

Småungar & Medier 2010

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

ISSN-1102-447X

Grafisk form: John Eyre

Innehåll

Förord	2
Inledning, bakgrund och syfte	3
Metod	4
Läsanvisning	5
Om högkonsumenter	5
Om delmålgrupper	5
Sammanfattning	6
Åldersskillnader	6
Kvinnor och män	6
Könsskillnader	6
Småungar & Medier	9
Ålder, kön, härkomst, syskon	10
Mediebärare	12
Fritidssysselsättningar	13
Användning av olika medier	14
Tv-program	16
Datorn	17
Internet	19
Dator-/tv-spel	20
Mobiltelefonen	21
Tillsammans	22
Samtal om medier	24
Nyheter	26
Omgivningen	28
Negativa medieupplevelser	29
Föräldrars åsikter om mediepåverkan	31
Negativa erfarenheter av internet och föräldrars oro	35
Åldersrekommendationer på dator-/tv-spel	36
Reklam till barn	37
Utröstnings-tv	39
Samhällets skydd	40
Bakgrundsinformation om de svarande föräldrarna	43
Bilaga I	45

Förord

År 2005 gjorde Medierådet den första omfattande undersökningen av barns och ungas medievardag (Ungar & Medier 2005). Då var den genomsnittliga debutåldern för att använda internet 9 år. Det sammanföll åldersmässigt med förmågan att läsa och skriva, vilket var en förutsättning för att kunna orientera sig på ett relativt textbaserat internet.

Mycket har hänt sedan dess. I dag är debutåldern för internet cirka 4 år. Men till skillnad från äldre barn och ungdomar kan de små barnen ännu inte chatta eller kommunicera på sociala sajter. Deras användning är enklare och bygger mer på lek, bilder och knapptryck; att spela enkla spel och att titta på videoklipp, t.ex. på Youtube eller bolibompa.se.

Eftersom Medierådets uppdrag är att följa utvecklingen när det gäller barns och ungas medievardag är det med stor glädje vi kan presentera denna studie som för första gången ger kunskap om de riktigt små barnen, en kunskap som hittills saknats.

En av de intressanta resultaten är att små pojkar och flickor använder medier på ett betydligt mer likartat sätt än vad de gör högre upp i åldrarna. Könsskillnaderna blir då alltmer påtagliga, inte minst när det gäller datorspelade. Ett intressant fakta att fundera vidare över.

Föräldrarna till de små barnen kommer också till tals i denna rapport, med inblickar i hur de tänker kring sina barns allt mer medietäta uppväxt och vilken roll de själva har i allt detta. Många av dem som nu har små barn började själva använda digitala medier under uppväxten och det blir spännande att fortsättningsvis följa vad detta kommer att innebära för föräldraskapet i framtiden.

Kristina Ahlinder
ordförande

Ann Katrin Agebäck
kanslichef

Inledning, bakgrund och syfte

Medierådet är en kommitté inom Regeringskansliet som arbetar med barns och ungas mediesituation och med frågor om mediepåverkan. En stor del av Medierådets arbete handlar om att ta fram kunskap och sprida information och råd om medier till föräldrar och skolor. Aktuell och tillförlitlig kunskap om ungas medievanor är därför mycket viktig och är den främsta anledningen till att denna undersökning genomförts.

Undersökningen har genomförts vid tre tidigare tillfällen, 2005, 2006 och 2008. Årets undersökning är i allt väsentligt en uppföljning av de tidigare. I år har dock frågeformuläret omarbetats, några frågor har utgått, andra har tillkommit. Dessa justeringar har gjorts för att hitta en balans mellan att på ett tillförlitligt sätt få en aktuell bild av barns och ungas medievanor och att kunna göra jämförelser med de tidigare studierna.

I årets undersökning innehåller *Ungar & Medier* för första gången data om de allra yngsta vilka redovisas i denna rapport kallad *Småungar & Medier – medieanvändningen hos barn mellan 2 och 9 år*.

Metod

Målgruppen för undersökningen är barn i åldrarna 2–9 år samt föräldrar till barn i denna ålder. Av uppenbara skäl har barnen i denna delstudie inte själva fyllt i enkäterna. Det har istället deras föräldrar gjort. Datamaterialet utgörs dels av frågor där föräldrarna angivit uppskattningar av sina barns medievanor och reaktioner på olika medieinnehåll, dels av frågor avseende föräldrarnas egna vanor och åsikter. Det är viktigt att hålla i minnet att den förra typen av data, de angående barnens vanor och reaktioner, är just uppskattningar, hur överensstämmande med verkligheten dessa är varierar säkerligen från förälder till förälder och från barn till barn. Sannolikt är svaren mer tillförlitliga när det gäller de allra minsta, då föräldrarna oftare är med när barnen använder medier, än när det gäller 8–9-åringarna som i högre grad använder medier ensamma. Barnen och föräldrarna är indelade i två grupper:

- barn/föräldrar till barn 2–5 år
- barn/föräldrar till barn 5–9 år

Undersökningen är genomförd som en kvantitativ urvalsundersökning med postal enkät, med möjlighet att även avge svar via webben. Sammanlagt skickades enkäter ut till 2000 individer, 1000 i varje urvalsgrupp. Svarsfrekvenserna har varit tillfredställande, 62 % bland föräldrar till barn 2–5 år respektive 59 % för föräldrar till barn 5–9 år. Frågeformulären har utarbetats i två versioner, en grundversion för de yngre barnen och en längre version med något utvecklade frågor för de äldre. Fältarbetet pågick mellan 19 februari till 10 maj 2010. Ytterligare fakta om undersökningen återfinns i bilaga 1.

Läsanvisning

Rapporten är en genomgång av resultatet fråga för fråga. Intressanta resultat och skillnader mellan delmålgrupper kommenteras i löpande text. Procentsummorna i diagrammen kan ibland summeras till mer eller mindre än 100 %. Detta förklaras av att delarna avrundas till närmaste hela procenttal.

Om högkonsumenter

I rapporten förekommer begreppet högkonsument, här definierat som de som ägnar tre timmar eller mer åt en medieform en vanlig dag. Den främsta orsaken till att skilja ut en sådan grupp har varit att det finns en spridd uppfattning att de som ägnar mer tid åt mediebruk än genomsnittet försakar eller försummar annan aktivitet, i synnerhet fysisk aktivitet. Denna studie är upplagd så att det är möjligt att undersöka detta antagande. Det är alltså inte fråga om den sammanlagda tiden för olika medieformer, t.ex. en timme tv-tittande och två timmar datorspelande, utan minst tre timmar på en specifik medieform. Högkonsumenter kan följaktligen tillbringa ytterligare tid med andra medier. Det är dock problematiskt att definiera vad som är att betrakta som hög konsumtion. Vissa medieformer är uppbyggda på ett sätt som gör att man måste ägna dem en viss sammanhållen tid för att överhuvudtaget få ut något av dem, medan andra medieformer inte kräver detta i samma utsträckning. Detta innebär att den definition som valts i denna studie främst är att betrakta som en praktisk avgränsning och ska inte ses som en vedertagen definition som markerar ett riskfyllt eller negativt beteende.

Om delmålgrupper

I undersökningen har alla data kodats efter vissa bakgrundsvariabler. Dessa är bl.a. ålder, kön och högkonsumtion. Dessa kallas i rapporten för delmålgrupper. Flickor är alltså en delmålgrupp, liksom högkonsumenter av t.ex. internet.

Sammanfattning

Eftersom detta är första gången Medierådet studerar medieanvändningen hos barn yngre än 9 år inom ramen för *Ungar & Medier*, finns det inte något äldre material att jämföra med.

Den mest påtagliga skillnaden mellan olika barn i studien handlar om ålder – det är stor skillnad på 2- och 9-åringar. Skillnaderna är faktiskt så stora att det sällan är relevant att behandla hela den undersökta gruppen som en och samma, utan betydligt mer givande att presentera 2–5-åringar och 5–9-åringar var för sig.

Åldersskillnader

Två saker är gemensamma för alla i studien, utan några större skillnader avseende ålder, kön eller andra bakgrundsvariabler. För det första är tv-tittandet ungefär detsamma avseende både hur ofta och hur länge man tittar. Tv är det medium som barnen börjar använda allra tidigast och är den överlägset populäraste medieformen bland alla i denna studie, 73 % av samtliga tittar på tv varje dag och 93 % flera gånger i veckan. För det andra är *Bolibompa* både det överlägset populäraste tv-programmet och den ojämförligt populäraste sajten bland samtliga (46 % brukar titta och 30 % besöka sajten). Det är visserligen allra populärast bland de yngre, men står i en särställning även bland de äldre barnen.

När det gäller de allra flesta av de övriga variablerna i studien kan man summera det så här: de äldre barnen har/gör/anses bli påverkade mer av allt.

De enda konsekventa undantagen är att föräldrar tillbringar mer tid tillsammans med de yngre barnen när de konsumerar medier och talar också aningen mer med dem om medieinnehåll. Detta kan möjligen bero att de yngsta behöver mer hjälp, t.ex. instruktioner för att kunna använda datorn eller förklaringar av skeendet i ett tv-program, än de äldre.

Kvinnor och män

83 % av frågeformulären är besvarade av kvinnor. Bland de yngsta föräldrarna (under 30 år) har endast 7 % män fyllt i enkäten medan 23 % av de äldsta (40 år +) är män. I övrigt finns inga nämnvärda skillnader.

Könsskillnader

Bland de allra yngsta finns det nästan inga signifikanta könsskillnader över huvud taget.¹ De få skillnader som finns gäller antingen vilka dator-/tv-spel de brukar spela, vilka sajter de brukar besöka eller föräldrarnas skattningar av hur

¹ För en diskussion av signifikansbegreppet, se bilaga 1.

de påverkas av olika medieinnehåll. Om dessa skillnader beror på faktiska val och beteenden eller på föräldrarnas val att ge pojkar "pojkspel" etc. och föräldrarnas förväntningar på genusbetingade beteendemönster är omöjligt att uttala sig om.

Mer genomgående könsskillnader börjar uppträda i 5–9-årsgruppen men pojkar och flickor i denna ålder skiljer sig betydligt mindre åt än vad ännu äldre barn gör. Särdragen bland pojkar och flickor har inte hunnit bli fler än att samtliga kan presenteras här.

Bland 5–9-åringarna sportar pojkarna oftare och spelar betydligt mer dator-/tv-spel än flickorna som å sin sida oftare lyssnar på musik. Pojkarna äger också oftare spelkonsoler. En större andel av flickorna använder inte internet. Vid datorn ritar och målar flickor oftare än pojkar, vilka å sin sida tittar mer på klipp på *YouTube* än vad flickorna gör.

Även om mycket fortfarande är genusneutralt i 5–9-åringarnas val av tv-program, dator-/tv-spel och sajter de brukar besöka, är könsdimensionen tydligare än bland de yngre barnen. De har nu börjat dras till medieinnehåll med tydligt könskodade målgrupper; flickorna ser på *Hanna Montana*, pojkarna spelar *Star Wars*. Denna utveckling accelererar sedan. I den systerstudie som fokuserar 9–16-åringars medievänor har pojkar och flickor synnerligen olika preferenser vad det gäller spel och tv-program.

En överväldigande majoritet av alla barn har tillgång till tv, dvd, dator och internet i hemmet – 97 % har tv och 84 % internet. Spelkonsoler är något ovanligare, endast 63 % har det i hemmet. De allra yngsta har sällan egen medieteknik, men ändå har 13 % av 2–5-åringarna egna tv-apparater jämfört med 19 % av 5–9-åringarna. Bland 5–9-åringarna har 20 % egna mobiltelefoner.

Det enda medium som har en betydande andel högkonsumenter är tv – 10 % av samtliga 2–9-åringar tittar mer än 3 timmar per dag, med obetydliga åldersskillnader.

Nyheter konsumeras främst av de äldre barnen. Det är 32 % av dem som ser på tv-nyheter och 18 % läser tidningen någon gång i veckan. Nyhetskonsumtion via mobil och internet är mycket ovanligt.

Föräldrarna är överlag positivt inställda till tv, spel och internet, även om man också ger uttryck för att medierna har negativa effekter på barnen. Tv:s påverkan anses vara starkast på de minsta, medan föräldrarna tycker att de äldre påverkas mest av internet och dator-/tv-spel. Detta torde ha sin grund i att de äldre använder spel och internet betydligt mer än de yngre. Om man jämför inställningen till de olika medietyperna är det tydligt att föräldrarna är mest positiva till tv, som dock samtidigt ses som det mest passiviserande mediet. Internet anses vara det mest informativa mediet. Föräldrarna anser att det i högst grad lär ut både bra och dåliga saker. Inställningen till dator-/tv-spel kännetecknas av att de anses mest

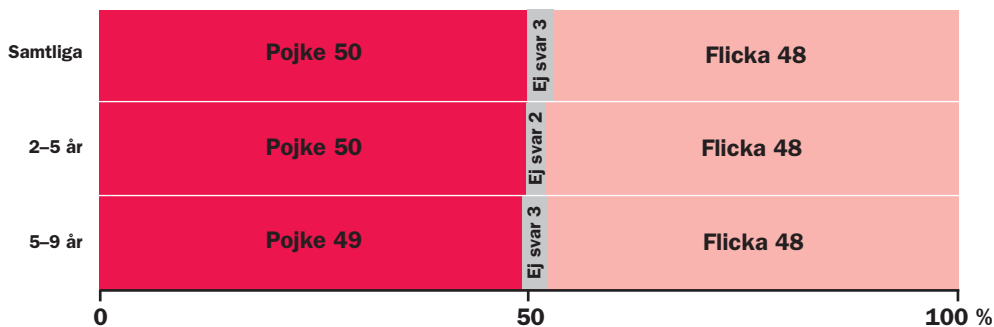
beroendeframkallande, i högst grad leder till ohälsa och dessutom gör barnen aggressiva. Trots detta är även inställningen till spel övergripande positiv.

De traditionella medierna dominerar stort vad det gäller föräldrarnas förtroende för samhällets skydd av barn. 53 % tycker att skyddet är ganska bra avseende tv, 56 % för dvd och 65 % avseende bio. Motsvarande siffror för datorspel är 38 % och endast 13 % för internet. 74 % av föräldrarna tycker dock att det är de själva som har det största ansvaret för att skydda barn när de använder medier.

Småungar & Medier

Ålder, kön, härkomst, syskon

Är barnet en pojke eller flicka?

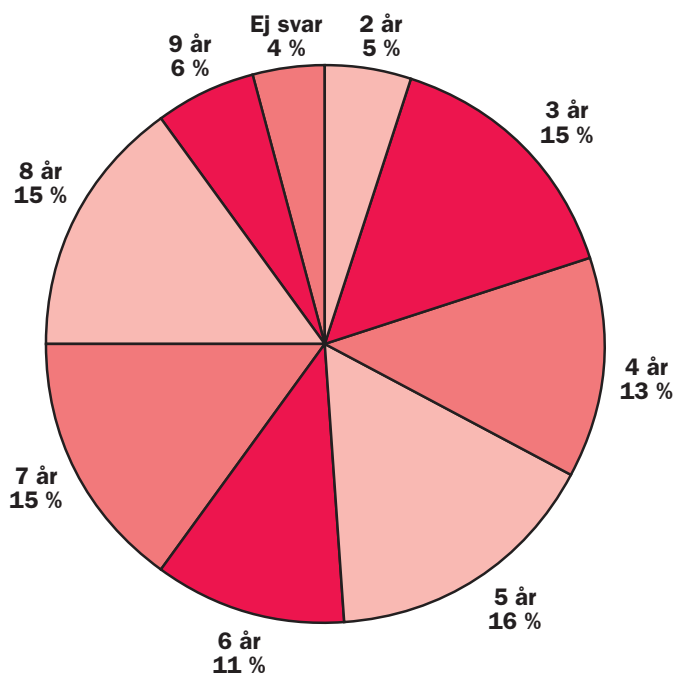


Bas: Samtliga 2-9 år

Av de totalt 1 195 svarande gäller 50 % av svaren pojkar och 48 % flickor medan 3 % inte har besvarat frågan. Det finns inga skillnader i sammansättning mellan de yngsta barnen (2-5 år) och de äldre barnen (5-9 år). Av de som besvarat enkäterna är 83 % mammor och följaktligen endast 17 % pappor. Papporna har i större utsträckning svarat angående sina söner (54 %) än för sina döttrar (42 %). Mammorna svarar i lika hög utsträckning oavsett barnets kön.

