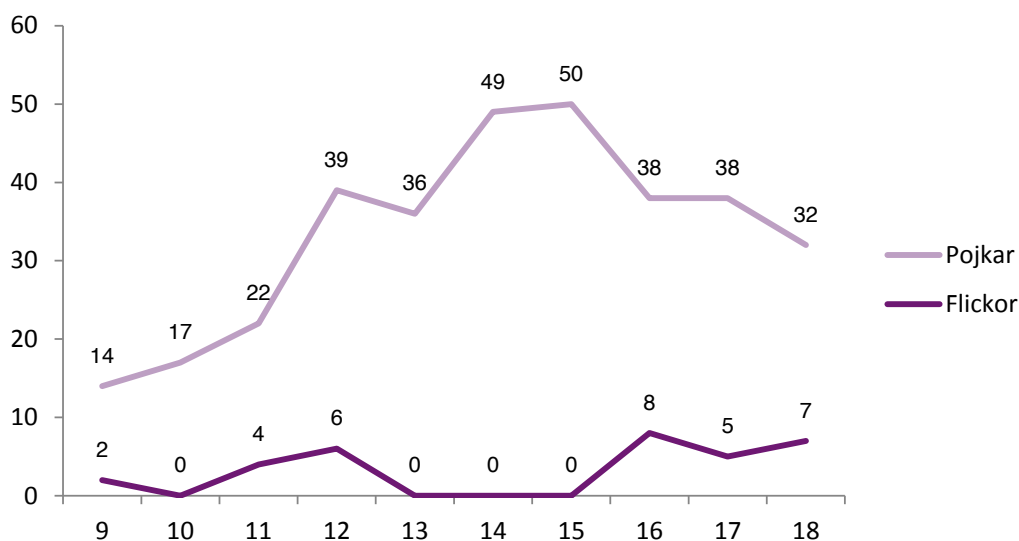
Användningen av mobiltelefoner – oavsett vad man använder den till – har ökat kraftigt bland de yngsta, 2010 använde 39 % av 9–12 mobilen dagligen, 2012/13 är det 53 %. Även bland 13–16 ökar den dagliga mobilanvändningen, men i mindre utsträckning, från 80 % 2010 till 88 % 2012/13.

Att dagligen använda internet, oavsett om det sker genom mobilen, datorn eller annan teknologi, är också betydligt vanligare idag än tidigare. Den dagliga internetanvändningen har sedan 2010 ökat från 32 % till 55 % (9–12) respektive från 62 % till 93 % (13–16). Ett rimligt antagande är att denna ökning är kopplad till den ökade tillgången till smarta mobiler och mobilt internet. För inte så länge sedan var internetanvändning synonymt med att sitta framför en stationär dator bunden till internet via kablar; idag är allt fler uppkopplade mer eller mindre var som helst och när som helst.

I tidigare undersökningar har kategorin högkonsumenter definierats som de individer som lägger ner mer än tre timmar/dag på ett medium. Den kraftiga ökningen av internet- och mobilanvändning för med sig att begreppet börjar tappa sin innebörd som en särskiljare av extrema mediekonsumenter. Idag är en majoritet av alla över 14 år högkonsumenter av internet och runt hälften av alla mobilanvändare tillhör samma grupp. Gårdagens högkonsumenter håller alltså på att förvandlas till dagens genomsnittsanvändare. Avseende tittande på film eller tv-program samt datorspel/tv-spel är ökningen av andelen högkonsumenter betydligt blygsammare. I vissa åldrar är högkonsumenterna av film och tv-program t.o.m. färre 2012/13 än 2010.

Även om högkonsumenter av datorspel/tv-spel ökat en aning, är det generellt varken fler eller färre som spelar spel idag jämfört med 2010. Det är dock det medieområde där skillnaderna mellan pojkar och flickor är allra störst, både avseende hur mycket man spelar och vad man spelar. 9–12 är det åldersintervall då flest spelar (totalt 87 % fördelat på 98 % bland pojkar och 76 % bland flickor). Könsskillnaderna ökar sedan, främst beroende på att flickor slutar spela i betydligt högre utsträckning än pojkar. Störst är skillnaderna bland högkonsumenterna.

Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag) datorspel/tv-spel fördelat på kön (%)



Notervärt är att medan hälften av pojkar i 14–15-årsåldern spelar minst 3 timmar/dag, gör 0 % av flickorna detsamma.

Även avseende vilka spel man föredrar är könsskillnaderna omfattande. Medan pojkar föredrar action- och sportspel, är sådana mindre populära bland flickor. De enda spel som både pojkar och flickor nämner som de populäraste är *Minecraft* och samlingskategorin "internetspel" (spel som spelas direkt i webbläsaren och vanligen är mindre komplexa och tidskrävande). I övrigt spelar de olika titlar.

Sociala medier har slagit igenom stort. Bland de två äldsta åldersgrupperna är deltagande på sociala sajter den vanligaste aktiviteten på internet: 71 % av 13–16 och 78 % av 17–18 gör detta dagligen. Bland 9–12 är 61 % medlemmar på minst en social sajt jämfört med 86 % av 13–16 och 91 % av 17–18. Facebook är den överlägset populäraste sajten; av de som nyttjar sociala medier är 68 % av 9–12, 96 % av 13–16 och 93 % av 17–18 medlemmar där.

Flickor använder generellt sociala medier i högre utsträckning än pojkar, något som kulminerar vid 17 års ålder. Då tillbringar 42 % av flickor mer än 3 timmar/dag på sociala sajter jämfört med 15 % av pojkar.

Årets undersökning visar på ett ökat intresse för nyheter i samtliga åldersgrupper. Konsumtionen av nyheter har ökat sedan 2010 vad det gäller tv, internet och – framför allt – via mobilen. 2010 tog 4 % av 9–12 och 11 % av 13–16 del av nyheter i via mobilen. Motsvarande siffror för 2012/13 är 31 % och 70 % (och 72 % för 17–18). Läsningen av papperstidningar går dock ned jämfört med tidigare studier.

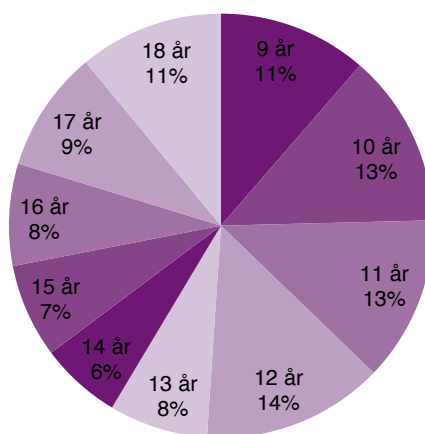
En fråga gäller hur nöjd man är med hur man disponerar sin tid; svarsalternativen är om man tycker man att man lägger ner för mycket, för lite eller lagom med tid på olika aktiviteter. Liksom 2010 visar det sig att respondenterna ofta tycker att de lägger för lite tid på "nyttiga" aktiviteter som läsläsning eller träning och för mycket på medieanvändning. Jämfört med 2010 har andelarna som tycker att de lägger för mycket tid på internet och mobilen ökat markant, vilket har sin förklaring i att den faktiska användningen av dessa två också har ökat markant. Könsskillnaderna är stora. Flickor är oavsett åldersgrupp i betydligt högre utsträckning än pojkar missnöjda både med sin egen mediekonsumtion och med de flesta andra aktiviteter. De enda undantagen är svarsalternativen "Böcker och tidningar" samt "Familjen", där flickor i högre utsträckning än pojkar svarar "lagom med tid". Flickor lägger också ner mer tid på dessa aktiviteter än pojkar. Dessa data kan tolkas som att flickor generellt känner högre krav på sig själva än pojkar – att medvetenheten om att man bör "vara duktig" är större bland flickorna.

1. Är du pojke eller flicka?

	POJKAR	FLICKOR
9–12	53 %	47 %
13–16	48 %	52 %
17–18	47 %	53 %

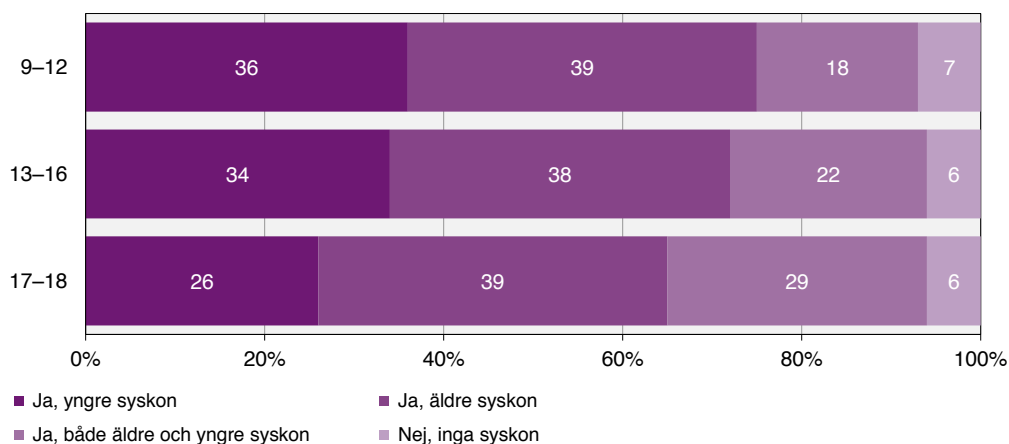
Könsfördelningen är i det närmaste jämn i alla de tre åldersgrupperna.

2. Hur mycket fyller du i år?



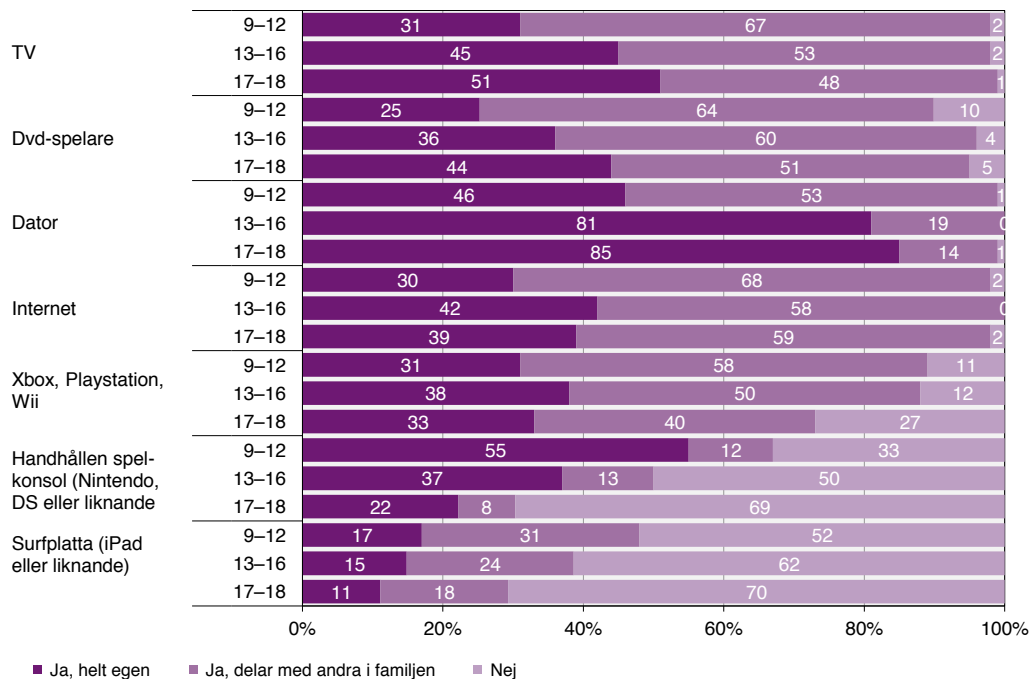
Även åldersfördelningen är tillfredsställande. De något större andelarna av respondenter i åldersintervallet 9–12 beror på att de 420 barn som besvarade enkäterna endast fördelas på fyra åldrar, medan de 402 som besvarade 13–18-enkäten fördelas på sex åldrar.

3. Har du syskon?



Förekomst av äldre syskon har betydelse för medieanvändningen. De introducerar de yngre till medier och medieanvändning är också en umgängesform mellan syskon. I föreliggande rapport har denna variabel dock inte använts i analyserna.

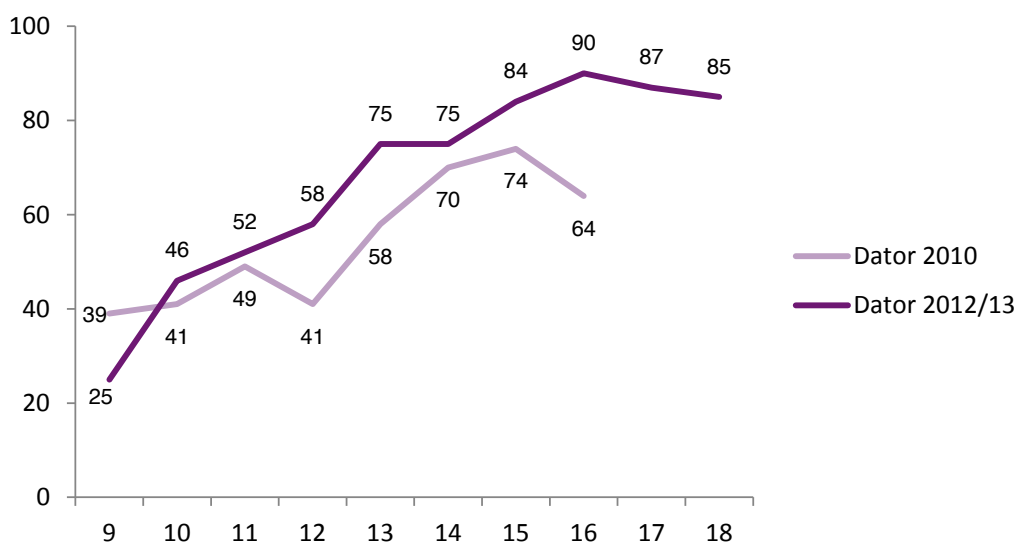
4. Har du tillgång till något av följande ...? Svara med ett kryss på varje rad.



Generellt ligger 9–12 lägre än de äldre åldersgrupperna när det gäller att ha helt egna mediebearare. För handhållna spelkonsoler och surfplattor är förhållandet dock det omvända. Senare frågor visar att datorspel/tv-spel är en aktivitet som 9–12 ägnar sig åt i högre utsträckning än 13–16 och 17–18. De handhållna konsolerna är endast avsedda för att spela spel på, vilket kan förklara skillnaden här, där 55 % av 9–12 svarar att de har en egen handhållen spelkonsol jämfört med 22 % av 17–18. Diagrammet visar att tillgången till mediebearare är hög överlag: för tv, dator och internet närmar den sig 100 % i samtliga åldersgrupper – förutsatt att man räknar med dem som delar mediebearare med andra i familjen. Jämfört med flickor är det i samtliga åldersgrupper mer än dubbelt så vanligt att pojkar har egna stationära spelkonsoler. Det är också vanligare att pojkar har egna tv-apparater, vilket möjligen kan förklaras med att man behöver en sådan för att kunna använda sin stationära spelkonsol.

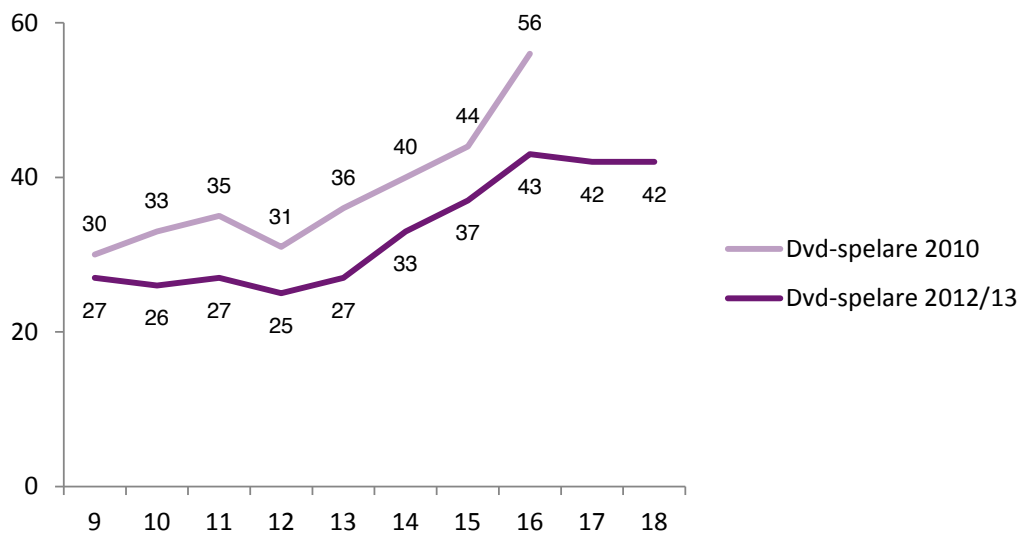
Frågan har omformulerats i årets undersökning, 2010 var frågan ”vad finns i ditt rum/rummet där du bor?”, också svarsalternativen har ändrats. Detta gör att direkta jämförelser inte kan göras. Med reservation för detta framgår det dock att tillgången till datorer generellt har ökat, medan tillgången till dvd-spelare har minskat.

**4b. Finns i rummet där jag bor/jag äger en egen:
dator, 2010 och 2012/13 (%)**



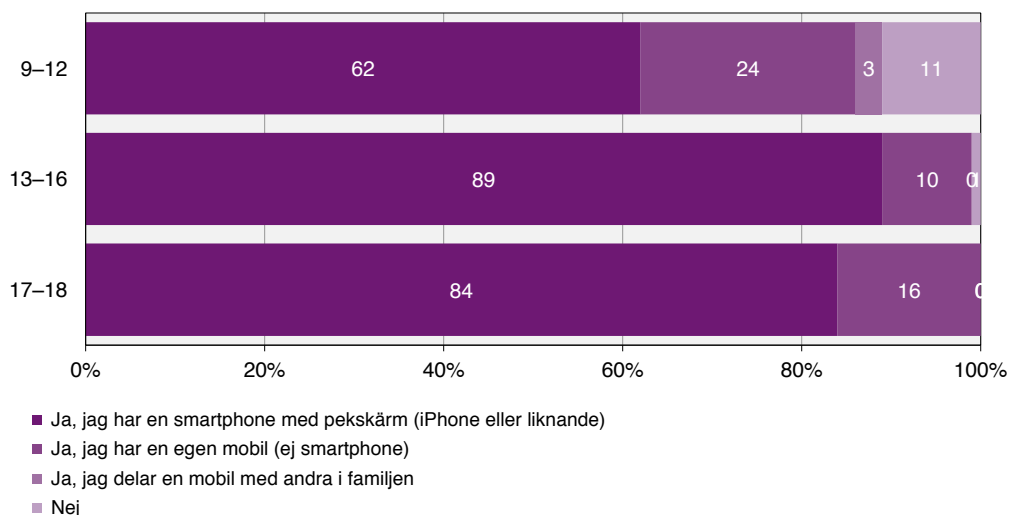
Beroende på ålder är det 5–17 % fler som har tillgång till en egen dator 2012/13, med undantag för nioåringarna, där fler hade dator 2010.

**4c. Finns i rummet där jag bor/jag äger en egen:
dvd-spelare, 2010 och 2012/13 (%)**



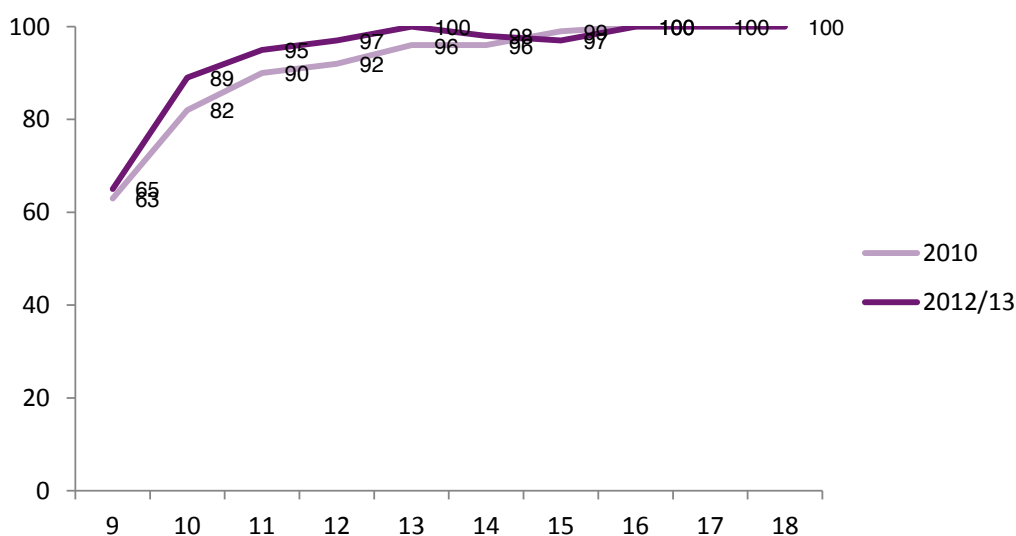
Att innehavet av dvd-spelare minskat sedan 2010 kan möjligen förklaras med det ökade datorinnehavet: de inbyggda dvd-spelarna minskar behovet av fristående apparater. En annan förklaring är att en allt större andel av filmtittandet har flyttat online, vilket helt eliminerar behovet av dvd-spelare.

5. Har du en mobiltelefon?



Bland 13–16 och 17–18 närmar sig innehavet 100 %. Smarta mobiler är betydligt vanligare än äldre varianter av mobiltelefoner, också bland 9–12. Det är ovanligt att man delar mobiltelefon med andra i familjen, 3 % av 9–12 uppger att de gör detta. Flickor i samtliga åldersgrupper har i något högre utsträckning än pojkar en smart mobil. Den totala tillgången till mobiltelefoner – smarta mobiler och traditionella sammanlagt – skiljer sig dock inte åt mellan könen.

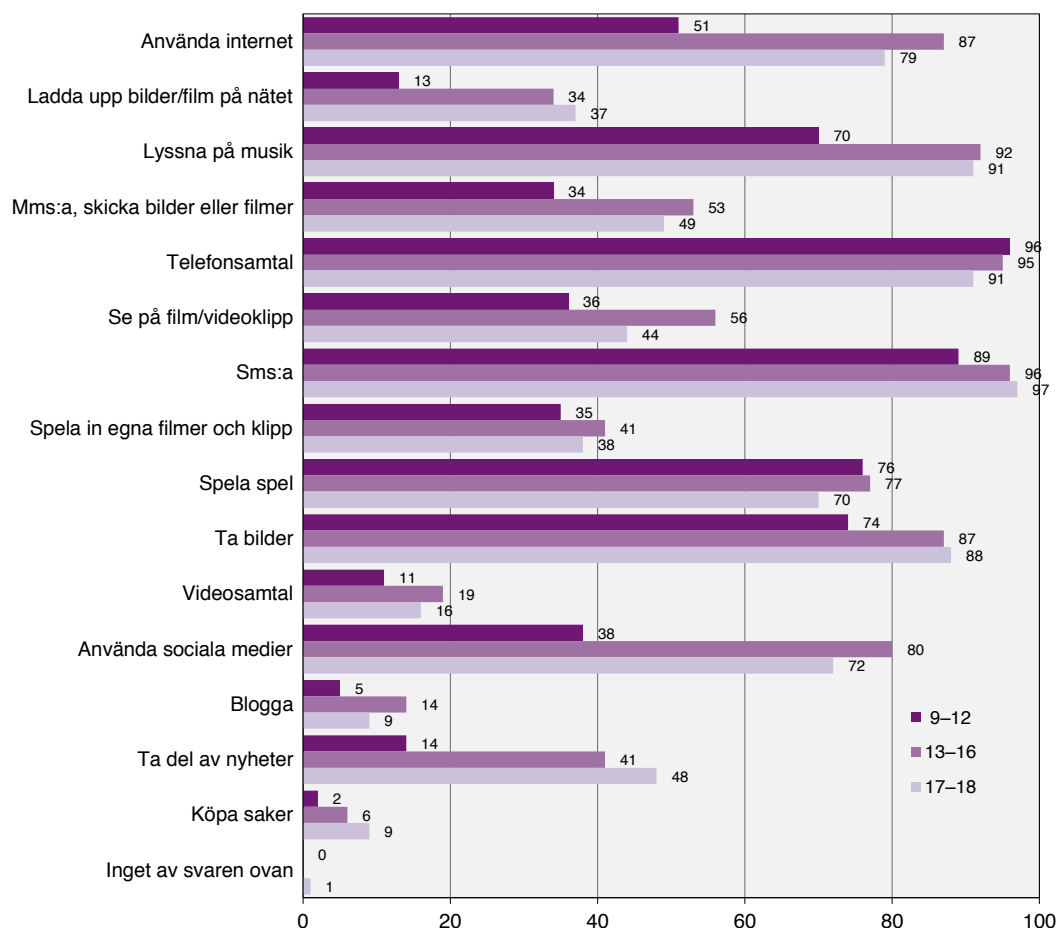
5b. Har en egen mobiltelefon, 2010 och 2012/13 (%)



Idag har barn mellan 10 och 13 år oftare egna mobiler än 2010. I högre åldrar är mobilinnehavet nära hundra procentigt i båda datainsamlingarna.

