



Mediemyndigheten



# Småungar & medier 2025

En statistisk undersökning  
av medieanvändningen bland  
barn i åldern 0–8 år

**Småungar & medier 2025**

**En statistisk undersökning av medieanvändningen bland barn i åldern 0–8 år**

Författare: Yvonne Andersson

Utgivare: Mediemyndigheten

Tel: 08-580 070 00

E-post: [registrator@mediemyndigheten.se](mailto:registrator@mediemyndigheten.se)

Layout: Detail produktionsbyrå

Foto: omslag: Scandinav / sid. 3: Johnér / sid. 6: Scandinav / sid. 15: Johnér /  
sid. 16: Johnér / sid. 17: Johnér / sid. 19: Connect Images / sid. 21: Johnér /  
sid. 24: Scandinav / sid. 30: Johnér / sid. 41: Adobe Stock / sid. 51: Adobe Stock

Tryck: Taberg Media Group, Stockholm

År: 2025

ISBN: 978-91-988385-6-5

ISSN: 2001-6840



**”S**ammantaget visar rapporten att den digitala medieanvändningen bland små barn minskar, både sett till hur ofta och hur länge barnen använder digitala enheter som mobiltelefon, dator eller surfplatta samt hur ofta och hur länge de ägnar sig åt digitala medieaktiviteter, som att spela spel eller titta på filmer, tv-program och klipp. Samtidigt ökar läsningen av böcker och tidningar. **”**

# Innehåll

|                                                                                                     |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>1. Sammanfattning .....</b>                                                                      | <b>6</b>      |
| 1.1 Tillgången till digitala medier ökar inte .....                                                 | 7             |
| 1.2 Användningen av digitala enheter minskar.....                                                   | 8             |
| 1.3 Den dagliga läsningen ökar .....                                                                | 9             |
| 1.4 Men det dagliga tittandet på filmer och tv-program samt Youtube, liksom spelandet, minskar..... | 10            |
| 1.5 Det är få barn som använder medier flera timmar en vanlig dag .....                             | 12            |
| 1.6 Medieanvändning som en gemensam aktivitet minskar i småbarnsfamiljerna .....                    | 14            |
| 1.7 Småbarnens syskonstatus inverkar på medieanvändningen .....                                     | 14            |
| <br><b>2. Inledning .....</b>                                                                       | <br><b>16</b> |
| <br><b>3. Metod och läsanvisning .....</b>                                                          | <br><b>19</b> |
| <br><b>4. Respondenternas egenskaper och bakgrund .....</b>                                         | <br><b>24</b> |
| 1. Barnets kön (%) .....                                                                            | 25            |
| 2. Barnets ålder under året (%).....                                                                | 25            |
| 3. Barnets syskonstatus (%) .....                                                                   | 26            |
| 4. Föräldrarnas och barnets födelseland (%).....                                                    | 27            |
| 5. Föräldrarnas utbildningsnivå (%) .....                                                           | 27            |
| 6. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet, barnets hushåll (uppgifter från 2022) .....  | 28            |
| 7. Andel barn folkbokförda på samma adress som den ena eller båda vårdnadshavarna (%).....          | 29            |

## **5. Resultat ..... 30**

8. Har ditt barn tillgång till något av följande i hemmet? (%)..... 31
9. Hur ofta brukar ditt barn göra följande på fritiden... (%) .....36
10. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar ditt barn på sin fritid... (%).....42
11. Spelar ditt barn datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta? (%) .....47
12. När ditt barn spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta, ungefär hur ofta brukar barnet... (%) ..... 48
13. Vilka datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta brukar ditt barn oftast spela? (%) (Skriv max tre stycken) ..... 49
14. Hur ofta brukar ditt barn använda följande sociala medier? (%) (Endast åldersgruppen 5–8 år)..... 52
15. Hur ofta tar ditt barn del av nyheter om vad som händer i det svenska samhället och i världen... (%) (Endast åldersgruppen 5–8 år)..... 53
16. Ungefär hur ofta brukar du och ditt barn tillsammans... (%)..... 55

## **Bilaga 1. Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter ..... 58**

A photograph of a baby sitting at a table, looking directly at the camera. The baby is wearing a white long-sleeved shirt with a pattern of small robots. Their hands are resting on a black smartphone that is lying flat on a green tablecloth. The background is slightly blurred, showing a white chair and a green cloth. A large white circle is overlaid on the left side of the image, containing the number '1.' in a dark blue font.

**1.**

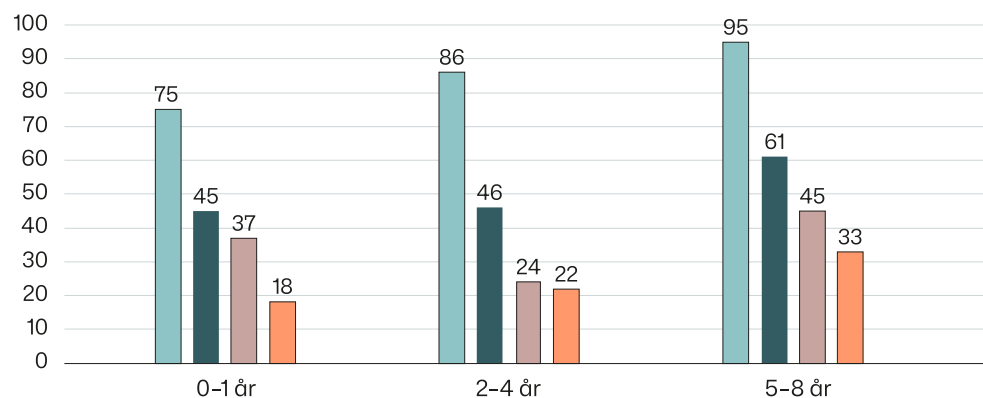
# **Sammanfattning**

## 1.1 Tillgången till digitala medier ökar *inte*

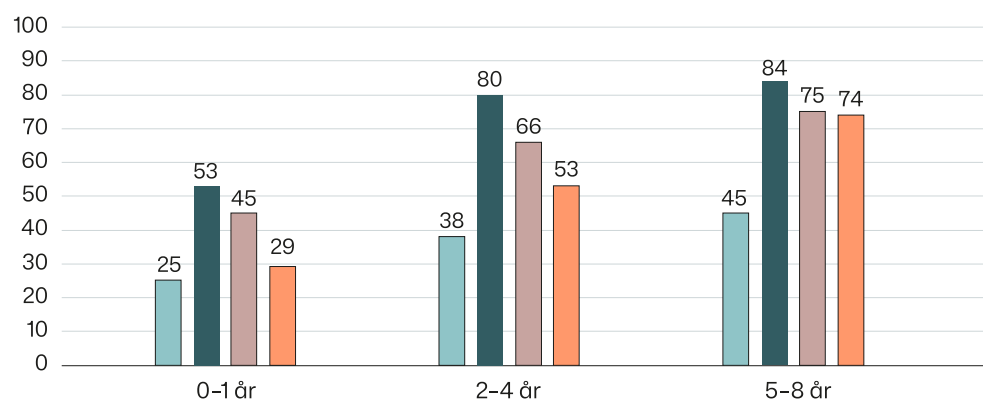
### I. Har tillgång till digitala enheter (delad i familjen eller egen), 2012–2024 (%)

■ 2012 ■ 2018 ■ 2022 ■ 2024

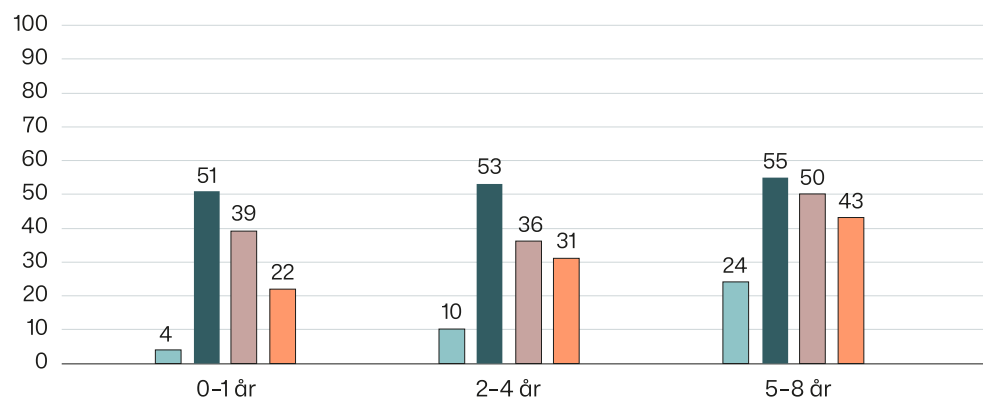
#### Dator:



#### Surfplatta:



#### Mobil:

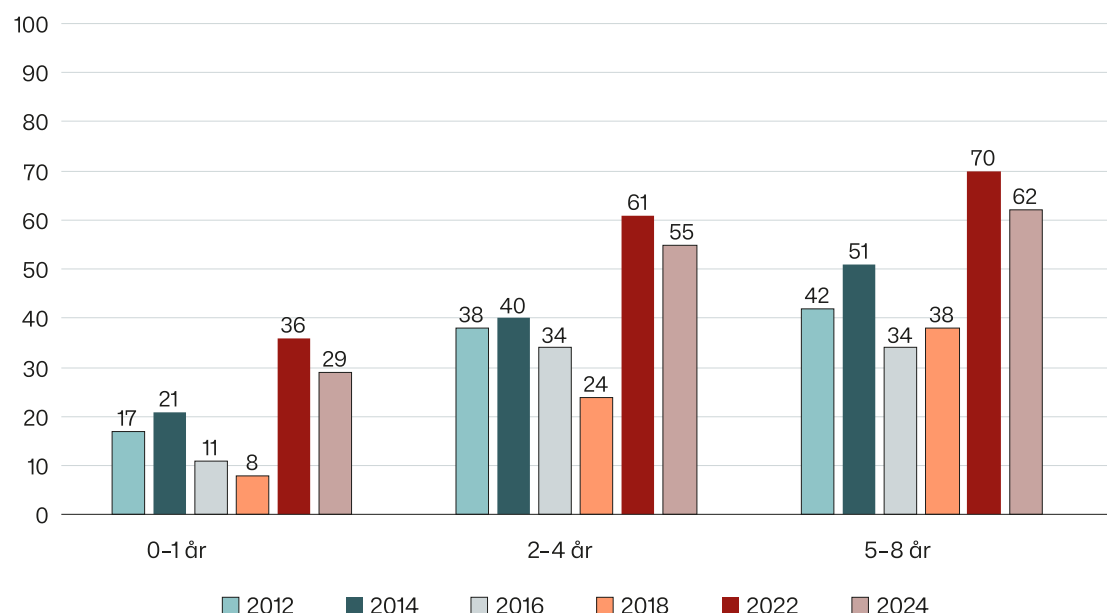


År 2018 syntes en tydlig förskjutning i barnens tillgång till digitala enheter, från datorer till bärbara enheter som surfplattor och mobiltelefoner. Men år 2022 började tillgången till dessa enheter minska och den tendensen förstärks nu. Tillgången till (egen eller delad) dator, spelkonsol och mobiltelefon har minskat i alla åldersgrupper, och i de två yngsta grupperna har även tillgången till surfplatta minskat sedan 2022.