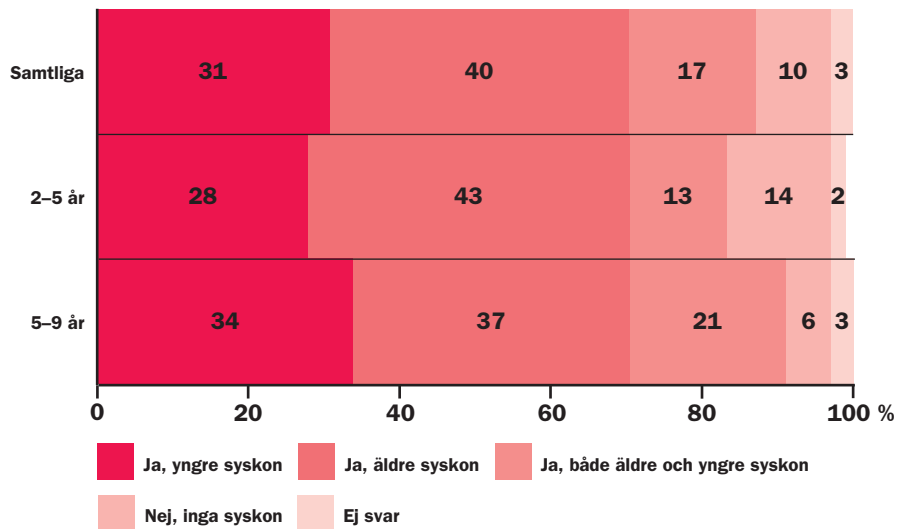
Hur gammalt är barnet?

Andelen 2-åringar är något lägre än övriga grupper, vilket förklaras av att några av dem som var 2 år vid urvalsdragningen har hunnit fylla 3 år när enkäten besvaras. På samma sätt har 6 % hunnit fylla 9 år, som inte var 9 år fyllda på urvalsdagen.



Bas: Samtliga 2-9 år

Har barnet syskon?

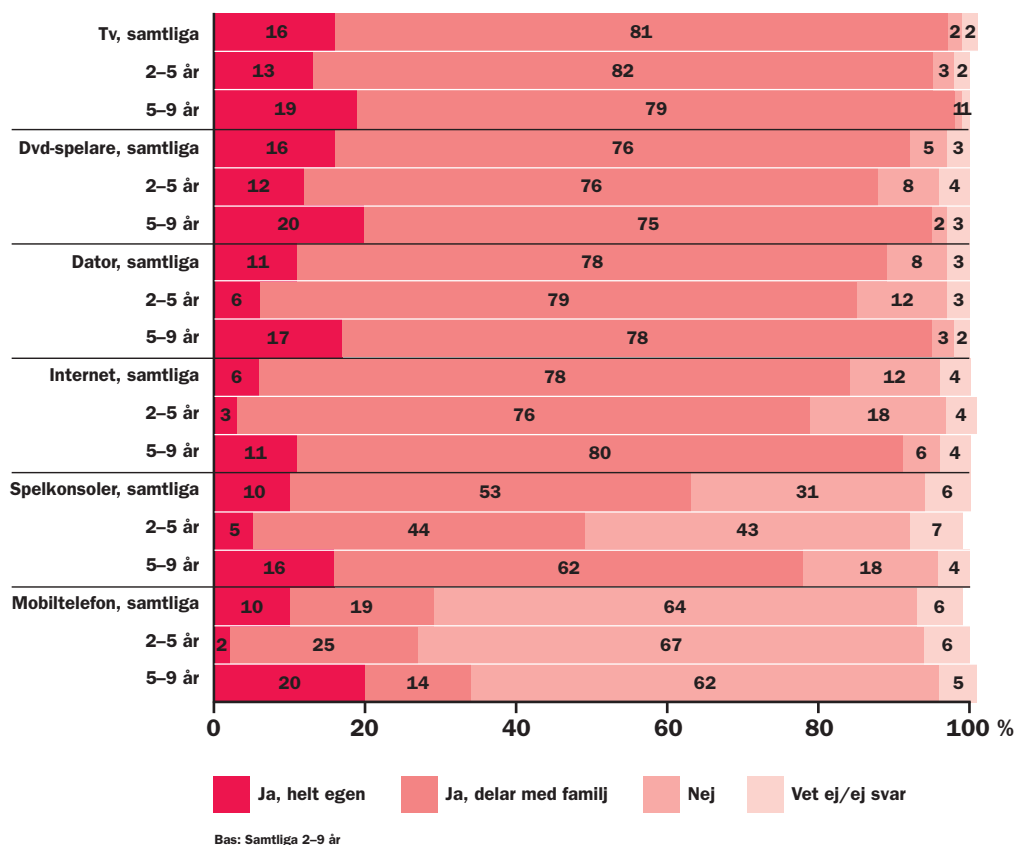


Bas: Samtliga 2-9 år

Förekomsten av syskon har i många studier visat sig vara av stor betydelse för barns medievanor, varför föräldrarna tillfrågades om detta. 88 % av uppger att deras barn har syskon, 10 % saknar sådana och 3 % lämnar frågan obesvarad. Detta stämmer väl med officiell statistik. Barn 5-9 år har oftare syskon (92 %) än yngre barn 2-5 år (84 %).

Mediebärare

**Har barnet tillgång till något av följande i hemmet...?
Svara med ett kryss på varje rad.**

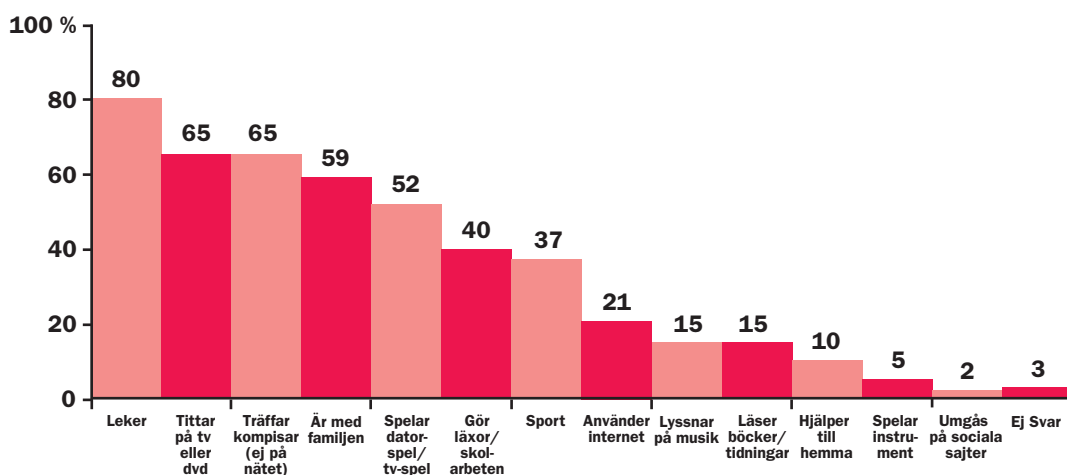


Av diagrammet framgår att de flesta barn har tillgång till tv, dvd-spelare, dator, internet och spelkonsol i hemmet. Det som kanske är mer intressant är att studera hur stora andelar av barnen 2-9 år som har helt egen medieteknik. Mobiltelefonen avviker från övriga medier genom att man relativt sällan delar den med andra, antingen så har man inte tillgång till mobiltelefon eller så har man en egen, för att hårdra det något.

Det är betydligt vanligare att de äldre barnen har egen medieteknisk utrustning och bland dem är siffrorna förvånande höga. Bland 5-9-åringarna har 19 % egen tv, 20 % egen dvd-spelare, 17 % egen dator, 16 % egen spelkonsol och 20 % egen mobiltelefon. Det är få statistiskt signifikanta skillnader mellan pojkar och flickor i målgruppen. Det är dock statistiskt signifikant fler pojkar som har egen spelkonsol (13 %) än flickor (7 %). Det är däremot fler flickor som har egen mobiltelefon (12 %). Bland pojkarna är den andelen 8 %, men skillnaden är inte statistiskt signifikant. Det är också betydligt vanligare att barn med föräldrar yngre än 30 år har egna spelkonsoler, tv-apparater och dvd-spelare.

Fritidssysselsättningar

**Vad gör barnet oftast på fritiden/efter skolan?
Du kan kryssa för max fem svar.**



Bas: Samtliga, 5-9 år

Observera att denna fråga endast gäller barn 5–9 år. Den vanligaste sysselsättningen är att leka, 80 % av föräldrarna svarar detta. 65 % anger att barnet tittar på tv eller dvd och lika många (65 %) att de träffar kamrater. Den fjärde vanligaste aktiviteten är att spela dator- eller tv-spel (52 %) medan 21 % sysslar med generell internetanvändning. 2 % av barnen använder sociala sajter.

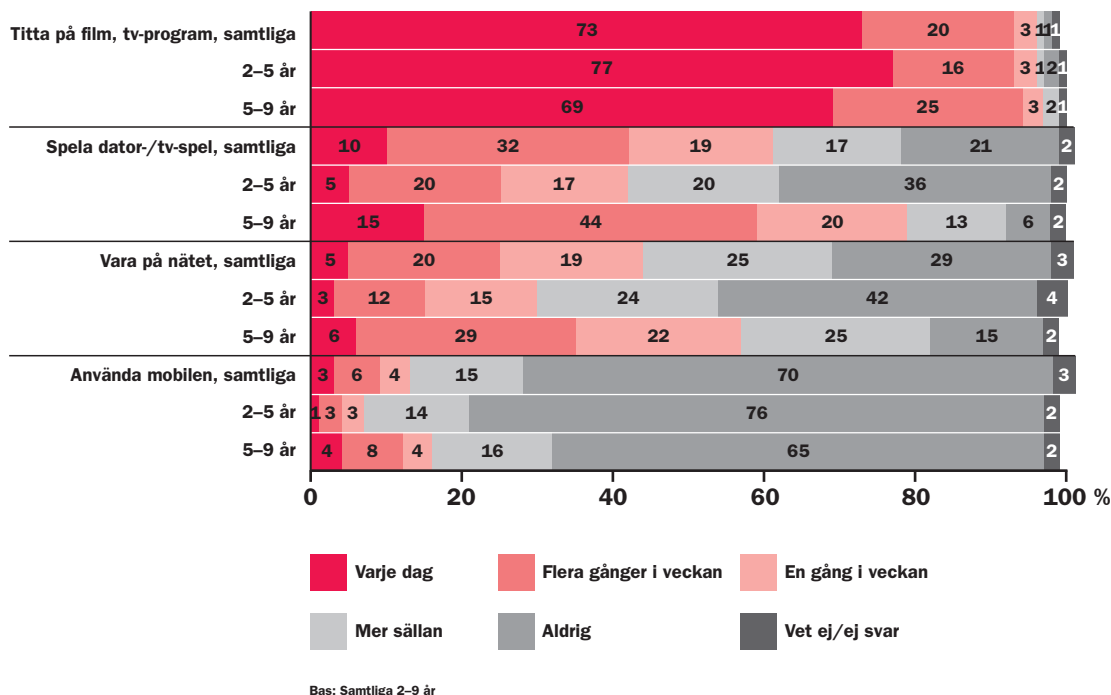
Könsskillnaderna avseende dator-/tv-spelande är omfattande, 73 % av pojkarna spelar dator-/tv-spel på sin fritid jämfört med 34 % bland flickorna. Intressant nog är andelen datorspelande pojkar i princip identisk bland äldre barn (74 % bland 9–12-åringarna och 71 % bland 12–16-åringarna) medan datorspelandet minskar bland flickorna, främst med inträdet i puberteten (30 % bland 9–12-åringarna, 10 % bland 12–16-åringarna).

Pojkarna håller också på mer med sport, 43 % jämfört med flickorna där 34 % idrottar. Flickorna lyssnar däremot mer på musik, 22 % mot 9 % av pojkarna. Det finns inte några skillnader i användningen av internet mellan pojkar och flickor, men något fler flickor (3 %) än pojkar (1 %) är på sociala sajter. Skillnaden är dock inte statistiskt signifikant.

Den enda skillnad som syns avseende föräldrarnas ålder gäller barnens internetanvändning. Föräldrar under 30 år svarar i betydligt högre utsträckning att deras barn använder internet (38 %) jämfört med genomsnittet (21 %). Eftersom yngre vuxna i flera studier konstaterats vara betydligt flitigare internetanvändare än äldre får man anta att barnens användning helt enkelt är relaterad till föräldrarnas.

Användning av olika medier

Ungefär hur ofta brukar barnet på sin fritid...? Svara med ett kryss på varje rad.



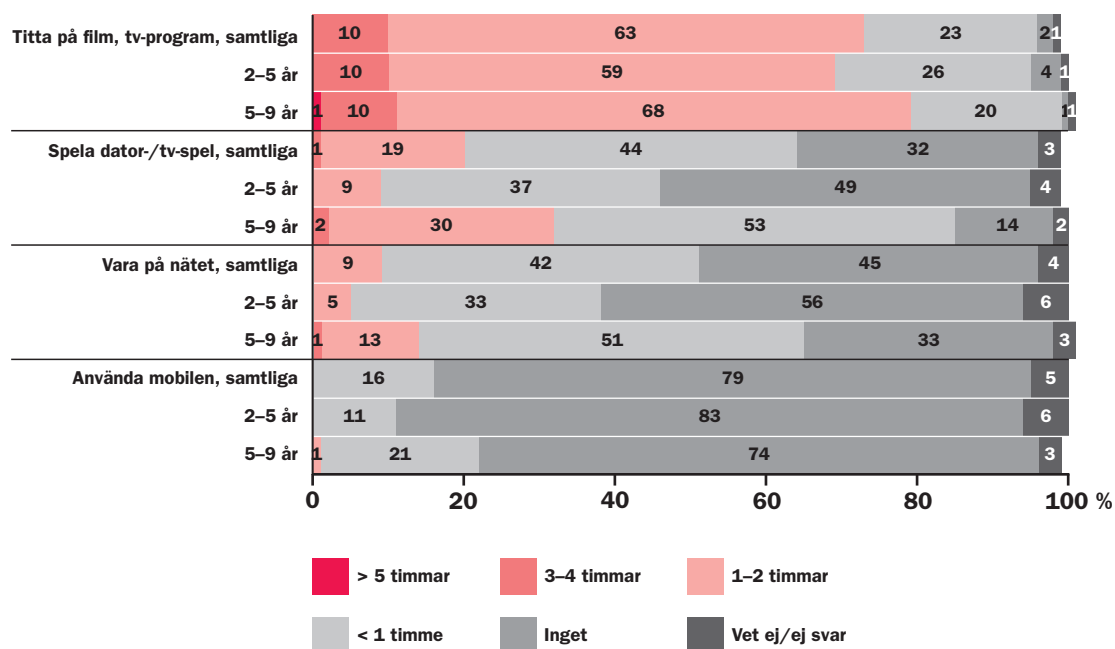
Hur ser då barnens övergripande medieanvändning ut? Tv är det överlägset populäraste mediet, nästan alla (93 %) tittar på tv minst flera gånger i veckan. Något färre barn i 5-9-årsåldern uppges se på tv varje dag (69 %), jämfört med barn 2-5 år (77 %).

Dator-/tv-spel spelas flera gånger i veckan eller oftare av 42 % av alla barn. De äldre spelar oftare (59 %) än de yngre (25 %). Bland de yngre finner man inga påtagliga könsskillnader i mediebruket, men i gruppen av äldre barn börjar dessa synas. Bland dessa spelar pojkar betydligt oftare dator-/tv-spel än flickor (72 % av pojkarna gör det minst flera gånger i veckan jämfört med flickornas 45 %). Däremot är skillnaden mindre mellan de som aldrig spelar, 4 % pojkar och 8 % flickor.

Av de äldre barnen (5-9 år) är 35 % regelbundet (6 % varje dag och 29 % flera ggr/vecka) på nätet medan 15 % av dem aldrig använder internet. Det bör också uppmärksammas att 15 % av de yngsta barnen regelbundet är på nätet. Av de äldre är det också betydligt fler flickor (19 %) än pojkar (10 %) som aldrig använder nätet. Eftersom någon motsvarande skillnad inte finns i studien om barn 9-16 år kan man dra slutsatsen att pojkar tycks internetdebutera tidigare än flickor.

Det är mycket få av barnen 2-9 år som använder mobiltelefon regelbundet.