6. Vad brukar du använda mobiltelefonen till? Du kan kryssa för flera svar.

Frågan har endast besvarats av de som angav att de har tillgång till en mobiltelefon i fråga 5, 89 % av 9–12, 99 % av 13–16 och samtliga av 17–18.

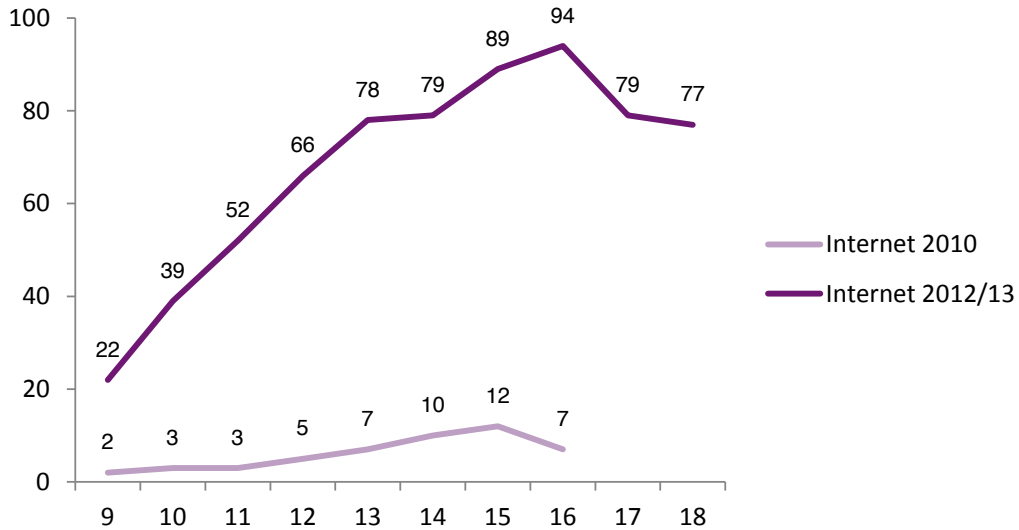


Att samtala och skicka sms är de vanligaste användningsområdena i båda åldersgrupperna. Generellt ligger 13–16 och 17–18 högre än 9–12 för samtliga användningsområden utom att spela spel. Det gäller i synnerhet att använda internet och sociala medier samt ta del av nyheter. Utvecklingen av smarta mobiler och mobilt internet har haft stor betydelse för internetanvändningen via mobiltelefon.

I samtliga åldersgrupper filmar och fotograferar flickor i högre utsträckning än pojkar, vilket även var fallet 2010. De skickar även bilder och filmer och laddar upp dem på nätet i högre utsträckning. Bland 13–16 och 17–18 använder flickor också sociala medier i mobilen i högre utsträckning än vad pojkar gör.

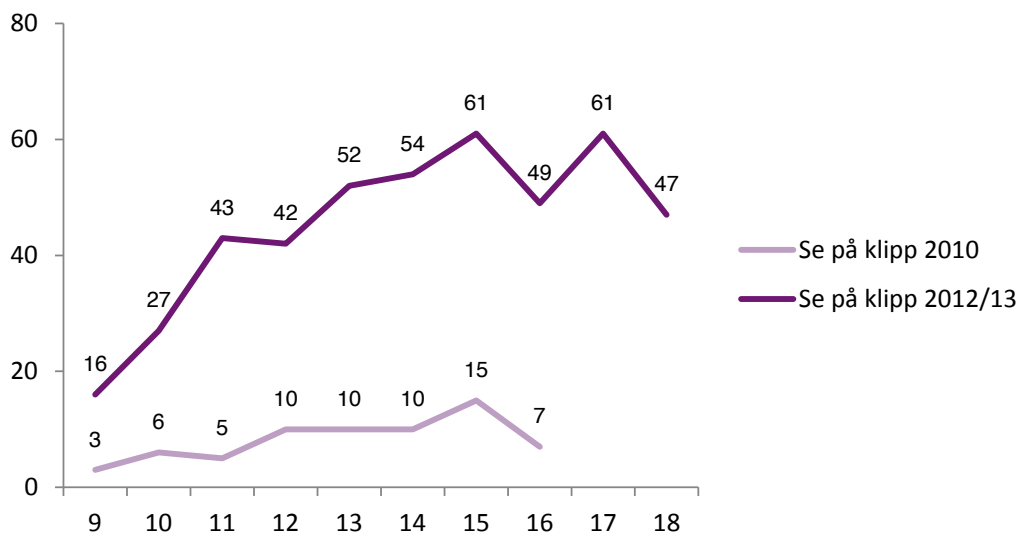
Jämfört med tidigare år har de internetrelaterade användningsområdena generellt stigit kraftigt. Förutom att ringa och sms:a – där skillnaderna mot tidigare år är små – har alla användningsområden ökat. Se exempel i diagrammen nedan.

**6b. Vad brukar du använda mobilen till?
Internet 9–18, 2010 och 2012/13 (%)**



Som framgår av diagrammet ovan är skillnaderna mellan internetanvändning i mobilen 2010 och 2012/13 större ju äldre respondenterna är. Detta kan dels förklaras av att de äldre i högre grad har en smart mobil – som är bättre lämpade för internetbruk än traditionella mobiler – dels av att internetabonnemang till mobilen trots prissänkningar sedan 2010 fortfarande är en kostnadsfråga och de äldre i regel har mer pengar att röra sig med.

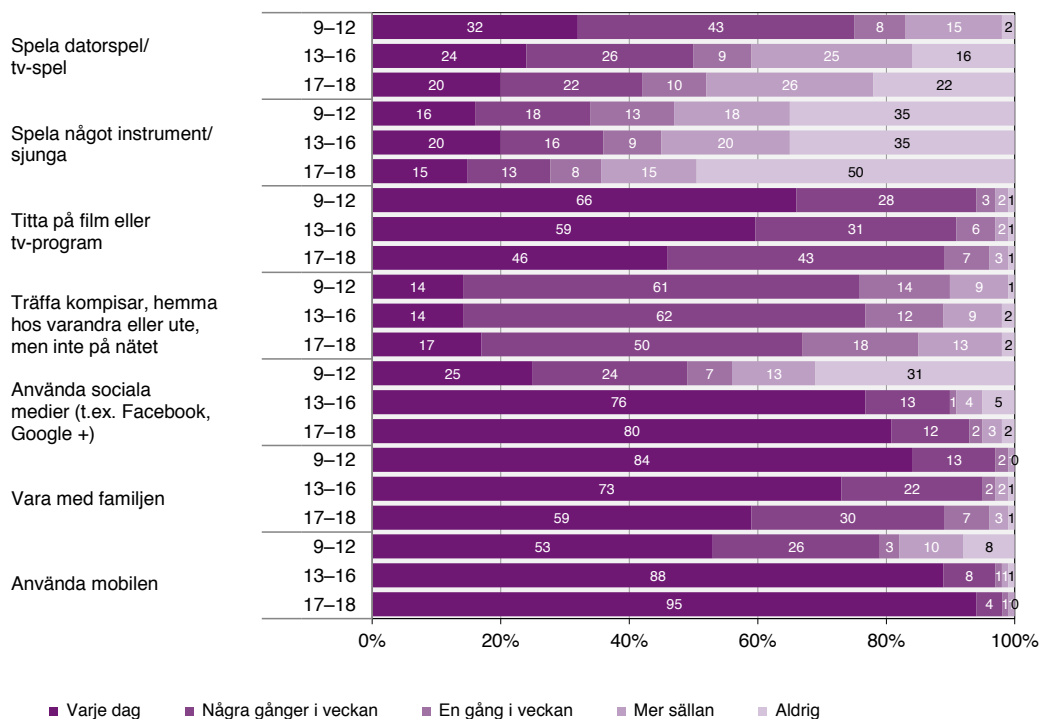
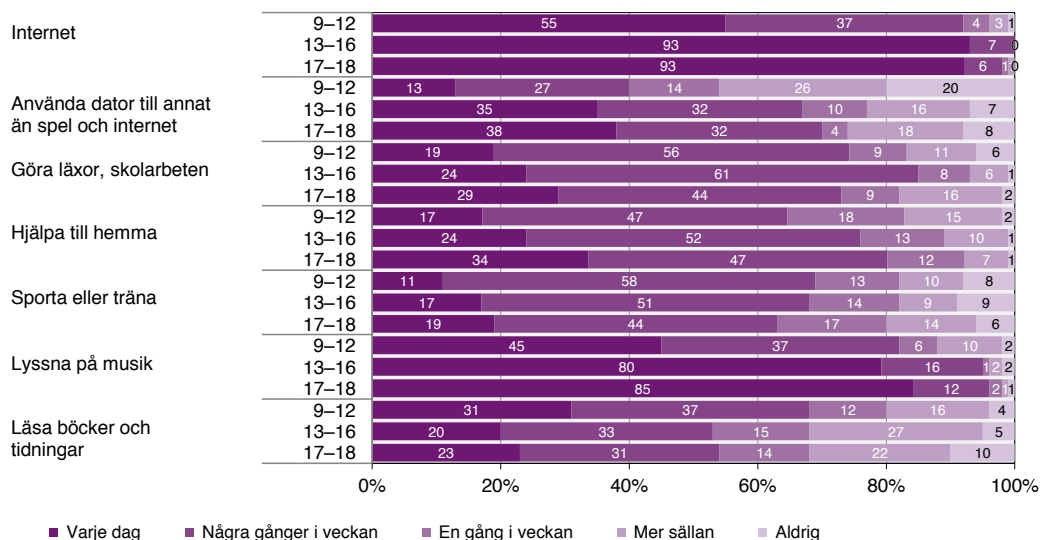
**6c. Vad brukar du använda mobilen till?
Se på film/videoklipp 9–18, 2010 och 2012/13 (%)**



Även att se på film/videoklipp i mobilen är en aktivitet som ökar med respondenternas ålder och har ökat kraftigt sedan 2010. Även om det går att se på filmer eller klipp som är sparade i mobilen har endast en handfull individer angett att de ser på klipp utan att använda internet. Att se på film eller videoklipp i mobilen kan alltså i hög utsträckning ses som en del av att använda mobilt internet.

En smart mobil är betydligt mer lämpad för dessa aktiviteter än traditionella mobiler. Detsamma gäller mobilaktiviteter som spelande, fotografering och filmande. Även dessa har ökat – om än i mindre utsträckning – sedan 2010.

7. Om du tänker på din fritid, ungefär hur ofta brukar du...? Svara med ett kryss på varje rad.



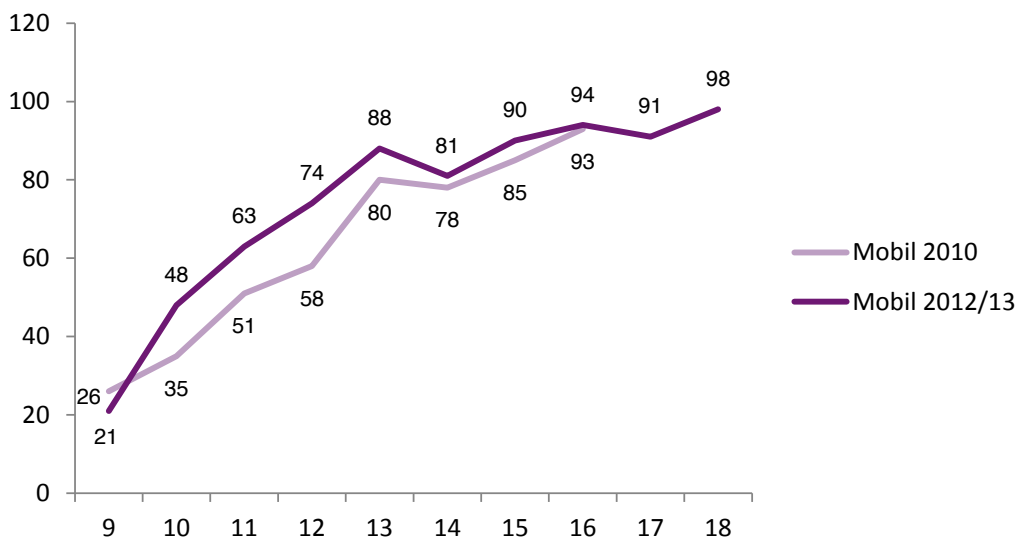
Frågan är tänkt att ge en bild av medieanvändningens frekvens i förhållande till andra aktiviteter utanför skoltid. Internetanvändning är en av de vanligaste dagliga aktiviteterna, liksom att lyssna på musik, vara med familjen och att använda mobilen. 9-12 ligger generellt lägre än de äldre åldersgrupperna, med fyra undantag: läsa böcker och tidningar, spela datorspel/tv-spel, titta på film eller tv-program

samt att vara med familjen. Den största skillnaden gäller användningen av sociala medier där 76 % (13–16) respektive 80 % (17–18) uppger att de gör detta varje dag jämfört med 25 % bland 9–12. Att se på film eller tv-program är, näst att vara med familjen, den vanligaste dagliga sysselsättningen bland 9–12. Tittandet avtar med stigande ålder.

Flickor i samtliga åldersgrupper hjälper till hemma, lyssnar på musik, läser böcker eller tidningar, spelar instrument eller sjunger samt använder mobilen oftare än vad pojkar gör. Könsskillnaderna minskar dock med stigande ålder avseende musiklyssning. Den dagliga användningen av sociala medier är högre hos flickor än hos pojkar bland 13–16 (flickor 75 %, pojkar 66 %) och 17–18 (flickor 84 %, pojkar 70 %). Pojkar spelar betydligt oftare spel i alla åldersintervall. Skillnaden i spelande är störst bland 13–16 där 49 % bland pojkar spelar varje dag jämfört med 2 % bland flickor.

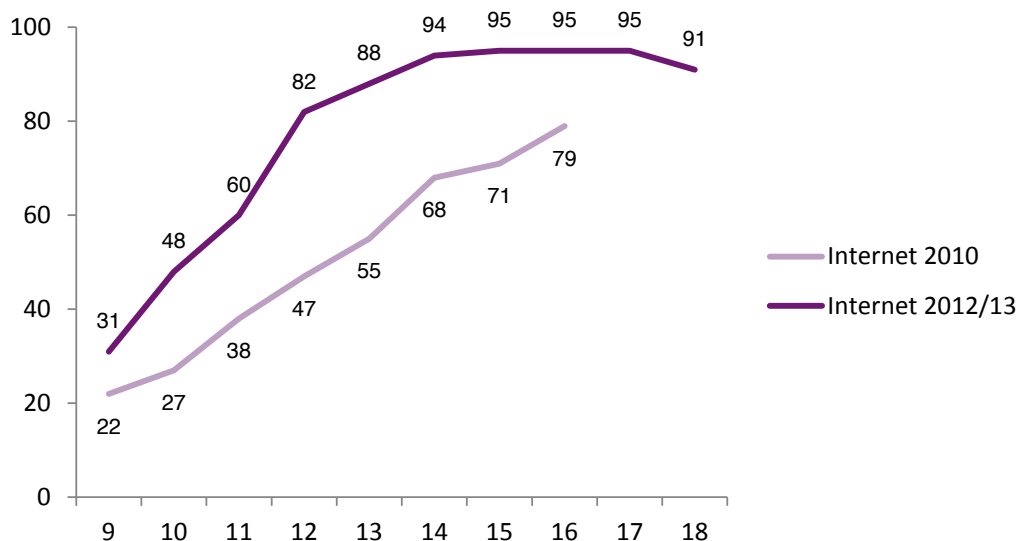
Jämfört med tidigare undersökningar kan man bland annat se att andelen som använder internet varje dag har ökat. Detsamma gäller, fast i lägre utsträckning, den dagliga mobilanvändningen. Se diagrammen 7b och 7c för jämförelser över tid.

7b. Använder varje dag: mobil 2010 och 2012/13 (%)



Det dagliga användandet har ökat mest i åldersintervallet 10–13 år, bland såväl yngre som äldre är skillnaderna mellan 2010 och 2012 betydligt mindre.

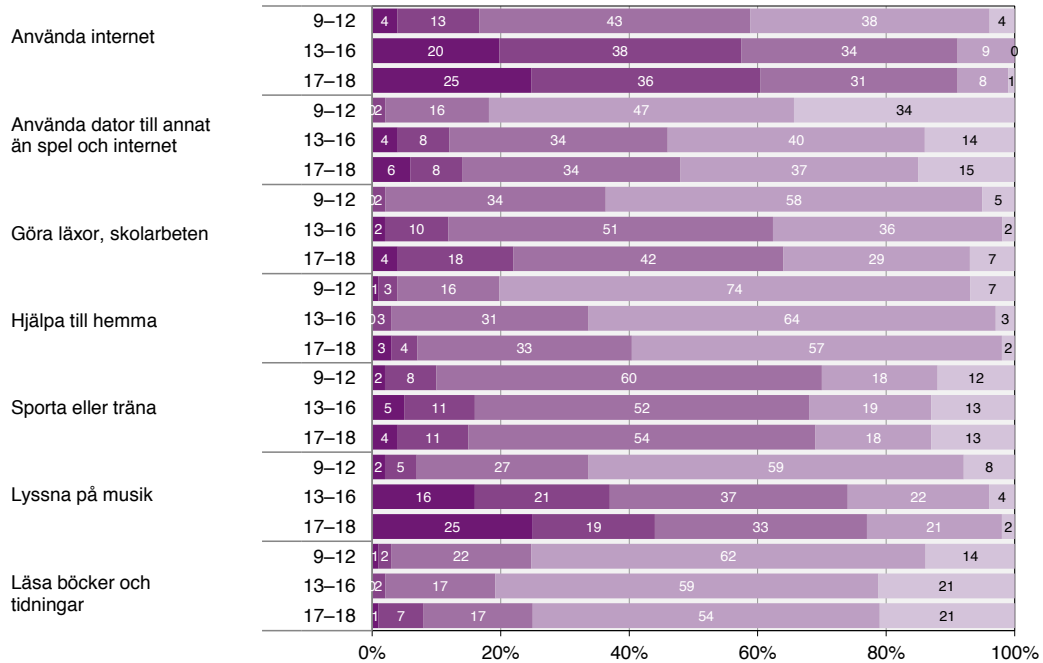
7c. Använder varje dag: internet 2010 och 2012/13 (%)



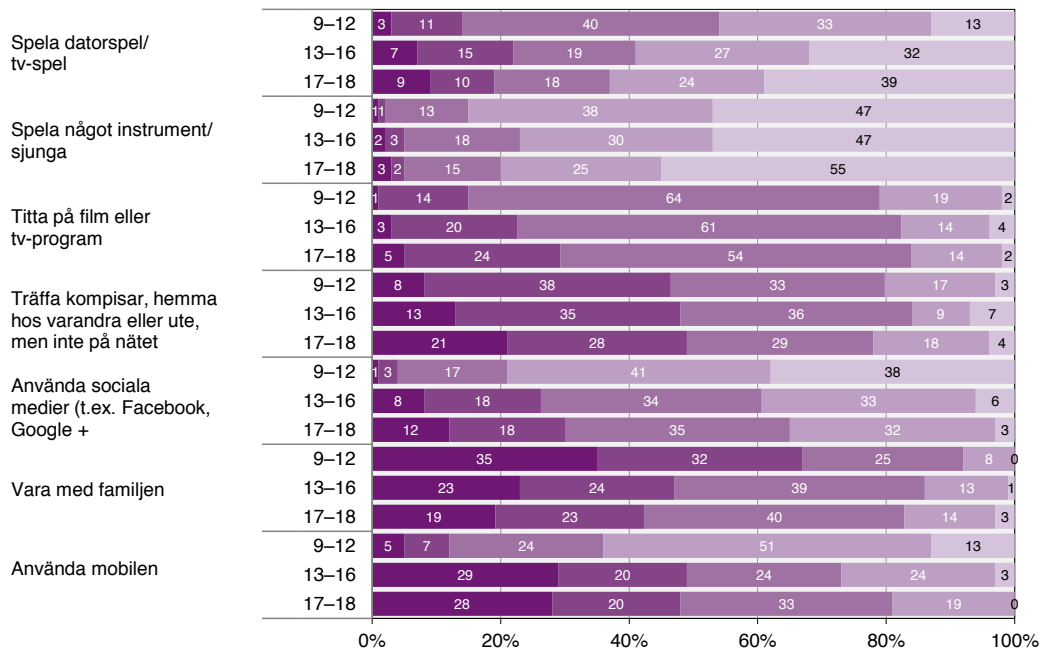
Den dagliga internetanvändningen är det område som ökat mest jämfört med 2010. Från 14 års ålder använder nu 94 % internet dagligen. Den omfattande ökningen kan sannolikt förklaras med den ökade tillgången till mobilt internet – idag kan man koppla upp sig i stort sett var som helst.

När det gäller användningen av sociala medier saknas frekvensstatistik i föregående undersökningar, men med tanke på de andelar som 2012/13 anger att de använder sociala medier varje dag – 25 % (9–12) respektive 76 % (13–16) – är det rimligt att anta att detta ökat jämfört med tidigare år. 2010 var svarsalternativet "Umgås på sociala sajter/kompissajter" näst efter "Läser böcker eller tidningar" den minst vanliga medierelaterade aktiviteten. 2012/13 är det vanligare att använda sociala medier än att se på tv bland 13–16. I tillägg till detta har också Facebook ökat i popularitet sedan 2010. Observera att det inte finns data från tidigare undersökningar avseende frekvens för de icke medierelaterade aktiviteterna, utan endast vad man gör oftast.

8. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar du på din fritid...? Svara med ett kryss på varje rad.



■ 5 timmar eller mer ■ 3-4 timmar ■ 1-2 timmar ■ Mindre än 1 timme ■ Inte alls



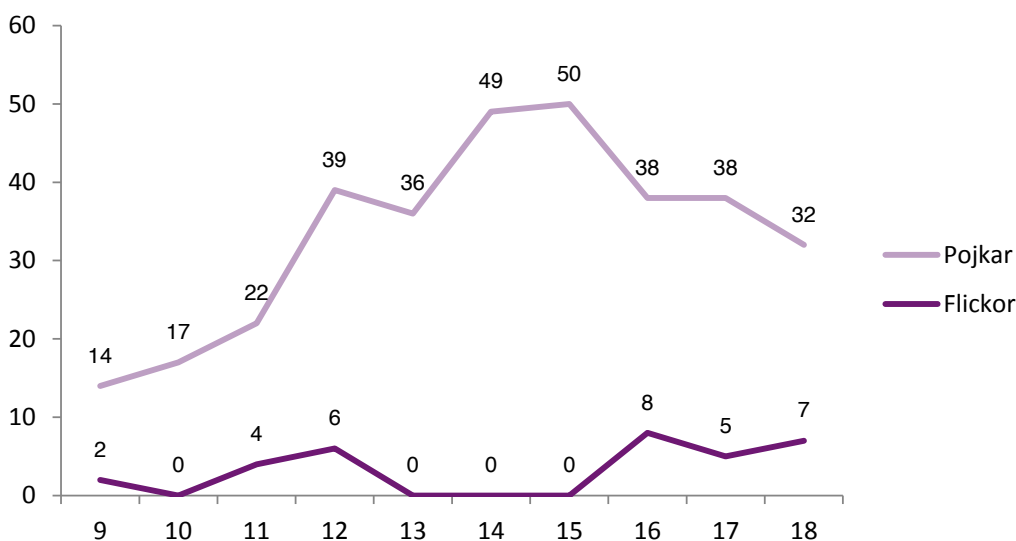
■ 5 timmar eller mer ■ 3-4 timmar ■ 1-2 timmar ■ Mindre än 1 timme ■ Inte alls

Denna fråga beskriver omfattningen av medieanvändningen samt identifierar gruppen högkonsumenter av medier, dvs. de som använder en specifik medieform mer än tre timmar en vanlig dag. I frågebatteriet 2012/13 ingår för första gången också icke medierelaterade aktiviteter som svarsalternativ, i syfte att ge en samlad bild av vad man ägnar tid åt under sin fritid. Det bör påpekas att flera av dessa aktiviteter kan äga rum samtidigt och att man därför inte bara kan addera siffrorna för att få en effektiv total konsumtion av medier. T.ex. kan spelande, musiklyssning och användning av sociala medier ske samtidigt. Somliga tonåringar kan t.o.m. hävda att de dessutom gör läxorna parallellt med detta. Vidare inbegriper några av medieaktiviteterna varandra – att använda sociala medier förutsätter att man använder internet. På samma sätt kan musiklyssnande och film- eller tv-tittande ske över internet, men likaväl genom eterburna medier eller cd/dvd. Digitaliseringen av allt fler medieformer har fört med sig att det blir allt mer komplicerat att mäta medieanvändning på ett rättvisande sätt.