Andelen småbarn som har en *helt egen* mobiltelefon har ökat successivt sedan 2012 fram till 2022, men nu minskar det. För första gången i Småungar & mediers historia ökar inte tillgången till någon av de digitala enheter som undersöks.

## 1.2 Användningen av digitala enheter minskar

### II. Använder mobiltelefon totalt, 2012–2024 (%)



Surfplattan, följt av mobiltelefonen, är den digitala enhet som används mest frekvent bland barn upp till åtta års ålder. Mönstret är detsamma som 2022, men användningen minskar. I de två yngsta åldersgrupperna minskar andelarna som över huvud taget använder surfplatta med cirka 10 procentenheter och i åldersgrupperna 2-4 och 5-8 minskar den *dagliga* användningen av surfplattor med 8 respektive 4 procentenheter. Både den *totala* andelen användare och den *dagliga* användningen av mobiltelefoner minskar i alla tre åldersgrupper (diagram II). Datoranvändningen är generellt låg och minskar än mer i åldersgruppen 5-8.

Tendensen mot minskad användning syns även om man tittar på *hur lång tid* som småbarnen använder de digitala enheterna en vanlig dag på sin fritid. Slås användningen av de tre digitala enheterna ihop och jämförs med 2022 har den genomsnittliga användningstiden minskat i alla åldersgrupper. I åldersgruppen 0-1 har användningstiden halverats (från en redan låg nivå), i

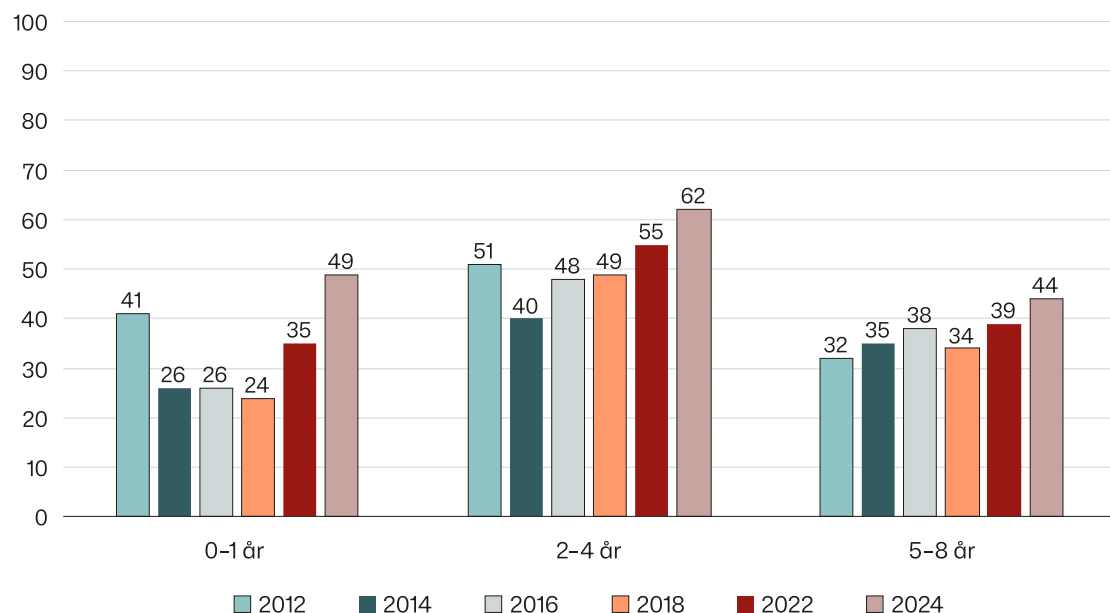
åldersgruppen 5–8 har användningstiden minskat med 20 minuter en vanlig dag. Observera att måtten är ungefärliga, alltså inte fullt så exakta som tabellen kan ge sken av, men tendensen är tämligen tydlig och finns även bland äldre barn i åldrarna 9–16 år (se *Ungar & medier 2025*).

### III. Sammanlagd användningstid för digitala enheter 2022 och 2024 (ungefärliga mått)

|         | 0–1 år         |                | 2–4 år         |                | 5–8 år         |                |
|---------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|         | 2022           | 2024           | 2022           | 2024           | 2022           | 2024           |
| Pojkar  | 0 tim. 26 min. | 0 tim. 14 min. | 1 tim. 14 min. | 0 tim. 51 min. | 2 tim. 2 min.  | 1 tim. 40 min. |
| Flickor | 0 tim. 52 min. | 0 tim. 18 min. | 1 tim. 21 min. | 0 tim. 51 min. | 1 tim. 50 min. | 1 tim. 34 min. |
| Totalt  | 0 tim. 39 min. | 0 tim. 16 min. | 1 tim. 17 min. | 0 tim. 51 min. | 1 tim. 57 min. | 1 tim. 37 min. |

## 1.3 Den dagliga läsningen ökar

### IV. Läser böcker och tidningar varje dag, 2012–2024 (%)

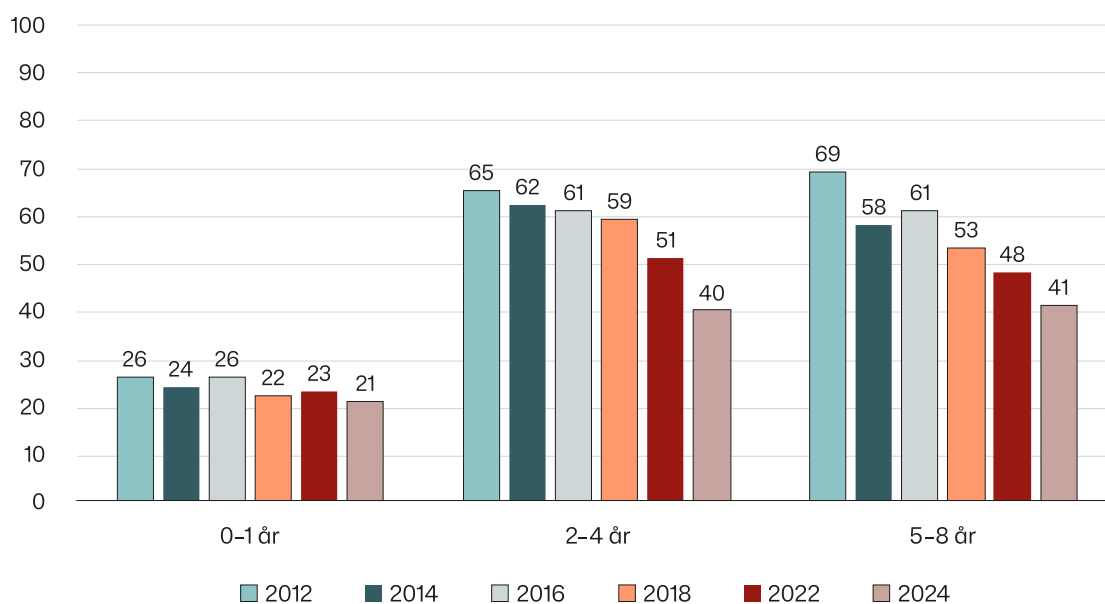


När föräldrar tillfrågas om hur ofta deras barn brukar göra olika medieaktiviteter visar resultaten ett mönster som återkommer från tidigare undersökningsår. De vanligaste aktiviteterna är att lyssna på musik, läsa böcker och tidningar, titta på filmer och tv-program samt Youtube. I åldersgruppen 5–8 är även spela spel på surfplatta och mobil populärt. Men det finns några förändringar och den största gäller den dagliga läsningen av böcker och tidningar som

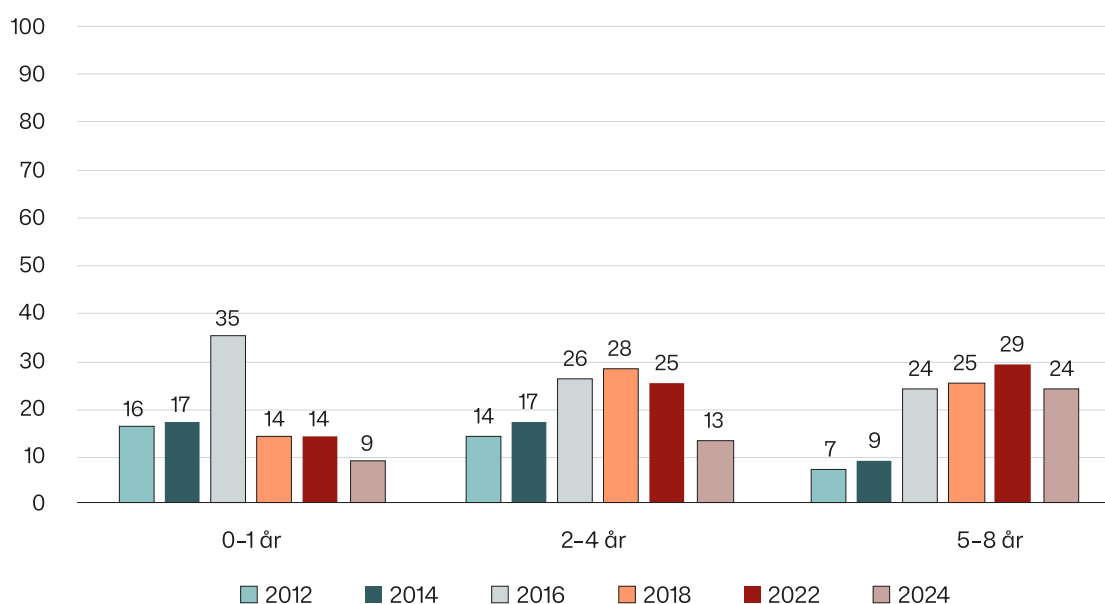
ökar mellan 5 och 14 procentenheter i åldersgrupperna, jämfört med 2022.  
 Detta bekräftar en tendens som syntes även mellan 2018 och 2022, och  
 andelen dagliga läsare är nu större än något annat undersökningsår.