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



Bas: Samtliga 2-9 år

Ett annat mått på mediekonsumtion än hur *ofta* man använder medier är hur *längre* man gör detsamma. De äldre barnen lägger generellt ned mer tid på olika former av medieanvändning än de yngre. Tv är det medium där ålderskillnaderna är minst, men också det medium alla tillbringar mest tid med. En klar majoritet av barn 2-9 år (73 %) ser på tv mer än en timme per dag. Det är 10 % av barnen som tittar mer än 2 timmar/dag. Barn till unga föräldrar (under 30 år) tittar signifikant längre än andra, 20 % tittar över 2 timmar/dag.

Dator-/tv-spel kommer närmast: 20 % spelar minst en timme om dagen. Åldersskillnaderna är stora, datorspel spelas mest av barnen 5-9 år. Av 5-9-åringarna spelar 32 % mer än en timme per dag (2-5-åringar: 9 %) och 44 % spelar en till två timmar per dag (2-5-åringar: 37 %). Pojkarna spelar mer än vad flickorna gör.

Nätet används 1-2 timmar per dag av 9 % av samtliga 2-9 år, ytterligare 42 % använder nätet mindre än en timme en vanlig dag. Även här är ålderskillnaderna stora, där 14 % av 5-9-åringarna använder nätet mer än en timme per dag jämfört med 5 % av 2-5-åringarna.

Även mobiltelefonanvändningen är låg i dessa åldrar, 22 % av 5-9-åringarna och 11 % av 2-5-åringarna uppges använda mobilen mer än en timme per dag.

Jämfört med de äldre barnen (9–16-åringarna) är andelen högkonsumenter betydligt mindre. Med undantag för tv-tittarna, där 10 % alltså ser mer än 3 timmar/dag, är det bara en handfull av barnen som använder medier i denna utsträckning. Av 5–9-åringarna är det endast 1 % som uppges använda internet mer än tre timmar och 2 % som spelar dator-/tv-spel så länge.

Det är alltså bara högkonsumenter av tv som är tillräckligt många för att det är meningsfullt att uttala sig om hur dessa skiljer sig från den genomsnittliga medieanvändaren. De barn som tittar på tv mer än tre timmar om dagen utmärks nästan bara av detta – fördelningen är helt jämn mellan pojkar och flickor, mellan äldre och yngre barn, mellan barn med äldre och yngre syskon, etc. Barn till föräldrar under 30 år är betydligt oftare (20 %) högkonsumenter än andra. Omfattande tv-tittande är också relaterat till ett extensivt bruk av övriga medier – högkonsumenterna spelar också mer spel och använder internet i högre utsträckning än genomsnittet. Att se mycket på tv får förstås konsekvenser vad gäller tv-tittandet i sig. Högkonsumenterna ser mer nyheter och reagerar mer negativt på nyheterna än genomsnittet. Särskilt tydligt är detta vad det gäller de allra yngsta barnen, där högkonsumenterna är kraftigt överrepresenterade i samtliga kategorier av negativa reaktioner på tv-nyheter. Föräldrarna till de yngsta tv-högkonsumenterna upplever också att de tjar mycket till följd av reklamslag.

Tv-program

Vilka filmer, tv-program eller tv-serier brukar barnet titta på? Skriv max tre stycken

2–5 ÅR		5–9 ÅR	
Pojkar	Flickor	Pojkar	Flickor
Bolibompa (51 %)	Bolibompa (62 %)	Bolibompa (30 %)	Bolibompa (41 %)
Disney-filmer/ Bilar ¹ (10 %)	Pippi Långstrump (16 %)	Barda (15 %)	Hanna Montana (15 %)
Barnkanalen/Pippi Långstrump (7 %)	Disney-filmer/Astrid Lindgren-filmer (9 %)	Vintergatan (10 %)	Let's Dance (14 %)

Bas: samtliga, 2–9 år

Bolibompa ligger på en överlägsen topplacering – 46 % av alla barn 2–9 år tittar på *Bolibompa*, 55 % av barnen 2–5 år och 35 % av barnen 5–9 år. Det är en större andel av flickorna (52 %) som tittar på *Bolibompa*, än bland pojkarna (41 %). Det finns inga andra markanta, eller statistiskt signifikanta skillnader i materialet vad gäller *Bolibompa*. Bland de yngsta barnen är både *Bolibompa* och *Pippi Långstrump* populärare bland flickor än bland pojkar, men i övrigt är skillnaderna små. Desto

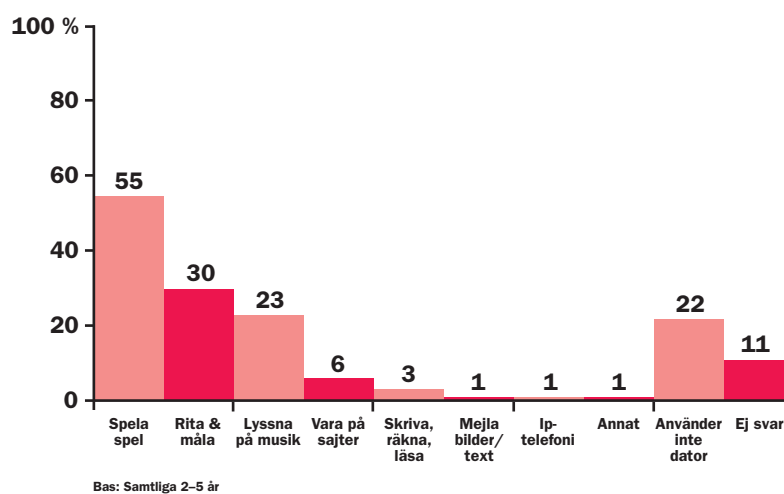
¹ Bilar är en film producerad av Pixar och Disney, vilket informanterna inte tycks känna till.

större är könsskillnaderna i åldersgruppen 5–9 år. *Bolibompa* är fortfarande det i särklass populäraste programmet bland pojkar och i än högre grad bland flickor. Sedan är deras val mycket olika. Pojkarna föredrar fantasy-serien *Barda* (15 %) och science fiction-serien *Vintergatan* med uppföljare (10 %).

Flickorna föredrar istället den disneyproducerade *Hanna Montana* (15 %) och TV4:s *Let's Dance* (14 %). Även längre ned på listan över mest sedda program framträder tydliga könsskillnader bland de äldre barnen: pojkarna föredrar *Star Wars*, sport och actionbetonade animerade serier som *Ben 10* och *Bakugan*. Flickorna ser istället på *Barbie*-filmer, *Ponny-akuten* och *High school musical*. Motsvarande könsskillnader finns inte alls bland de yngre barnen utan dyker först upp efter skolstarten för att sedan framträda allt tydligare ju äldre barnen blir – i åldersgruppen 12–16 år är *Simpsons* i princip det enda program som båda könen uppskattar.

Datorn

Vad brukar barnet göra på datorn, själv eller tillsammans med någon annan? Välj max fem alternativ.



Man kan utgå från att 2–5-åringar och 5–9-åringar använder datorer på olika sätt eftersom såväl läskunnighet som kognitiv utveckling är förutsättningar för många aspekter av datoranvändning. Föräldrarna har därför, beroende på barnens ålder, fått ta ställning till två olika frågor om barnens datoranvändning.

Det första diagrammet avser svaren från föräldrar till barn 2–5 år. Det är 22 % som svarar att barnet inte använder dator och 11 % lämnar frågan obesvarad,

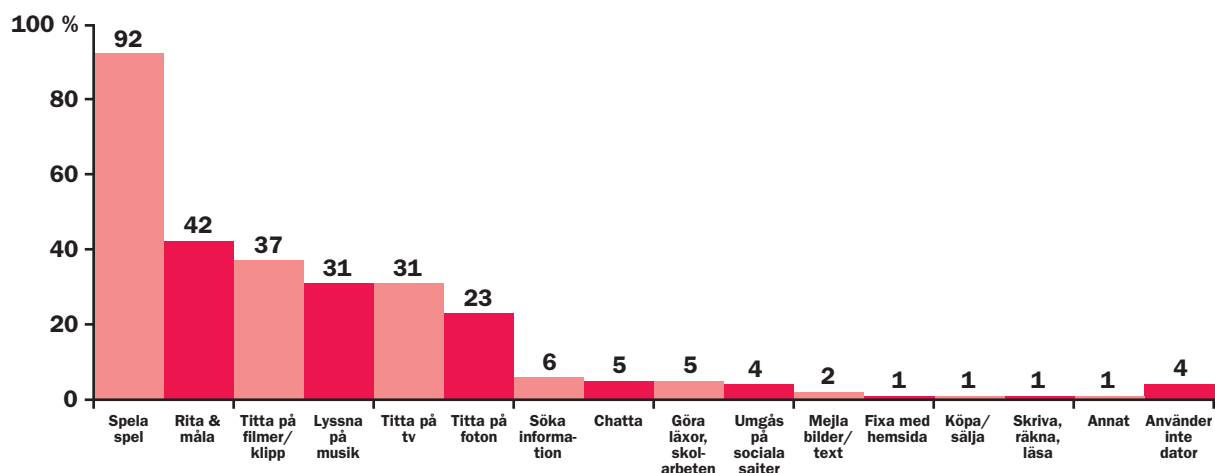
vilket ändå tyder på att åtminstone 67 % av de minsta använder datorer. Bland de allra, allra yngsta, 2-åringarna, har 43 % någon gång använt datorn.

Den vanligaste sysselsättningen bland de allra yngsta datoranvändarna är att spela olika spel, 55 % av alla barn 2–5 år gör detta. 30 % av barnen ritar och målar digitalt och 23 % lyssnar på musik i datorn.

Det finns inga statistiskt signifikanta skillnader mellan pojkars och flickors användning av datorn i denna grupp. Däremot är det vanligare att barn som har äldre syskon spelar spel än de som inte har det.

Föräldrarna till de äldre barnen, 5–9-åringarna, har fått andra svarsalternativ att ta ställning till avseende barnens datorvanor. Frågan har dock exakt samma formulering.

Vad brukar barnet göra på datorn, själv eller tillsammans med någon annan? Välj max fem alternativ.



Bas: Samtliga, 5–9 år

Endast 4 % av barnen 5–9 år använder inte dator alls, 6 % av flickorna och 2 % av pojkarna (skillnaden är inte statistiskt signifikant). Den vanligaste sysselsättningen är att spela spel, 92 % av barnen gör det utan några signifikanta könsskillnader. Skillnaderna är desto större avseende att rita och måla på datorn, 42 % av samtliga gör det men endast 32 % av pojkarna jämfört med hela 51 % av flickorna. Precis omvänt förhåller det sig med att titta på filmer och klipp. 37 % av alla barn 5–9 år gör detta, av pojkarna ser 46 % filmer och klipp jämfört med 26 % av flickorna.

Även om man kan anta att en del av spelandet och tittandet på filmer och tv sker över nätet är det tydligt att renodlade online-aktiviteter fortfarande är ganska ovanliga i denna åldersgrupp. Den vanligaste sysselsättningen online är att söka information, vilket 6 % av barnen gör. Alternativen att chatta, umgås på sociala sajter, mejla eller fixa med hemsida ligger alla på 5 % eller mindre.

Föräldrarna tillfrågades också vilka sajter som barnet brukar besöka själv eller tillsammans med andra.

Internet

Vilka sajter brukar barnet själv eller tillsammans med någon annan, besöka på internet? Skriv max tre sajter.

2-5 ÅR	5-9 ÅR	
Pojkar & flickor	Pojkar	Flickor
Bolibompa (30 %)	Bolibompa, Youtube (26 %)	Bolibompa (35 %)
Youtube (17 %)	Spela.se (23 %)	Spela.se (23 %)
Spela.se (6 %)	SVT/Spelo (14 %)	SVT/Youtube (15 %)

Bas: Samtliga, 2-9 år

Eftersom könsskillnaderna i sajtbesök bland de yngre barnen är i stort sett obefintliga redovisas dessa som en grupp utan åtskillnad på flickor och pojkar.

Liksom med film- och tv-tittandet dominerar Bolibompa fullständigt, 30 % av alla barn 2-9 år besöker sajten. Det är ingen skillnad mellan de yngre och de äldre barnen, men något fler flickor (32 %) än pojkar (29 %) besöker Bolibompas sajt.

Den näst populäraste sajten överlag är Youtube, med 19 % av besöken bland 2-9-åringarna. Den är populärare bland de äldre barnen (21 %) och bland pojkarna (22 %), än bland yngre (17 %) och flickor (16 %). Trots detta tillhör sajten topp-tre i alla grupper. Spela.se och spelo.se är sajter där man kan spela en mängd olika enklare internetspel. De är populära i samtliga grupper. SVT/SVT Play besöks av 11 % av alla barn, 8 % av de yngre och 15 % av de äldre.² Generellt ligger de äldre barnen högre än de yngre på de flesta sajter. Utanför tre-i-topp finner man en enda signifikant könsskillnad – medan 11 % av pojkarna brukar gå in på Lego:s sajt gör inte en enda av flickorna det. Könsskillnaderna är alltså mindre vad det gäller sajtbesök än val av tv-program.

² I praktiken är Bolibompas sajt en del av svt.se. Eftersom frågan är öppen, alltså att respondenterna själva fått formulera svarsalternativen, innebär detta att vissa har definierat Bolibompa som en egen sajt.

Dator-/tv-spel

Vilka dator-/tv-spel brukar barnet spela? Skriv max tre spel.

2-5 ÅR		5-9 ÅR	
Pojkar	Flickor	Pojkar	Flickor
Bolibompa (8 %)	Kalle kunskap (11 %)	Lego Star Wars (21 %)	Super Mario (12 %)
Super Mario (6 %)	Bolibompa (7 %)	Star Wars (13 %)	Kalle kunskap/Singstar (8 %)
Kalle kunskap/Lego Star Wars (5 %)	Pippi Långstrump (5 %)	Super Mario (12 %)	Internetspel* (7 %)

Bas: Samtliga, 2-9 år

* Internetspel är en samlingsbeteckning på små, enkla spel som man kan spela gratis över internet.

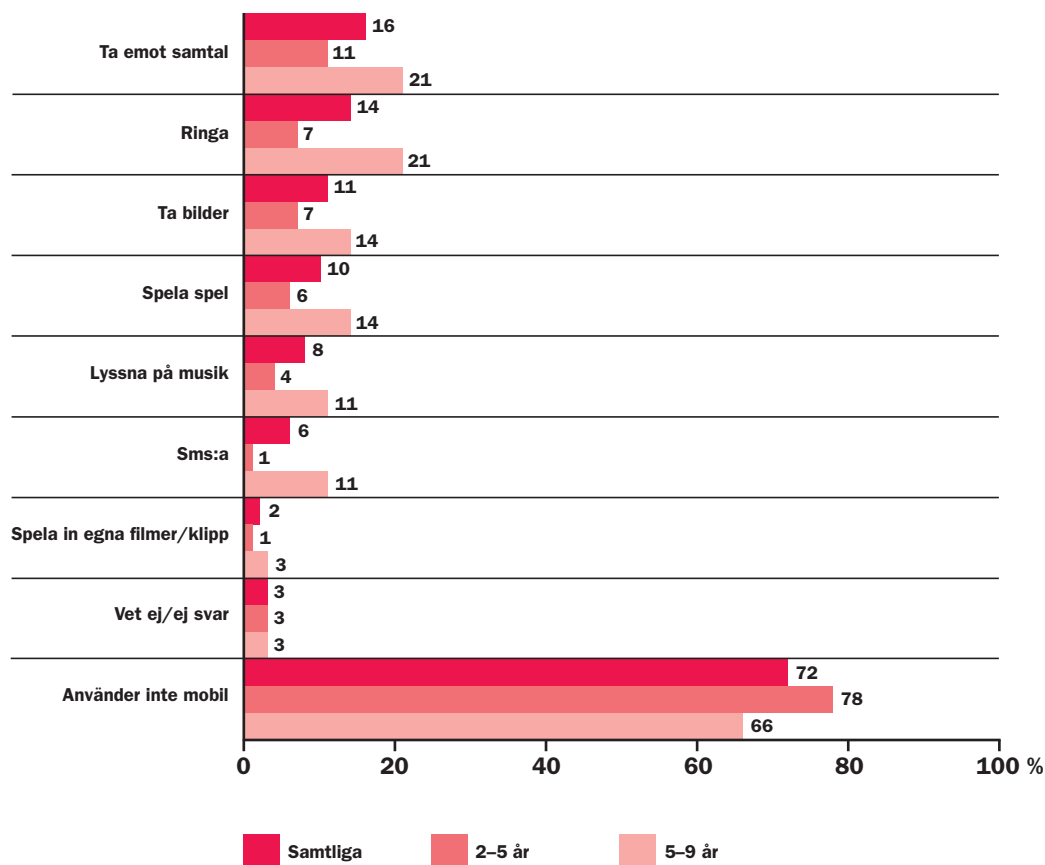
I enkätsvaren har man angivit ett mycket stort antal spel och dessa fördelas relativt jämnt mellan de svarande. Det framträder stora skillnader mellan barn 2-5 år och 5-9 år samt mellan pojkar och flickor. Det är knappast förvånande, då spelen är konstruerade för olika åldrar och målgrupper. Det vanligast angivna spelet för hela gruppen är Super Mario³, som används av 8 % av alla, dock med en tydlig övervikt för de äldre, 4 % i åldern 2-5 år och 12 % i åldern 5-9 år. Bolibompa är populärt bland de yngre. Vi vet emellertid inte i vilken utsträckning det handlar om internetspelen på deras webbplats eller om de två Bolibompa-spel som distribueras i handeln. Kalle Kunskap tillhör också de populärare spelen bland alla grupper utom de äldre pojkarna. Denna grupp, pojkar 5-9 år, utmärker sig med mer homogena spelpreferenser än de övriga. Tre-i-topp innehåller bara action-/äventyrsbetonade spel och även utanför denna lista är det signifikanta skillnader som pekar i denna riktning. Spel eller spelgenrer som bil-/rallyspel, fotbollspel och Indiana Jones/Lego spelas nästan uteslutande av denna grupp.