Diagram 8 visar att begreppet högkonsument så som det definierats i Ungar & medier vid det här laget har tappat relevans. Tittar man t.ex. på 13–16 och internetanvändning är andelen högkonsumenter 58 %, för mobilanvändning är andelen 49 %. När andelen högkonsumenter närmar sig eller överstiger 50 % förlorar avgränsningen sin betydelse som markör mot genomsnittet. Nedbrutet på årskullar och kön kan andelen högkonsumenter nå ännu högre andelar, t.ex. använder 75 % bland 16-åriga flickor både mobiltelefonen och internet mer än 3 timmar/dag.

De största könsskillnaderna gäller dator- och tv-spel där pojkar spelar betydligt mer än flickor.

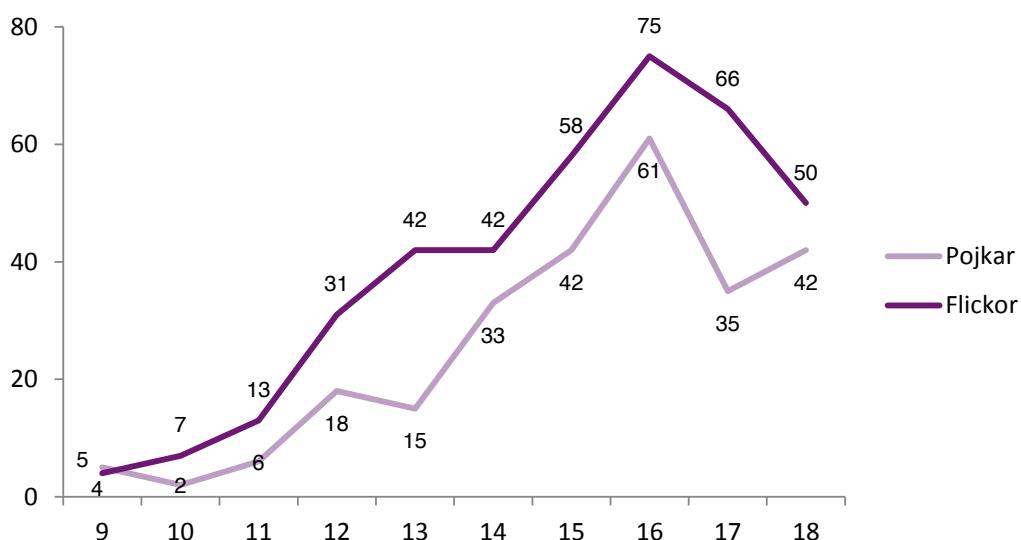
**8b. Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag)
datorspel/tv-spel fördelat på kön (%)**



Andelen högkonsumenter är konsekvent mycket högre bland pojkar än bland flickor. I åldersgruppen 9–12 spelar genomsnittligt 24 % pojkar mer än 3 timmar/dag (3 % bland flickor). Bland 13–16 spelar genomsnittligt 44 % bland pojkar och 2 % bland flickor mer än 3 timmar/dag och bland 17–18 35 % respektive 6 %. Skillnaderna i spelande kulminerar alltså bland 13–16.

Bland 9–12 lägger pojkar också betydligt mer tid på internet (22 % mer än 3 timmar/dag) jämfört med vad flickor gör (8 %). I de äldre grupperna återfinns inga skillnader avseende internetanvändning.

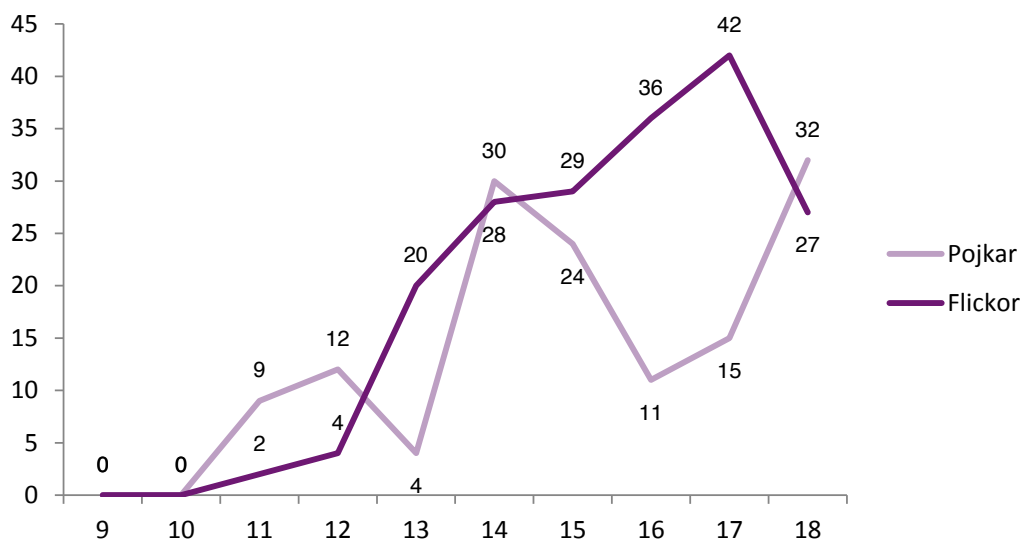
8c. Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag) mobil fördelat på kön (%)



Flickor använder mobilerna mer än vad pojkar gör i samtliga åldersgrupper.

Flickor i de båda äldre grupperna använder också sociala medier längre tid än vad pojkar gör.

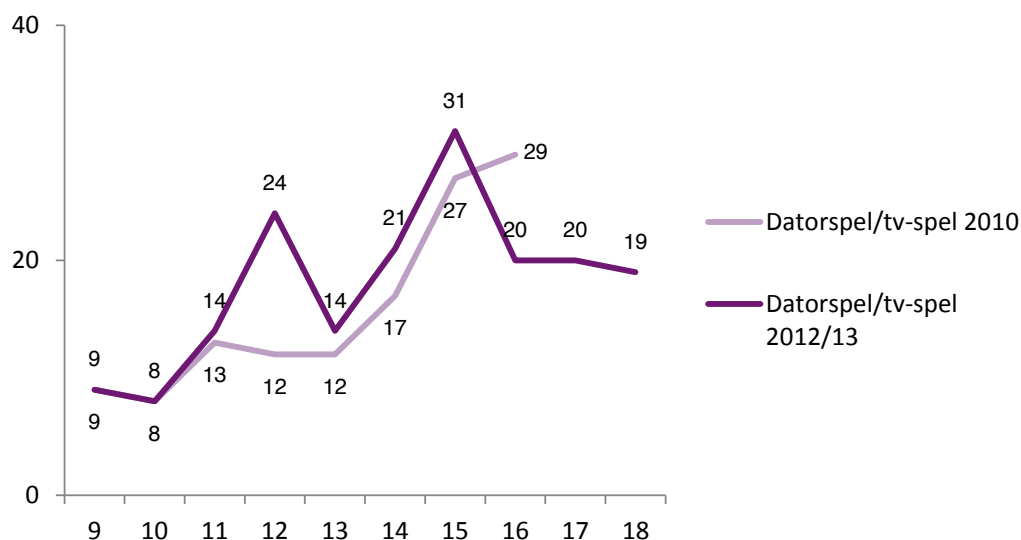
8d. Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag) sociala medier fördelat på kön. (%)



Skillnaden är störst i gruppen 13–16 där 17 % bland pojkar tillbringar mer än 3 timmar/dag med sociala medier jämfört med 32 % bland flickor.

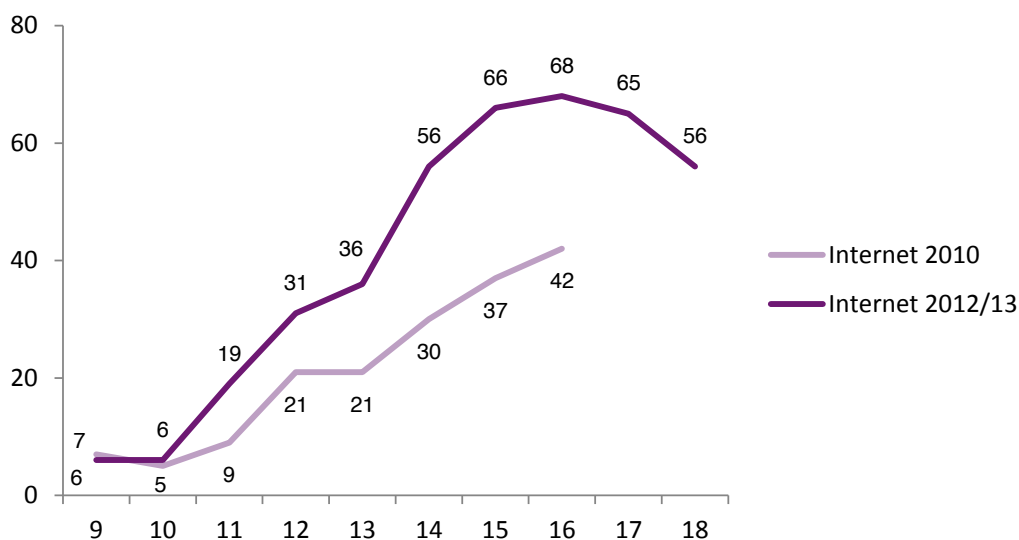
Jämfört med tidigare undersökningar har den tid man ägnar åt medieanvändning ökat generellt, vilket även gäller andelen högkonsumenter för samtliga medieformer, med undantag för film- och tv-tittande.

8e. Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag) datorspel/tv-spel, 2010 och 2012/13 (%)



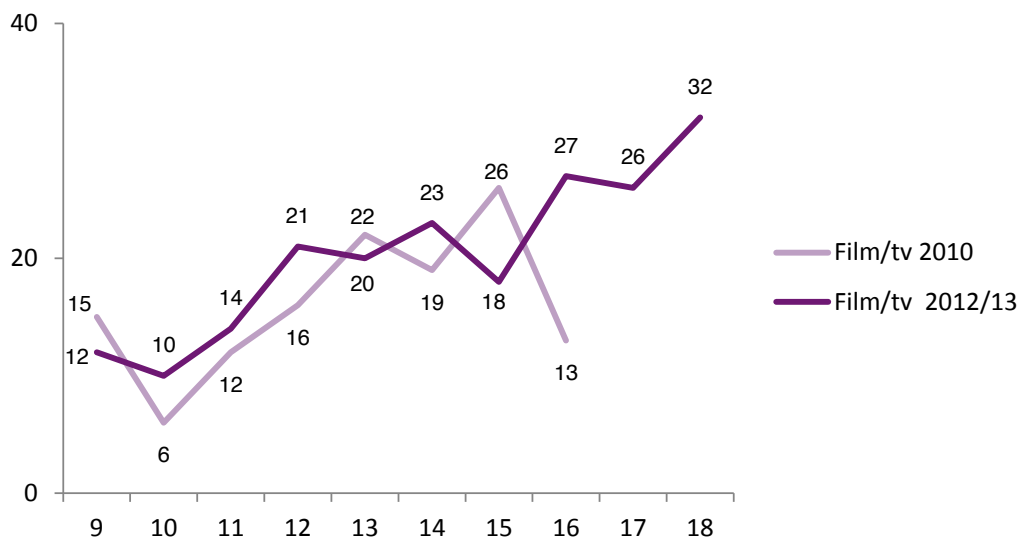
Andelarna högkonsumenter av datorspel är jämförbara 2010 och 2012/13 upp till 11 års ålder, därefter syns en ökning. Värt att uppmärksamma är att andelen högkonsumenter minskar markant i 17–18-årsåldern.

8f. Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag) internet, 2010 och 2012/13 (%)



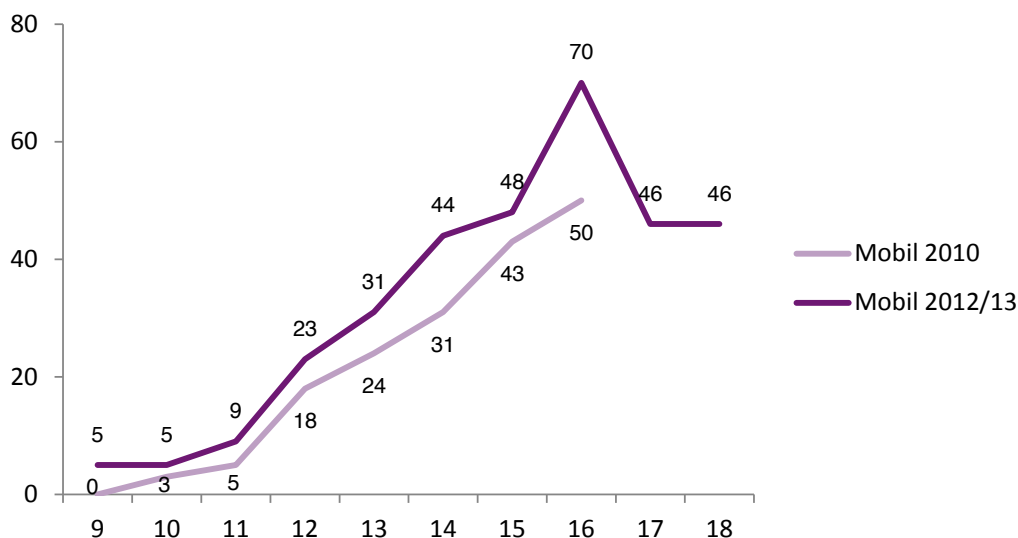
Internet är det område där andelen högkonsumenter ökat mest sedan 2010. Andelen som lägger mer än tre timmar/dag på internet minskar dock något efter 16 års ålder. Användningsfrekvensen, alltså hur ofta man använder internet går dock inte ner på samma sätt.

8g. Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag) filmer/tv-program, 2010 och 2012/13 (%)



Film- och tv-tittande är den enda medieaktivitet där det inte går att se någon tydlig förändring. Visserligen ser 16-åringarna betydligt mindre 2010 än 2012/13, men det är svårt att urskilja tendenser baserat på en enda årskull. Idag finns en större andel högkonsumenter mellan 10 och 12 års ålder än 2010, men i övrigt handlar det om likartade andelar.

8h. Högkonsumenter (mer än 3 tim/dag) mobil, 2010 och 2012/13 (%)



Skillnaderna är inte särskilt stora men det är fler högkonsumenter av mobiltelefoner i samtliga åldrar 2012/13 jämfört med 2010.

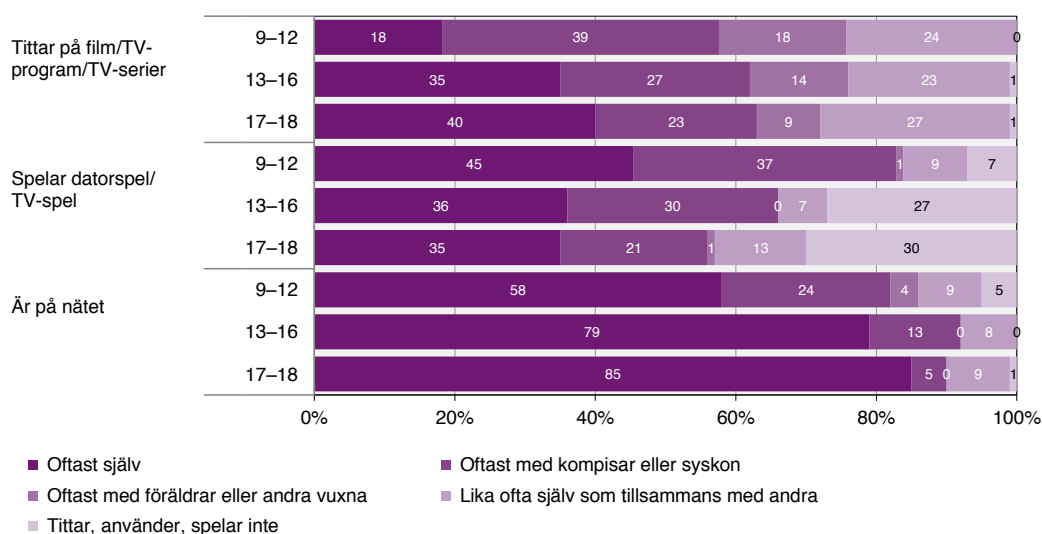
Som nämnts ovan börjar begreppet högkonsumenter, så som det definierats i Ungar & medier, bli inaktuellt eftersom andelen högkonsumenter när det gäller internet och mobiltelefoni överstiger respektive närmar sig hälften av den undersökta åldersgruppen. Detta är ett resultat i sig och ger en bild av hur medieanvändningen förändrats. I tidigare undersökningar kunde man mer tydligt se medieanvändningen som en avgränsad del av fritiden medan det idag är en integrerad del av barnens vardag. Det visar också att begreppet medier blir alltmer svårdefinierat.

En stor del av barnens internetanvändning består av vad man innehåller som tidigare konsumerades som traditionella medier. Det gäller t.ex. att lyssna på musik, se på filmer via video-on-demand och play-tjänster från olika tv-kanaler. Samtidigt innefattar internetanvändningen en mängd andra användningsområden som saknar motsvarighet bland offlinemedierna: e-post, informationssökning, diskussionsforum och inte minst sociala medier.

Andelen högkonsumenter av tv/film har inte förändrats nämnvärt jämfört med 2010. Det samma gäller i stora drag även för datorspel/tv-spel där den enda markanta skillnaden över tid gäller 12-åringar där 12 % spelade mer än 3 timmar/dag 2010 vilket har ökat till 24 % 2012/13. Den senare siffran är så hög att det finns anledning att misstänka att den är slumpmässigt betingad.

Det är intressant att se hur andelen högkonsumenter minskar bland 17–18 när det gäller digitala och/eller kommunikativa aktiviteter som spelande, internetanvändning och mobilanvändning. Däremot fortsätter både andelen högkonsumenter och den generella konsumtionen av filmer och tv-program att öka i detta åldersintervall.

**9. Är du oftast själv eller är du tillsammans med andra när du...?
Svara med ett kryss på varje rad.**



Tv är den medieform man i störst utsträckning ägnar sig åt i sällskap med andra, internet är den man i störst utsträckning använder för sig själv. Tv är ett medium som lämpar sig väl att använda gemensamt medan samtidig användning av ett och samma tangentbord är krångligt. Det är ovanligt att man oftast är tillsammans med sina föräldrar eller andra vuxna; endast när det gäller tv överstiger dessa andelar 10 % bland 9–12 och 13–16 (9 % bland 17–18). Vidare exempel på dessa låga andelar ser man bland 9–12 när det gäller datorspel/tv-spel där endast 1 % uppger att de är tillsammans med föräldrar eller andra vuxna (0 % bland 13–16 och 1 % bland 17–18). För 13–16 och 17–18 är andelen som uppger att de är tillsammans med en vuxen i samband med internetanvändning 0 %. Pojkar 9–12 spelar oftare tillsammans med kompisar eller syskon, medan flickor oftare spelar ensamma. Detta kan tolkas som att spelandet för pojkar i denna ålder är en mer social aktivitet än vad det är för flickor. För de övriga åldersgrupperna och medieformerna märks inga påtagliga könsskillnader. Observera hur frågan är formulerad: det gäller vad man gör oftast. Man kan alltså inte dra slutsatsen att ingen i 13-16 någonsin spelar spel med föräldrarna (0 %). Den korrekta tolkningen är att ingen oftare spelar med föräldrarna än något av de andra alternativen.

Jämfört med tidigare år är förhållandena mellan de olika medieformerna likartade, men för datorspel/tv-spel har andelen som oftast spelar själv minskat. En möjlig förklaring till nedgången i ensamspelande är att fler spel än tidigare är s.k. multiplayer-spel där man möter andra personer över internet. Frågan kan alltså ha uppfattats som att man är tillsammans med andra när man spelar med dem över internet.

**10. Vilka tv-program eller tv-serier brukar du titta på?
Skriv högst tre stycken.**

97 % av 9–12 har angett att de ser på tv. Frågan har endast besvarats av dessa.

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
The Simpsons (18 %)	The Simpsons (32 %)	X-factor (21 %)
Samtliga "Disney" (14 %)	Family Guy (19 %)	Samtliga "Disney" (14 %)
X-factor (14 %)	Samtliga "Disney" (12 %)	Lycka till Charlie (11 %)
Family Guy (12 %)	Cartoon Network (10 %)	Shake It Up (9 %)
Solsidan (8 %)	X-factor (9 %)	Victorious/112 på liv och död (8 %)

Bland 9–12-åringarna ser 95 % på tv och pojkar och flickor tittar i lika stor utsträckning. I valet av program skiljer sig könen dock åt, förutom när det gäller de olika Disneykanalerna som är lika populära hos pojkar och flickor. Pojkar ser oftare på tecknat, medan flickor föredrar drama och talangjakter. Hos yngre barn är könsskillnaderna betydligt mindre. Samtliga de populäraste programmen bland barn från 9 år och uppåt sänds i kommersiella kanaler. Bland barn yngre än 9 år dominerar istället public service-kanalerna stort.

96 % av 13–16 har angett att de ser på tv. Frågan har endast besvarats av dessa.

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Family Guy (24 %)	Family Guy (36 %)	X-Factor (18 %)
The Simpsons (22 %)	The Simpsons (35 %)	The Simpsons (12 %)
How I Met Your Mother (15 %)	How I Met Your Mother (26 %)	Vampire Diaries (11 %)
Solsidan (12 %)	Solsidan (15 %)	Grey´s Anatomy (10 %)
X-Factor (11 %)	2 1/2 män (11 %)	Solsidan (8 %)

Könsskillnaderna är stora även bland 13–16-åringarna. *The Simpsons* och *Solsidan* finns på topp-fem bland både pojkar och flickor, men är betydligt populärare hos pojkar. Dessa två program är också de enda komedierna på topplistan för flickor. I övrigt föredrar de drama och talangjakter. Samtliga de fem populäraste programmen bland pojkar är komedier.

94 % av 17–18 har angett att de ser på tv. Frågan har endast besvarats av dessa.

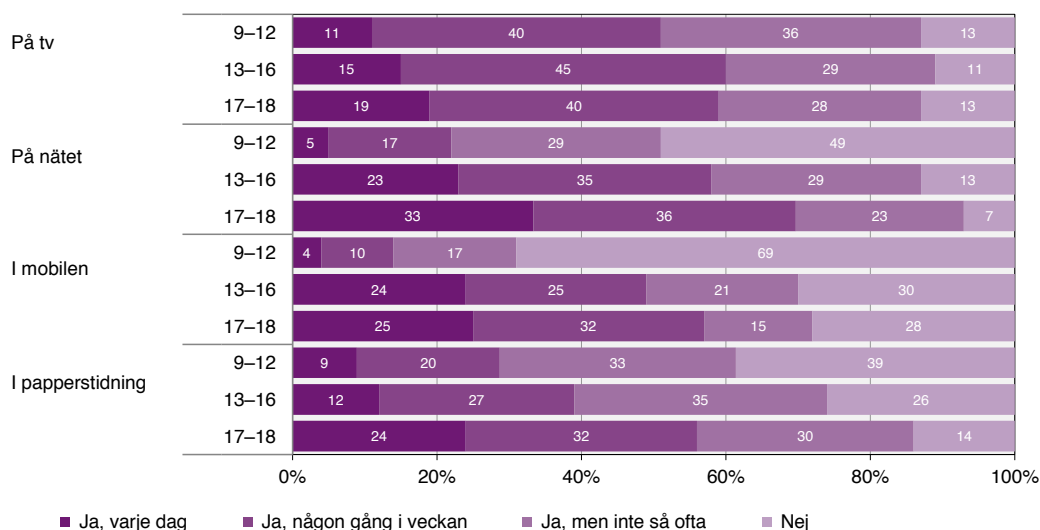
17–18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
How I Met Your Mother (21 %)	How I Met Your Mother (30 %)	Gossip Girl (19 %)
Family Guy (15 %)	Family Guy (24 %)	How I Met Your Mother (14 %)
The Simpsons (14 %)	The Simpsons (19 %)	Vampire Diaries (10 %)
Gossip Girl (10 %)	Sport (19 %)	Grey´s Anatomy (10 %)
The Big Bang Theory (9 %)	2 1/2 män (13 %)	Family Guy, The Simpsons, Project Runway, Top Model (8 %)

Även bland 17–18 är könsskillnaderna stora. Pojkar tittar fortfarande mest på komedier, men sportsändningar är också populära. Flickor föredrar drama, komedier och modetävlingar.

Det är svårt att jämföra tv-preferenserna över tid, då programtitlar kommer och går. Man kan dock notera att *The Simpsons* och *Family Guy* är de populäraste programmen bland pojkar 9–12 och 13–16 både 2010 och 2012/13 (och även bland 17–18 2012/13). Flickor har helt bytt favoritprogram 2012/13, med ett undantag: bland 13–16 anger 10 % *Grey's Anatomy* både 2010 och 2012/13.