## 1.4 Men det dagliga tittandet på filmer och tv-program samt Youtube, liksom spelandet, minskar

### V. Tittar på film eller tv-program varje dag, 2012–2024 (%)



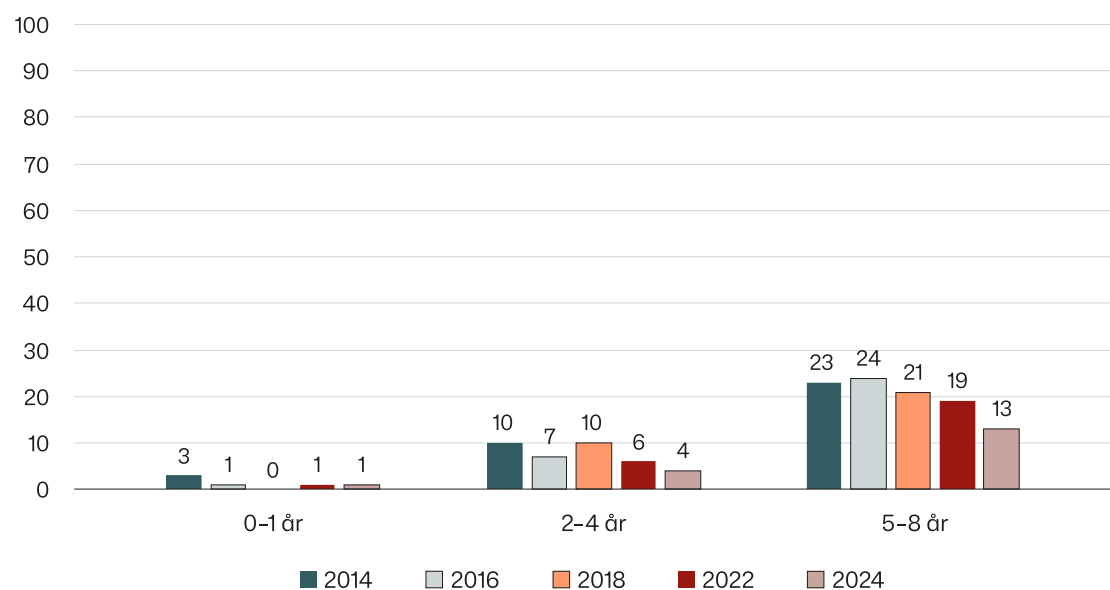
### VI. Tittar på filmklipp/Youtube varje dag, 2012–2024 (%)<sup>1</sup>



<sup>1</sup> År 2016 löd frågan "Hur ofta brukar barnet göra följande på datorn och/eller surfplattan: titta på filmklipp?"  
 Alla andra år nämns Youtube explicit i frågeställningen.

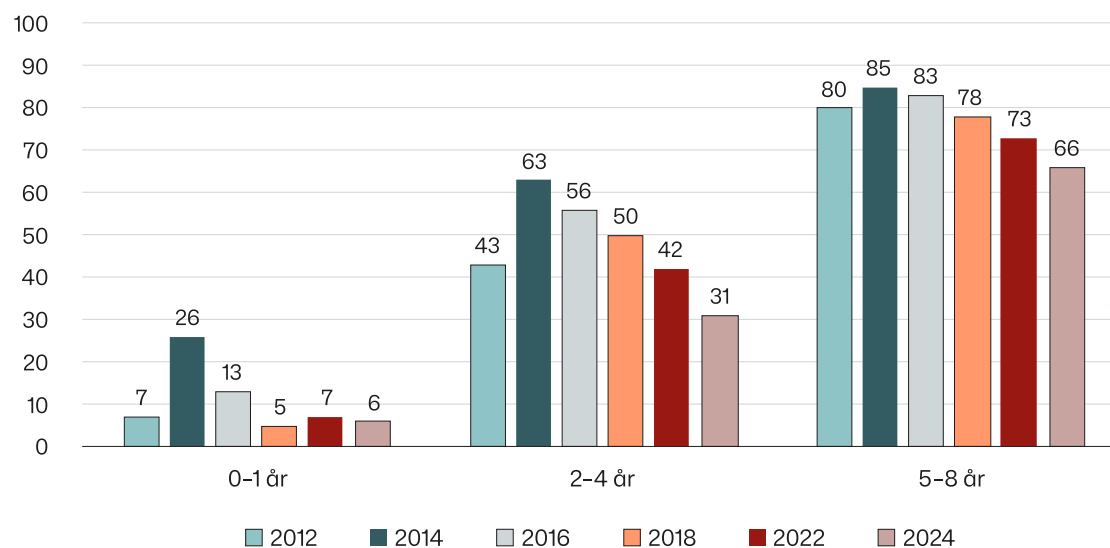
Att titta på filmer, tv-program och Youtube är, som nämnts, bland de populäraste aktiviteterna i småbarnens vardag. Men det *dagliga* tittandet på filmer och tv-program minskar i alla åldersgrupper (diagram V), vilket även gäller Youtube (diagram VI). Det första undersökningsåret 2012 tittade över 60 % av barnen från 2 års ålder och uppåt på filmer och tv-program dagligen, år 2024 är det cirka 40 %. I de två yngsta åldersgrupperna har det dagliga tittandet på Youtube minskat från omkring 30 %, när det var som populärast, till omkring 10 %.

## VII. Spelar spel på surfplatta varje dag, 2014–2024 (%)



Det *dagliga* spelandet på mobil, surfplatta eller dator/konsol minskar också. Samtidigt ökar andelarna som *inte* spelar alls. I åldersgruppen 5-8 spelade ungefär en fjärdedel av barnen spel på surfplatta varje dag år 2016, vilket därefter har minskat med 11 procentenheter.

## VIII. Spelar digitala spel totalt, 2012–2024 (%)

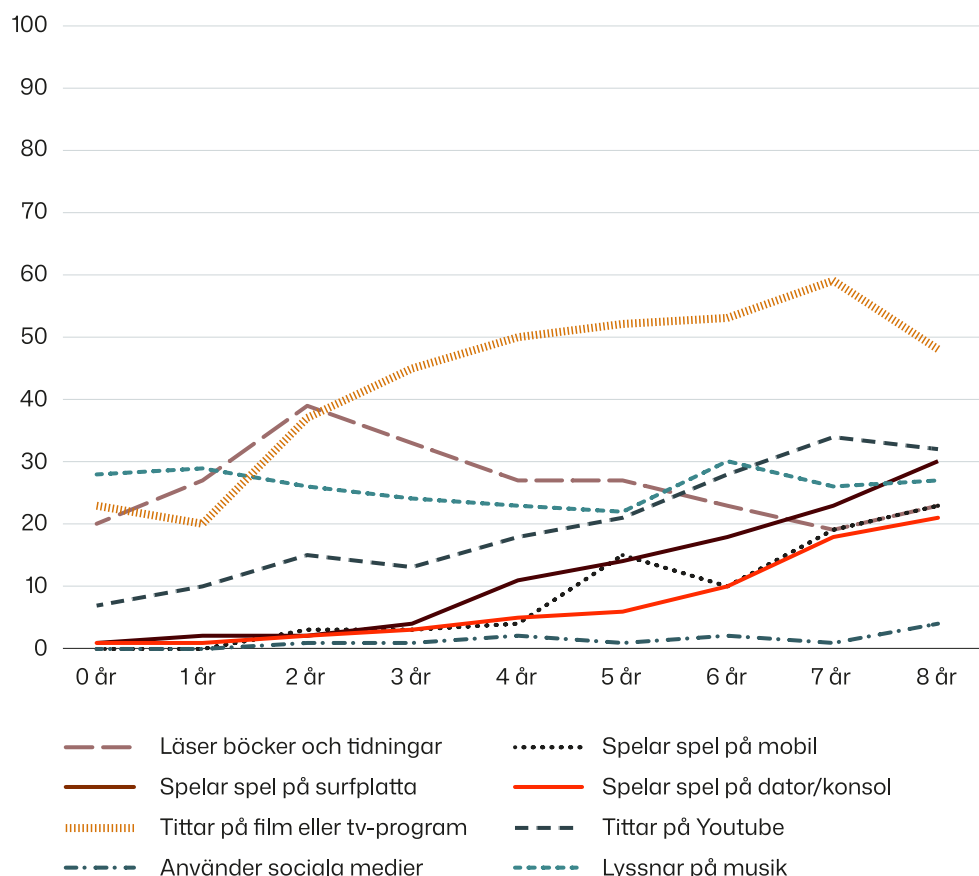


Även om man tittar på hur stora andelar av småbarnen som över huvud taget spelar digitala spel (oavsett frekvens eller plattform) syns en minskning över tid. Spelandet var som högst år 2014, när surfplattan fick sitt publika genombrott, och har därefter minskat successivt i alla åldersgrupper. I åldersgruppen 2–4 har andelen som spelar digitala spel halverats sedan dess.