Det karaokeliknande Singstar är populärt bland de äldre flickorna liksom Barbie- eller hästspel. Inga pojkar använder de två senare speltyperna.

³ Super Mario är egentligen inte ett enskilt spel utan en välkänd spelkaraktär som förekommer i ett mycket stort antal olika spel till flera olika spelplattformar.

Mobiltelefonen

**Vad brukar barnet använda mobiltelefonen till?
Du kan kryssa för flera svar.**



Bas: Samtliga 2-9 år

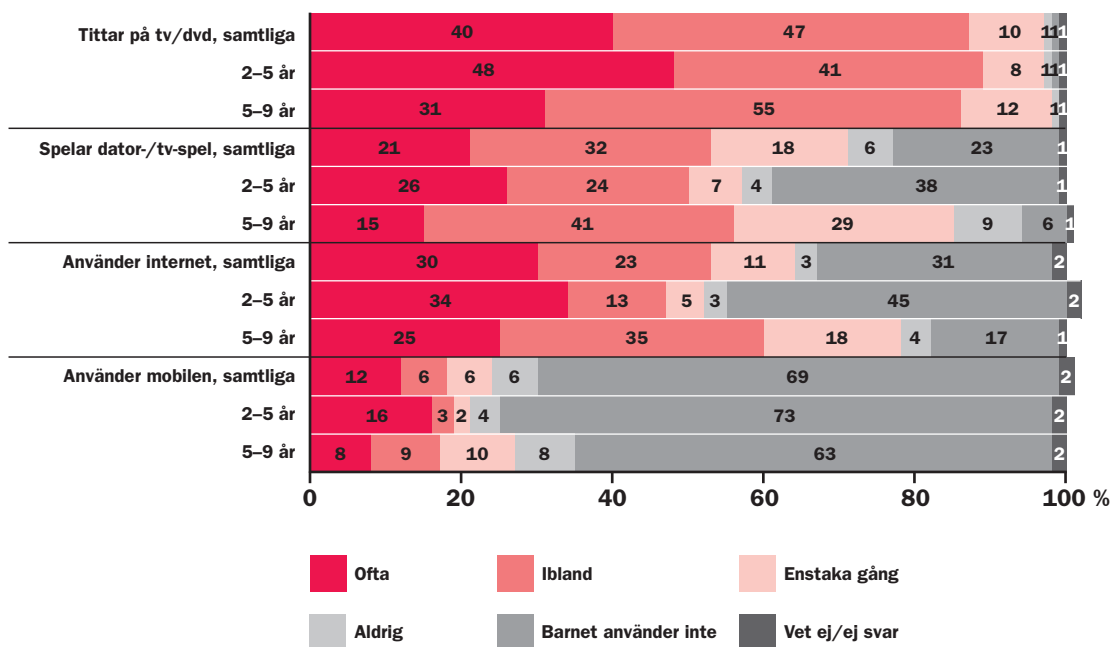
Även här är det kanske mest intressant att vända på frågan och analysen. Det är 72 % av alla, 78 % av de yngsta och 66 % av de äldre som inte använder mobiltelefoner alls. Följaktligen innebär det att 28 % av alla barn 2-9 år använder mobiltelefon – 22 % av barnen 2-5 år och 34 % i åldern 5-9 år.

Det vanligaste användningsområdet är att ta emot samtal och att ringa. Det är stora skillnader mellan de yngre och de äldre barnen, de senare gör allting i högre utsträckning än de förra. Det är däremot inga större skillnader mellan pojkar och flickor. Flickor uppges oftare (13 %) ta bilder med mobilen, än pojkar (8 %). De 5-9-åringar som har äldre syskon spelar oftare spel (9 %) jämfört med de utan äldre syskon (2 %). Det finns dock anledning att ta uppgifterna om de äldre barnens mobilanvändning med en nypa salt. Som tidigare konstaterats har 20 % av

5–9-åringarna egna mobiler. Man kan alltså anta att de också handhar dessa själva varför det är svårt för föräldrarna att veta vad de gör med sina telefoner och i vilken utsträckning. Mycket få av de yngre barnen har egen mobil (2 %). Eftersom dessa måste låna en mobil för att kunna använda den kan man förutsätta att föräldrarna har bättre koll på vad de egentligen gör med den.

Tillsammans

**Ungefär hur ofta brukar du vara tillsammans med barnet när han/hon ...?
Svara med ett kryss på varje rad.**

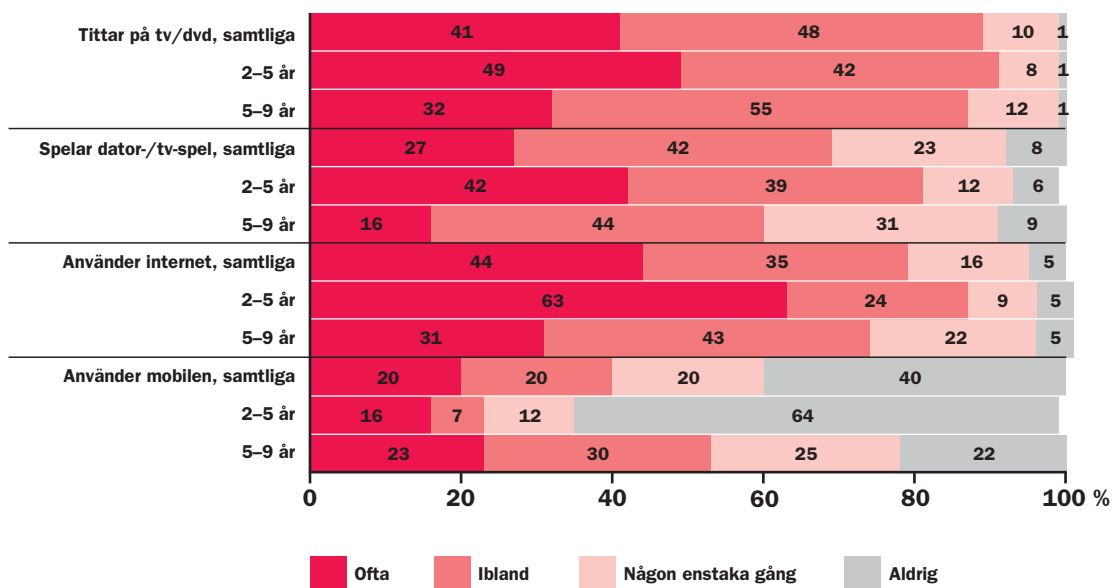


Bas: Samtliga 2-9 år

Tv är det medium som föräldrar och barn i störst utsträckning använder tillsammans, vilket är ganska naturligt då tv sedan lång tid är ett sätt för familjen att umgås i svenska hem. 5–9-åringarna ser oftare på tv själva än vad barnen 2–5 år gör, men sammantaget är det gemensamma tittandet mycket vanligt i båda åldersgrupperna. Det är betydligt vanligare att föräldrar under 30 år ofta ser på tv tillsammans med barnen (51 %) än genomsnittet (40 %). De äldre barnen tycks genomgående få större frihet att vara själva när de använder olika medier. Få av barnen lämnas helt och alltid ensamma. Datorspelande 5–9-åringar utmärker sig genom att vara den grupp som har i särklass minst föräldrainblandning, 38 % av dessa är aldrig eller endast enstaka gånger i sällskap med föräldrarna när de spelar.

Eftersom det är stora variationer på hur många som faktiskt använder de olika medierna (73 % av 2–5-åringar använder inte mobiltelefon, 1 % av samma grupp tittar inte på tv) undersöks också i vilken utsträckning föräldrarna är tillsammans med dem som brukar medierna.

**Ungefär hur ofta brukar du vara tillsammans med barnet när han/hon...?
Svara med ett kryss på varje rad.**

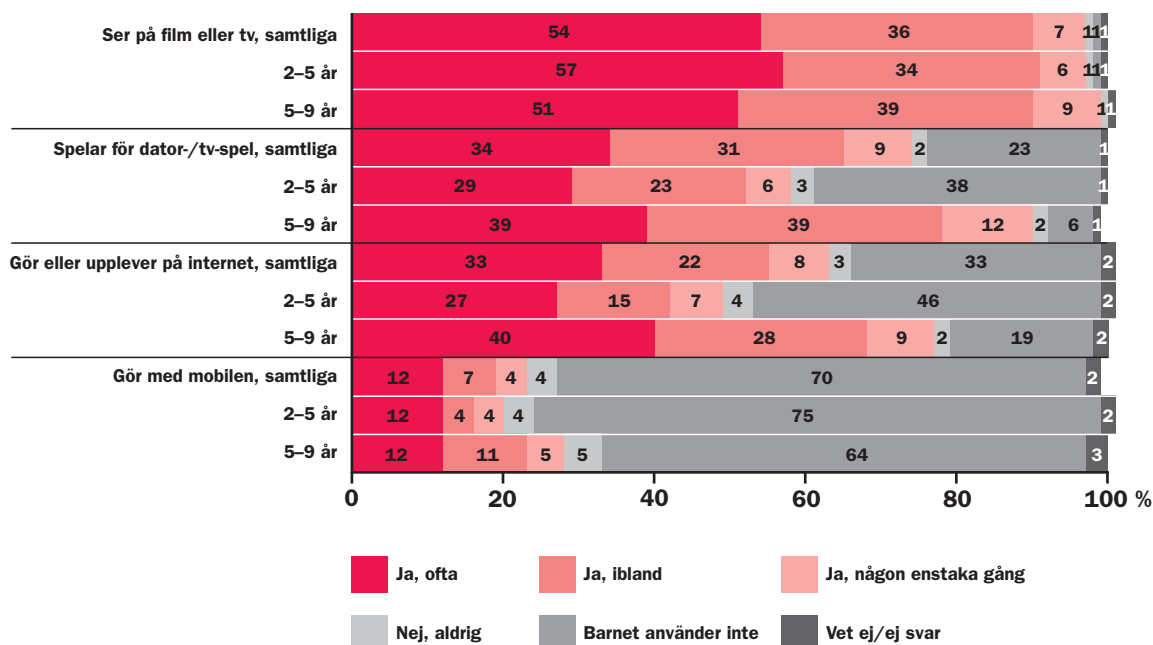


Bas: Användare 2-9 år

Resultaten är snarlika de som gäller för samtliga, alltså med dem som inte använder medierna inräknade. Den enda påtagliga skillnaden gäller internet där det visar sig att de barn som faktiskt använder internet har sällskap av föräldrarna betydligt oftare än vad som framgick av den förra tabellen. Faktum är att de 2–5-åriga internetanvändarna är den enskilda grupp som i högst utsträckning ofta har sällskap av föräldrarna (vilket kan ha sin förklaring i att de behöver hjälp med datorn). De äldre dator-/tv-spelarna är de som föräldrarna är minst tillsammans med.

Samtal om medier

Pratar du och barnet om vad han/hon...? Svara med ett kryss på varje rad.

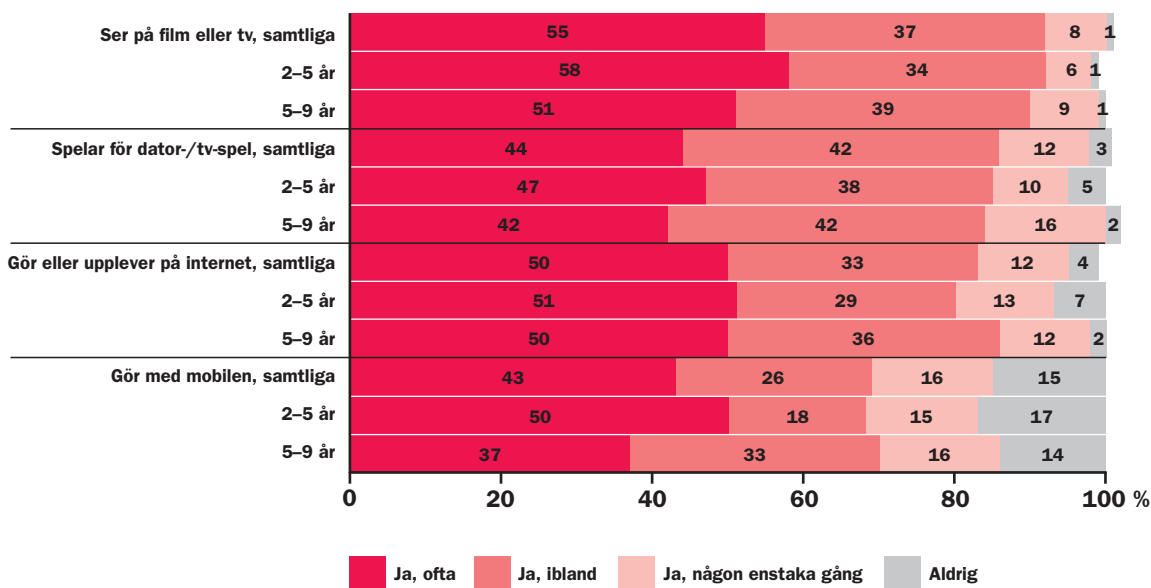


Bas: Samtliga 2-9 år

Nära nog alla föräldrar (97 %) talar med sina barn om vad de ser på film eller tv. Man talar något mer med de äldre barnen. Om barnen har äldre syskon pratar föräldrarna i marginellt mindre utsträckning med dem om vad de sett på film och tv.

Som synes ovan är skillnaderna mellan hur mycket man talar om de olika medietyperna mycket stora. Detta beror främst på att det är mycket stora skillnader mellan hur många som faktiskt använder respektive medium – 98 % av alla barn 2-9 år ser på tv, medan endast 30 % använder mobiltelefoner. En mer rättvisande bild får man om man istället baserar diagrammet på dem som faktiskt använder mediet.

Pratar du och barnet om vad han/hon...? Svara med ett kryss på varje rad.



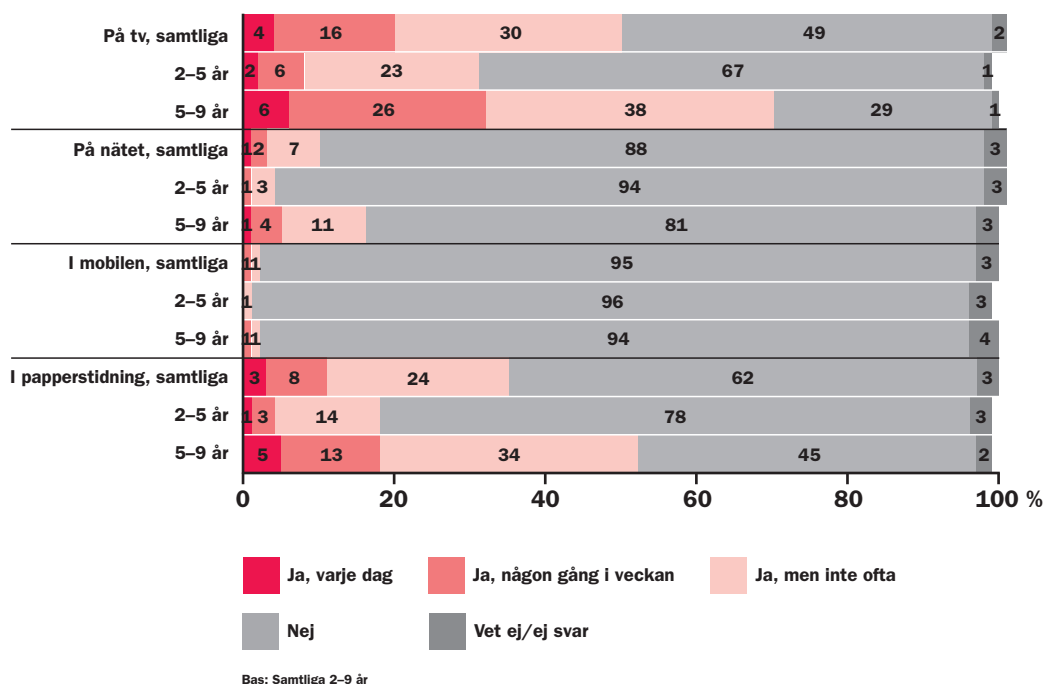
Bas: Användare 2-9 år

Skillnaderna mellan de olika medieformerna är nu betydligt mindre, men tendenserna är de samma. Man talar mest om tv-program och minst om mobiltelefoni, med dator-/tv-spel och internet mitt emellan. En tänkbar förklaring är att samtalen om tv äger rum samtidigt som man tittar, något som blir svårare med de mindre familjesociala spelen, internetanvändningen och telefonin. Man talar något mer om dator-/tv-spel med pojkarna än vad man gör med flickorna, vilket förklaras av att pojkarna spelar mer än vad flickorna gör.