Pojkars tv-preferenser förändras inte på samma sätt som flickors med stigande ålder; *The Simpsons* och *Family Guy* tillhör de tre populäraste programmen bland pojkar i samtliga åldersgrupper. Bland flickor finns inte en enda programtitel gemensam mellan de fem populäraste programmen bland 9–12 och 17–18.

11. Några frågor om nyheter. Svara med ett kryss på varje rad. Brukar du ta del av nyheter...

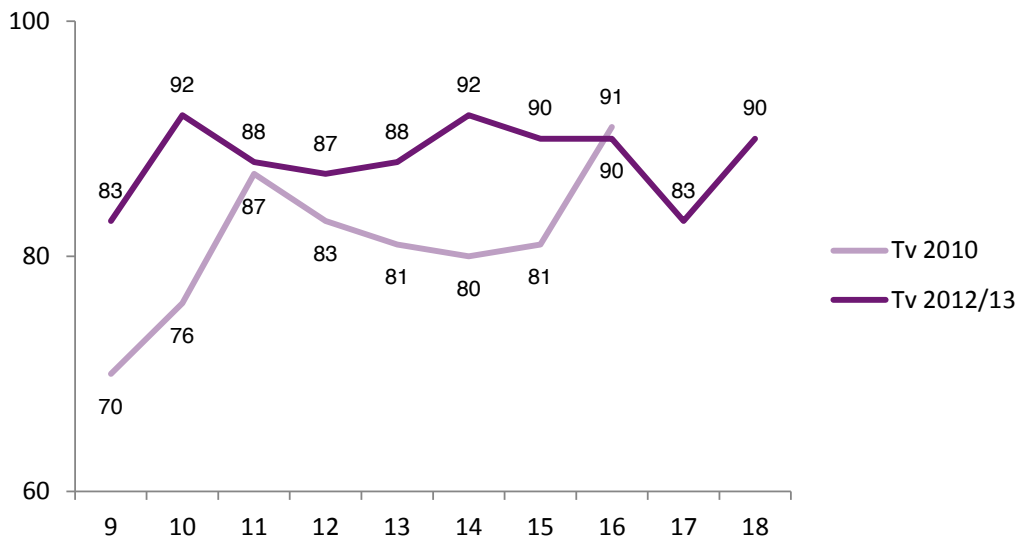


Andelen som tar del av nyheter är generellt lägre bland 9–12 jämfört med de äldre åldersgrupperna, dock skiljer endast några procentenheter mellan åldersgrupperna avseende nyheter på tv. I övrigt är det kraftiga skillnader överlag, i synnerhet avseende att ta del av nyheter på nätet och i mobilen.

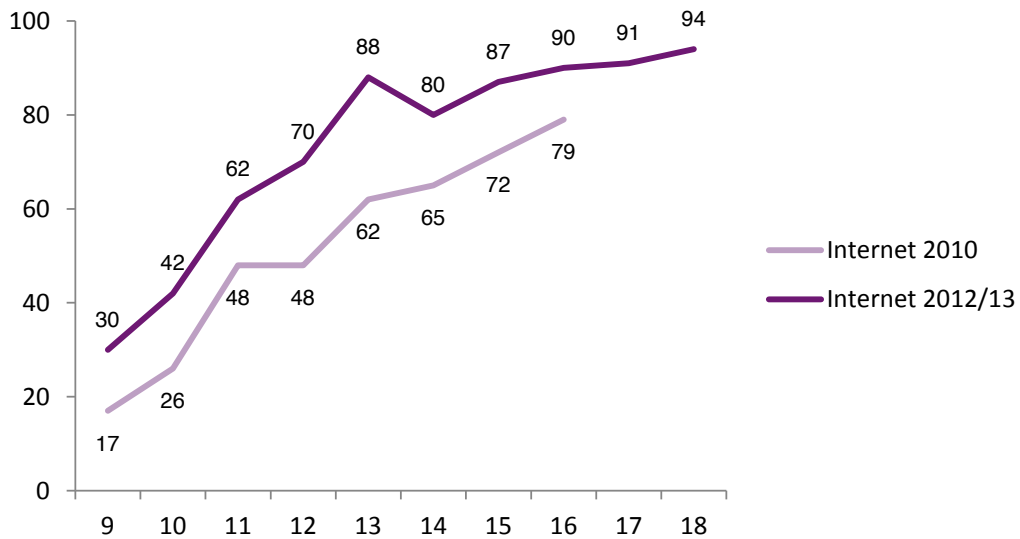
Pojkar i åldersgrupperna 13–16 och 17–18 använder i högre utsträckning nätet och mobilen som nyhetskälla, medan flickor 17–18 något oftare läser papperstidningar.

Jämfört med tidigare år har andelen som tar del av nyheter i någon form ökat påtagligt, förutom när det gäller i form av papperstidning, där en liten minskning kan skönjas.

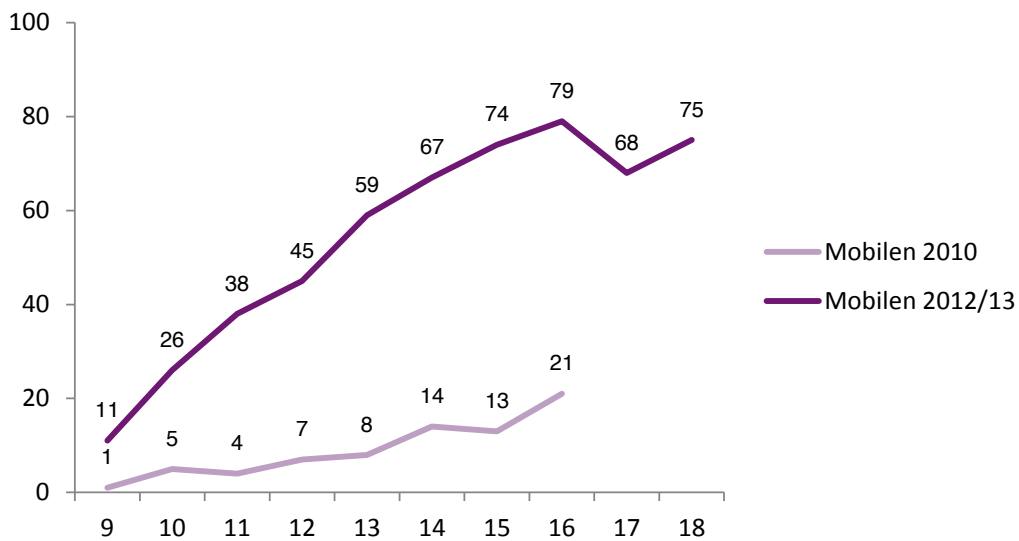
11b. Tar del av nyheter via tv, 2010 och 2012/13 (%)



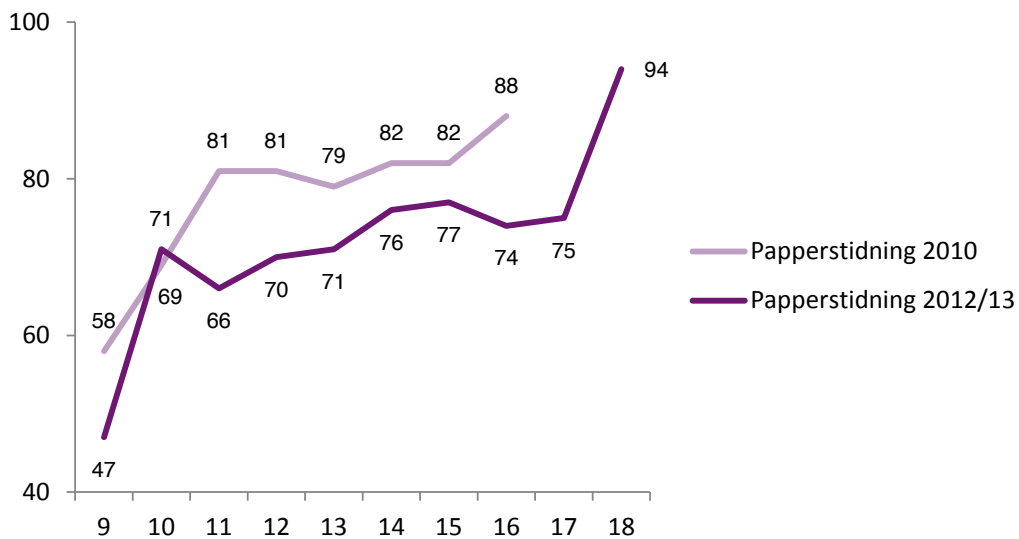
11c. Tar del av nyheter via internet, 2010 och 2012/13 (%)



11d. Tar del av nyheter via mobilen, 2010 och 2012/13. (%)



11e. Tar del av nyheter via papperstidning, 2010 och 2012/13 (%)

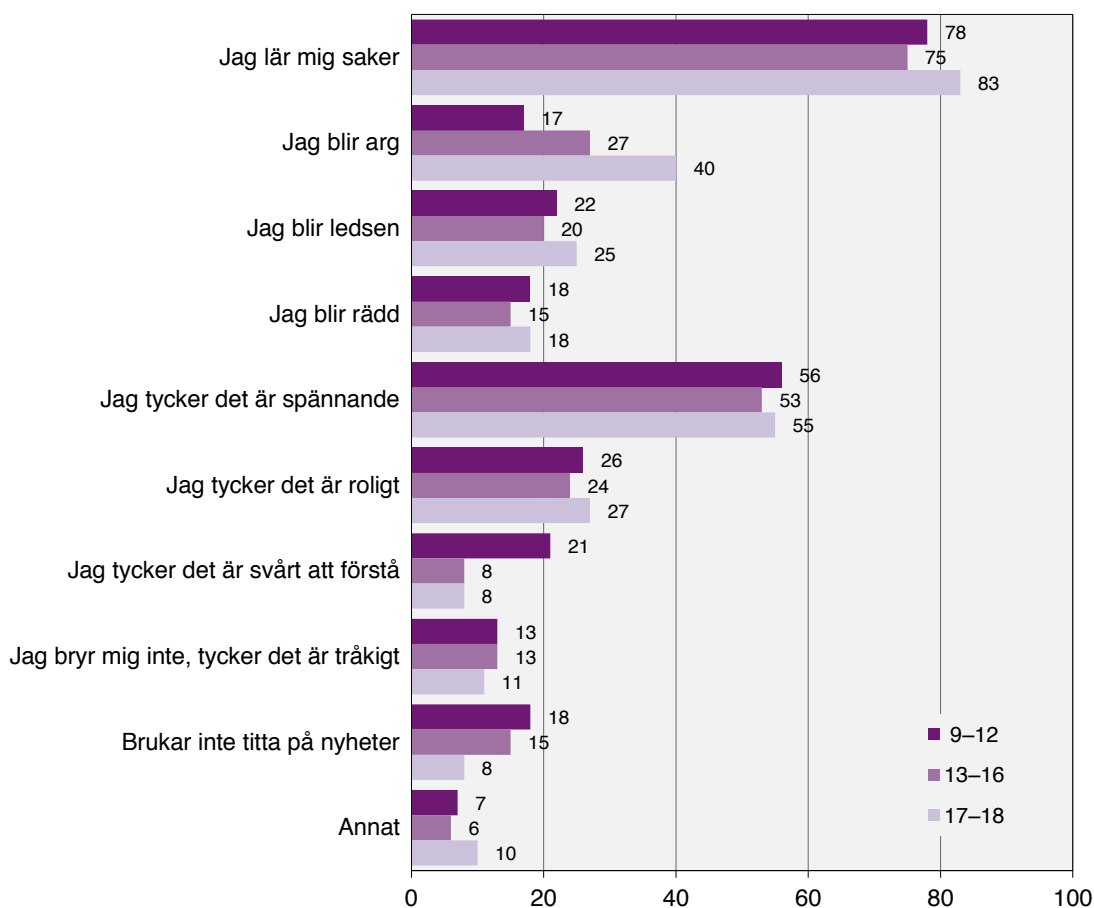


Nyhetskonsumtionen har ökat generellt oavsett respondenternas ålder. Ökningen är förhållandevis liten avseende tv-nyheter, betydligt större avseende internet och mycket stor gällande nyheter via mobilen. Trots dessa ökningarna är tv fortfarande den vanligaste nyhetskällan i de två yngre åldersgrupperna. Bland 17–8 är dock både internet och mobilen något vanligare. Läsningen av papperstidningar

uppvisar en vikande tendens jämfört med 2010. Papperstidningsläsningen ökar fortfarande med respondenternas stigande ålder, men ligger generellt på lägre nivåer än tidigare. En rimlig tolkning är att internet- och mobilnyheter kommit att ersätta läsning av papperstidningar. Eftersom användningen av internet och internet i mobilen generellt har ökat markant är det kan detta vara en förklaring att nyhetskonsumtionen där ökat. En annan, spekulativ, förklaring till ökningen av nyhetskonsumtion på internet och i mobilen kan ligga att stora delar av de inlägg användarna gör i sociala medier är länkar till olika former av nyhetsförmedlande inslag.

12. Hur upplever du nyheterna du ser?

Kryssa för det som du tycker stämmer för dig. Du kan kryssa för flera svar.

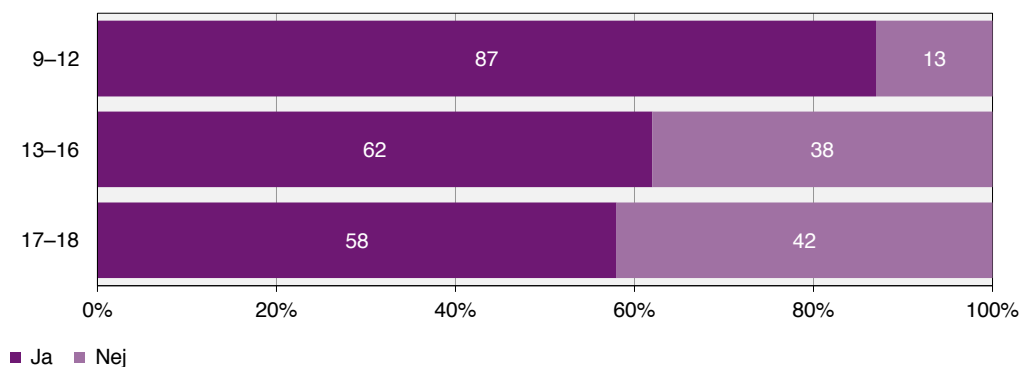


Diagrammet visar att det generellt är små skillnader mellan åldersgruppernas upplevelser av nyheter. De största skillnaderna är att 9-12 i högre grad upplever att nyheterna är svåra att förstå och att 13-16 och i synnerhet 17-18 i högre grad uppger att de blir arga av nyheterna. Det vanligaste svaret är att man lär sig saker

av nyheterna, där skiljer endast några procentenheter mellan åldersgrupperna. Vidare upplever en majoritet i alla åldersgrupperna att nyheterna är spännande. I samtliga åldersgrupper anger flickor i högre utsträckning än pojkar att de blir ledsna eller rädda av nyheterna. Flickor 17–18 blir också arga av nyheterna i högre utsträckning än pojkar 17–18.

Jämfört med tidigare år har flera svarsalternativ som indikerar positiva upplevelser ökat (i båda åldersgrupperna). Det gäller bland annat "jag lär mig saker" där 9–12 ökat från 69 % (2010) till 78 % (2012/13), "jag tycker det är spännande" som bland 9–12 ökat från 46 % (2010) till 56 % (2012/13), "jag tycker det är roligt" som bland 9–12 ökat från 21 % (2010) till 26 % (2012/13). Vidare har andelarna som svarat "jag blir ledsen" minskat medan andelarna som svarat "jag blir arg" har ökat. Sammantaget pekar svaren på denna och föregående fråga på att fler tar del av nyheter och också är mer engagerade i dem.

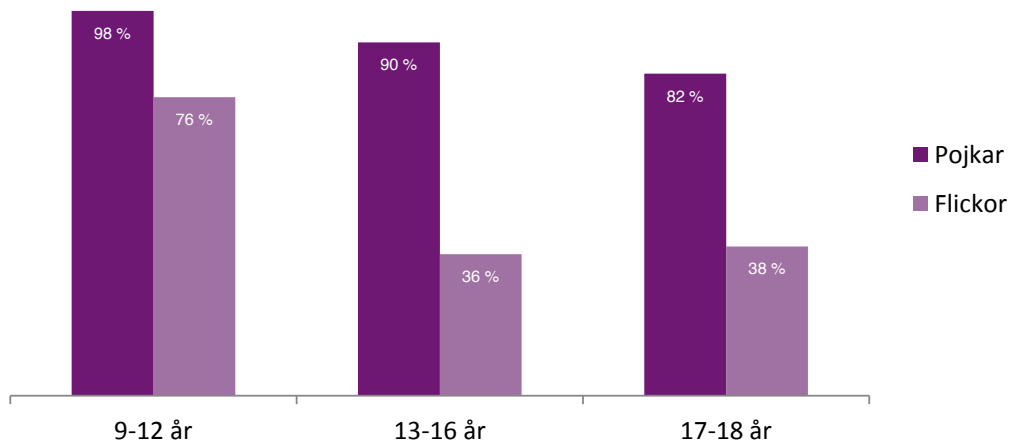
13. Brukar du spela datorspel/tv-spel?



Liksom tidigare frågor visat är det vanligare att 9–12 spelar datorspel/tv-spel i betydligt högre utsträckning än i de äldre åldersgrupperna. Att andelen spelare minskar med stigande ålder efter 12 kan ha en mängd olika orsaker, en tänkbar orsak är att spelandet uppfattas som en lek som man drar ned på när det blir viktigt att inte uppfattas som barnslig.

Spelandet är ett av de områden där könsskillnaderna är mest påtagliga.

13b. Brukar spela datorspel/tv-spel/kön. 2012/13 (%)



Pojkar spelar i högre utsträckning än flickor oavsett åldersgrupp, men allra tydligast är skillnaden bland 13–16, en ålder där flickors spelande sjunker drastiskt. Även bland barn yngre än 9 år är det vanligare att pojkar spelar, men skillnaderna är betydligt mindre (se Småungar & medier 2012/13).

Jämfört med 2010 är det generellt lika många som spelar spel i olika åldersgrupper med ett undantag: flickor i 15–16-årsåldern spelar betydligt mindre än tidigare. 2010 spelade 33 % av 15-åriga flickor och 44 % av 16-åriga flickor. Motsvarande siffror för 2012/13 är 16 % och 26 %.

14. Vilka datorspel/tv-spel spelar du oftast? Skriv högst tre spel.

Denna fråga besvarades endast av de som uppgett att de brukar spela datorspel: 87 % av 9–12 fördelat på 98 % av pojkar och 76 % av flickor (se ovanstående diagram). Eftersom svarsalternativen på denna fråga var öppna innebär det att det ofta inte går att avgöra vilken titel som åsyftats när respondenterna nämnt spel som finns i en mängd olika versioner. I dessa fall har samtliga versioner slagits ihop till en kategori.

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Minecraft (27 %)	Minecraft (41 %)	Movie Star Planet (34 %)
Movie Star Planet (16 %)	Fifa, samtliga versioner (25 %)	Internetspel (29 %)
Internetspel (16 %)	Call of Duty, samtliga versioner (20 %)	The Sims, samtliga versioner (26 %)
Fifa, samtliga versioner (15 %)	Internetspel (7 %)	"Wii" (8 %)
The Sims, samtliga versioner (12 %)	League of Legends (6 %)	Minecraft (8 %)

Det är svårt att i text ge rättvisande beskrivningar av dessa spel. Ett sätt att kategorisera dem är att utgå från de åldersrekommendationer som ges med PEGI-systemet. Dessa rekommendationer specificerar inte till vilken ålder de är särskilt lämpade, utan vilken ålder man bör ha uppnått för att spela dem utifrån innehåll som våld, sex, grovt språk etc. De mest populära spelen i denna åldersgrupp rör sig mellan PEGI 3 och 12.

Fotbollsspelet *Fifa* finns i en mängd olika versioner, samtliga med åldersrekommendationen PEGI 3. Tittar man på de olika könsens preferenser finns dock spel som ligger över detta spann.

Det gäller bland annat *Call of Duty* som är det tredje populäraste spelet bland pojkar. *Call of Duty* är en serie av actionspel i krigsmiljö vars olika titlar har PEGI 16 respektive PEGI 18 på grund av våldsinnehåll och grovt språk.

Det som ovan kallas "internetspel" är inte en egen spelgenre utan en samlingsbe-teckning på olika spel, ofta av enklare karaktär, som spelas direkt i webbläsaren.

I regel är de snabbt avklarade och mindre komplexa än större spel som t.ex. *Call of Duty* som kan ta veckor att spela klart eller *The Sims* och *Minecraft* som saknar egentligt slut. Även bland internet spelen kan det finnas titlar med som har högre åldersrekommendationer.

Wii är inte ett spel utan en spelkonsol för flera olika spel och speltyper. Wii skiljer sig från traditionella spelkonsoller genom att många spel förutsätter att spelarna kroppsligen rör sig för att kontrollera spelet i stället för att sitta i soffan med en spelkontroll i handen. Att kategorin "Wii" återfinns bland de vanligaste svaren såväl bland flickor 9–12 och 13–16 kan tolkas som att flickor generellt inte är lika noga som pojkar med *vad* de spelar, utan mer fokuserar på *hur* de spelar.

Movie Star Planet som är det mest populära spelet bland flickor är en webbaserad virtuell värld där man skapar olika karaktärer och använder dem i filmer, spel och i interaktion med andra användare.

62 % av 13–16 besvarade nedanstående fråga, 90 % av pojkar och 36 % av flickor.

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Fifa, samtliga versioner (26 %)	Fifa, samtliga versioner (33 %)	The Sims (20 %)
Call of Duty, samtliga versioner (23 %)	Call of Duty, samtliga versioner (32 %)	Minecraft (11 %)
Minecraft (20 %)	Minecraft (21 %)	"Wii" (9 %)
League of Legends (16 %)	League of Legends (18 %)	-
The Sims, samtliga versioner (15 %)	Battlefield, samtliga versioner, World of Warcraft (9 %)	-

Bortfallet var mycket stort bland flickor 13–16. Endast 12 % angav det maximala antalet tre spel. Tre spel är också allt som går att redovisa för denna grupp, då inga andra titlar nämndes av fler än två individer. I denna åldersgrupp är olika versioner av fotbollsspelet Fifa det mest populära spelet bland pojkar och når en andraplats totalt.

Bland favoritspelen hos pojkar återfinns också de snarlika krigsspelen *Call of Duty* och *Battlefield* som finns i flera versioner. De har båda åldersmärkningen PEGI 16. 58 % av 17–18 besvarade nedanstående fråga, 82 % av pojkar och 37 % av flickor.

17–18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Call of Duty, samtliga versioner (24 %)	Call of Duty, samtliga versioner (32 %)	The Sims, samtliga versioner (32 %)
Fifa, samtliga versioner (17 %)	Fifa, samtliga versioner (25 %)	Mario Kart (12 %)
League of Legends (14 %)	World of Warcraft (18 %)	"Facebookspel" (9 %)
Battlefield, samtliga versioner (13 %)	Battlefield, samtliga versioner (17 %)	Skyrim (9 %)
World of Warcraft (13 %)	League of Legends (17 %)	-

Även bland de äldsta är bortfallet stort bland flickor. Endast 16 % angav maximala 3 spel. Det är inte meningsfullt att redovisa fler speltitlar än fyra hos flickor 17–18, då övriga titlar aldrig angavs av fler än två individer.

I denna åldersgrupp är *Call of Duty* det mest populära spelet totalt sett. En av anledningarna är att så få flickor har svarat på denna fråga varför pojkars preferenser får ett starkare genomslag.

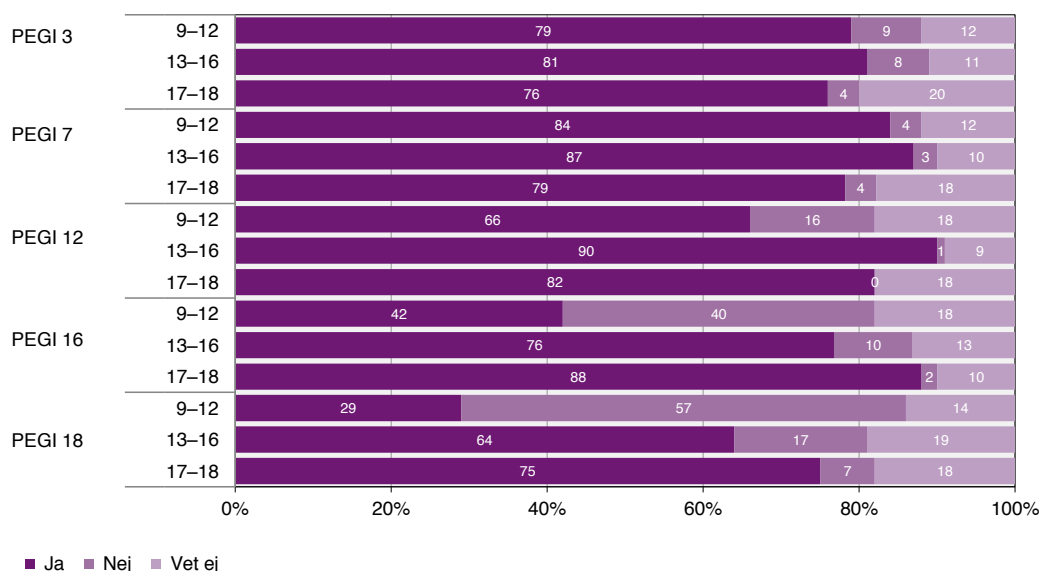
Sammantaget visar resultatet att flickor generellt inte är intresserade av sportspel eller av spel av actionkaraktär där våldsinnehållet är framträdande, medan pojkar föredrar dessa typer av spel.