## 1.5 Det är få barn som använder medier flera timmar en vanlig dag

I rapporten *Småungar & medier 2019* konstaterades att det är få barn i åldern 0–8 som använder någon specifik medieform mer än 3 timmar en vanlig dag, det vill säga det som i rapportserien kallas ”högkonsumenter”. Detta konstaterande gäller fortfarande och tendensen är att ”högkonsumenterna” blivit ännu färre.

### IX. Använder minst en timme/dag, 0–8 år, 2024 (%)

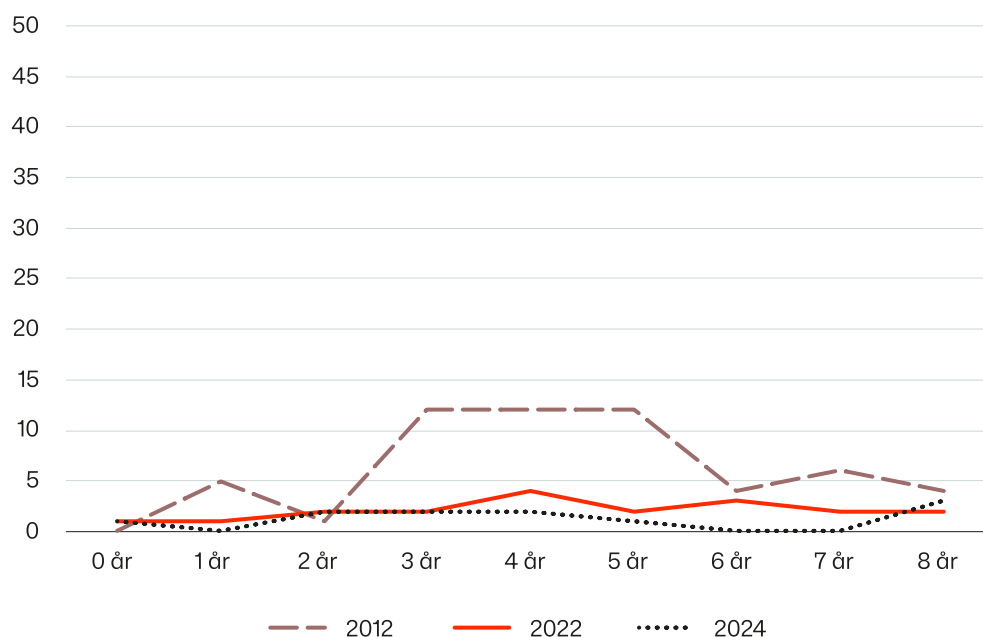


Det vanligaste är att barn i åldern 0–8 ägnar *mindre än en timme* åt de olika medieaktiviteter som undersöks (om de över huvud taget ägnar sig åt dem). Tiden som barnen ägnar åt medieanvändning ökar sedan generellt med barnens ålder. I diagram IX beskrivs andelarna som ägnar *minst en timme* per dag åt olika medieaktiviteter.

Lyssna på musik är det som flest nyfödda gör minst en timme en vanlig dag. Upp till två års ålder ägnar flest barn minst en timme om dagen åt att läsa böcker och tidningar. Därefter är titta på filmer och tv-program det som flest barn ägnar mer tid åt. Spelandet ökar successivt i åldersintervallet 5–8 år och inte förrän vid 8 års ålder använder mer än 1 % sociala medier minst en timme per dag.

Det övergripande mönstret är detsamma som tidigare år men det finns likväl förändringar i detaljerna. År 2022 började användningen av sociala medier öka redan vid 6 års ålder. År 2022 var det fler barn som tittade minst en timme om dagen på filmer, tv-program och Youtube, än läste böcker och tidningar, redan från 0 års ålder. Vid 3 års ålder spelade 9 % spel på mobilen minst en timme per dag, vilket nu motsvaras av 3 %. Vid 5 års ålder tittade 37 % minst en timme om dagen på Youtube, nu är motsvarande andel 21 %. År 2022 tittade 70 % av 6-åringarna på filmer och tv-program minst en timme per dag, jämfört med 53 % år 2024. Det finns fler exempel men tendensen har nog framgått: förutom att lyssna på musik och läsa böcker och tidningar minskar andelarna som ägnar minst en timme en vanlig dag åt de olika medieaktiviteterna.

#### X. Tittar på filmer/tv-program mer än 3 timmar/dag, 0–8 år, 2012, 2022 och 2024 (%)



De medieaktiviteter som barn i någon mån ägnar mer än tre timmar en vanlig dag åt är att titta på filmer, tv-program och Youtube samt lyssna på musik i alla tre åldersgrupper, samt spela spel på mobilen i åldersgruppen 5–8. Andelen "högkonsumenter" av filmer och tv-program har dock minskat över tid. År 2012 tittade 14 % av barnen i åldrarna 3–5 mer än 3 timmar en vanlig dag, vilket år 2022 minskade till 2–4 % och är nu nere på 1–2 %. Det är så få att det knappt är meningsfullt längre att prata om "högkonsumenter" bland småbarnen.

Sammantaget kan därmed konstateras att den digitala medieanvändningen bland små barn minskar, både sett till hur ofta och hur länge barnen använder digitala enheter som mobiltelefon, dator eller surfplatta samt hur ofta och hur länge de ägnar sig åt digitala medieaktiviteter, som att spela spel eller titta på filmer, tv-program och klipp. Samtidigt ökar läsningen av böcker och tidningar.

## **1.6 Medieanvändning som en gemensam aktivitet minskar i småbarnsfamiljerna**

Medieanvändning kan vara en social aktivitet och något som föräldrar och barn gör tillsammans. De klassiska exemplen är radion och tv-apparaten som familjen samlades omkring under 1900-talet (och även därefter). Idag betonas ofta vikten av att inte lämna små barn ensamma framför en skärm utan använda enheterna tillsammans och prata om det man ser och hör. Undersökningen har ställt frågor om hur ofta föräldrar och barn gör några medieaktiviteter tillsammans och resultaten visar år efter år att titta på filmer och tv-program är den medieaktivitet som barn och vårdnadshavare i störst utsträckning gör tillsammans. De tittar även på Youtube tillsammans i relativt hög grad. Jämfört med 2022 finns dock en tydlig förändring i de två yngsta åldersgrupperna på så sätt att andelen föräldrar som ofta eller ibland gör olika medieaktiviteter tillsammans med barnen minskar märkbart. De medieaktiviteter som har jämförelsedata sedan 2012 visar samma tendens. Exempelvis har andelen föräldrar som ofta tittar på filmer och tv-program med sina barn i åldern 2–4 minskat från 66 % år 2012 till 42 % år 2024. Andelen föräldrar som ofta använder mobilen/surfplattan med sina barn i samma åldersgrupp har minskat från 24 % till 6 %. Andelen föräldrar som spelar digitala spel tillsammans med sina barn i åldern 5–8 har minskat från 21 % år 2012 till 6 % år 2024. Medieanvändning som en gemensam aktivitet för föräldrar och barn verkar alltså ha minskat över tid.

Eftersom medieanvändningen generellt inte ökar bland de små barnen sedan 2022 ska *inte* resultaten tolkas som att barnen lämnas ensamma med medier i högre grad än förr, utan snarare som ett utslag av att *medieanvändningen generellt minskar bland småbarnen*. Barnens ”skärmtid” minskar, inklusive den tillsammans med vårdnadshavarna, vilket kan vara en följd av den allmänna debatten rörande nackdelar med digital medieanvändning samt råd och rekommendationer om hur användningstiden kan begränsas.

## **1.7 Småbarnens syskonstatus inverkar på medieanvändningen**

Medieanvändning kan även vara en social aktivitet tillsammans med kompisar och syskon. Det är till exempel välkänt att äldre syskon kan introducera mindre barn till medieaktiviteter. Bland barn under 5 år finns ett mönster vad gäller syskonstatus på så sätt att medieanvändningen tenderar att vara något mer frekvent och pågå längre tid bland barn som har syskon, jämfört med ensam-barn. Andelarna som över huvud taget använder dator, surfplatta och mobiltelefon är störst bland barn med äldre syskon, och eventuellt flera syskon.

I åldersgruppen 5–8 minskar skillnaderna mellan grupperna med olika syskonstatus men även här finns skillnader, exempelvis är det ovanligare att ensam-barnen ägnar flera timmar åt någon medieaktivitet jämfört med barn med syskon, särskilt äldre eller flera syskon. Barn med äldre syskon använder även sociala medier något mer frekvent än andra barn i åldern 5–8 (användningen av sociala medier är dock generellt låg i dessa åldrar).

Barn under 5 år med äldre syskon eller flera syskon spelar digitala spel i högre grad än andra barn och de spelar mer tillsammans med andra barn (kompisar, syskon) samt pratar genom t.ex. voice chat med dem de spelar med. Spelandet verkar på så sätt vara en mer social aktivitet bland barn med äldre syskon, eller flera syskon i olika åldrar.

Barnens syskonstatus ger också utslag i deras nyhetskonsumtion. Frågan om hur ofta barnen tar del av nyheter om vad som händer i det svenska samhället och i världen har endast ställts till föräldrar till barn i åldersgruppen 5–8 och resultatet visar att föräldrar och andra vuxna är den absolut vanligaste vägen till nyheter och information, vilket är rimligt givet barnens låga ålder. Men det är vanligare bland barn utan syskon: 44 % av ensam-barnen tar dagligen del av nyheter genom föräldrar eller andra vuxna, jämfört med 36 % av barnen med äldre eller flera syskon och 28 % av barnen med endast yngre eller jämnårigt syskon. Barn med endast yngre eller jämnårigt syskon tar generellt del av nyheter i något lägre grad än andra barn. Barn med äldre syskon tar i högre grad än andra barn del av nyheter genom Youtubers och influencers samt sociala medier. Den något mer omfattande medieanvändningen bland barn med äldre syskon ger alltså utslag även i deras nyhetskonsumtion på så sätt att de i högre grad än andra möter nyheter och information på digitala plattformar, medan ensam-barnen i något högre grad tar del genom föräldrar och andra vuxna.