Nyheter

Generellt anses nyhetsförmedling vara en av de viktigaste eller till och med ”nyttigaste” funktionen för medier. Därför ställdes ett antal frågor om i vilken mån och genom vilka mediekkanaler barnen tar del av nyheter och hur de berörs av dessa. Den första frågan gäller hur ofta barnen tar del av nyheter i olika medier.

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



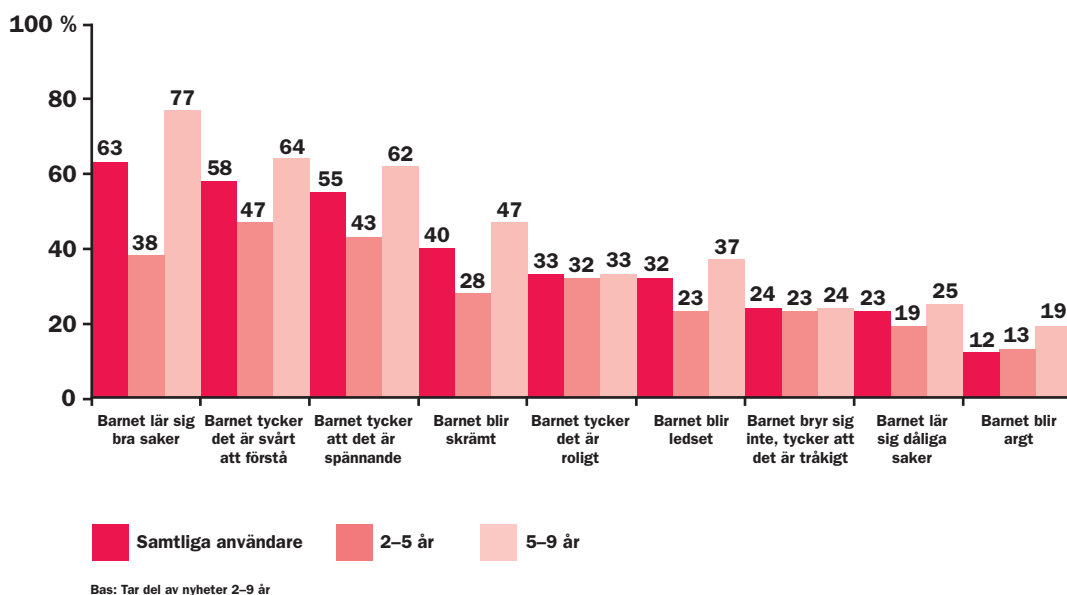
Det visar det sig att det i första hand är barn 5-9 år som tar del av nyheter. Möjligheten att förstå nyheter hänger samman med en grundläggande förståelse av världen som de allra minsta ännu inte hunnit utveckla. I den mån barnen tar del av nyheter så är det genom de traditionella nyhetskanalerna tv och papperstidningar. Tv är barnens vanligaste nyhetskälla. Det är 32 % av barnen i åldern 5-9 år som regelbundet, minst någon gång i veckan, tar del av tv-nyheter. Ytterligare 38 % barn i åldern 5-9 år ser på tv-nyheter enstaka gånger. Det framträder inte några markanta skillnader mellan olika delmålgrupper i materialet. Föräldrar under 30 år uppger i lägre grad än andra att deras barn ser tv-nyheter vilket torde ha sin förklaring i att deras barn tillhör de yngre⁴. 8 % av barnen 2-5 år tar regelbundet del av nyheter genom tv.

⁴ Barn till föräldrar under 30 år var vid undersökningstillfället i genomsnitt 3,4 år gamla medan barnen med föräldrar över 40 år var 5,3 år gamla.

18 % av barn 5–9 år läser minst någon gång i veckan nyheter i papperstidningar. Ytterligare 34 % av denna åldersgrupp gör detta ibland, men inte ofta. Det är så få som uppgivit att deras barn läser tidningar att skillnader mellan delmålgrupper inte går att urskilja. De yngre föräldrarnas barn läser mindre ofta tidningar, vilket kan förklaras med att de är yngre och följaktligen mer sällan läskunniga.

Det kan också noteras att 5 % av barn 5–9 år tar del av nyheter via internet någon gång i veckan medan mobilen som nyhetsmedium är i princip obefintlig.

Hur upplever barnet nyheterna han/hon ser? Kryssa för det du tycker stämmer för barnet. Du kan kryssa för flera svar.



Eftersom 54 % av samtliga (2–5 år: 70 %, 5–9 år 37 %) anger att deras barn inte ser några nyheter har dessa uteslutits i diagrammet ovan som endast presenterar upplevelserna för dem som verkligen tagit del av nyheter.

Tendensen är densamma för samtliga svarsalternativ: de äldre barnen ligger högre än de yngre, oavsett om det är positiva eller negativa erfarenheter det handlar om.

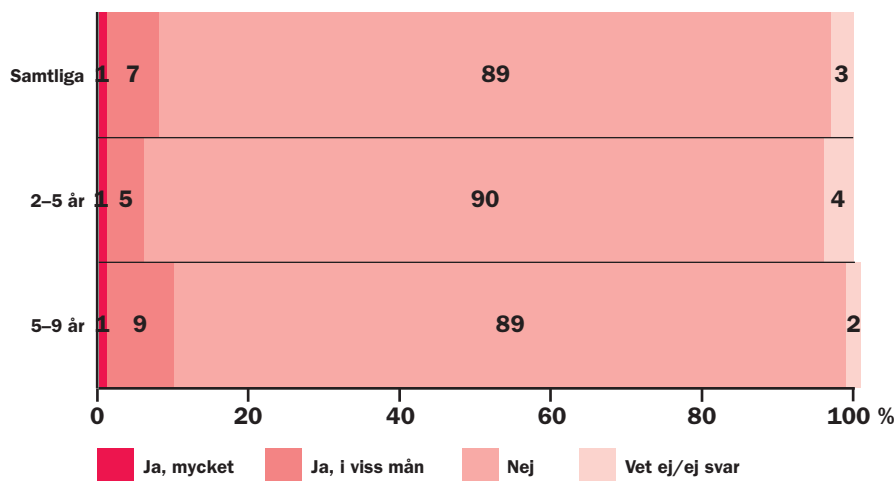
Det vanligaste är att barnen lär sig bra saker, 63 % anger detta svarsalternativ. Nästan lika många (58 %) tycker att det är svårt att förstå och 55 % tycker att det är spännande. Den vanligaste negativa reaktionen är rädsla, 40 % av föräldrarna anger detta. Man kan tycka att de allra minsta kanske borde bli räddare och mer ledsna av nyheterna än de äldre, men föräldrarna anger motsatsen. Det finns flera tänkbara orsaker till detta. För det första ser de yngsta betydligt mycket mindre

nyheter än de äldre. För det andra kan man tänka sig att föräldrarna är mer vaksamma på vad de yngre får se. För det tredje är det sannolikt att de yngsta helt enkelt inte förstår vad nyheterna innebär.

Det finns tendenser till att flickor möjligen kan uppleva nyheter mer negativt än vad pojkar gör. Dessa resultat är inte statistiskt signifikanta men man kan konstatera att samma förhållande, med signifikanta skillnader, återfinns i åldersgruppen 9–16 år.

Omgivningen

Känner du press från andra föräldrar, skolan eller andra i barnets närhet att barnet ska använda internet?

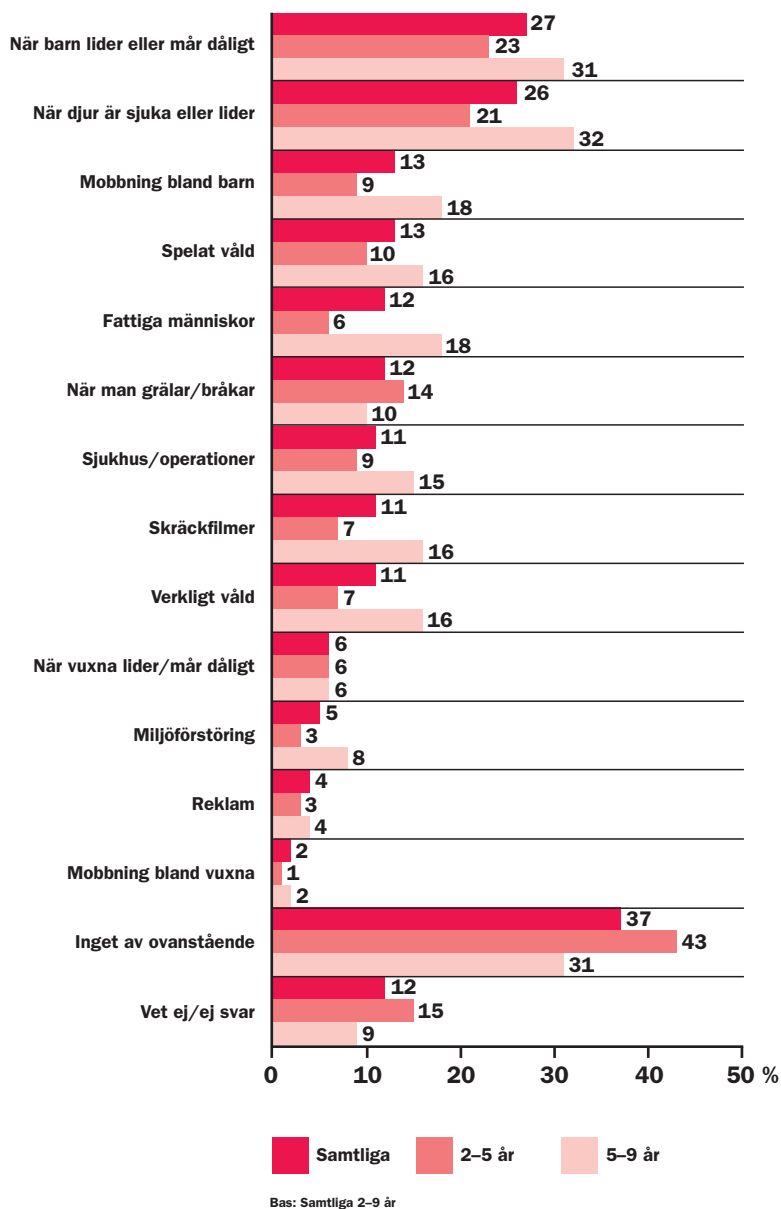


Bas: Samtliga 2-9 år

En stor majoritet av föräldrarna, 89 %, svarar att de inte känner någon press från omgivningen att barnet ska använda internet. Det är en något större andel av föräldrarna till barnen 5–9 år som känner denna press, 10 % mot 6 % av föräldrarna till barn 2–5 år. Det är mycket små skillnader mellan olika svarsgrupper.

Negativa medieupplevelser

Har barnet gett uttryck för att det mått dåligt av något innehåll i tv, film, dator-/tv-spel eller på internet? Välj max fem alternativ.



Det vanligaste svaret är att barnet inte gett uttryck för att må dåligt av något av det som räknats upp i frågan, 37 % anger detta. Det är vanligare att de mindre barnen inte mår dåligt av något (43 %) än att de äldre gör det (31 %).

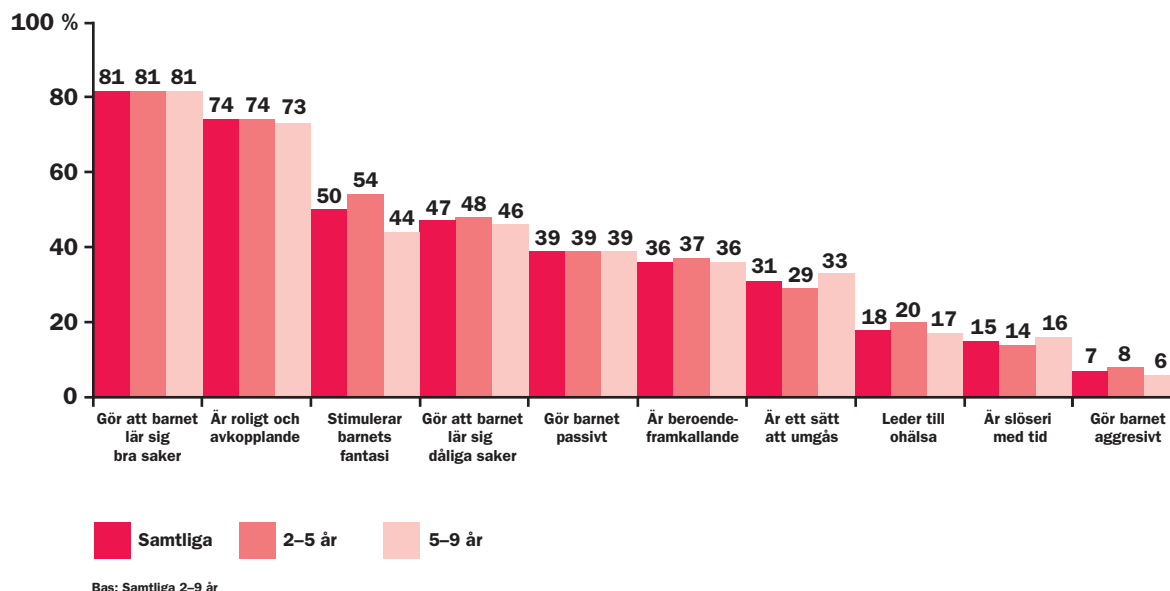
Generellt sett anger alltså fler föräldrar till de äldre barnen att barnen mår dåligt av olika saker i medierna. Detta kan bero på att de äldre barnens medieanvändning är större vilket medför större exponering för medieinnehåll som kanske inte är direkt anpassat för den egna åldersgruppen. De äldre har också en mer utvecklad kognitiv förmåga och kan förstå mer komplicerade eller abstrakta hot, som till exempel miljöförstöring eller kärnvapenhot, vilket är svårbegripligt för de minsta. I den studie av 9–16-åringars medievanor som gjordes parallellt med denna visade det sig att endast 15 % av dessa inte mådde dåligt av något av de angivna svarsalternativen. Att äldre barn och ungdomar alltså oftare mår dåligt av medieinnehåll än de yngre torde kunna bero på större exponering för obehagligt material och en större insikt och förmåga att förstå.

”När barn lider och mår dåligt” är det innehåll som störst andel föräldrar anger, 27 % av samtliga och 31 % av föräldrarna till de äldre barnen. På samma nivå återfinns ”När djur är sjuka eller lider”, 26 % av alla och 32 % av de äldre barnens föräldrar. Mellan 15 % och 20 % av föräldrarna till barn 5–9 år anger flera saker som deras barn mår dåligt av, till exempel ”mobbing bland barn”, ”spelat våld”, ”fattiga människor”, ”när man grälar och bråkar”, ”bilder från sjukhus och operationer”, ”skräckfilmer” och ”verkligt våld”.

Föräldrarna tycks generellt anse att flickorna är känsligare än pojkarna, dock är detta endast statistiskt signifikant i ett fåtal fall. Bland de äldre barnen uppges 42 % av flickorna ha mått dåligt av när djur är sjuka eller lider mot 24 % av pojkarna. Bland de yngsta mår flickorna sämre av sjukhus- och operationsbilder (flickor 12 %, pojkar 6 %) och av när barn råkar illa ut och mår dåligt (flickor 28 %, pojkar 17 %).