"Facebookspel" är att betrakta på samma sätt som de ovan beskrivna "internet-spelen" – med den skillnaden att de distribueras via Facebook i stället för på särskilda spelportaler.

Spelvalen är starkt könssegregerade – de enda spel som både pojkar och flickor spelar i någon högre utsträckning är *Minecraft* (9–12 och 13–16) samt samlingskategorin "internetspel" (endast 9–12).

15. Har du spelat spel med någon av dessa åldersgränser?

Denna fråga besvarades endast av de som uppgett att de brukar spela datorspel, dvs. 87 % av 9–12, 62 % av 13–16 samt 58 % av 17–18.

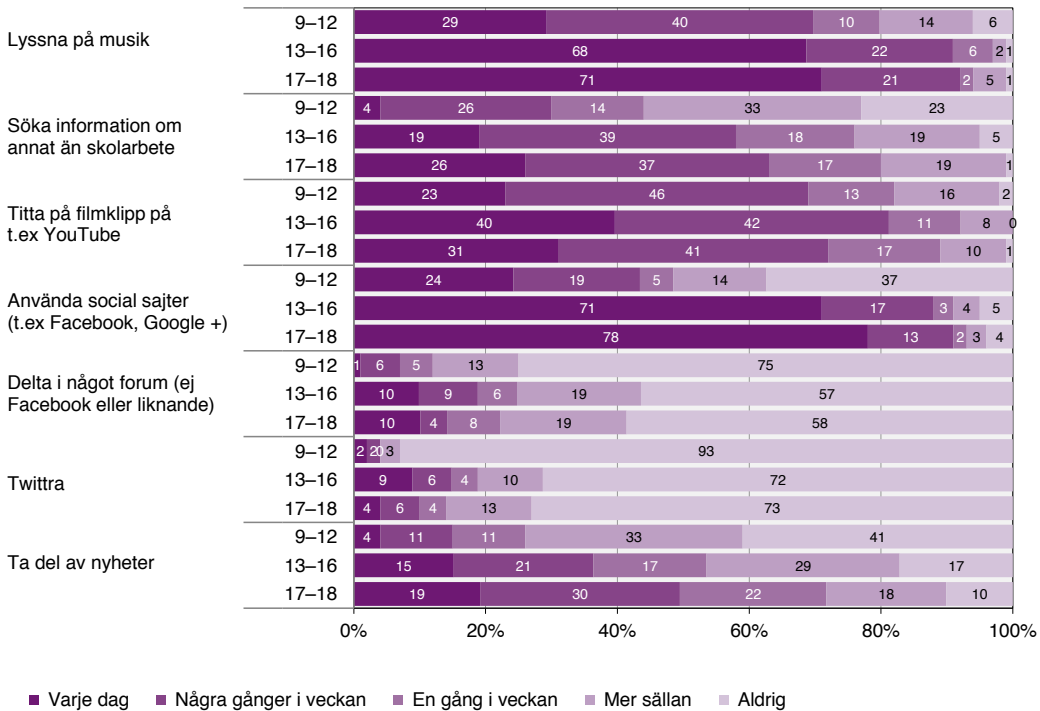
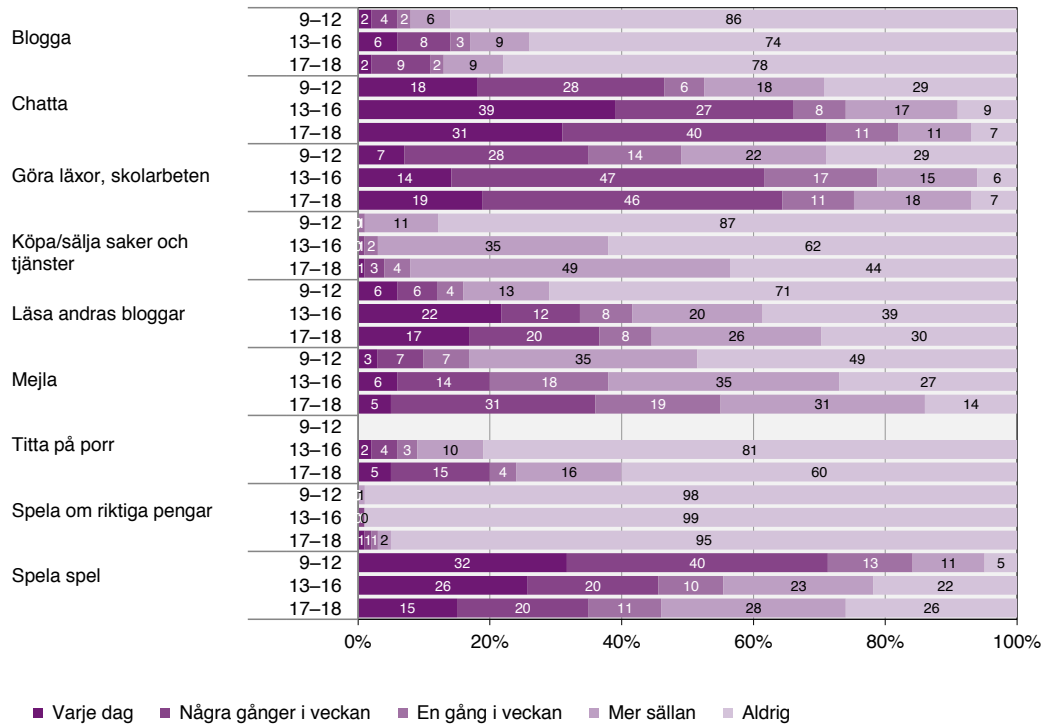


Diagrammet visar att andelen 9–12 som uppger att de spelat spelen minskar med stigande åldersrekommendation. Det kan dock noteras att 42 % av 9–12 spelat titlar med åldersgränsen PEGI 16 och 29 % i samma grupp spel med PEGI 18. Det är betydligt vanligare att pojkar spelat titlar med högre åldersrekommendation. Bland 9–12 har 58 % av pojkarna och 9 % av flickorna spelat PEGI 16-spel. 40 % av pojkarna och 5 % av flickorna har spelat spel med åldersmärknings PEGI 18. Pojkars större intresse för datorspel framgår också av andelen som svarat "Vet ej". Medan andelen pojkar som svarat att de inte vet om de spelat spel med de olika PEGI-märkningarna varierar mellan 5–13 % i de olika åldersintervallen är motsvarande siffror för flickor 18–54 %. Pojkar är således betydligt mer medvetna om åldersrekommendationerna.

Denna fråga har inte ställts i de föregående undersökningarna.

16. Hur ofta brukar du göra följande på internet på din fritid? Svara med ett kryss på varje rad.

97 % av 9-12 och 100 % av 13-18 har angett att de använder internet på sin fritid och besvarar denna fråga.



Bland 13–16 och 17–18 är de överlägset vanligaste aktiviteterna att använda sociala sajter och lyssna på musik. För 9–12 är det spela spel och lyssna på musik som har högst andelar för daglig användning. Användning av sociala medier kommer dock redan på tredje plats för 9–12. Den minst vanliga aktiviteten överlag är att spela om riktiga pengar. Bland 9–12 uppger 93 % att de aldrig twittrar. Flera påtagliga könsskillnader avseende internetbruk har redan konstaterats och de framträder även tydligt i denna fråga. Oavsett åldersgrupp ser pojkar oftare på filmklipp och spelar. Bland de båda äldre åldersgrupperna ser pojkarna också betydligt oftare på porr och bland 17–18 deltar de i högre utsträckning i forum. Flickorna både läser blogggar och blogggar själva oftare än pojkar, oavsett åldersgrupp. I de båda äldsta åldersgrupperna använder flickor oftare mejl än pojkar och bland 17–18 gör de i högre utsträckning skolarbeten på internet.

Frågan har ändrats sedan tidigare undersökningar varför direkta jämförelser inte kan göras. Föregående undersökningar saknade frekvensmått, men där framträder dock vilka aktiviteter som var populärast. De aktiviteter som låg högst 2010 var klipp, spela spel, chatta och sociala sajter. Även då använde man alltså internet främst för nöjen och sociala syften.

**17. Vilka sociala sajter (t.ex. Facebook) är du medlem på?
Skriv högst tre som du använder.**

61 % av de tillfrågade 9–12 är medlem på någon social sajt, lika stor andel bland pojkar som bland flickor. Av de som angivit vilka sajter de är medlemmar på fördeklarar sig de fem populäraste svaren enligt nedan.

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Facebook (68 %)	Facebook (76 %)	Facebook (59 %)
Instagram (29 %)	Instagram (20 %)	Instagram (39 %)
Movie Star Planet (16 %)	Movie Star Planet (12 %)	Movie Star Planet (19 %)
Twitter (11 %)	Twitter (13 %)	Twitter (10 %)
Skype (15 %)	Skype (15 %)	Skype (13 %)

2010 använde 58 % i denna åldersgrupp sociala sajter, så ökningen är inte omfattande. Facebook toppade även statistiken 2010, dock med endast 37 % av användarna. Det är också den enda sajten som samlar mer än 1 % av användarna både 2010 och 2012. MSN som var näst populärast 2010 får idag endast enstaka svar

och den tredje mest besökta sajten 2010, Bilddagboken, finns inte längre. Varken Facebook eller Instagram tillåter användare under 13 år. Det verkar dock inte vara något större problem att kringgå dessa regler.

86 % av de tillfrågade 13–16 är medlem på någon social sajt, 91 % bland flickor och 81 % bland pojkar. Av de som angivit vilka sajter de är medlemmar på fördelar sig de fem populäraste svaren enligt nedan.

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Facebook (96 %)	Facebook (96 %)	Facebook (96 %)
Instagram (28 %)	Instagram (18 %)	Instagram (36 %)
Twitter (25 %)	Twitter (17 %)	Twitter (32 %)
YouTube (13 %)	Skype (13 %)	YouTube (13 %)
Skype (10 %)	YouTube (13 %)	Tumblr (10 %)

Även 2010 använde 86 % i denna åldersgrupp sociala sajter. Facebook toppade då statistiken med 75 % av besökarna och har alltså ökat till 96 % i insamlingen 2012/13. Liksom i åldersgruppen 9–12 är Facebook den enda sajten som finns med bland de mest populära både 2010 och 2012/13.

91 % av 17–18 är medlem på någon social sajt utan skillnader mellan könen. Av de som angivit vilka sajter de är medlemmar på fördelar sig de fem populäraste svaren enligt nedan.

17–18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Facebook (93 %)	Facebook (91 %)	Facebook (95 %)
Instagram (27 %)	Twitter (21 %)	Instagram (35 %)
Twitter (21 %)	Instagram (18 %)	Twitter (22 %)
YouTube (11 %)	YouTube (15 %)	YouTube (10 %)

Den enda påtagliga könsskillnaden – som gäller alla tre åldersgrupperna – är att flickor i högre grad använder Instagram än vad pojkar gör. Instagram existerade inte vid den förra datainsamlingen 2010. Den då populära bilddelningstjänsten Bilddagboken uppvisade samma skillnad mellan pojkar och flickor. Då som nu är det alltså populärare bland flickor att fotografera och lägga ut bilderna på internet än bland pojkar. Bland 9-12 är fler pojkar (76 %) än flickor (59 %) medlemmar på Facebook. Det innebär dock inte att de använder oftare eller längre tid. Könsskillnaderna i användning av sociala medier är i denna åldersgrupp marginella.

18. Vilka sajter besöker du oftast?

89 % av 9–12 angav minst en sajt på denna fråga, lika stora andelar av pojkar och flickor. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
YouTube (63 %)	YouTube (74 %)	YouTube (45 %)
Google (28 %)	Google (31 %)	Movie Star Planet (26 %)
Facebook (22 %)	Facebook (23 %)	Google (21 %)
Movie Star Planet (18 %)	Minecraft (13 %)	Spela.se (19 %)
Spela.se (16 %)	Spela.se (11 %)	Facebook (18 %)

Tabellen visar att YouTube är den mest besökta sajten i denna åldersgrupp, både bland pojkar och bland flickor. Den är dock betydligt mer populär bland pojkar. Övriga könsskillnader i denna åldersgrupp inskränker sig till spelsajter: pojkar besöker *Minecraft*, flickor *Movie Star Planet*. Frågan ställdes inte 2010.

90 % av 13–16 besvarade frågan, 88 % bland pojkar och 93 % bland flickor. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Facebook (80 %)	Facebook (79 %)	Facebook (83 %)
YouTube (56 %)	YouTube (60 %)	YouTube (52 %)
Google (27 %)	Google (24 %)	Google (29 %)
"Bloggar" (14 %)	Aftonbladet (14 %)	"Bloggar" (22 %)
Twitter (13 %)	Twitter (7 %)	Twitter (18 %)

Facebook är den överlägset populäraste sajten bland både pojkar och flickor. Bland pojkar gav ingen svaret "bloggar" eller adressen till någon bloggportal, något som 22 % bland flickor gjorde. Frågan ställdes inte 2010.

92 % av 17–18 har angett åtminstone en sajt, lika stora andelar pojkar och flickor. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

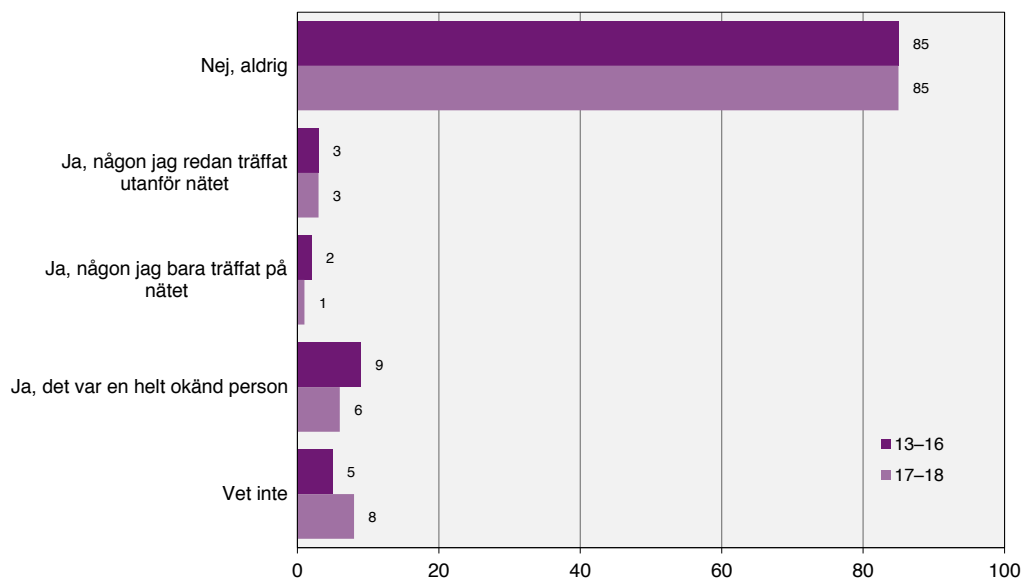
17–18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Facebook (84 %)	Facebook (78 %)	Facebook (89 %)
YouTube (49 %)	YouTube (51 %)	YouTube (48 %)
Google (30 %)	Google (29 %)	Google (30 %)
Aftonbladet (13 %)	Aftonbladet (20 %)	Instagram, "Bloggar" (19 %)
Instagram, Twitter (11 %)	Reddit.com (12 %)	Hotmail (10 %)

Liksom bland 13–16 besöker de flesta Facebook, YouTube och Google. Det är i princip endast flickor som anger kategorin "bloggar" eller adresser till bloggportaler. Som påpekats i avsnittet om sociala sajter är bilddelningstjänsten Instagram också betydligt populärare bland flickor än bland pojkar. Pojkar går istället till

Aftonbladet och Reddit – en social nyhetssida där man kan posta länkar till andra sajter eller eget material. Andra användare kan sen antingen rösta ”upp” eller ”ner” de postade länkarna, och de mest framgångsrika länkarna når då framsidan.

När det gäller könsskillnader i detta avseende är det viktigt att poängtera att de flesta ”sajter” som nämns är webbtjänster vars innehåll inte kan kategoriseras på förhand. Undantag är *Minecraft* och *Movie Star Planet* samt *Spela.se* som alla i huvudsak är spelrelaterade. Vad gäller de övriga, t.ex. YouTube, Google eller Facebook går det utifrån detta resultat inte att säga vad de ser eller gör på dessa sajter. Frågan ställdes inte 2010.

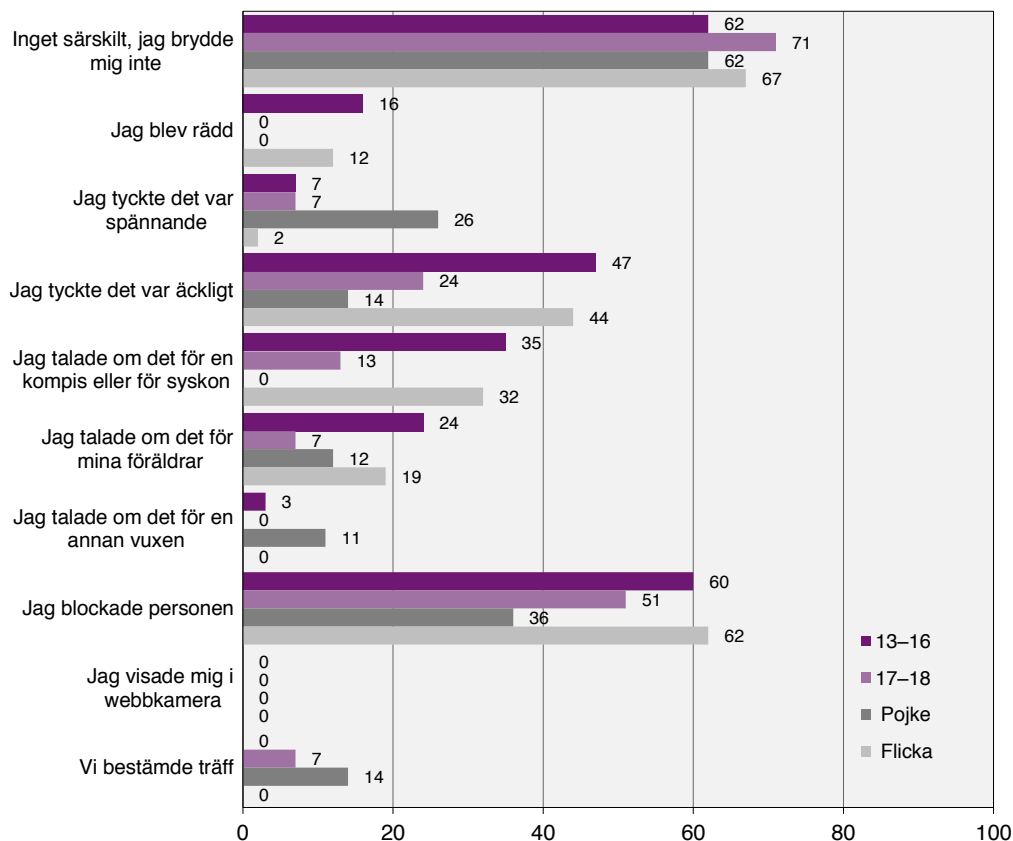
**19. Har det hänt att någon mot din vilja har kontaktat dig på nätet för att prata om sex under det senaste året? Du kan kryssa för flera svar.
(Endast 13–18)**



Diagrammet visar att det är relativt ovanligt att detta inträffar. Flickor utsätts oftare än pojkar för sådana kontaktförsök: i åldersgruppen 12–16 har 25 % bland flickor och 10 % bland pojkar uppgett att de mot sin vilja kontaktats i sexuella syften och bland 17–18 19 % respektive 11 %. I den mån det inträffar är det oftast en helt okänd person som tar initiativ. Notera att samma individ kan ha kontaktats av både kända och okända personer, varför totalsumman i detta diagram överstiger 100 %. Nästa fråga undersöker närmare vad sådana initiativ leder till.

Jämförelser med undersökningen från 2010 kan inte göras, vilket även gäller nedanstående följdfrågor.

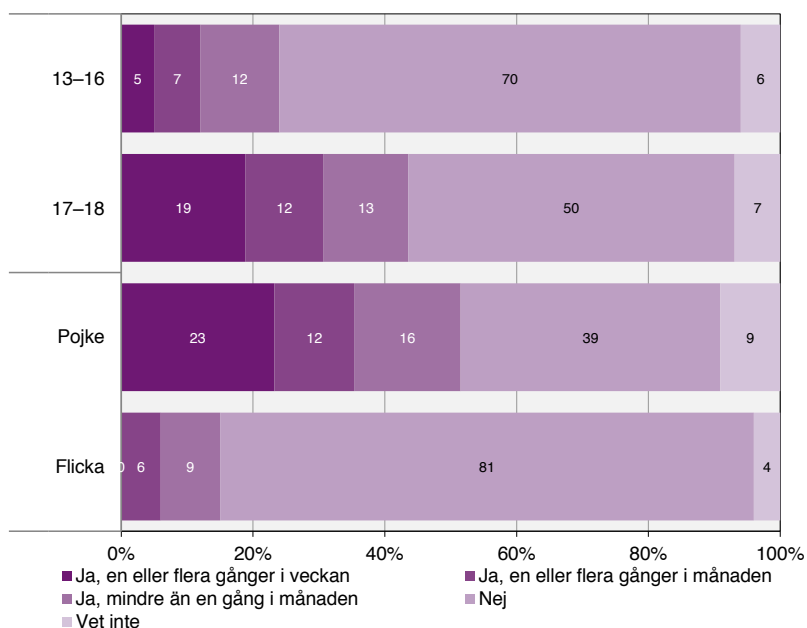
**20. Om du har svarat Ja på fråga 19: Vad hände?
Du kan kryssa i flera svar. (Endast 13–18).**



Denna fråga har endast besvarats av de som svarat "Ja" på något av alternativen i föregående fråga, 15 % av 13-16 (43 individer) och 15 % av 17-18 (24 individer). Det statistiska underlaget är således mycket litet på denna fråga.

Observera att det endast är de som svarat att de mot sin vilja blivit kontaktade för att prata om sex som svarat på denna fråga. Det vanligaste svaret är att inget särskilt hände, man brydde sig inte. Det näst vanligaste är att man blockade personen. Könsskillnaderna är generellt relativt stora. Flickor reagerar överlag mer negativt än pojkar, 12 % bland flickor (pojkar 0 %) uppger att de blev rädda, 44 % att de tyckte det var äckligt (pojkar 14 %). Det gäller också de positiva svarsalternativen, bland pojkar uppger 26 % att de tyckte det var spännande (flickor 2 %) och 14 % bland pojkar uppger att det som hände var att de stämde träff med personen (flickor 0 %).

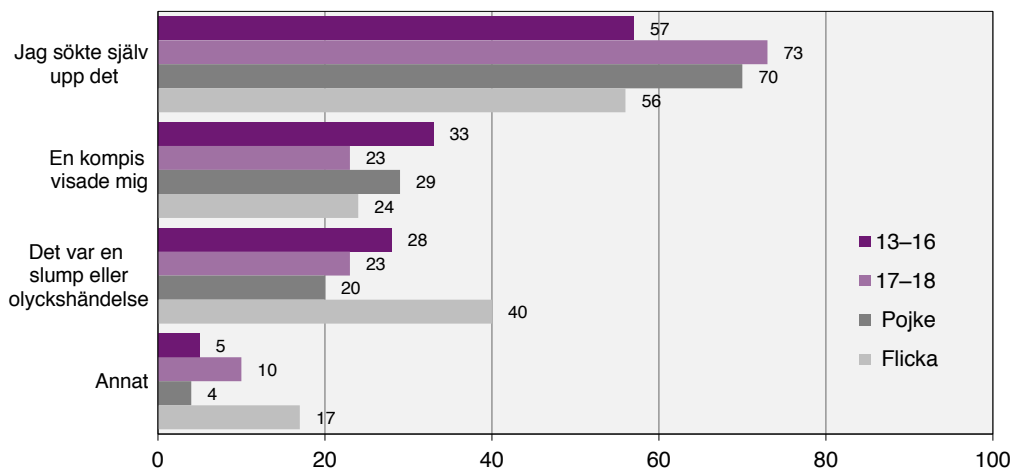
21. Har du sett porr på nätet under det senaste året? (Endast 13–18)



Bland 13–16 uppgjer de flesta att de inte sett porr på nätet. Bland 17–18 svarar 50 % nej. Könsskillnaderna är påtagliga, detta syns bl.a. när det gäller en eller flera gånger i veckan, pojkar 23 %, flickor 0 %, men också för svarsalternativet ”nej”. Intresset för porr tycks vara större bland pojkar än bland flickor. Flickor är dock inte nollrepresenterade; 15 % anger att de ser porr någon gång då och då.