A circular inset image showing a man with a beard and a young girl with curly hair looking at a smartphone together. The man is holding the phone, and the girl is pointing at the screen. They are in a room with a bookshelf in the background.

**2.**

**Inledning**

Barns medieanvändning har intresserat, roat och orolat vuxna sedan massmediernas begynnelse. Under vissa perioder har mediernas positiva potential lyfts fram, till exempel ge barnen tillgång till information och kunskap i hemmet likt en förlängning av klassrummet. Under andra perioder har oro och farhågor tagit större plats, såsom under 1980-talets videovåldsdebatt. Under 2000-talet är det särskilt internet och digitala enheter – mobiltelefonen inte minst – som stått i centrum för debatten och över tid har tonvikten skiftat från mer positiva, förhoppningsfulla perspektiv till mer problematiserande och kritiska perspektiv. Bland annat oro för att allt yngre barn tillbringar alltmer tid med olika digitala medier där de kan stöta på innehåll och personer som inte är bra för barn. På EU-nivå har detta resulterat i nya regleringar av de onlineplattformar som är tillgängliga för barn, bland annat *Digital Services Act* (DSA) som ålägger plattformarna att säkerställa en hög nivå av integritet, säkerhet och trygghet för minderåriga. I Sverige har Folkhälsomyndigheten fått i uppdrag av regeringen att ta fram rekommendationer för digital medieanvändning bland barn och ungdomar i avsikt att bland annat minska användningstiden. Rekommendationen för barn under två års ålder är att de helst inte ska använda skärmar alls, barn i åldersintervallet 2–5 bör använda skärm max en timme per dag och de som är 6–12 år bör använda skärm max 1–2 timmar per dag. Det är första



gången i historien som svenska barn och föräldrar har så tydliga myndighetsrekommendationer att förhålla sig till när det gäller medieanvändning. Det är också första gången som de största techbolagen har gemensamma regler som avkräver dem ansvar för minderåriga användare. Även om en del är sig likt genom mediehistorien finns således annat som utmärker perioden och som kan tänkas påverka barnens medieanvändning. En inte alltför djärv hypotes är att detta kommer till uttryck i resultaten av Mediemyndighetens senaste datainsamling, som beskrivs i föreliggande rapport.

Rapporten *Småungar & medier 2025* beskriver resultaten av en enkätundersökning gällande medievanor bland barn 0–8 år. Detta är den sjunde rapporten i serien som startade med en undersökning år 2010, genomförd av den dåvarande kommittén Medierådet. Rapportserien togs sedan över av Statens medieråd när myndigheten bildades år 2011 och därefter av Mediemyndigheten, som bildades genom en sammanslagning av Statens medieråd och Myndigheten för press, radio och tv år 2024. Rapporten är en av tre delrapporter inom undersökningen *Ungar & medier*, vilken är Sveriges största statistiska undersökning av barns medievanor och attityder till medieanvändning. De övriga två delrapporterna är *Ungar & medier 2025*, som undersöker medievanor och attityder bland barn i åldern 9–18 år, samt *Föräldrar & medier 2025* som undersöker föräldrars uppfattningar om och attityder till medier och medieanvändning bland barn och unga. Rapporten *Föräldrar & medier 2025* omfattar svar från föräldrar till barn 0–18 år, det vill säga alla åldersintervall som ingår i rapporterna *Småungar & medier* samt *Ungar & medier*.

Eftersom undersökningen genomförts flera gånger under mer än ett decennium finns möjligheter att jämföra resultaten över tid. Några frågor har ställts sedan undersökningen började, eller några år därefter, och här finns goda möjligheter att belysa hur barnens medievanor har förändrats mellan åren. Men samtidigt förändras medielandskapet – ibland väldigt snabbt – varmed vissa frågor förlorar sin relevans medan andra, nya behöver tillföras. Ett exempel på en relativt nytillkommen fråga är om barnet har tillgång till VR-teknik, vilket av naturliga skäl inte var aktuellt att fråga om för tio år sedan. *Småungar & medier 2025* är således dels en upprepning av frågor som har ställts förr, dels en anpassning och utveckling i förhållande till förändringar i medielandskapet och i samhället i stort.



3.

## **Metod och läsanvisning**

Rapporten *Småungar & medier 2025* beskriver, som nämnts, medievanor bland barn 0–8 år. Fokus är på medieanvändningen en "vanlig dag" på fritiden, inte i förskolan eller skolan, och det är någon av barnets vårdnadshavare som har svarat på frågorna. Underlaget för denna rapport består av två snarlika enkäter som sändes ut till nära 8 000 föräldrar till barn i åldrarna 0–4 år respektive 5–8 år. Statistiska centralbyrån (SCB) genomförde urval från registret över totalbefolkningen, utskick av inbjudningsbrev och enkäter samt datainsamlingen. Urvalet av respondenterna är ett obundet slumpmässigt urval stratifierat på ålder: 4 000 barn 0–4 år och 4 000 barn 5–8 år. Det slumpmässiga urvalet görs alltså på barnpopulationen, inte föräldrapopulationen, eftersom det är barnen som resultaten ska vara representativa för.

Datainsamlingen pågick mellan den 15 oktober 2024 och 6 februari 2025 och totalt fyra utskick gjordes under perioden. I det första utskicket fanns ett informationsbrev med inloggningsuppgifter till webbenkäten. De urvalspersoner som hade digital brevlåda (Kivra, Min Myndighetspost eller Billo) fick sin inbjudan skickad dit medan övriga fick sin inbjudan postal. I november fick de som ännu inte svarat en postal påminnelse där enkäten även bifogades på papper. Pappersenkäten bifogades också i det sista utskicket i början av januari 2025. Respondenterna kunde således välja mellan att fylla i en pappersenkät eller ett webbformulär (på mobil, surfplatta eller dator). De allra flesta valde det sistnämnda alternativet.

Svarsfrekvensen är 26,1 % för 0–4 år och 23,8 % för 5–8 år. Detta är cirka 2 procentenheter högre än datainsamlingen år 2022 för åldersgruppen 0–4 år och cirka 4 procentenheter lägre för åldersgruppen 5–8. Det är alltså något fler föräldrar till de allra yngsta barnen som valt att besvara enkäten denna omgång, men en något mindre andel av föräldrarna till barn i 5–8-årsåldern. Betraktat på längre sikt (sedan 2012) är trenden att svarsfrekvenserna sjunker. Detta är inget unikt för denna rapportserie, eller ens för medievaneundersökningar, utan något som iakttagits under lång tid vid olika typer av enkätundersökningar med slumpvisa urval, både i Sverige och internationellt. Det är dock ett stort problem som varje undersökning måste försöka hantera. Ett sätt att minska den så kallade urvalsosäkerheten – vilken uppstår när man inte undersöker alla objekt i populationen – är att öka urvalsstorleken. I rapportserien *Ungar & medier* har urvalsstorleken utökats med 1000 personer i varje urvalsstrata både 2022 och 2024, vilket resulterat i att totalt 23 000 barn och föräldrar bjöds in att delta i undersökningen år 2024. De barn och föräldrar som valt att delta i undersökningen är spridda över hela landet, från olika delar av Norrland till Skåne och Blekinge i söder.

Om de personer som inte besvarat enkäten skiljer sig från de som har besvarat enkäten – till exempel har andra medievanor eller uppfattningar om barn och medier – kan så kallade bortfallsskevheter uppstå. För att kompensera för både urvalsosäkerheter och bortfallsskevheter har SCB tagit fram kalibreringsvikter som används i analyserna av de svar som respondenterna lämnat. Dessa kalibreringsvikter används i hela resultatredovisningen för att försöka få de redovisade uppgifterna så representativa för populationen som möjligt. Det bör dock påpekas att kalibreringsvikter inte kan kompensera för allt och inte



heller kan justera sådana skevheter som uppstår till följd av att respondenterna tolkar frågor på andra sätt än som avsetts, glömmer uppgifter och liknande potentiella felkällor som frågeundersökningar medför. Att arbeta med obundet slumpmässigt urval och kalibrering är dock de bästa metoder vi har för att säkerställa representativa resultat.

SCB har bistått undersökningen med registerdata av flera slag, vilka främst används och redovisas i avsnittet "Respondenternas egenskaper och bakgrund". Detta avsnitt syftar till att ge en bild av de barn och föräldrar som har svarat på enkäten, inte av populationen som helhet, och därför redovisas oviktade resultat. Här används således inte kalibreringsvikter.

Den information som hämtats ur register (och alltså inte har efterfrågats i enkäterna) gäller barns och vårdnadshavares kön, ålder, födelseland, folkbokföringskommun och andra uppgifter kring hushållets sammansättning och boende, vårdnadshavares utbildningsnivå och ekonomiska förhållanden samt om barnet har syskon.

I rapporten redovisas resultaten genomgående fördelat på tre åldersgrupper, vilka omnämns med siffror i löpande text: 0–1 år, 2–4 år samt 5–8 år. Den allra första Småungar & medier-undersökningen genomfördes 2010 av kommittén Medierådet, som upphörde 2011 när myndigheten Statens medieråd bildades och tog över undersökningen. Den första undersökningen omfattade inte barn yngre än 2 år, varför resultaten från gruppen 0–1 år inte kan jämföras med 2010 års resultat. År 2012 gjorde Statens medieråd en undersökning där även 0–1-åringar ingick och denna har sedan upprepats vartannat år. Sedan 2012 har datainsamlingen genomförts av Statistiska Centralbyrån (SCB) vilket

innebär att detta är den sjätte Småungar & medier-undersökningen med samma tillvägagångssätt och därmed god jämförbarhet.<sup>2</sup> Medielandskapet förändras dock kontinuerligt vilket har inneburit att vissa frågor omformulerats och svarsalternativ har ändrats, vilket gör att direkta jämförelser över tid inte alltid kan göras.

Föreliggande rapport heter *Småungar & medier 2025* eftersom den publiceras detta år. Data samlades däremot in under främst hösten/vintern 2024, varför detta årtal används i diagram och löpande text. Det förhåller sig precis likadant med rapporten *Småungar & medier 2023*, där data samlades in 2022, rapporten *Småungar & medier 2019*, där data samlades in år 2018 och så vidare bakåt i tiden.