Föräldrars åsikter om mediepåverkan

Här följer några påståenden om tv. Kryssa för de påståenden du håller med om. Du kan kryssa för flera svar.

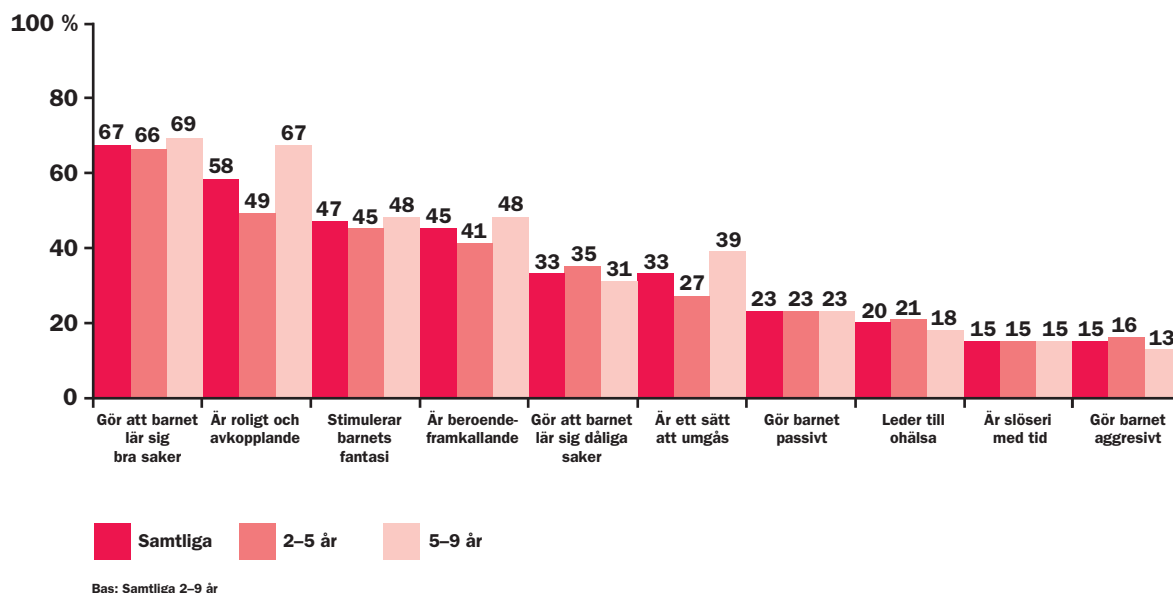


Frågan syftar till att mäta hur föräldrarna anser att olika medier påverkar deras barn. Föräldrarna fick ta ställning till ett antal påståenden om tv, dator-/tv-spel och internet. Svartalternativen var begränsade till "håller med".

I huvudsak anser föräldrarna att tv har positiv effekt på deras barn. Föräldrarna gör i stort sett samma bedömningar oavsett barnens ålder. 81 % av föräldrarna anser att tv "gör att barnet lär sig bra saker", 74 % menar att tv "är roligt och avkopplande för barnet" och 50 % svarar att tv "stimulerar barnets fantasi". De vanligaste negativa åsikterna om tv är att barnet "lär sig dåliga saker" (47 %), att tv "gör barnet passivt" (39 %) samt att det "är beroendeframkallande" (36 %). Många av föräldrarna har angivit både positiva och negativa effekter. Mycket få, 7 % av samtliga, anser att tv "gör barnen aggressiva", vilket är intressant, då denna "effekt" av tv-tittande under många år varit mycket framträdande – men obevisad – i såväl allmän debatt som i den akademiska forskningen.

Föräldrar till pojkar anger i något högre grad negativa aspekter. 50 % av dem anger att barnet "lär sig dåliga saker" mot 43 % av föräldrar till flickor, 42 % anger att tv "gör barnet passivt", mot 37 % av föräldrar till flickor och 39 % av pojkarnas föräldrar svarar att tv "är beroendeframkallande" mot 34 % av föräldrar till flickor. Männerna har en något mer negativ syn på tv än vad kvinnorna har.

Här följer några påståenden om dator-/tv-spel. Kryssa för de påståenden du håller med om. Du kan kryssa för flera svar.



För dator-/tv-spel skiljer sig svarsmönstren mer åt mellan de båda åldersgrupperna. De äldre barnens föräldrar (5–9 år) anger fler olika svar, vilket kan förklaras av att en större andel av de äldre barnen spelar och har erfarenhet av dator-/tv-spel.

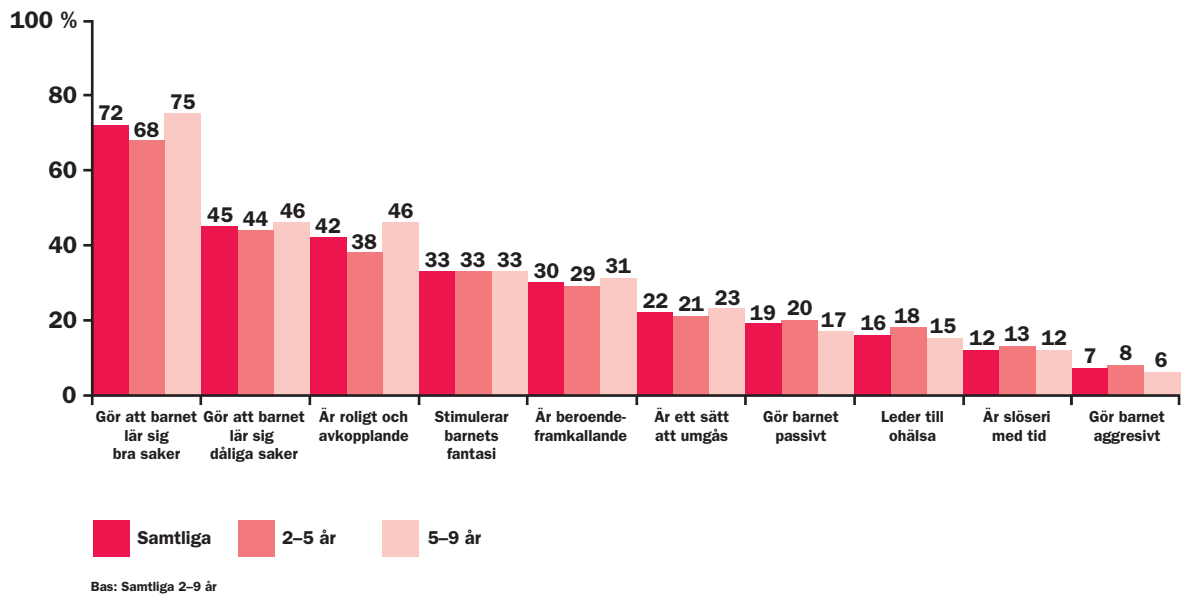
I huvudsak anser föräldrarna att också dator-/tv-spel är positivt för barnen. De tre vanligaste svaren har positiva innebörder, att barnet "lär sig bra saker" (67 %), "är roligt och avkopplande" (58 %) och "stimulerar barnets fantasi" (47 %). Det är 45 % som anser att dator-/tv-spel "är beroendeframkallande" medan 33 % tycker att barnen "lär sig dåliga saker" genom dator-/tv-spel. Lika många (33 %) svarar att dator-/tv-spel "är ett sätt att umgås".

Överlag är man mer positiv till dator-/tv-spel bland de äldre barnens föräldrar. Samtliga frågor som beskriver positiva effekter har högre svarsfrekvens bland 5–9-åringarnas föräldrar, medan samtliga negativa effekter utom en, "är beroendeframkallande", är vanligare bland de yngre barnens föräldrar. Dessa resultat är inte statistiskt signifikanta men tendensen är tydlig.

Även här är pojkarnas föräldrar mindre positiva jämfört med flickornas föräldrar. 48 % av pojkarnas föräldrar svarar att de "är beroendeframkallande", mot 41 % av flickornas. 39 % av pojkarnas föräldrar svarar att barnet "lär sig dåliga saker", motsvarande andel bland flickornas föräldrar är 27 %.

Slutligen ställdes samma fråga även om vad föräldrarna anser om internet.

Här följer några påståenden om internet. Kryssa för de påståenden du håller med om. Du kan kryssa för flera svar.

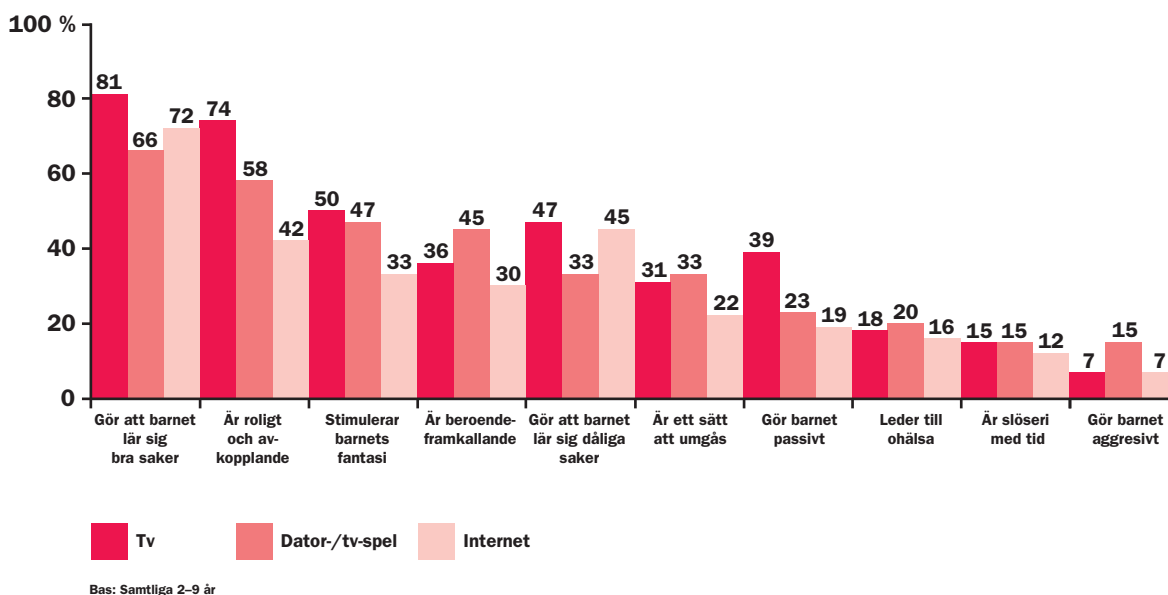


Även här är bedömningarna relativt samstämmiga mellan föräldrarna till barn 2-5 år och föräldrarna till barn 5-9 år.

I huvudsak anser föräldrarna att internet är något positivt för barnen, 72 % anser att internet gör att barnen "lär sig bra saker". Föräldrarna till de äldre barnen är något mer positiva än föräldrarna till de yngre barnen. Samtidigt anser 45 % av alla föräldrar att internet också gör att barnen "lär sig dåliga saker", utan påtagliga skillnader mellan olika delmålgrupper i materialet. 42 % av föräldrarna anser att internet "är roligt och avkopplande för barnen". 33 % svarar att internet "stimulerar barnets fantasi". Denna åsikt omfattas av 40 % av de äldsta föräldrarna (40 år +). De avviker statistiskt signifikant från genomsnittet.

För att enkelt jämföra föräldrarnas inställning till de olika medieformerna presenteras dessa, för samtliga barn 2-9 år, i diagrammet på nästa sida.

Föräldrars åsikter om tv:s, dator-/tv-spels samt internets effekter på barn.

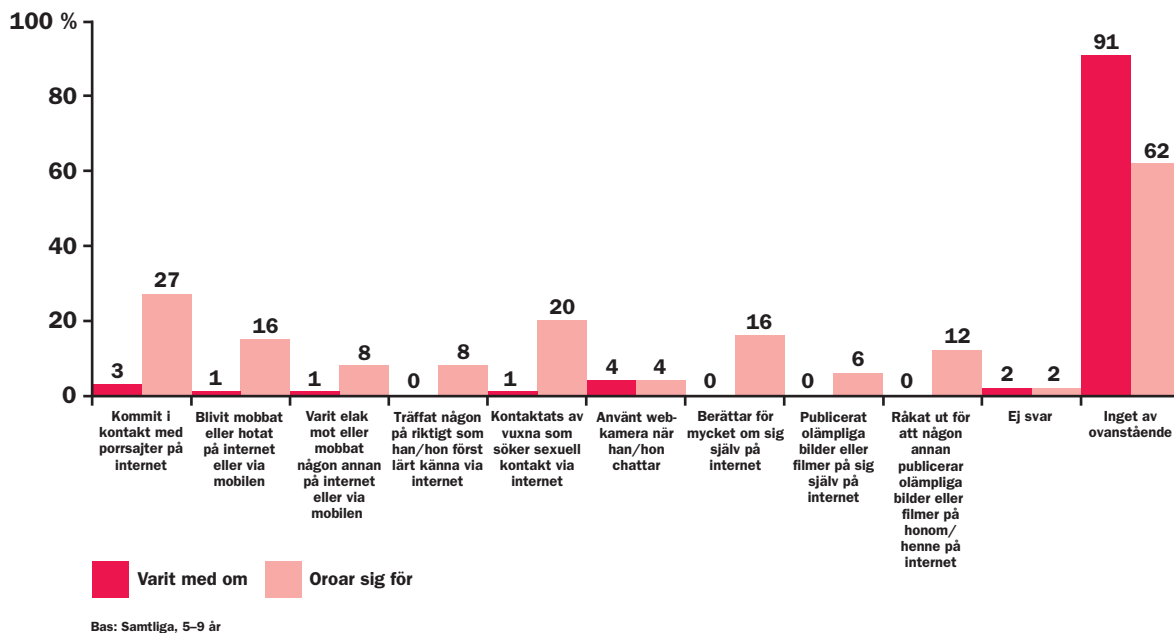


Tv är det medium som föräldrarna är överlägset mest positiva till. Det toppar samtliga positiva kategorier samtidigt som man tycker att det är det mest passiviserande (39 %) och även i högst utsträckning lär ut dåliga saker till barnen (47 %). Internet hamnar i botten av samtliga kategorier utom de rent informativa – föräldrarna anser att barnen lär sig mer bra saker av internet (72 %) än av dator-/tv-spel och nästan lika mycket dåliga saker som av tv (45 %). Dator-/tv-spelen anses vara de minst informativa – jämfört med tv och internet tycker föräldrarna att barnen lär sig minst både bra (66 %) och dåliga (33 %) saker av spelen. Samtidigt är det den medieform som ligger högst på de flesta negativa kategorierna. Föräldrarna anser att spelen i högst utsträckning är beroendeframkallande (45 %), leder till ohälsa (20 %), är slöseri med tid (15 %, samma som tv) och gör barnen aggressiva (15 %).

Negativa erfarenheter av internet och föräldrars oro

Har barnet någon gång varit med om något av följande...? Kryssa för de påståenden som stämmer för barnet. Du kan kryssa för flera svar.

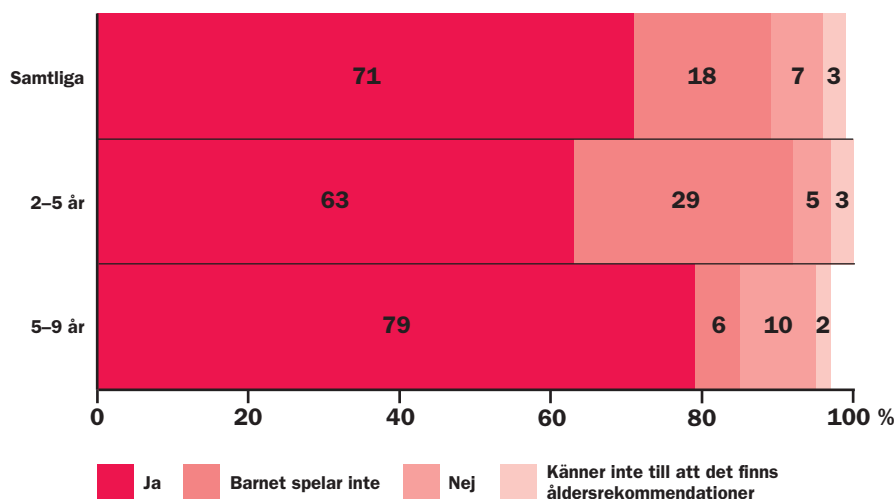
Har du någon gång oroat dig för att barnet ska...? Kryssa för de påståenden du känt oro för. Du kan kryssa för flera svar.