2010 formulerades frågan ”Har du kommit i kontakt med porrsajter på nätet”, alltså utan tidsangivelse. I insamlingen 2012/13 lyder frågan ”Har du sett porr på nätet under det senaste året”, varför svaren inte är jämförbara.

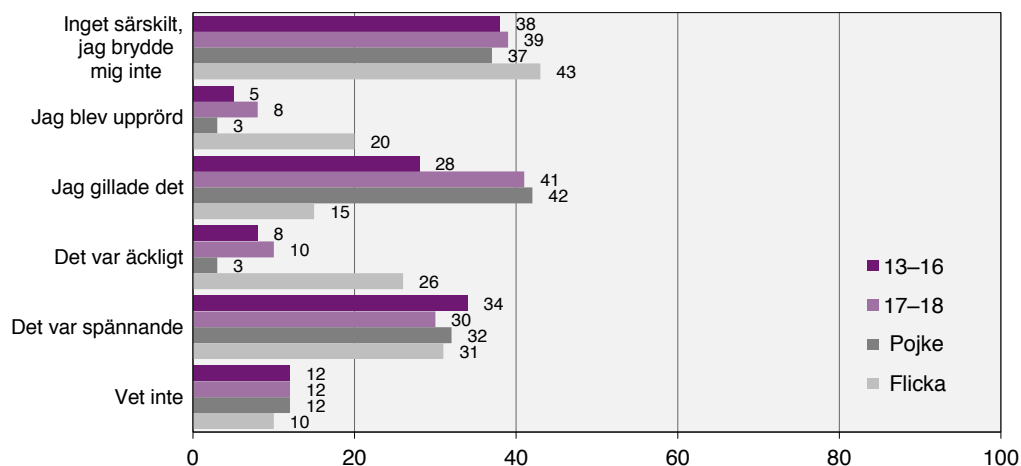
**22. Om du kommit i kontakt med porr på nätet, hur gick det till?
Kryssa för det som du tycker stämmer för dig.
Du kan kryssa för flera svar. (Endast 13–18)**



För första gången undersöks hur det gick till när man kommit i kontakt med porr. Det visar sig att det sällan är av en slump eller olyckshändelse, 28 % av 13–16 och 23 % av 17–18 uppger detta. Här är dock könsskillnaden påtaglig, 40 % bland flickor uppger att det hände av en slump jämfört med 20 % bland pojkar. Det vanligaste är att man själv sökte upp det, vilket en majoritet uppger både bland flickor och bland pojkar.

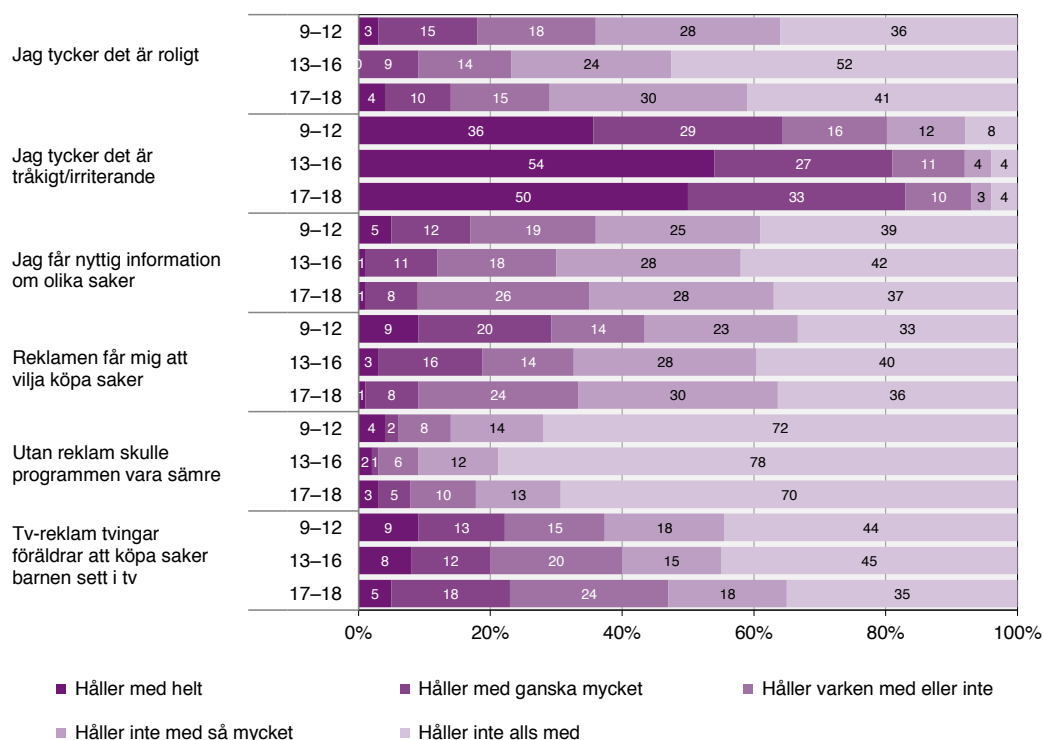
Svarsalternativet "annat" hade också en öppen följdfråga där respondenterna uppmanades att beskriva hur de kommit i kontakt med pornografi. Antal svarande på denna fråga är dock alltför litet för att resultatet ska kunna behandlas. Frågan ställdes inte 2010.

**23. Om du har kommit in på en sajt med porr, hur upplevde du det?
Du kan kryssa för flera svar. (Endast 13–18)**



Även på denna fråga är könsskillnaderna framträdande. Flickor uppger i högre grad att de blev upprörda eller att de tyckte det var äckligt och i lägre grad att de gillade det. Men det är också små skillnader mellan könen avseende svarsalternativet "Inget särskilt, jag brydde mig inte". Det är också lika stor andel flickor som pojkar som uppger att de tyckte att det var spännande. Det är svårt att jämföra med undersökningen 2010, eftersom svarsalternativen skiljer sig åt i några avseenden. Generellt tycks dock attityden till porr blivit mindre negativ både hos pojkar och hos flickor 2012/13 än vad den var 2010.

24. Vad tycker du om reklam på tv? Svara med ett kryss på varje rad.

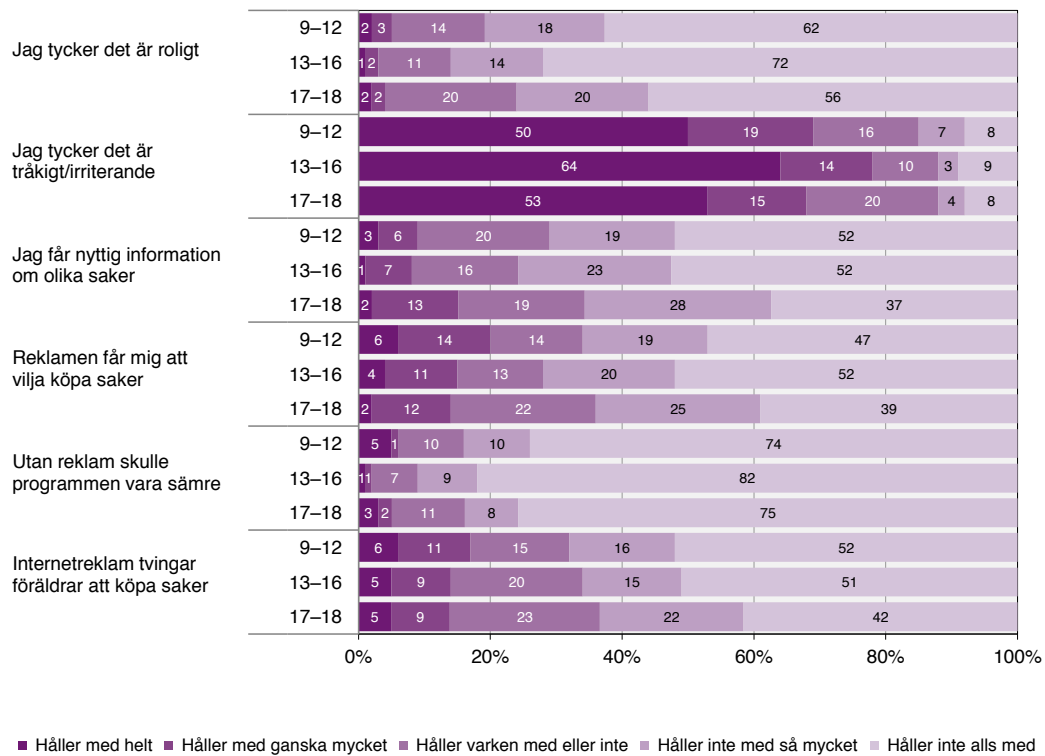


Inställningen till reklam på tv är generellt negativ. 9-12 uppger i högre utsträckning än de äldre åldersgrupperna att reklamen får dem att vilja köpa saker. Detta är intressant med tanke på att tv-reklam som vänder sig till barn under 12 år är förbjudet i svensk lag. Det är få som har uppfattningen att kvaliteten på programmen skulle sjunka utan reklam. Eventuellt kan de ha tolkat frågan som "skulle du tycka att programmen var sämre om man tog bort reklamen?".

Flickor anger i högre grad än pojkar att reklamen får dem att vilja köpa saker. Skillnaden mellan könen är störst i åldersgruppen 13-16 där 26 % bland flickor håller med ganska mycket eller helt jämfört med 11 % bland pojkar.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

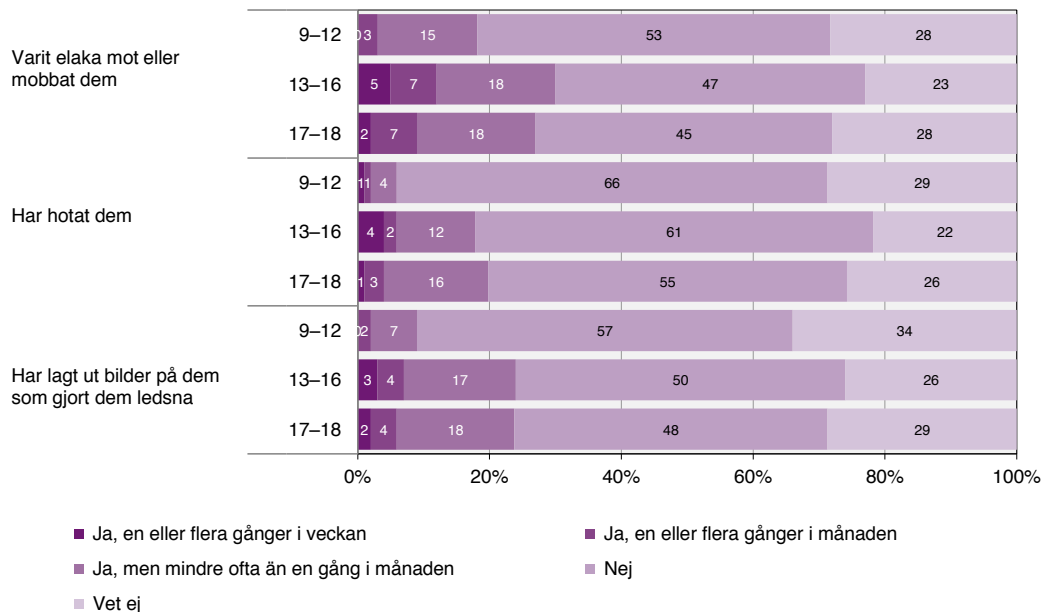
25. Vad tycker du om reklam på internet? Svara med ett kryss på varje rad.



Svarsmönstret är snarlikt det för tv-reklam; irritation och uttråkning dominerar starkt. Respondenterna anser dock inte att internetreklam får dem att vilja konsumera i samma utsträckning som tv-reklam. Flickor anger, liksom i förra frågan, i högre utsträckning än pojkar att reklamen får dem att vilja köpa saker.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

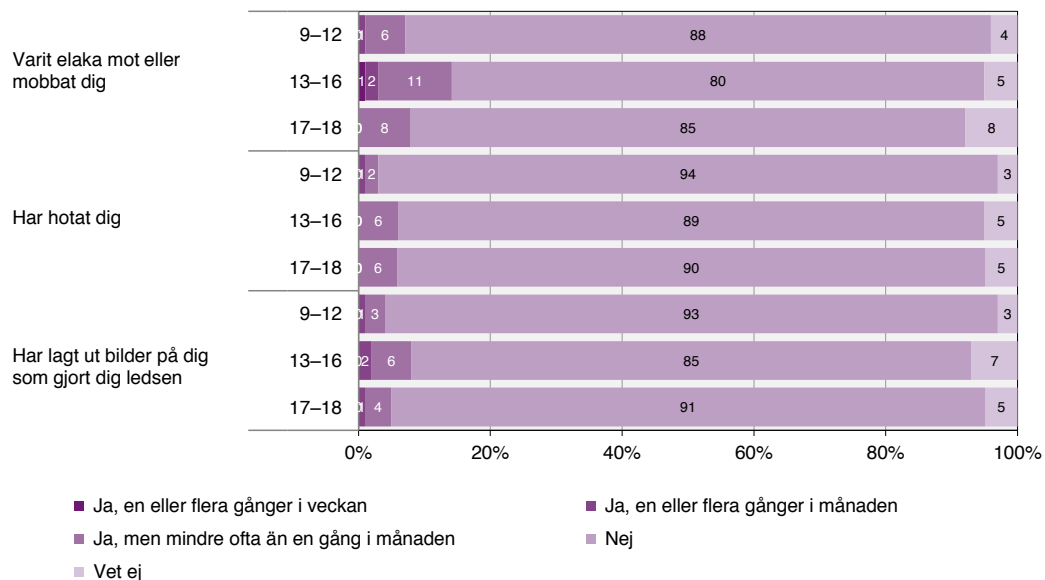
26. Känner du någon som råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året? Att någon eller några ...



På denna fråga är andelarna som svarat "vet ej" mycket höga. Det är framförallt 13-16 som uppger att de känner någon som utsatts för detta flera gånger i månaden eller flera gånger i veckan. Det är vanligare att man känner någon som råkat ut för detta än att man råkat ut för det själv. Könsskillnaderna är påtagliga, särskilt bland de äldre. Medan 23 % bland pojkar 13-16 och 21 % bland pojkar 17-18 känner någon som blivit mobbad är motsvarande siffror för flickor 37 % och 30 %. Majoriteten gäller i samtliga fall mindre ofta än en gång i månaden.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

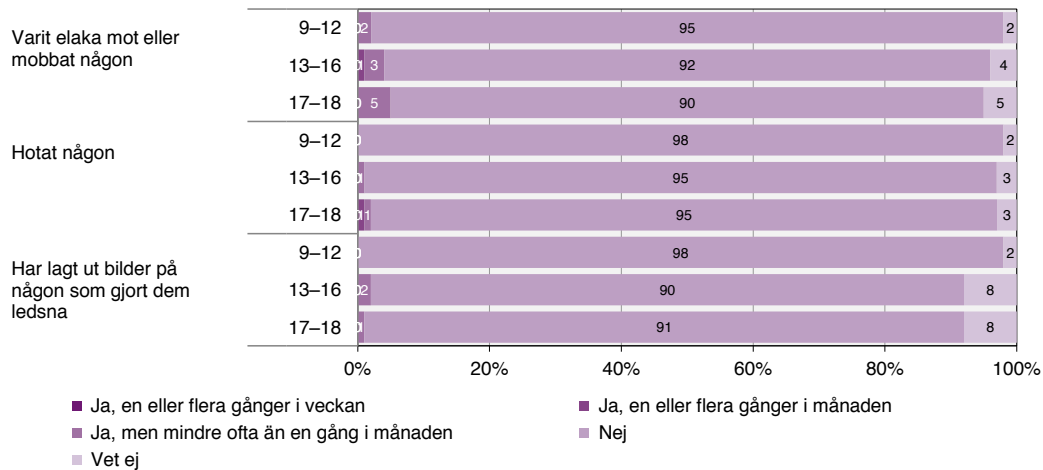
27. Har du själv råkat ut för något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året? Att någon eller några ...



Diagrammet visar att andelen "vet ej" har sjunkit kraftigt jämfört med förra frågan. Det är naturligt eftersom man har lättare att veta om man själv råkat ut för något än om någon annan gjort det. Vidare syns att andelen som svarar "nej" är stor, mellan 80 % och 94 %. I den mån man uppger att något har hänt är det framförallt att någon varit elak eller mobbat. Bland 9-12 är negativa erfarenheter något vanligare bland flickor än bland pojkar. Könsskillnaderna är dock påtagliga bland 13-16. Avseende om någon varit elak mot eller mobbat har 6 % bland pojkar 13-16 och 5 % av pojkar 17-18 sådana erfarenheter (ingen har varit med om detta en eller flera gånger i veckan). Bland flickor är motsvarande siffror 20 % respektive 10 %. Majoriteten gäller i samtliga fall mindre ofta än en gång i månaden. Även att någon lagt ut bilder som gjort respondenten ledsen är vanligare bland flickor än pojkar: medan 4 % bland pojkar 13-16 och 1 % bland pojkar 17-18 varit med om detta är andelarna bland flickor 12 % och 8 %.

Det går inte att urskilja några skillnader mot 2010.

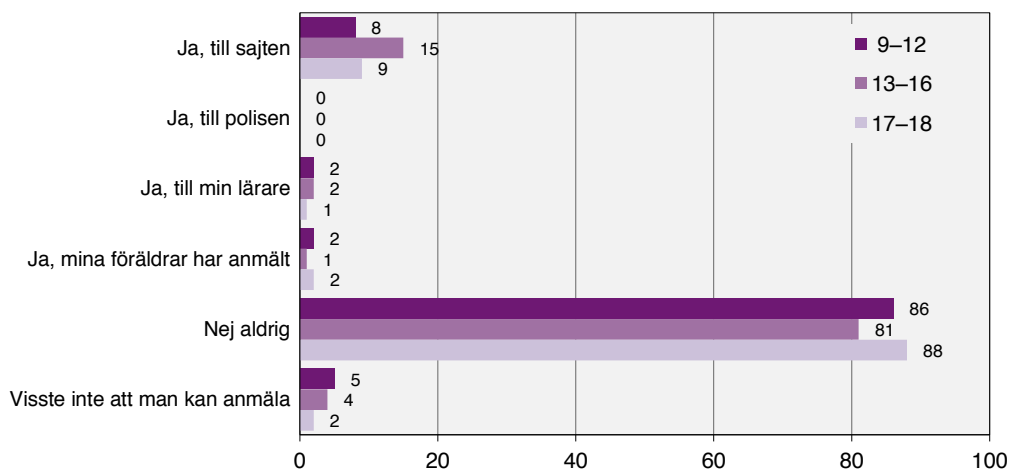
28. Har du själv gjort något av följande på internet eller via mobilen under det senaste året? Har du själv...



Diagrammet visar att det är ett närmast 100-procentigt nekande svar på denna fråga. Bland 13–16 och 17–18 anger ett fåtal att de kan ha varit elaka eller mobbat, mellan 3 % och 5 % och då mindre ofta än en gång i månaden. Det finns tre tänkbara förklaringar till de stora skillnaderna mellan att uppleva sig mobbad och att mobba själv. För det första kan det vara ett litet fåtal individer som mobbar ett stort antal. Om detta är fallet är ovanstående siffror rättvisande. För det andra är det långt ifrån säkert att den som av offret uppfattas som mobbare själv uppfattar det egna beteendet som mobbning. Att man inte ser konsekvenserna av det egna handlandet kan dessutom antas vara vanligare när det rör sig om medierad kommunikation via internet eller mobiltelefon då man inte har kontakt med den man agerar mot ansikte mot ansikte. För det tredje finns det ofta en benägenhet att svara mindre sanningsenligt på frågor som rör beteenden man skäms för. Det går inte att urskilja några könsskillnader i detta avseende.

Det går heller inte att urskilja några skillnader mot 2010.

29a. Har du någon gång gjort en anmälan om något som inträffat på nätet? Du kan kryssa för flera svar.



Diagrammet visar att det förekommer att man anmäler händelser till sajten. En klar majoritet har dock aldrig anmält något, och ingen har gjort en polisanmälan om något som inträffat på nätet. Vidare syns inga påtagliga skillnader mellan åldersgrupperna förutom att det är vanligare bland 13–16 än bland de andra åldersgrupperna att man anmält något till den aktuella sajten.

Det är betydligt vanligare att flickor har gjort anmälningar: bland 9–12 har 26 % bland flickor gjort det jämfört med 9 % bland pojkar och bland 13–16 26 % flickor respektive 12 % pojkar. Bland 17–18 är det dock lika vanligt bland pojkar och flickor (9 %).

Jämfört med tidigare undersökningar syns endast marginella skillnader.

29b. Vad gällde anmälan?

Denna fråga har endast besvarats av de som svarat "ja" på något av alternativen i föregående fråga. Eftersom det är så få som anmält händelser på internet, är det statistiska underlaget för denna fråga och fråga 30 litet: 53 individer i 9–12, 35 individer i 13–16 och endast 15 individer i 17–18.

9–12, SAMTLIGA	13–16, SAMTLIGA	17–18, SAMTLIGA
Jag hade blivit hackad (24 %)	Mobbning (37 %)	Oönskad bild upplagd (40 %)
Någon förolämpade mig (22 %)	Förolämpning (20 %)	Mobbning (20 %)
Någon använde grovt språk (15 %)	Oönskad bild upplagd (20 %)	Förolämpning, reklam, spam (13 %)

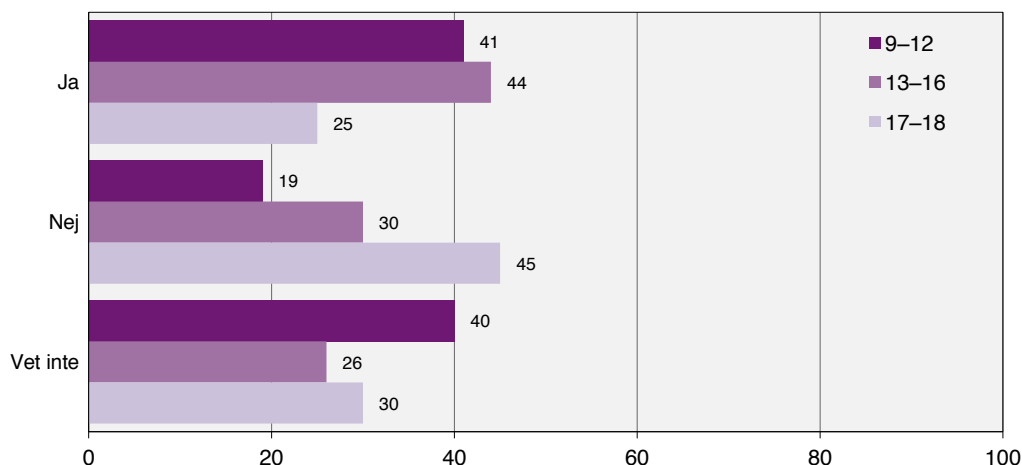
10 % av 9–12 angav en anledning till att de anmält innehåll på internet. Det är betydligt vanligare att flickor anmält (16 %) än att pojkar gjort det (4 %). Flickor har också oftare gjort en anmälning för att någon förolämpat dem, i övrigt är skillnaderna små.

Bland 13–16 angav 15 % vad de anmält för. Det är nästan dubbelt så vanligt att flickor anmält (19 %) som att pojkar gjort det (10 %). Det är också vanligare att flickor anmäler om mobbning (42 %) än att pojkar gör det (27 %). I övrigt är skillnaderna små.

Bland 17–18 är det än färre som anmält, totalt 9 % fördelat på 7 % bland pojkar och 12 % bland flickor. Det är alltför få pojkar som uppgett att de anmält för att redovisa nedbrutet på kategorier, bland flickor gäller de flesta anmälningar att någon lagt upp oönskade bilder på dem.