I rapporten används ibland engelska uttryck, till exempel "influencers" och "youtubers". Eftersom dessa även används i frågeformuleringarna i enkäterna till barn och föräldrar blir begreppsanvändningen på så sätt enhetlig. Anledningen till att dessa begrepp används, i stället för svenska varianter, är att de engelska begreppen är vanligare i det vardagliga språkbruket, i synnerhet bland barn och ungdomar, vilket kan underlätta en gemensam förståelse för vad som undersöks och efterfrågas.

Att undersöka medieanvändning i en tid när teknikutvecklingen går väldigt fort och där medier av olika slag blir alltmer sammanvävda med andra aktiviteter, arbete, utbildning och livet i övrigt kan vara utmanande. Det finns många saker som kan påverka resultaten och tolkningen av dessa och vi vill lyfta fram ett par av dem som kan vara bra att ha i åtanke vid läsningen. Mediekonvergensen och de mobila apparaterna gör det allt svårare att särskilja användningen av olika medieformer och deras innehållstyper. Det bör särskilt nämnas att till exempel Youtube och sociala medieplattformar som används av barnen kan innehålla material av alla de slag, såväl sådant man "tittar på", som sådant man "lyssnar på" eller "använder" på andra sätt (läser, kommenterar, sjunger med, dansar till osv.). Det finns alltså många verb som skulle kunna användas för att beskriva medieanvändningen. I rapporten används formuleringarna "tittar på" Youtube samt filmer och tv-program men "använder" sociala medieplattformar som Instagram, Tiktok och Snapchat. Det ska dock betonas att man kan "titta på" innehåll på plattformar som Tiktok likaväl som på Youtube, och å andra sidan kan barnen använda material på Youtube eller tv på olika sätt. Det bör också poängteras att barnen kan titta på filmer och tv-program på Youtube eller annan liknande kanal, eller på en tv-apparat, biograf m.m. Innehåll kan flyta mellan olika plattformar och apparater, samtidigt som en apparat (till exempel mobilen, smart-tv) kan användas för många olika slags innehåll och medieaktiviteter. Överlappningar är därför oundvikliga.

En annan problematik när det gäller undersökningar av små barns medieanvändning genom enkäter till föräldrarna är att den som svarar kanske inte har full insyn i barnets medieanvändning, exempelvis vid delad vårdnad.

---

<sup>2</sup> Småungar-undersökningen genomfördes inte år 2020 under den då pågående covid-19-pandemin. Endast barn i åldern 9-18 år omfattades av det årets undersökning.

Detta är en potentiell felkälla. Svaren påverkas också av rådande samhälleliga normer rörande medieanvändning bland barn och unga. En annan aspekt är att det ibland kan vara svårt att avgöra om eller när barnet är medieanvändare i och med att digitala medier blivit en så integrerad del av vuxnas vardag. Om till exempel en förälder använder Instagram på mobilen med barnet sittandes i sitt knä, är då barnet användare av Instagram? Det bifogas inga tolkningsinstruktioner till enkäten utan det är upp till den som svarar att avgöra denna typ av frågor, vilket sannolikt innebär att alla vårdnadshavare inte gör samma tolkningar och därmed svarar på olika sätt. Även detta är således en potentiell felkälla.

Mer detaljerad information om datainsamling och -bearbetning finns i bilaga 1 samt i den tekniska rapporten från SCB som publiceras tillsammans med Ungar & medier.



**4.**

## **Respondenternas egenskaper och bakgrund**

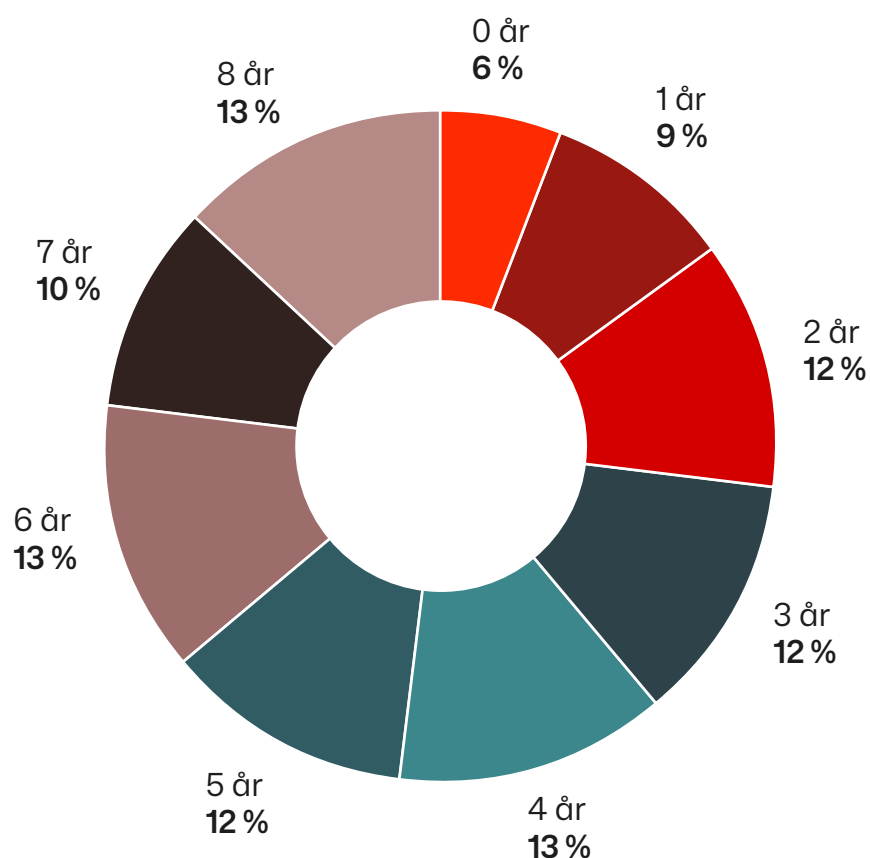
I detta avsnitt beskrivs respondenternas egenskaper och bakgrund, det vill säga vad som karaktäriserar just de föräldrar och barn som har svarat på enkäten. Resultaten som redovisas är därför inte viktade mot populationen. Alla uppgifter kommer från registerdata.

## 1. Barnets kön (%)

| Ålder  | Pojkar | Flickor | Antal svar i åldersgruppen |
|--------|--------|---------|----------------------------|
| 0-1 år | 55     | 45      | 309                        |
| 2-4 år | 52     | 48      | 732                        |
| 5-8 år | 52     | 48      | 950                        |

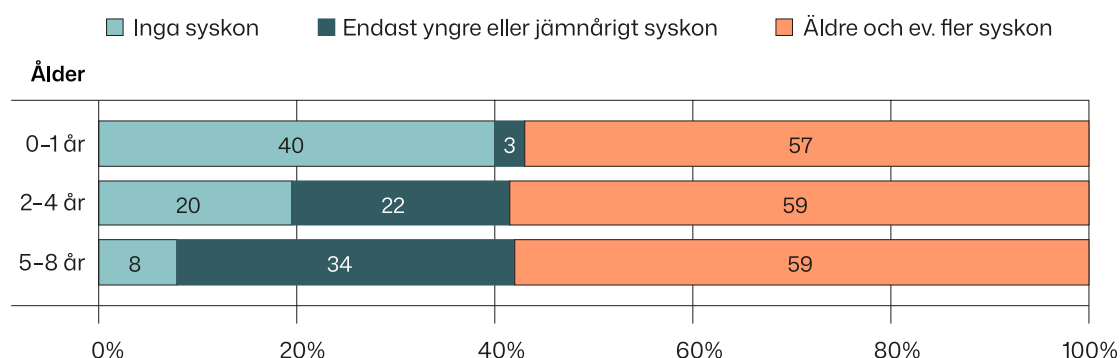
Tabell 1 beskriver könsfördelningen bland de barn vars vårdnadshavare har besvarat enkäten. Fördelningen mellan pojkar och flickor är tämligen jämn i de två äldre åldersgrupperna, men i den yngsta finns en viss övervikt av pojkar.

## 2. Barnets ålder under året (%)



Av det totala antalet barn i åldersintervallet 0–8 vars föräldrar deltagit i undersökningen utgör 0–1-åringarna 15 %, 2–4-åringarna 37 % och 5–8-åringarna 48 %. Föräldrarnas svarsbenägenhet är lägre ju yngre deras barn är. Från 2 års ålder och uppåt är fördelningen jämn.

### 3. Barnets syskonstatus (%)

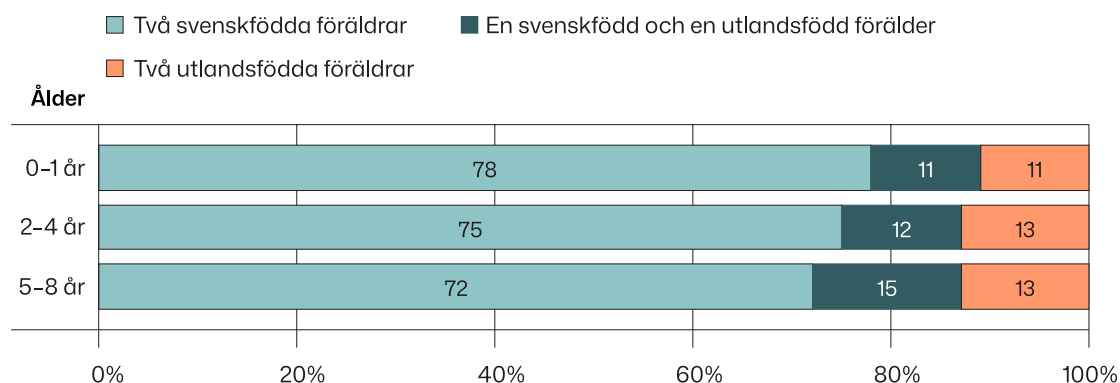


Andelen barn utan syskon är störst i den yngsta gruppen och minskar sedan med barnets stigande ålder. I rapporten används begreppet ”ensambarn” för att beteckna de barn som inte har några syskon. Begreppet är därmed synonymt med ”endabarn”.