Det visar sig vara stor skillnad på faktiska händelser och oro för vad som kan hända. 91 % av föräldrarna svarar att deras barn inte har råkat ut för någon av dessa händelser och 2 % lämnar frågan obesvarad. Andelen föräldrar som inte oroar sig för något på nätet är 62 %, även där med 2 % som inte svarat. Den vanligaste händelsen är att barnet har använt webbkamera när de chattar (4 %), något som emellertid inte behöver vara något obehagligt eller negativt – det kan ju mycket väl handla om videochatt med kompisar eller släktingar. Mycket få föräldrar oroar sig också för användningen av webbkamera, endast 4 %. 3 % av föräldrarna svarar att barnen har kommit i kontakt med porrsajter vilket är det som man också oroar sig mest över (27 %). Samtliga av de övriga händelserna har drabbat 1 % eller färre av barnen. Oron för dessa är dock desto högre. 20 % svarar att de är oroliga för att barnet ska kontaktas av vuxna som söker sexuella kontakter via internet. Här avviker föräldrar i olika typer av städer. Färre av dem som bor i storstäder är oroliga (13 %) medan fler av dem som bor i mindre städer är oroliga (26 %). 16 % av föräldrarna är oroliga för att deras barn ska berätta för mycket om sig själva på internet. Även här är föräldrar i mindre städer (20 %) oftare oroliga än föräldrar i storstäderna (10 %).

Åldersrekommendationer på dator-/tv-spel

Bryr du dig om åldersrekommendationerna på dator-/tv-spel (t.ex. 3, 7, 12, 16, 18 år)?

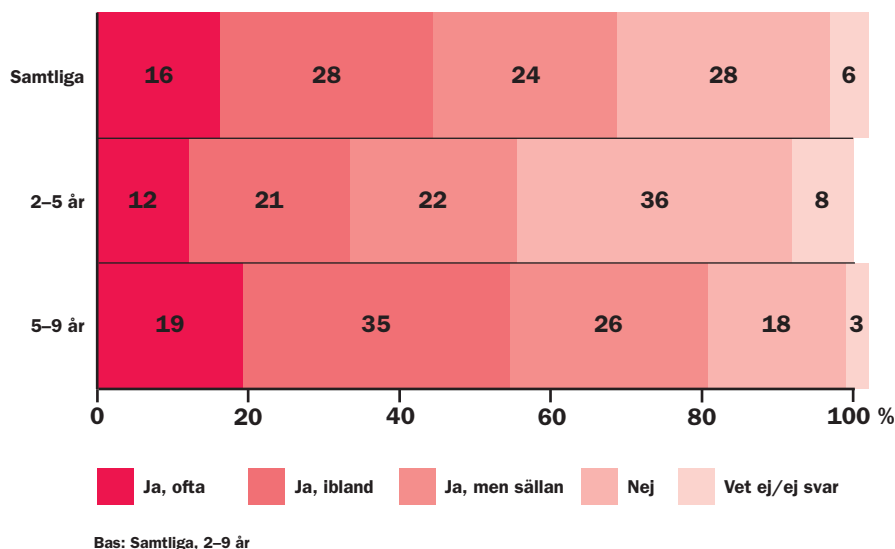


Bas: Samtliga 2-9 år

71 % av föräldrarna svarar att de bryr sig om de åldersgränser som finns för dator-/tv-spel. Skillnaden mellan föräldrar till barn 2-5 år (63 % bryr sig om) och föräldrar till barn 5-9 år (79 % bryr sig om) utgörs i huvudsak av att de yngre barnen inte spelar dator-/tv-spel. 10 % av föräldrarna till barn 5-9 år svarar att de inte bryr sig om åldersgränserna för dessa spel. Det syns få skillnader mellan olika grupper i svarspopulationen. Föräldrarna under 30 år svarar i lägre grad (57 %) att de bryr sig om åldersrekommendationerna. Detta kan förklaras av att de troligen är föräldrar till de yngsta barnen i undersökningen och att frågan därför ännu inte har aktualiserats. 30 % av dem svarar att barnet inte spelar. 72 % av kvinnorna svarar "Ja" på frågan mot 66 % av männen. Det är också vanligare att föräldrar till 2-5-åringar med äldre syskon bryr sig om åldersrekommendationer än de utan syskon eller med småsyskon.

Reklam till barn

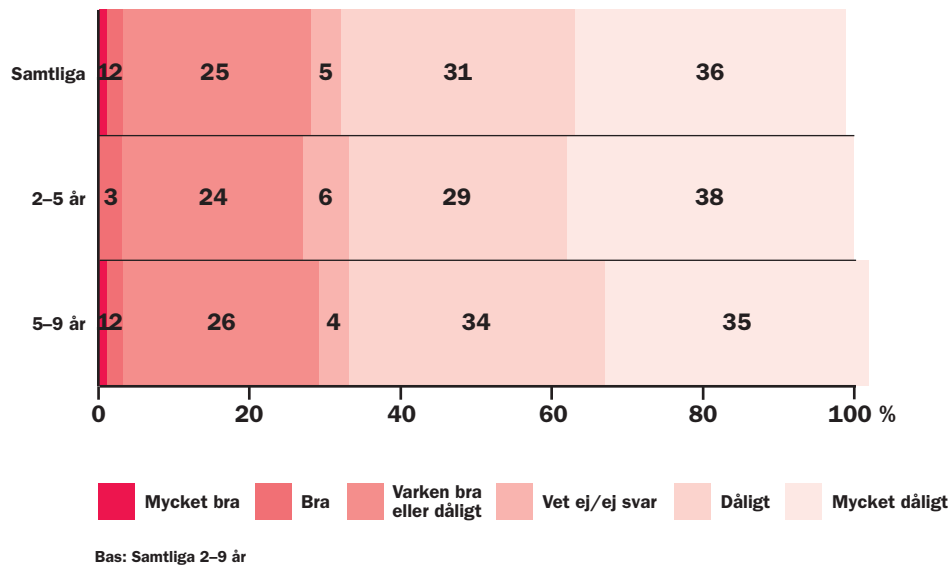
Upplever du att reklam leder till att barnet tjarar om att köpa saker?



Reklam verkar upplevas som ett större problem för föräldrarna till de äldre barnen (5-9 år). Av dem svarar 54 % att barnen tjarar ibland eller ofta. 26 % ser det som ett mindre problem och svarar "Ja, men sällan". Av föräldrarna till de yngre barnen svarar 33 % att barnen tjarar ibland eller ofta. De äldre barnen exponeras sannolikt mer för reklam, både vad gäller olika medier och olika produkter.

Skillnaden mellan pojkar och flickor är liten och inte statistiskt signifikant, även om föräldrarna till pojkar tycks uppleva mer problem med tjarande än föräldrarna till flickor. De äldsta föräldrarna (40 år +) upplever mest problem (73 % "Ja") och de yngsta föräldrarna minst problem (57 % "Ja"), en skillnad som är statistiskt signifikant. Denna skillnad beror sannolikt på att de äldre föräldrarna också har äldre barn. Om barnet har äldre syskon tycks problemet med reklam vara större (71 % "Ja") än bland dem som inte har det (61 % "Ja").

**Vad är din uppfattning om reklam som vänder sig till barn?
Tycker du att det är...**

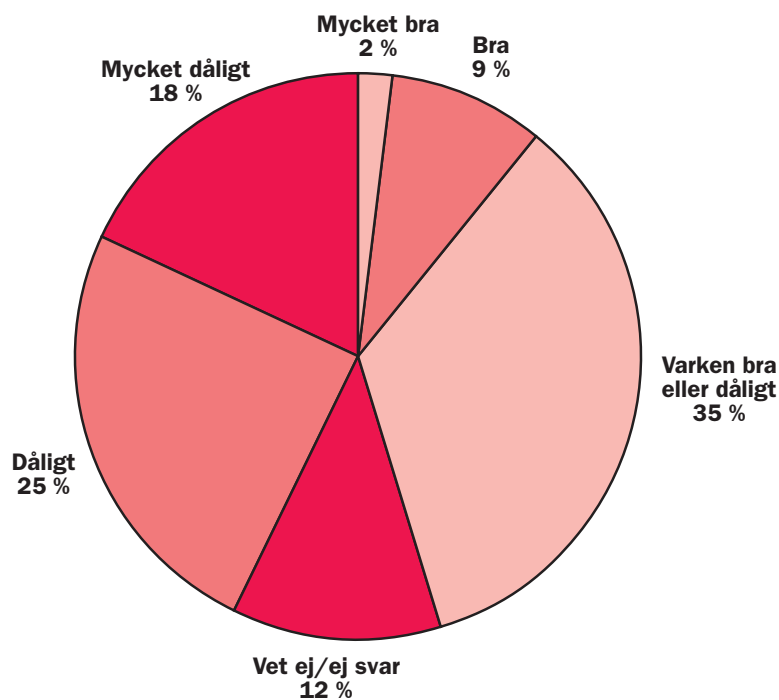


Mycket få är på något sätt positiva. Svarsbilden är i stort densamma för föräldrarna till de yngre och till de äldre barnen. 67 % svarar att reklam som vänder sig till barn är dåligt och 36 % svarar "Mycket dåligt". Endast 4 % anser att reklam för barn är något bra.

Även i denna fråga är de olika grupperna av föräldrar överens och ger snarlika svar.

Utröstnings-tv

Vad tycker du om tv-program där barn och unga tävlar mot varandra genom olika utröstningar?



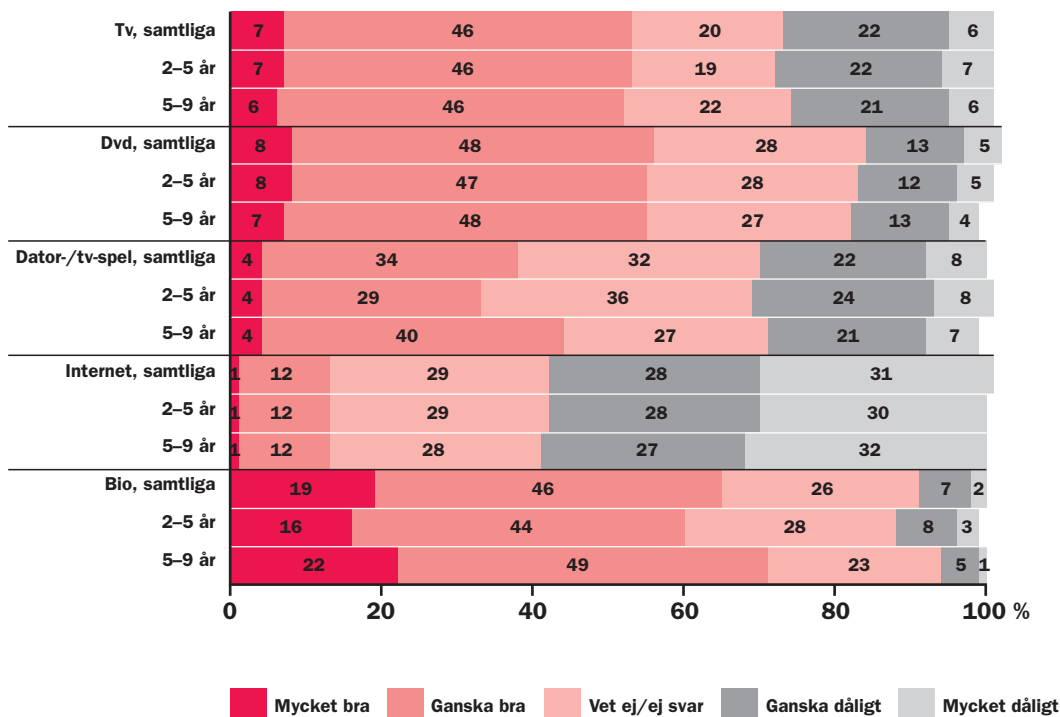
Bas: Samtliga 5-9 år

Mycket få föräldrar till barn 5-9 år är positiva till denna typ av tv-program, endast 11 % uppskattar programmen (2 % "Mycket bra" och 9 % "Bra") medan 43 % tycker de är direkt dåliga (25 % "Dåligt" och 18 % "Mycket dåligt").

Av föräldrar under 30 år svarar 62 % "Varken bra eller dåligt".

Samhällets skydd

Hur tycker du att samhällets skydd av barn och unga fungerar när de använder följande medieformer? Svara med ett kryss på varje rad.



Bas: Samtliga 2-9 år

Bio är den medieform som föräldrarna tycker har det bästa skyddet för barn och unga. 65 % av alla svarar att skyddet är bra (19 % "Mycket bra" och 46 % "Ganska bra"). Skyddet för barn och unga när de tittar på tv och dvd anses också ganska gott. Över hälften, 53 % (tv) respektive 56 % (dvd) svarar att skyddet är bra. 28 % anser att skyddet i tv är dåligt och 18 % anser att skyddet för dvd är dåligt. Internet är det område där skyddet får lägsta "betyg". Endast 13 % av alla föräldrar anser att det är bra och 59 % tycker att det är dåligt (28 % "Ganska dåligt", 31 % "Mycket dåligt").

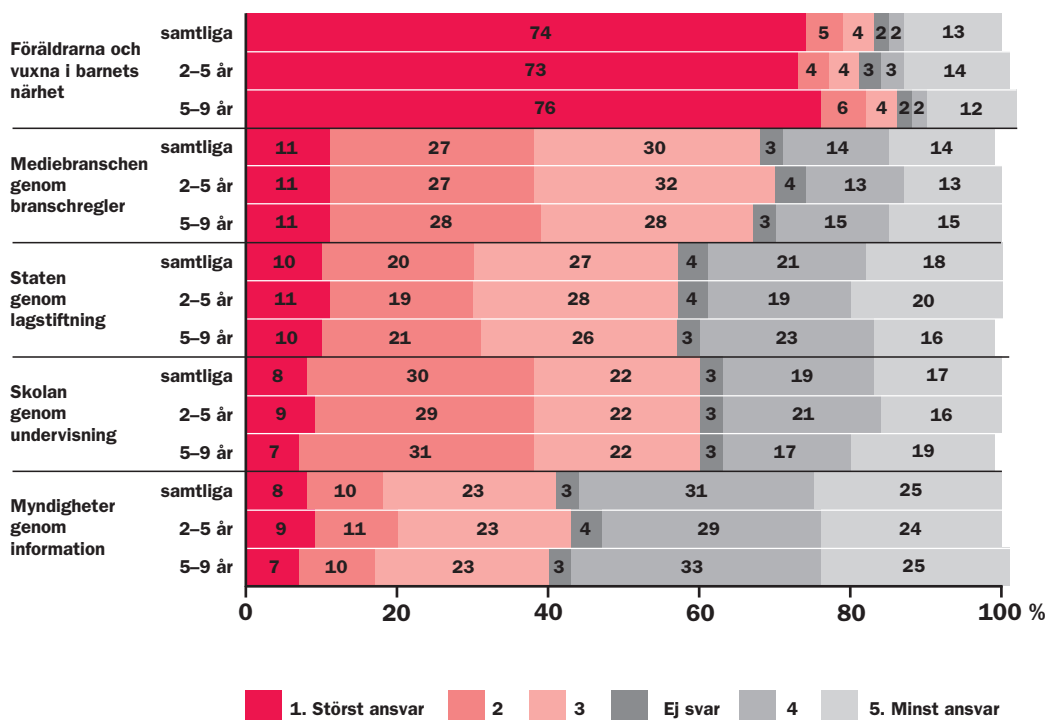
Föräldrar till pojkar och flickor gör samma bedömningar av skyddet inom olika medier och det går inte heller att urskilja några skillnader i bedömningar mellan män och kvinnor. Däremot är de äldre föräldrarna (40 år +) mer kritiska till skyddet avseende dvd, internet och bio. Det finns dock inga skillnader mellan de äldsta och de yngsta barnen vilket gör de äldsta föräldrarnas kritik svårförklarlig.

Det bör också nämnas att det faktiska läget vad det gäller olika samhällsinsatser

för att skydda barn varierar kraftigt mellan de olika medieformerna. Medan alla biografier enligt lag måste granskas och förses med åldersgräns av Statens biografbyrå innan de får visas finns det ingen motsvarande förhandsgranskning av övriga medier. Vad det gäller internet finns det ingen mediespecifik lagstiftning till skydd för barn över huvud taget.

Föräldrarna tillfrågades också vilka aktörer de tycker ska ha det största ansvaret för att skydda barn och unga när de använder medier. Föräldrarna uppmanades att gradera vart och ett av de fem svarsalternativen "Mediebranschen genom branschregler", "Föräldrarna och vuxna i barnets närhet", "Staten genom lagstiftning", "Skolan genom undervisning" samt "Myndigheter genom information".