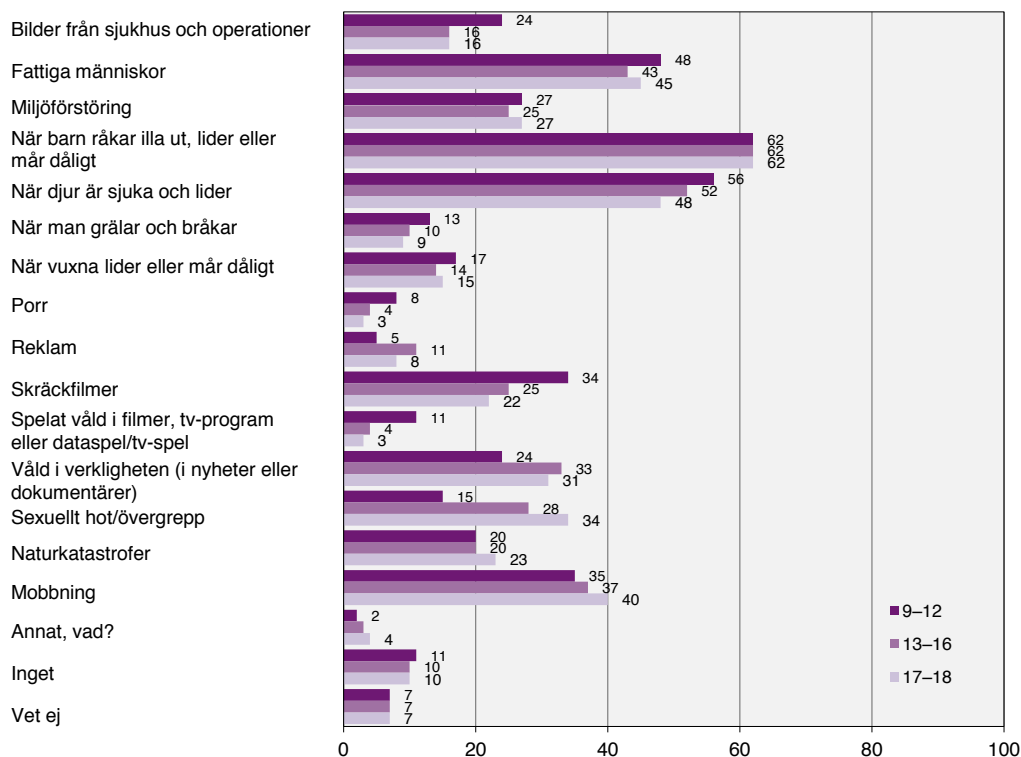
30. Fick du någon hjälp av den du anmälde till?

Denna fråga har endast besvarats av de som svarat "ja" på något av alternativen i fråga 29.



Diagrammet visar på svårtydda resultat. Bland 9–12 svarar 41 % att de fått hjälp, samtidigt svarar en nästan lika stor andel – 40 % – att de inte vet. Andelen som svarat nej ökar med ålder. Det är anmärkningsvärt att det i samtliga åldersgrupper är en majoritet som antingen inte fått hjälp eller som inte vet om de fått det (59 % bland 9–12, 56 % bland 13–16 och 75 % bland 17–18). Om man endast ser till dem som anmält något till sajten är det ännu högre andelar som inte fått hjälp eller inte vet om de fått det, 65 % av 9–12, 62 % av 13–16 och 79 % av 17–18. Jämfört med 2010 har andelen som upplever att de fått hjälp minskat något i båda de yngre åldersgrupperna.

31. Finns det något innehåll i tv, film, spel eller på internet som du blivit rädd, ledsen eller deppigt av? Välj högst fem alternativ.

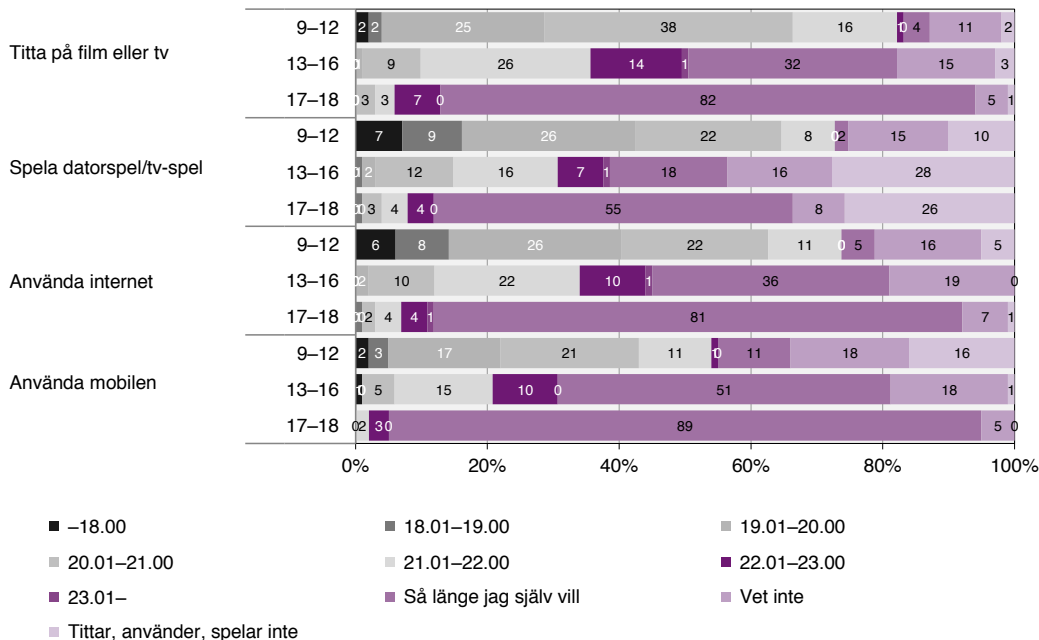


Diagrammet visar att det framförallt är "När barn råkar illa ut, lider eller mår dåligt" som ger dessa reaktioner. Det gäller samtliga åldersgrupper. Också "När djur är sjuka eller lider" har en framskjuten plats. Det syns överlag inte några påtagliga skillnader mellan åldersgrupperna, med några undantag. Det gäller t.ex. "Sexuellt hot/övergrepp" respektive "Våld i verkligheten (i nyheter eller dokumentärer)" där 9-12 ligger lägre än de äldre åldersgrupperna, samt "Spelat våld i filmer, tv-program eller datorspel/tv-spel" och "Skräckfilmer" där förhållandet är det omvända. Man kan anta att de yngre barnen inte kommer i kontakt med skildringar av sexuella hot och övergrepp eftersom sådant i regel förekommer i medieinnehåll riktat till äldre.

I samtliga åldersgrupper anger flickor i högre utsträckning än pojkar att de blivit rädda, ledsna eller deppiga på de flesta kategorierna.

Frågan hade en annan formulering 2010: "finns det något innehåll på [...] som du mår (mått) dåligt av (att se)?" Detta innebär att direkta jämförelser inte kan göras. Tendensen är dock att det även tidigare framförallt varit "När barn råkar illa ut, lider eller mår dåligt" som barnen reagerar negativt på, följt av "När djur är sjuka och lider". Värt att uppmärksamma – även i insamlingen 2010 – är att respondenterna reagerar betydligt starkare på barns lidande än på vuxnas.

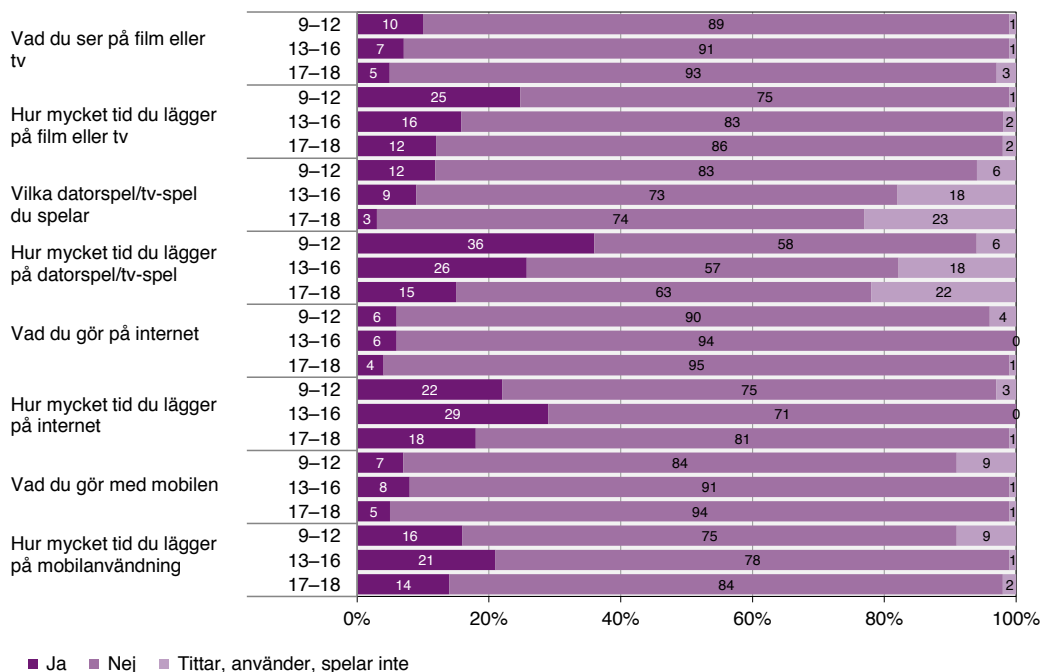
**32. Om du tänker på vardagar. Hur sent får du...?
Svara med ett klockslag eller ett kryss på varje rad.**



Diagrammet visar att med stigande ålder ökar också andelen som uppger att de själva bestämmer hur sent de får göra saker. Det är små skillnader avseende tidsgränser mellan de olika medieformerna. Bland 9-12 skall majoriteten ha stängt av före kl. 21.00 (67 % för film och tv-program, 64 % för datorspel/tv-spel och 62 % för internet). Avseende hur vanligt det är att man själv får bestämma, är det mobilen som är minst regelomgärdad, medan det är minst vanligt att barn och unga får spela datorspel/tv-spel så länge de själva vill.

Det finns inga könsskillnader avseende tidsregler och det har heller inte skett några urskiljbara förändringar jämfört med 2010.

33. Brukar du och dina föräldrar bli osams om...? Svara med ett kryss på varje rad.



Diagrammet visar att det vanligaste svaret i samtliga åldersgrupper är att man inte blir osams med sina föräldrar om medieanvändningen. Bland 9–12 är det dock 36 % som uppger att tiden de lägger på spel är något man blir osams om. För denna åldersgrupp är också tiden man lägger på film eller tv något som skapar diskussioner med föräldrarna. Det är tydligt att det är tidsuttaget snarare än vad man ser eller gör som gör att man blir osams.

Bland 13–16 är det endast avseende datorspel/tv-spel som det syns stora skillnader mellan pojkar och flickor: 17 % bland pojkar anger att de blir osams om vilka spel de spelar jämfört med 6 % bland flickor. Hela 50 % bland pojkar har konflikter med föräldrarna om hur länge de spelar jämfört med 24 % bland flickor. Även om konflikterna generellt minskar ju äldre respondenterna blir, kvarstår könsskillnaderna avseende konflikter kring spelande.

Vid en jämförelse med tidigare undersökningar framträder inga entydiga skillnader.

34. Om du har svarat att du och dina föräldrar brukar bli osams om något av det som nämns ovan, beskriv närmare vad ni brukar bli osams om.

42 % av 9–12 har närmare beskrivit vad de blir osams med föräldrarna om i relation till medieanvändning. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
För stor tidsåtgång (51 %)	För stor tidsåtgång (50 %)	För stor tidsåtgång (51 %)
Håller ej tidsbegränsning (18 %)	Håller ej tidsbegränsning (21 %)	Håller ej tidsbegränsning (13 %)
Försummar andra sysslor (6 %)	Försummar andra sysslor (6 %)	Försummar andra sysslor (7 %)

Den vanligaste orsaken är att medieanvändningen tar för stor tid (51 % av de svarande) följt av att man inte håller överenskomna tidsramar för medieanvändning (18 %) samt att man försummar andra sysslor som läxor eller att hjälpa till hemma (6 %). Skillnaderna mellan könen inskränker sig till att pojkar tycks ha svårare att hålla tidsbegränsningar (21 %) än flickor (13 %).

65 % av 13–16 har närmare beskrivit vad de blir osams med föräldrarna om i relation till medieanvändning. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
För stor tidsåtgång (51 %)	För stor tidsåtgång (54 %)	För stor tidsåtgång (49 %)
Försummar andra sysslor (14 %)	Försummar andra sysslor (12 %)	Försummar andra sysslor (17 %)
Använder mobilen vid olämpliga tillfällen (7 %)	Använder mobilen vid olämpliga tillfällen (7 %)	Använder mobilen vid olämpliga tillfällen (7 %)

Den vanligaste orsaken är att medieanvändningen tar för stor tid (51 % av de svarande) följt av att man försummar andra sysslor som läxor eller att hjälpa till hemma (14 %) samt att man använder mobilen vid olämpliga tillfällen, t.ex. vid matbordet (7 %). Mindre vanliga konfliktkällor är att man ignorerar överenskomna tidsgränser (5 %) och att man är oeniga om vilka tv-program man ska se (5 %).

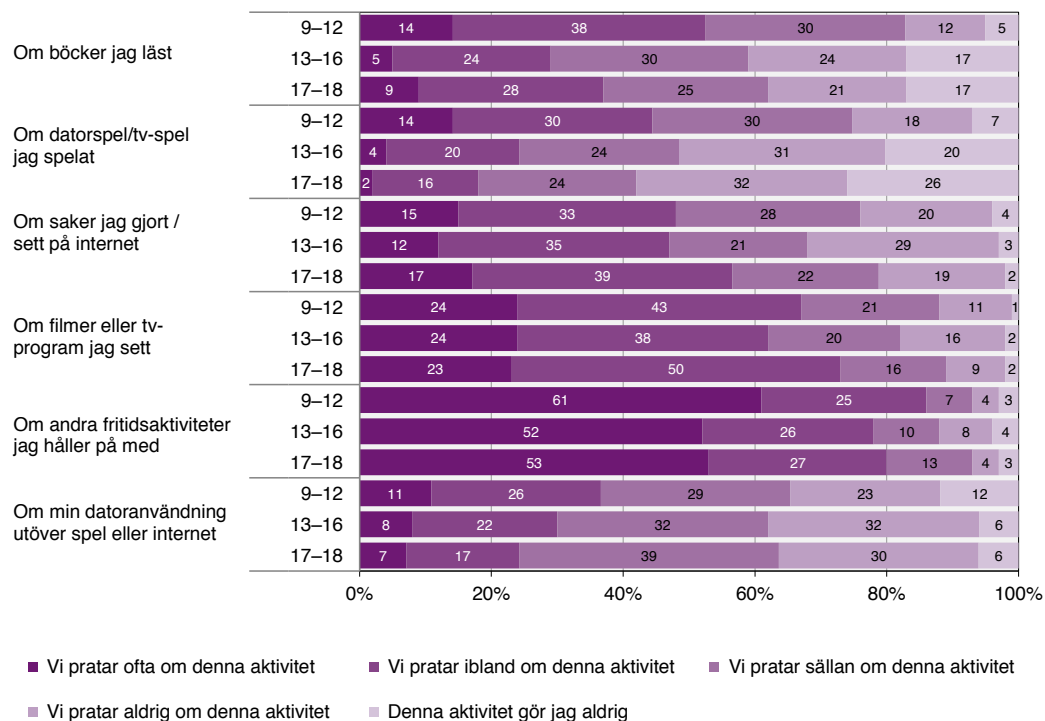
Endast 27 % av 17–18 har närmare beskrivit konflikter med föräldrarna om sin medieanvändning. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

17-18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
För stor tidsåtgång (45 %)	För stor tidsåtgång (53 %)	För stor tidsåtgång (40 %)
Försummar andra sysslor (11 %)	Försummar andra sysslor (16 %)	Håller ej tidsbegränsning (12 %)
Använder mobilen vid olämpliga tillfällen (7 %)	För mycket stillasittande, sömnbriest (5 %)	Använder mobilen vid olämpliga tillfällen (8 %)

Det är uppenbart att ju äldre respondenterna blir, desto större ansvar får de själva ta för sin medieanvändning. Detta framgår även av fråga 32 om vilka tidsregler man har för olika medier. Man kan anta att det ökade egna ansvaret återspeglas i färre konflikter: det är betydligt ovanligare att 17–18 blir osams med föräldrarna om medier. Av de som trots allt gör detta fördelar sig konfliktkällorna mycket likt 13–16.

Frågan ställdes inte 2010.

35. Hur ofta brukar du och dina föräldrar/andra vuxna du bor med prata om följande aktiviteter? Svara med ett kryss på varje rad.

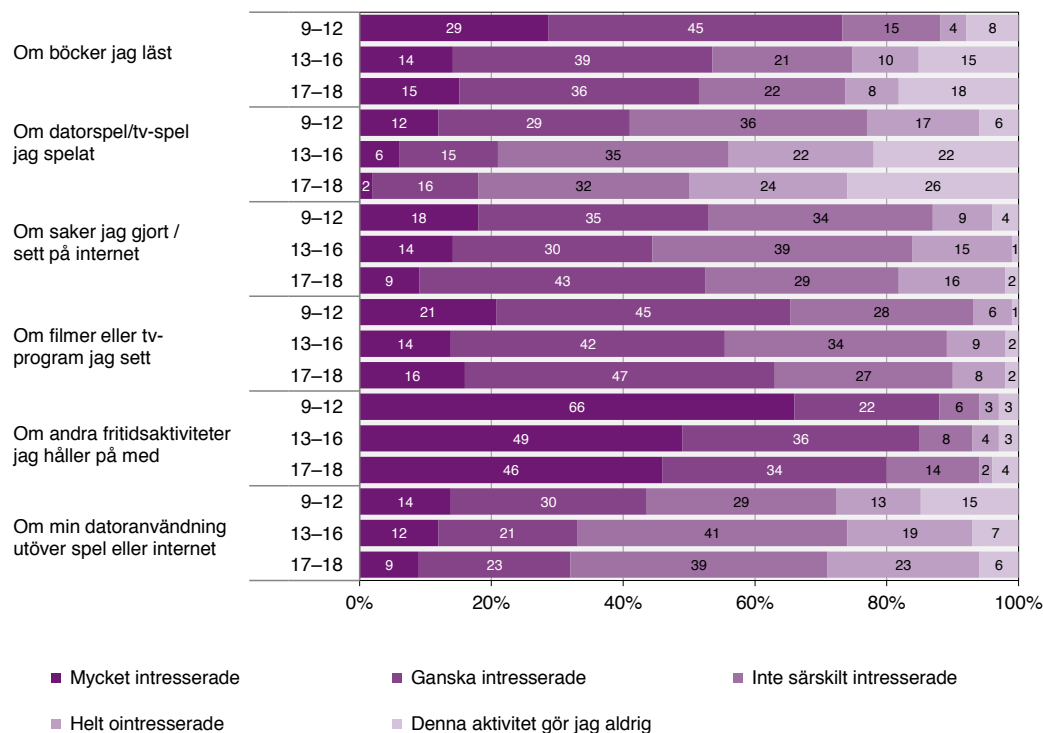


Det man främst pratar om är fritidsaktiviteter som inte är kopplade till mediebruk, detta gäller samtliga åldersgrupper. Detta är knappast förvånande eftersom frågan om andra fritidsaktiviteter kan tolkas som allt som inte ingår i de medierelaterade kategorierna. Av medieaktiviteterna pratar man mest med föräldrarna om filmer och tv-program. För övriga medieformer är svaren relativt jämnt fördelade.

I samtliga åldersgrupper talar föräldrarna mer med pojkar om datorspel, vilket kan bero på att pojkar spelar mer. I övrigt går det inte att urskilja några könsskillnader.

Jämförelser med tidigare undersökningar kan inte göras.

36. Hur intresserade tycker du att dina föräldrar/andra vuxna du bor med är av följande saker? Svara med ett kryss på varje rad.



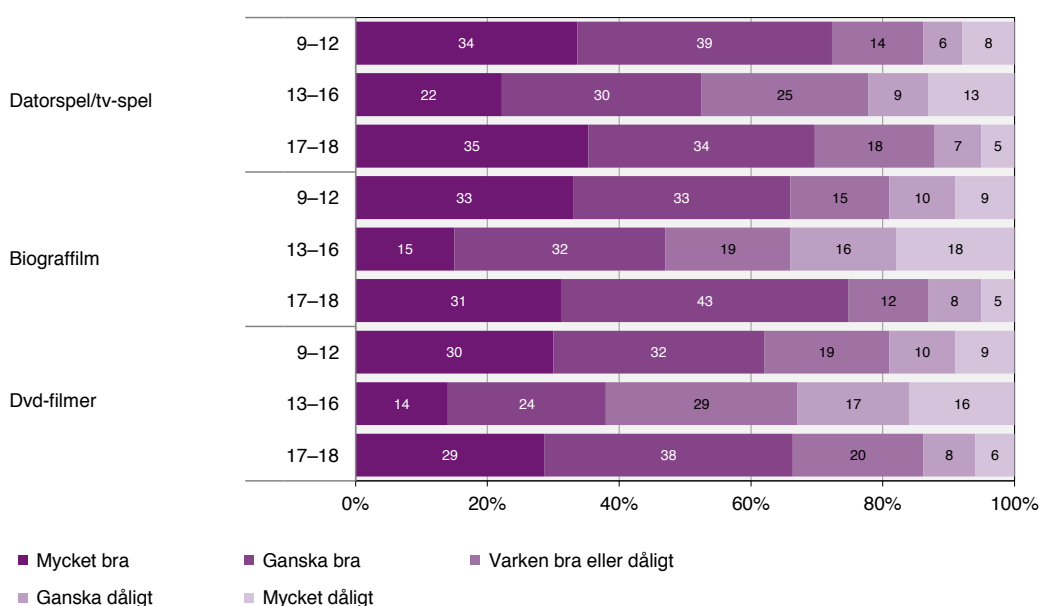
Diagrammet är snarlikt det föregående. De upplever att huruvida man talar om medieanvändningen också speglar föräldrarnas intresse för respektive aktivitet. Eftersom kategorin "Om andra fritidsaktiviteter jag håller på med" liksom i den förra frågan inbegriper allt förutom de fem övriga svarsalternativen är den svår-analyserad. Bortsett från denna visar det sig att samtliga åldersgrupper upplever att deras föräldrar uppvisar större intresse för traditionella medier som böcker och tv – än för digitala som datorspel och annan datoranvändning. Detta trots att de flesta barn och unga lägger betydligt mer tid på de digitala medierna. Det upplevda intresset är allra minst för datorspel. Man kan bara spekulera om orsakerna till detta. En tänkbar förklaring är helt enkelt okunskap: föräldrarna kan lite om datorspel vilket gör det svårt att intressera sig för dem. En annan förklaring är att man uppfattar böcker som mycket viktigare för barnens utveckling och skolgång och därför intresserar sig för dessa och uppmanar till vidare läsning.

Flickor i åldersgruppen 17-18 uppger i högre grad än pojkar att deras föräldrar intresserar sig för böcker de läst och filmer eller tv-program de sett. Flickor läser visserligen mer än pojkar, men skillnaden kvarstår även om man bara räknar de som

angett att de läser (66 % bland läsande flickor upplever att föräldrarna är ganska intresserade eller mycket intresserade av böcker de läst jämfört med 58 % bland läsande pojkar). I övrigt framträder inga påtagliga könsskillnader.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

37. Vad tycker du om att det finns åldersgränser på...? Svara med ett kryss på varje rad.

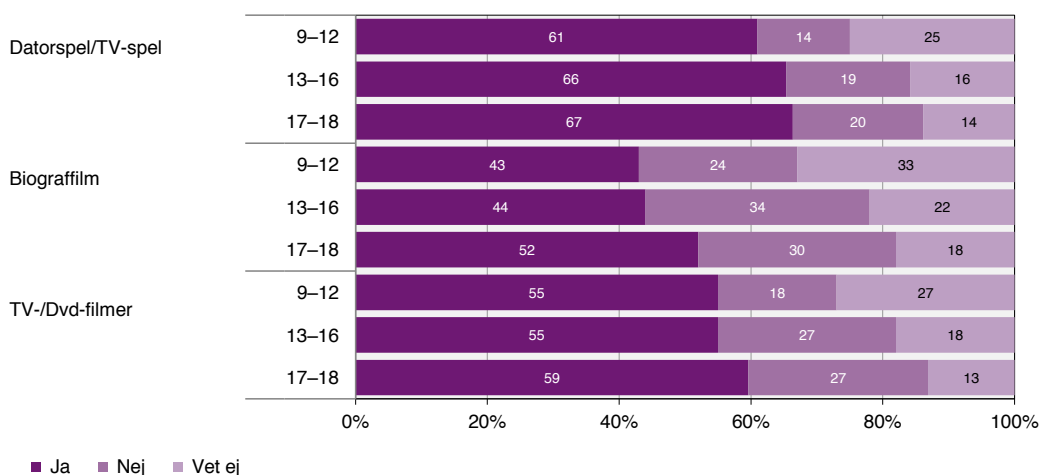


Diagrammet visar att svarsfördelningen är jämn utan större skillnader mellan medieformerna. 13-16 är dock de som är minst positiva till åldersgränser för olika medieformer. Detta märks inte minst när det gäller åldersgränser på biograf, vilket kan hänga samman med att dessa inte är rekommendationer utan kontrolleras vid inträdet till visningen. Till skillnad från de lägre åldersgränserna, tillåter den högsta åldersgränsen – 15 år – inte att yngre beviljas tillträde i vuxens sällskap. Det är troligt att detta ses som negativt för dem som är under 15 år, i synnerhet de som är 13-14 år. Även när det gäller dvd är 13-16 minst positiva till åldersgränser, möjligen på grund av att deras föräldrar kan ha invändningar mot att de ser filmer hemma eller hos kamrater som har en rekommenderad åldersgräns som är högre än deras ålder. De kan också ha blivit nekade att hyra filmer med t.ex. våld på videobutiker, där handlararen har ett ansvar att inte hyra ut sådana filmer till någon som är under 15 år.