Andelen med endast yngre eller jämnårigt syskon ökar med barnets ålder. Kategorin ”Äldre och eventuellt fler syskon” betyder oftast att barnet bara har äldre syskon, men mellan 2 % (0–1 år) och 16 % (5–8 år) har flera syskon i olika åldrar. Majoriteten i denna kategori har alltså endast äldre syskon.

Förekomsten av syskon kan ha betydelse för medieanvändningen, särskilt bland yngre barn, då äldre syskon introducerar de yngre till medier. Medieanvändning utgör också en umgängesform mellan syskon. Syskonvariabeln har därför använts i samtliga analyser i denna rapport. Syskonstatusens betydelse beskrivs om analysen visar att det föreligger skillnader mellan barngrupper med olika syskonstatus, men inte annars.

## 4. Föräldrarnas och barnets födelseland (%)

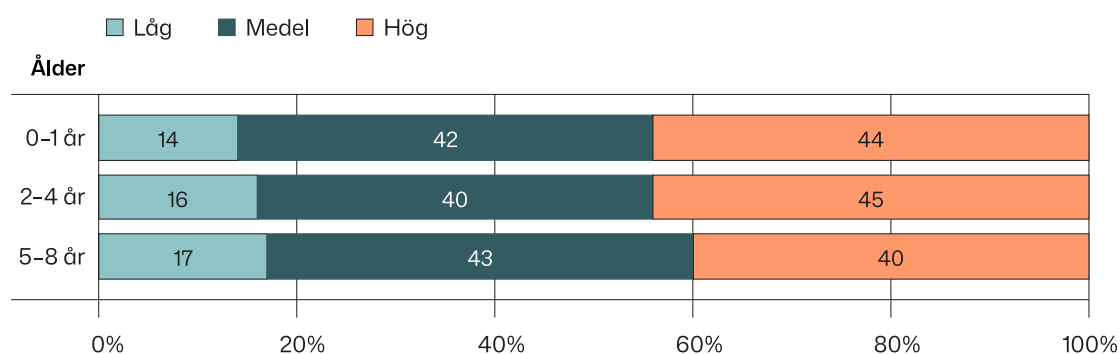


I alla åldersgrupper har en klar majoritet av barnen, över 70 %, två svenskfödda föräldrar. Det finns inga betydande skillnader mellan åldersgrupperna. Även bland barnen i *Ungar & medier 2025* (9-18 år) har de flesta (omkring 70 %) två svenskfödda föräldrar. De föräldrar som är födda utomlands kommer främst från andra europeiska eller asiatiska länder.

Nästan alla barn i *Småungar & medier 2025* är födda i Sverige. I den yngsta gruppen är det 99 %, i åldersgruppen 2-4 är det 97 % och i åldersgruppen 5-8 är det 95 % som är födda i Sverige. Det är nästan exakt samma fördelning som i den förra undersökningen 2022.

Bland barnen som ingår i *Ungar & medier 2025* (9-18 år) är det en något större andel som är född utomlands, vilket även varit fallet i tidigare undersökningar.

## 5. Föräldrarnas utbildningsnivå (%)



Föräldrarnas utbildningsnivå fördelar sig på i princip samma sätt i alla tre åldersgrupper: mellan 40 % och 45 % har högutbildade föräldrar, lika stora andelar har föräldrar med medelhög utbildningsnivå. Andelen lågutbildade föräldrar är endast omkring 15 %.

I enkätsammanhang är det vanligt att svarsbenägenheten är högre bland högutbildade än bland lågutbildade. I Ungar & medier-undersökningen finns en tydlig koppling till barnens ålder på så sätt att hög utbildningsnivå bland föräldrarna har störst betydelse för svarsbenägenheten gällande de yngsta barnen. Föräldrar till barn i *Småungar & medier* har hög utbildningsnivå i större utsträckning än föräldrar till barn i rapporten *Ungar & medier*. Detta gäller de flesta år som undersökningen har genomförts.

Låg utbildningsnivå betyder här att föräldrarna som högst har tvåårigt yrkesgymnasium eller motsvarande medan hög utbildning innebär längre högskoleutbildningar, inklusive doktorsexamen (baserat på data i det standardiserade SUN 2020-systemet).

## 6. Hushållets disponibla inkomst per konsumtionsenhet, barnets hushåll (uppgifter från 2022)

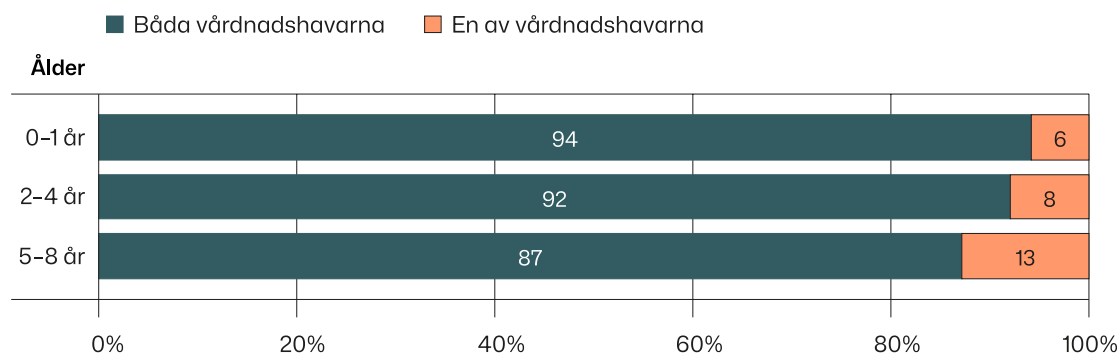
| Åldersgrupp | Min. | Max.       | Medelvärde | Median  |
|-------------|------|------------|------------|---------|
| 5-8         | 0    | 14 503 228 | 239 529    | 208 533 |

Tabellen beskriver den disponibla inkomsten per konsumtionsenhet ("person") i barnets hushåll. Siffrorna gäller år 2022 då barnen under tre år ännu inte var födda. Därför redovisas bara åldersgruppen 5-8 år. Både medelvärdet och medianen ligger på samma nivå som i de åldersgrupper som ingår i rapporten *Ungar & medier 2025* (9-18 år). I tabellen nedan redovisas ett annat mått på hushållets ekonomi, nämligen den sammanräknade förvärvsinkomsten i barnets hushåll. Medianen i åldersgruppen 5-8 är något högre än i åldersgrupperna 9-12 och 17-18 (se *Ungar & medier 2025*, tabell 8 b).

### 6 b. Sammanräknad förvärvsinkomst, barnets hushåll (CSFVIH, gäller för 2022)

| Åldersgrupp | Medelvärde | Median  |
|-------------|------------|---------|
| 5-8         | 788 377    | 808 157 |

## 7. Andel barn folkbokförda på samma adress som den ena eller båda vårdnadshavarna (%)

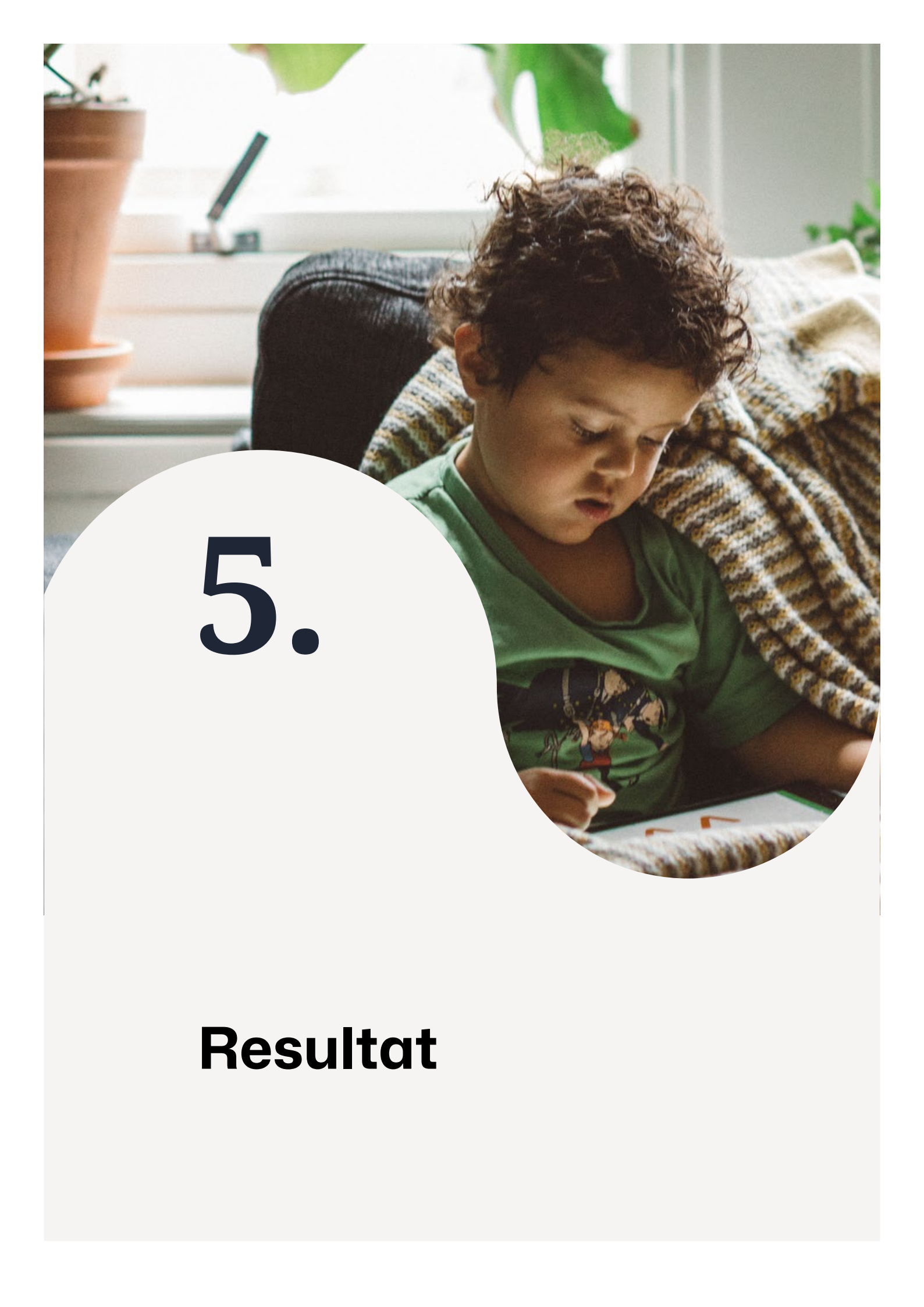


De flesta barn är folkbokförda på samma adress som båda sina föräldrar, det vill säga att de bor tillsammans. Andelen barn som är folkbokförda med endast en av vårdnadshavarna ökar med åldern.