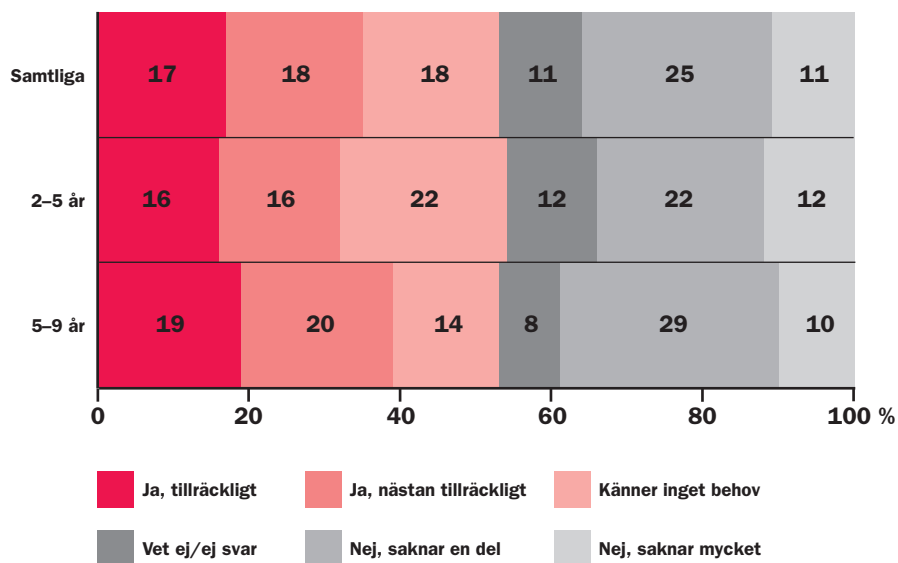
Vem tycker du ska ha det största ansvaret för att skydda barn och unga när de använder medier? Gradera följande från 1 till 5.



Bas: Samtliga 2-9 år

Svaren är relativt homogena. 74 % ansåg att föräldrarna själva ska ha det största ansvaret. "Myndigheter genom information" ges lägst ansvar, både i form av att minst andel ger dem störst ansvar (8 %) och störst andel ger dem minst ansvar (25 %). Kvinnorna betonar föräldrarnas och mediebranschens ansvar mer än männen gör som istället är mer benägna att framhålla statens lagstiftande verksamhet som viktig. Det mest slående resultatet är emellertid enigheten om att föräldrarnas ansvar överskuggar allt annat.

Får du den information och vägledning som du behöver när det gäller barns och ungas medieanvändning?



Bas: Samtliga 2-9 år

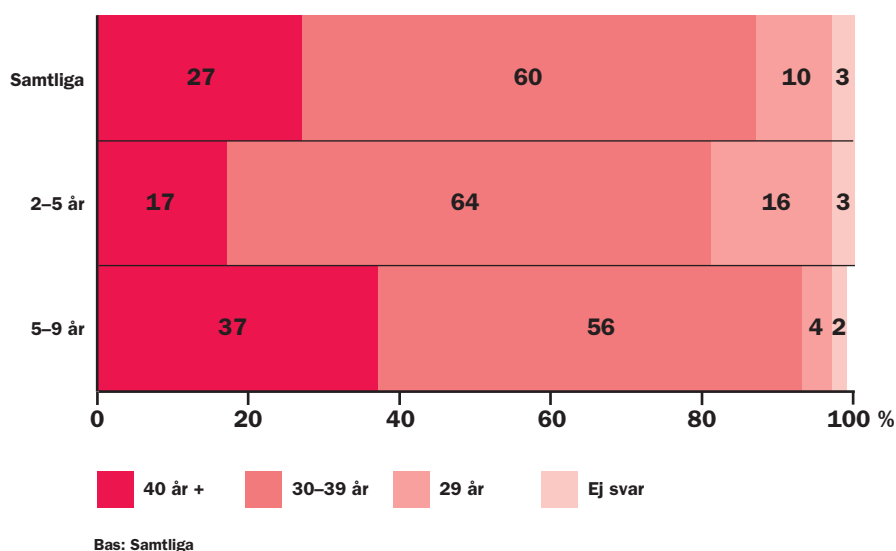
Svaren är mycket varierande. Det är nära nog lika stora andelar som anger de olika svarsalternativen. Ser vi till samtliga föräldrar anser 35 % att de har tillräckligt eller nästan tillräckligt med information medan 36 % svarar att de saknar information. 18 % känner inget behov av information och 11 % svarar att de inte vet. Svartsbilden är ungefär densamma för de två föräldragrupperna. Av de yngre barnens föräldrar känner 22 % inget behov av information jämfört med 14 % av de äldre barnens föräldrar.

Det är inga markanta skillnader mellan föräldrar till pojkar och flickor i detta avseende. 39 % av männen anser att de har tillräckligt med information mot 34 % av kvinnorna. Skillnaden är dock inte statistiskt signifikant. 46 % av föräldrarna 40 år och äldre svarar att de saknar information, mot cirka 34 % för föräldrarna under 30 år. De äldre föräldrarna avviker statistiskt signifikant från samtliga. Föräldrar till barn som har äldre syskon svarar i högre grad att de har tillräckligt med information.

Bakgrundsinformation om de svarande föräldrarna

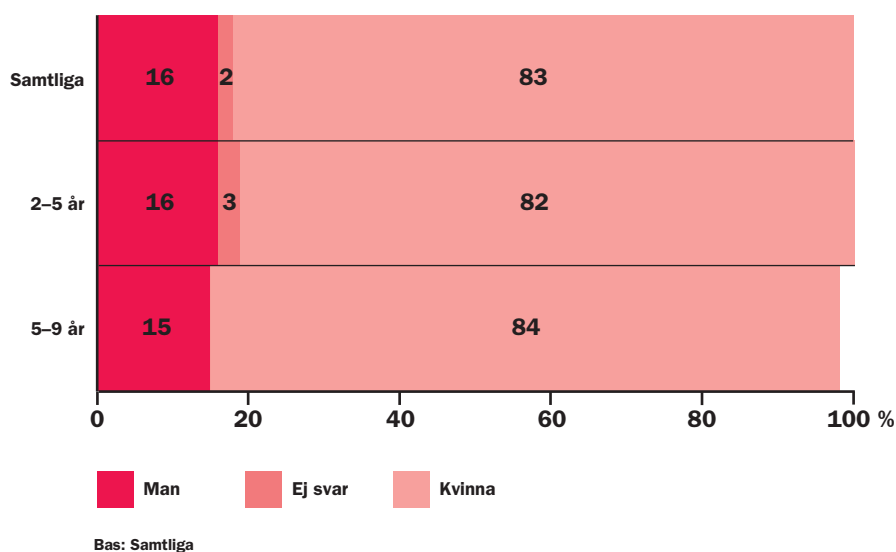
I detta avsnitt av rapporten redovisas bakgrundsinformation om de svarande föräldrarna.

Föräldrarnas ålder



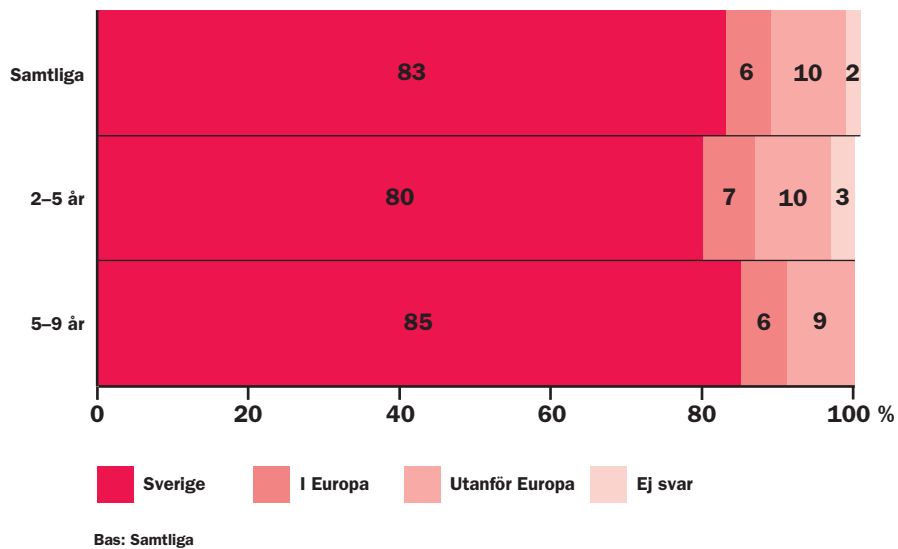
Av de föräldrar som besvarat enkäten är 60 % mellan 30 och 39 år, 27 % är 40 år eller äldre och 10 % är under 30 år.

Föräldrarnas kön



83 % av frågeformulären är besvarade av kvinnor. Bland de yngsta (under 30) har endast 7 % män fyllt i enkäten medan 23 % av de äldsta (40+) är män.

Föräldrarnas härkomst



Övergripande kan sägas att 83 % av de svarande föräldrarna är födda i Sverige, 6 % är födda i ett annat europeiskt land och 10 % är födda utanför Europa. Skillnaderna mellan delmålgrupperna är försumbara.

Bilaga I

Syfte

Syftet med undersökningen är att mäta små barns användning och upplevelse av tv, film, dator-/tv-spel och internet samt vilka attityder och åsikter föräldrar till små barn har om dessa medier och deras barns användning av dem.

Målgrupp

Målgruppen för undersökningen är barn 2–9 år och föräldrar till barn i samma ålder. Dessa är uppdelade i två grupper:

- barn/föräldrar till barn 2–5 år
- barn/föräldrar till barn 5–9 år

Urvalsförfarandet har alltså medfört att 5-åringar återfinns i båda grupperna. Detta beror på att några av respondenterna fyllde år efter det att enkäterna skickades ut. När undersökningen påbörjades bestod den yngsta gruppen endast av 2–4-åringar och de som fyllt 5 under datainsamlingens genomförande har fått kvarstå i barngruppen. På samma sätt förhåller det sig med 9-åringarna; samtliga var 8 år när studien påbörjades. Det hade möjligen varit mer konsekvent att benämna åldersgrupperna 2–4 och 5–8, men eftersom det faktiskt hade varit missvisande har vi valt att använda dessa visserligen förvirrande, men ändå korrekta benämningar.

Metod

Undersökningen är genomförd som en kvantitativ urvalsundersökning med postal enkät. Arbetet genomfördes av ARS Research AB. Det finns flera fördelar med postal enkät, urvalsbaserna är säkrare och det ger möjlighet att personadressera försändelserna. Även frågemängden lämpar sig bättre för en postal enkät, man kan svara i lugn och ro. Man undviker även det bortfall som skulle uppkomma vid en telefonnummersättning. I årets undersökning har det också funnits möjlighet att svara via internet genom inloggningsuppgifter som skickats ut med den postala enkäten. Andelen som valt att svara via webben är dock liten.

Enkäten adresserades till "Målsman för" följt av barnets namn. Med utskicket följde ett brev från Medierådet, vilket förklarade bakgrunden till undersökningen. Skälet till detta är att personer under 16 år inte får medverka i undersökningar utan vuxens medgivande. Med brevet har också följt frågeformulär och ett förfrankerat svarskuvert samt inloggningsuppgifter till webbenkäten. Utskicket följdes upp med tre postala påminnelser, den första i form av ett kort, den andra och tredje i form av ett påminnelsebrev från ARS med nytt frågeformulär och förfrankerat svarskuvert.

Svarsfrekvens och bortfall

Fältarbetet har genererat godkända svarsfrekvenser. De kommentarer som inkommit har genomgående varit av positiv karaktär. Bortfallsanalys har genomförts och inga markanta avvikelser har observerats.

BRUTTOURVAL	BARN OCH UNGDOMAR		FÖRÄLDRAR			
	9 – 12 år 1 000	12 – 16 år 1 000	2 – 5 år 1 000	5 – 9 år 1 000	9 – 12 år 1 000	12 – 16 år 1 000
Summa A-bortfall	8	9	8	14	12	13
varav						
Postretur	5	8	5	11	10	11
Funktionsnedsättning*	3		1	1	1	
Ej svensktalande		1	1		1	
Avflyttad, ej boende i Sverige			1	1		
Sjukdom				1		2
NETTOURVAL	992	991	992	986	988	987
Summa B-bortfall	397	397	374	407	403	413
varav						
Kontaktad vägran	3	3	9	6	2	5
Ej insända svar	394	394	365	401	401	408
INKOMNA SVAR	595	594	618	582	585	574
varav						
Godkända och databearbetade	591	590	617	579	583	570
För sent inkomna	4	4	1	3	2	3
Ej godkänd						1
Svarsfrekvens	60 %	60 %	62 %	59 %	59 %	58 %
Postala enkäter	543	532	443	521	519	511
Webb-enkäter	48	58	74	58	64	59

* Hos barnet

Omfattning och urval

Urvalet gjordes slumpmässigt ur Skatteverkets folkbokföringsregister, enligt de målgruppsdefinitioner som beskrivits ovan. Sammanlagt skickades enkäter ut till 6000 individer, 1000 i varje urvalsgrupp. 2000 av dessa ingår i i *Småbarn och medier 2010*.

Frågeformulär

Frågeformulär har utarbetats i två versioner, där några frågor tagits bort från formuläret till de allra yngsta.

Fältarbetsperiod

Fältarbetet pågick mellan 19 februari till 10 maj 2010.

Delmålgrupper

Det insamlade materialet har kodats för att få fram bakgrundsvariabler och därigenom undergrupper eller delmålgrupper som kan jämföras med genomsnittet. Dessa undergrupper är följande:

- åldersgrupp
- kön
- om föräldrarna är födda i Sverige eller utomlands
- geografi (storstad, övriga städer, övriga landet)
- högkonsumenter av tv, video/dvd, dator-/tv-spel, internet
- om regler finns för användning av tv, video/dvd, dator-/tv-spel eller internet
- geografi (norr, mitt, öst, söder, väst)

Om begreppet signifikant

Genomgående i rapporten förekommer begreppet signifikant. Det ska förstås som den statistiska termen för en säkerställd, icke slumpmässig avvikelse. En skillnad som kallas signifikant bygger alltså på ett statistiskt säkerställt underlag. Signifikans anges i form av ett konfidensintervall. I denna studie är konfidensintervallet 95 %, vilket innebär att de signifikanta resultaten till 95 % är reella och inte slumpmässigt betingade. Följaktligen är då också var tjugonde av de signifikanta resultaten egentligen en produkt av slumpen.

Medierådet är en kommitté inom Regeringskansliet som arbetar med barns och ungas mediesituation, med syfte att minska riskerna för skadlig mediepåverkan samt att öka förståelsen för barns och ungas kreativitet och aktiviteter på internet. Uppdraget gäller alla rörliga bildmedier, exempelvis internet, film, tv, dvd och datorspel. Verksamheten syftar till att stärka barn och unga som mediekonsument, öka medvetenheten om både fördelar och risker med medieanvändning och att ge råd till föräldrar och vuxna som kommer i kontakt med barn och ungdomar i sitt arbete. Medierådet arbetar främst med att inhämta och sprida kunskap och fakta om dessa frågor samt att anordna utbildningar. I korthet ska rådet:

- vara expert på medieutvecklingen och dess konsekvenser för barn och unga
- följa forskningen om mediepåverkan samt sprida fakta och ge vägledning
- driva på mediebranschernas självreglering
- verka för ökad mediekunskap i skolan
- skydda och stärka barn och unga i det nya medielandskapet genom samarbete med andra aktörer
- följa den internationella utvecklingen och delta i internationellt samarbete på området
- ägna våldsskildringar och pornografi särskild uppmärksamhet samt ha ett tydligt genusperspektiv
- öka förståelsen för barns och ungas kreativitet och aktiviteter på internet

Småungar & Medier 2010 är en delstudie inom **Ungar & Medier**, en serie undersökningar av barns och ungas medievanor som sedan starten 2005 nu genomförs för fjärde gången. För första gången studeras nu medievardagen och medieerfarenheterna hos barn så unga som 2–9 år. Studien ger svar på vilka medier de allra yngsta använder, hur ofta, hur länge och varför. Här finns också fakta bl. a. om familjesituationen, om det finns regler i hemmet, om man diskuterar medier i familjen och hur föräldrarna ser på de egna barnens mediebruk.

Medierådet

Kulturdepartementet, 103 33 Stockholm

Tel. 08-405 10 00, info@medieradet.se, www.medieradet.se