Flickor är generellt mer positiva till åldersgränser än vad pojkar är, oavsett åldersgrupp eller medieform.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar.

**38. Tror du att barn och unga kan påverkas negativt av...?
Svara med ett kryss på varje rad.**



Diagrammet visar att åldersgrupperna har likartade svar, dock med en svag ökning med ålder – ju äldre respondenterna är, desto större andel tror att medierna kan ha negativ påverkan. Det man framförallt tror kan påverka negativt är datorspel/tv-spel. Samtidigt är det en hög andel som svarar "vet ej" på frågan.

Det är också stora könsskillnader avseende denna fråga. Flickor tror i betydligt högre utsträckning än pojkar att medieinnehåll kan ha negativ påverkan och skillnaderna blir större ju äldre man blir. Avseende datorspel/tv-spel anser 75 % bland flickor 13-16 och 74 % bland flickor 17-18 att dessa kan påverka negativt att jämföra med 57 % och 53 % bland pojkar i samma åldersgrupper.

Frågan har inte ställts i tidigare undersökningar, vilket även gäller följdfrågan nedan.

39. Om du svarat ja på förra frågan: hur tror du man påverkas?

57 % av 9–12 har svarat på frågan, 53 % bland pojkar och 62 % bland flickor. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

9–12, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Man känner rädsla, oro, skräck (36 %)	Man känner rädsla, oro, skräck (43 %)	Man känner rädsla, oro, skräck (30 %)
Man kan bli våldsam (19 %)	Man kan bli våldsam (15 %)	Man kan bli våldsam (22 %)
Beroende (8 %)	Imitationseffekter (9 %)	Beroende (9 %)
Imitationseffekter (8 %)	Beroende (7 %)	Ospecificerat negativt (8 %)
Ospecificerat negativt (7 %)	Ospecificerat negativt (6 %)	Imitationseffekter (8 %)

De enda skillnaderna mellan grupperna är att pojkar oftare nämner rädsla, oro och skräck som exempel på negativ påverkan (43 % jämfört med flickor 30 %) medan flickor oftare nämner att man kan bli våldsam av medieanvändning (22 % mot 15 % bland pojkar).

60 % av 13–16 har svarat på frågan, 49 % bland pojkar och 70 % bland flickor. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

13–16, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Man kan bli våldsam (17 %)	Man tror det är på riktigt (18 %)	Man kan bli våldsam (18 %)
Man känner rädsla, oro, skräck (15 %)	Man kan bli våldsam (14 %)	Man känner rädsla, oro, skräck (15 %)
Man tror det är på riktigt (12 %)	Man känner rädsla, oro, skräck (13 %)	Ospecificerat negativt (13 %)
Ospecificerat negativt (11 %)	Imitationseffekter (11 %)	Man blir beroende, imitationseffekter (9 %)
Imitationseffekter (10 %)	Ospecificerat negativt (7 %)	Man tror det är på riktigt (8 %)

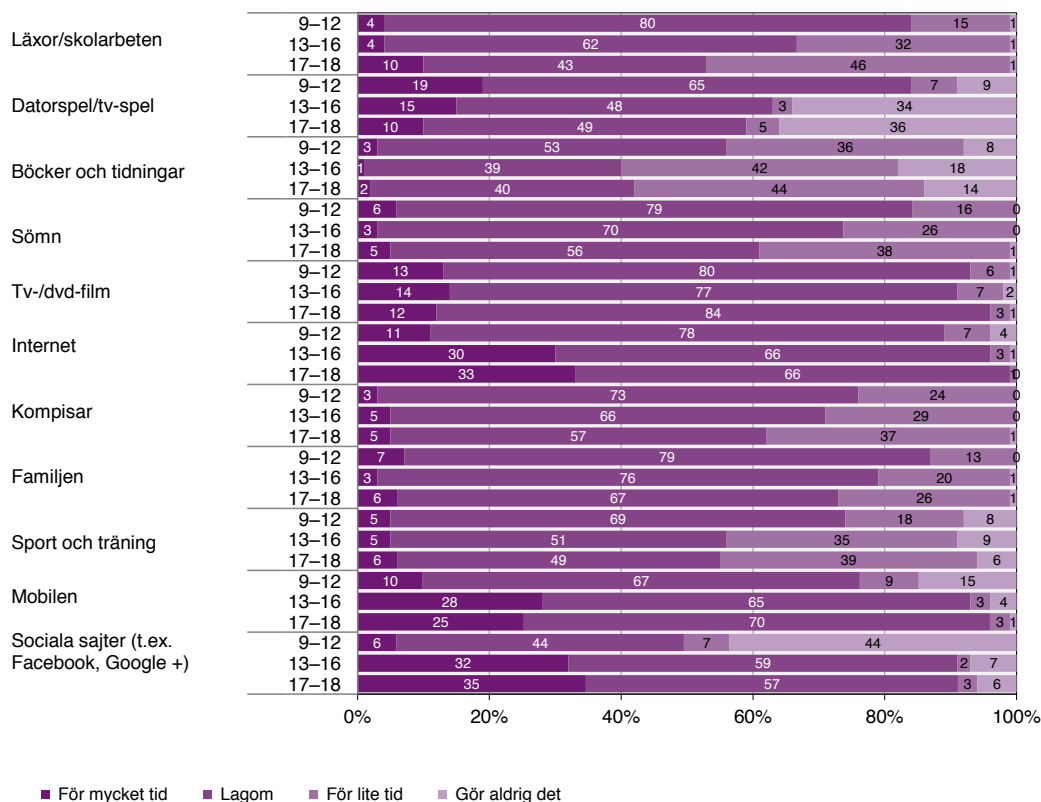
Rädsla, oro och skräck dominerar i denna åldersgrupp inte på samma sätt som bland de yngre, istället hänvisar man i större utsträckning till personlighetsförändringar och att människor kan bli våldsamma.

57 % av 17–18 har svarat på frågan, 48 % bland pojkar och 65 % bland flickor. Endast dessa ingår i tabellen nedan.

17-18, SAMTLIGA	POJKAR	FLICKOR
Man kan bli våldsam (17 %)	Imitationseffekter (17 %)	Våldsrelaterat ospecificerat negativt (18 %)
Ospecificerat negativt (13 %)	Man kan bli våldsam (17 %)	Man kan bli våldsam (18 %)
Våldsrelaterat ospecificerat negativt (12 %)	Ospecificerat negativt (14 %)	Man tror det är på riktigt (14 %)
Imitationseffekter (12 %)	"Det varierar från person till person" 14 %	Ospecificerat negativt (12 %)
Man tror det är på riktigt (12 %)	Tidsåtgången är för stor (9 %)	Man känner rädsla, oro, skräck (12 %)

Bland de äldsta har upplevelser av rädsla, skräck och oro sjunkit ytterligare. Särskilt bland flickor framhålls istället våldet som en negativ påverkansfaktor. De svar som kategoriserats som "Våldsrelaterat ospecificerat negativt" är svåra att tolka. Exempel är "Om det är mycket våld osv. så tror jag man kan påverkas" och "Att det är mycket blod i spelen och skjutvapen". Det står klart att man menar att våldet är problematiskt, men inte på vilket sätt man menar att användaren påverkas. Det är också notervärt att inte en enda individ tar upp pornografi som exempel på eventuellt skadlig påverkan.

40. Tycker du att du ägnar för mycket tid, lagom med tid eller för lite tid åt...? Svara med ett kryss på varje rad.

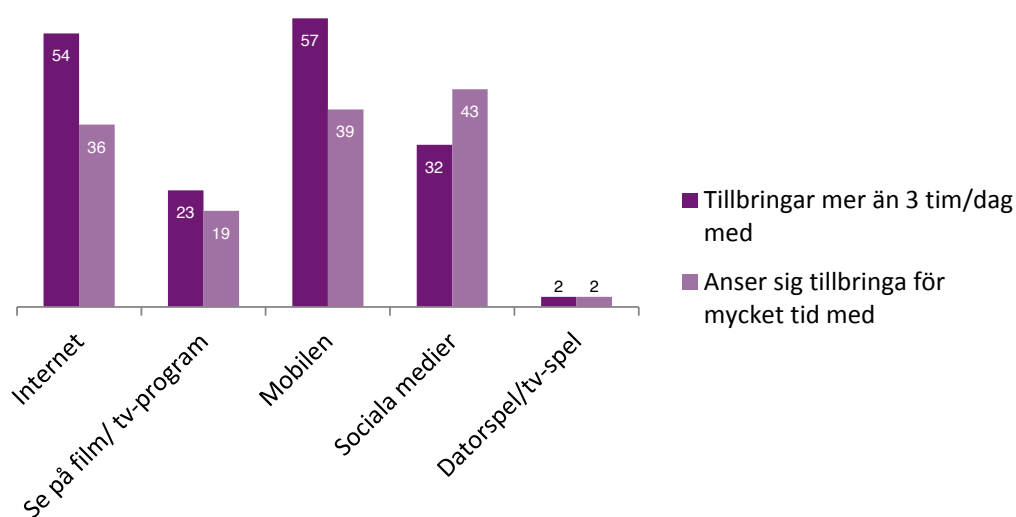


Diagrammet visar att man överlag anser att man har en bra balans mellan olika aktiviteter. Det är dock tydligt att 13-16 och 17-18 upplever att de ägnar för mycket tid åt sociala sajter på internet, åt internet generellt samt åt mobilen. Samtidigt upplever dessa grupper att de ägnar för lite tid åt böcker och tidningar, läxor och skolarbeten samt åt sport och träning. Vidare syns återigen att spelandet av datorspel/tv-spel avtar med stigande ålder efter 12 år. I de flesta fall minskar andelen som tycker att de gör lagom mycket av aktiviteterna med stigande ålder. Det finns några tydliga påtagliga skillnader mellan pojkar och flickor avseende dessa frågor.

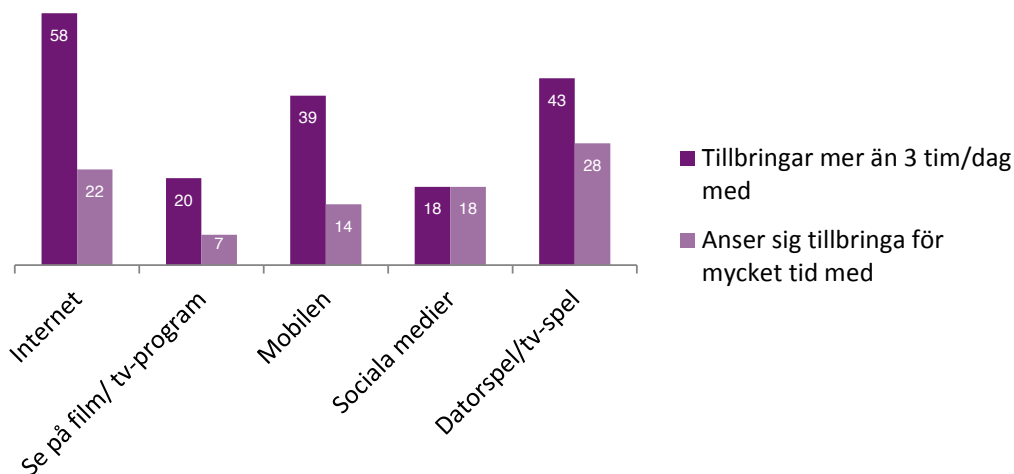
Avseende datorspel/tv-spel är det något fler pojkar än flickor bland 9-12 som tycker att de spelar för mycket (22 % jämfört med 16 % bland flickor). Denna åtskillnad växer bland de äldre: 29 % bland pojkar 13-16 och 19 % bland pojkar 17-18 anser att de spelar för mycket. Flickor som anser detsamma i båda de äldre åldersgrupperna uppgår endast till 2 %.

I de båda äldre åldersgrupperna anser flickor att de lägger för mycket tid på internet, sociala medier och mobiltelefonen i betydligt högre utsträckning än vad pojkar gör. I åldersgruppen 9–12 anser 18 % bland flickor att de ser för mycket på tv (pojkar 8 %). Även äldre flickor tycker i högre utsträckning än pojkar att de ser för mycket på tv (flickor 13–16: 19 %, pojkar 13–16: 7 %, flickor 17–18: 15 %, pojkar 17–18: 7 %). Om man ser till hur mycket tid man faktiskt lägger ned på de olika medieaktiviteterna finner man att flickor generellt är mer benägna att anse de lägger för mycket tid på dem, trots att de i vissa fall tillbringar mindre tid med mediet än vad pojkar gör. Nedan presenteras diagram över den faktiska medieanvändningen och uppfattningen att man lägger för mycket tid på detta för gruppen 13–16.

40b. Flickor 13–16: Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man tillbringar för mycket tid med detta (%)



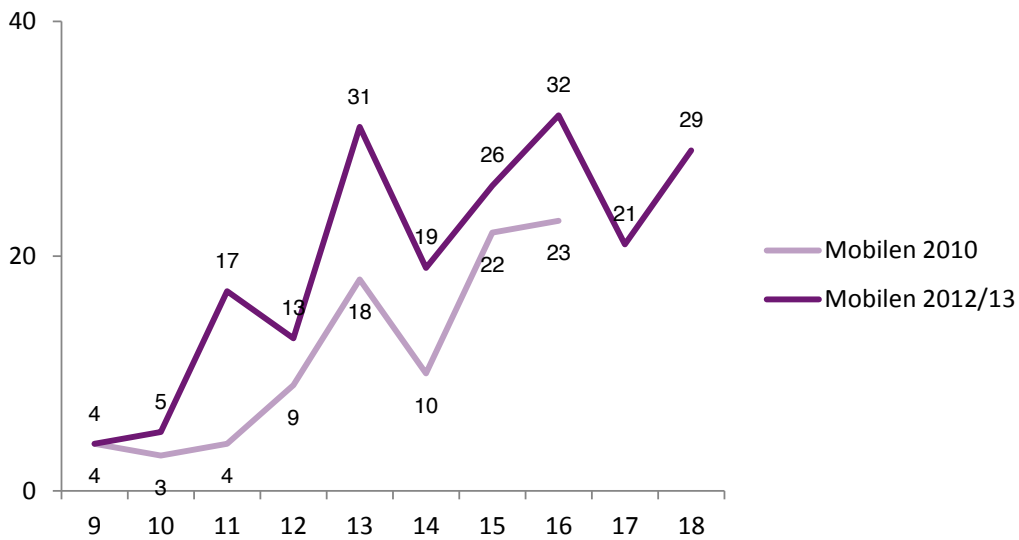
40c. Pojkar 13–16: Faktisk medieanvändning och uppfattningen att man tillbringar för mycket tid med detta (%)



Vad det gäller sociala medier och mobiltelefoner använder flickor dessa i högre utsträckning än vad pojkar gör, men avseende internet är förhållandet det omvända. Trots detta är det betydligt fler flickor som anser att de tillbringar för mycket tid med internet. Det är en marginell skillnad på flickors och pojkars tv- och filmtittande (23 % respektive 20 % mer än 3 timmar/dag). Trots detta tycker 19 % bland flickor att de lägger för mycket tid på nätet att jämföra med 7 % bland pojkar. Generellt är flickor i betydligt högre utsträckning än pojkar missnöjda med sin medieanvändning, särskilt i relation till hur mycket tid man faktiskt lägger ner på mediet. Detta gäller även i åldersgrupperna 9–12 och 17–18. Om man ser till vilka som tycker att de tillbringar lagom tid med olika aktiviteter är flickor bara mer nöjda än pojkar med sin egen disposition av tiden på två områden: att läsa böcker och tidningar och att umgås med familjen. I samtliga andra kategorier är svarsandelen ”lagom” lägre för flickor, oavsett åldersgrupp.

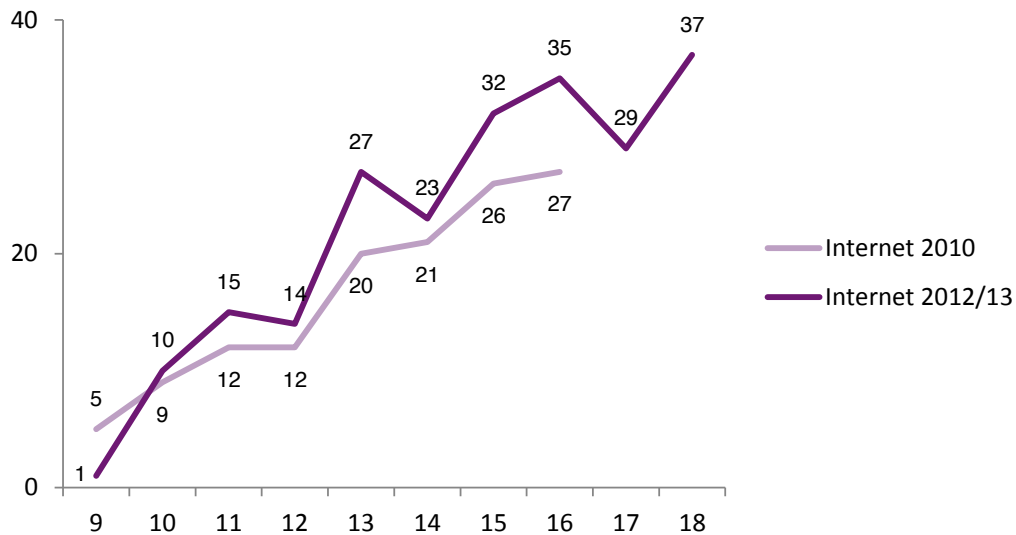
Jämfört med undersökningen 2010 finns endast två påtagliga skillnader i hur man anser sig tillbringa sin tid. Det gäller internet och mobiltelefoner.

40d. Anser sig ägna för mycket tid åt mobilen, 2010 och 2012/13 (%)



Det är konsekvent fler som 2012/13 anser sig tillbringa för mycket tid med mobiltelefonen, vilket kan förklaras att man också lägger ner mer tid på detta jämfört med 2010.

40e. Anser sig ägna för mycket tid åt internet, 2010 och 2012/13 (%)



Samma resonemang kan tillämpas på åsikterna om internetanvändningen: eftersom den ökat så kraftigt sedan 2010 är det heller inte konstigt att allt fler tycker att de lägger för mycket tid på denna aktivitet.

Bilaga 1.

Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter

Som konstaterats är svarsfrekvensen i föreliggande rapport förhållandevis låg, 42,1 % för 9–12 år och 40,3 % för 13–18 år. En låg svarsfrekvens medför en ökad risk för bortfallsfel – att de individer som besvarat frågeformulären skiljer sig från dem som inte gjort det så att resultaten av undersökningen blir missvisande för hela urvalet. För att kompensera för detta har SCB kalkylerat kalibreringsvikter (se nedan). De låga svarsfrekvenserna innebär också att antalet respondenter är så få att få resultat är statistiskt signifikanta på 0,05-nivån. Signifikansnivån anger sannolikheten för att man av en slump skulle få det erhållna resultatet och 0,05 innebär att det är 95 % sannolikhet att resultaten inte påverkats av slumpen. I föreliggande rapport är det strängt taget endast de iakttagelser som rör de största könsskillnaderna (t.ex. datorspelning, bloggande och porrkonsumtion) samt de största åldersskillnaderna (t.ex. att själv få bestämma hur länge man ser på tv) som uppnår denna signifikansnivå. De flesta övriga resultat uppnår alltså inte denna signifikansnivå och är således inte vad man i dagligt tal brukar kalla statistiskt säkerställda.

Den tidigare kommittén Medierådet använde sig i tidigare Ungar & medier av överlappande åldersgrupper, t.ex. 9–12 år och 12–16 år. Anledningen är att man betraktade de respondenter som fyllde år under den tid datainsamlingen pågick som ett år äldre än de som fyllde senare på året. En tolvåring som fyllde tretton innan enkätinsamlingen var avslutad betraktades således som en trettonåring i tidigare material. Då tidigare insamlingar har varit åldersmässigt snedfördelade har vi i denna datainsamling valt ut åldersgrupperna utifrån hur mycket respondenterna fyller under året – som ömsesidigt uteslutande kategorier.

På grund av det ovanstående och för att 2012/13 års enkäter har utformats för att kunna jämföra resultaten med de datainsamlingar som genomförts av de norska och finska motsvarigheterna till Statens medieråd har åldersintervallen ändrats till nuvarande 9–12 år och 13–16 år. Detta innebär att åldersintervallen från tidigare undersökningar inte är fullt jämförbara mellan de olika datainsamlingarna. Det saknas fullständiga data för att göra exakta kontroller av hur jämförelser över tid påverkats av dessa inte fullt överensstämmande åldersintervaller. Man kan dock jämföra genomsnittsåldern mellan de olika grupperna.

Åldersintervall och genomsnittsålder för datainsamlingarna 2008–2012/13

2008	2010	2012/13
	2–5 (M=3,8 år)	2–4 (M=3,08 år)
	5–9 (M=7,32 år)	5–8 (M=6,56 år)
9–12 (M=10,34 år)	9–12 (M=10,31 år)	9–12 (M=10,50 år)
12–16 (M=13,03 år)	12–16 (M=13,9 år)	13–16 (M=14,50 år)

I åldersgruppen 9–12 år skiljer sig genomsnittsåldern marginellt åt mellan undersökningarna. För de äldsta, 12–16 år i insamlingarna 2008 och 2010 respektive 13–16 år i föreliggande rapport, skiljer sig genomsnittsåldern mer åt: 2008 var den 13,03 år, 2010 13,9 år och 2012/13 14,5 år. Det innebär att en del av förändringarna över tid gällande t.ex. användningsfrekvens eller eget innehav av medieteknologi mellan de olika datainsamlingarna kan vara konsekvensen av ålderskillnader bland respondenterna.

Eftersom samtliga de tidigare datainsamlingarna genomförts av andra aktörer än Statens medieråd och Statistiska centralbyrån saknas ett fullständigt rådatamaterial för alla dessa utom Ungar & medier 2010. Det går därför inte att sluta sig till exakt hur mycket av förändringarna mellan undersökningstillfällena som kan förklaras av åldersdifferenser. Datamaterialet från 2008 är också snedfördelat avseende ålder inom de olika åldersintervallen. På grund av osäkerheten kring de effekter dessa åldersdifferenser har på resultatet har vi valt att endast göra jämförelser med resultatet från 2010.

Slutligen skiljer sig de åldersintervall vi valt att presentera data för mellan 2010 och 2012/13 och vi har därför valt att i möjligaste mån inte jämföra intervall, utan varje ålder för sig: 10-åringar 2010 jämförs med 10-åringar 2012/13 etc. Detta medför dock ett annat problem. När man på detta sätt analyserar åldrarna 13–18 uppdelat på enskilda årskullar blir antalet individer i varje enskild grupp lägre än 100, vilket ger lägre statistisk signifikans och därmed också en större risk för slumpmässiga mätfel. Att jämföra hela åldersintervallen sammanslagna, alltså t.ex. alla 12–16 från 2010 med alla 13–16 från 2012/13, blir dock mer missvisande, varför vi valt att redovisa jämförelser över tid i form av enskilda årskullar.

SCB har också kalkylerat kalibreringsvikter för varje respondent. Vid bortfall kan det vara så att vissa grupper av urvalet svarar i större utsträckning än övriga, t.ex. kan flickor svara i högre grad än pojkar eller barn med lågutbildade föräldrar min-

dre än de med högutbildade. Om de grupper som svarat i högre grad har en annan fördelning på undersökningsvariablerna än övriga kan detta ha en snedvridande effekt på resultatet. För att kompensera för detta har kalibreringsvikter använts. Kalibreringsvikterna har dock inte använts vid jämförelser med Ungar & medier 2010 då den äldre datainsamlingen saknade sådana.

Ytterligare information om datainsamlingen finns på www.statensmedierad.se/ungarochmedier.

ISSN 2001-6840
Grafisk form: John Eyre

Statens medieråd

Box 27204 102 53 Stockholm Besöksadress: Borgvägen 1, pl 5

Tel: +46(0)8 665 14 60 Fax: +46(0)8 21 01 78

www.statensmedierad.se registrator@statensmedierad.se