### Utsatta områden

I datainsamlingen ingår även uppgifter om barnen bor i något av de områden som Polismyndigheten definierat som "utsatt", "särskilt utsatt" eller som "riskområde". I den yngsta gruppen är det cirka 2 % som bor i något av dessa områden, i åldersgrupperna 2-4 och 5-8 är det 4 %. Motsvarande andelar bland de äldre barnen i *Ungar & medier* är 2-5 %. Det är således en mycket liten andel av de barn som deltar i undersökningen som bor i utsatta områden, eller "riskområden".

Av de bakgrundsvariabler som redovisats här kommer kön och åldersintervall att användas genomgående i resultatredovisningen. Som nämnts har alla enkätfrågor även analyserats i förhållande till barnens syskonstatus och i de fall denna har betydelse kommer resultaten att redovisas i rapporten. Övriga bakgrundsvariabler kommer inte att beaktas eftersom det skulle bli alltför omfattande för denna rapport.

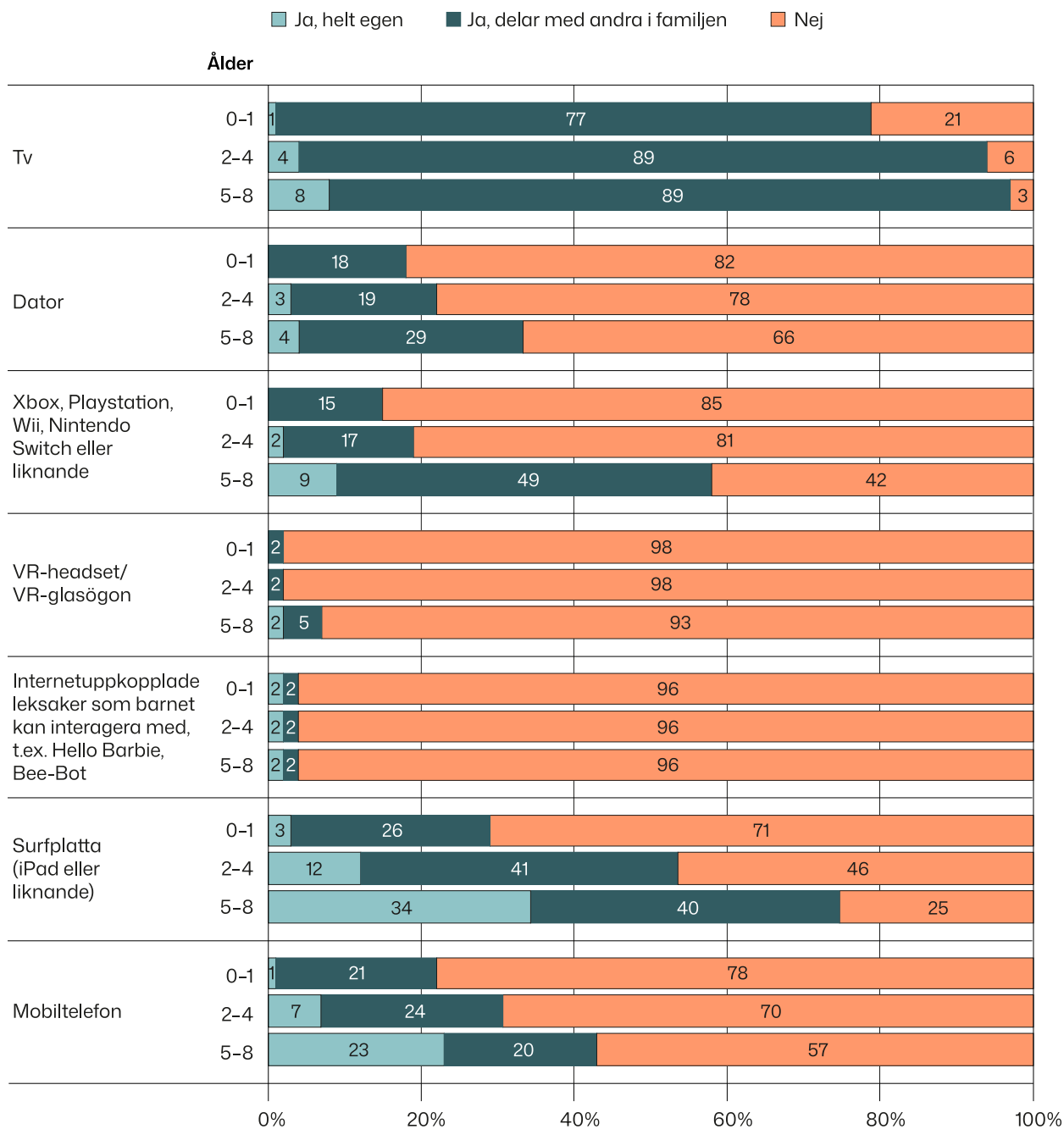


**5.**

**Resultat**

I det följande redovisas hur föräldrarna har svarat på frågorna i enkäten. Den första frågan handlar om barnens tillgång till medieteknik, därefter följer frågor om barnens användning av olika medier på fritiden en vanlig dag.

## 8. Har ditt barn tillgång till något av följande i hemmet? (%)

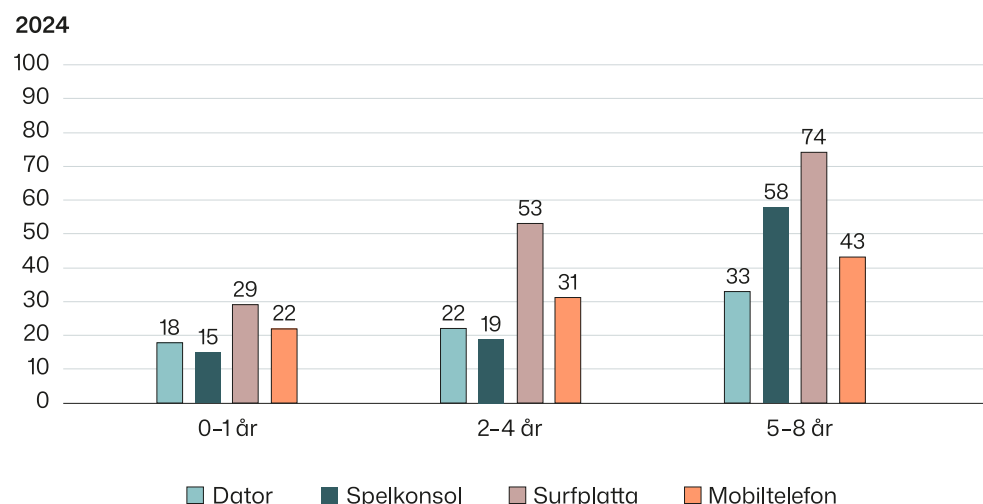
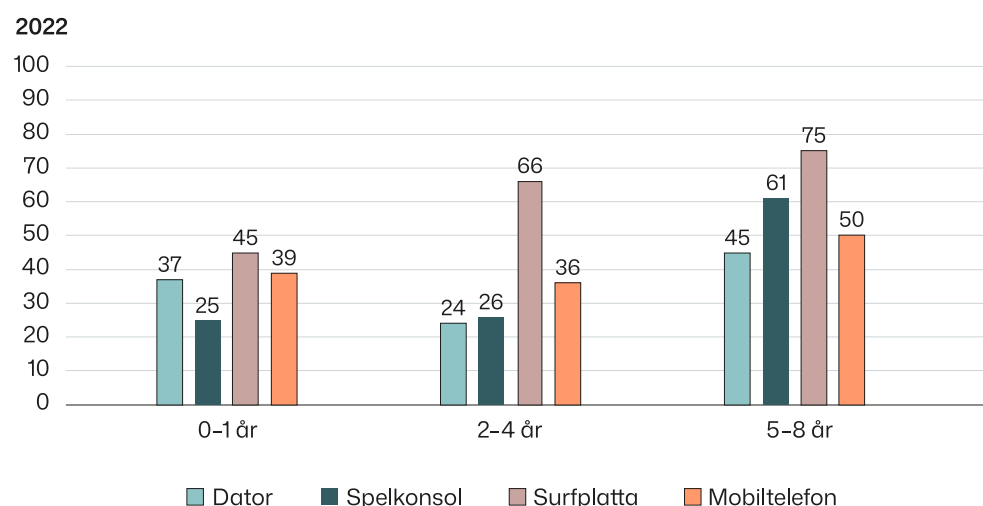


De allra flesta barn har tillgång till tv i hemmet. Många har även tillgång till surfplatta och i viss utsträckning mobiltelefon. Oftast delar barnen på tekniken med andra i familjen men några har egna surfplattor och mobiler, åtminstone från 2 års ålder och uppåt. Generellt ökar det egna innehavet av medieteknik med barnets stigande ålder. Dessa mönster är återkommande från tidigare undersökningar.

Internetuppkopplade leksaker och VR-headset/VR-glasögon är tämligen sällsynta i barnens liv. Dessa frågor ställdes första gången 2022 och det har inte skett någon förändring sedan dess. Virtual Reality och "Internet of toys" är alltså inga vanliga inslag i barnens vardag, än så länge.

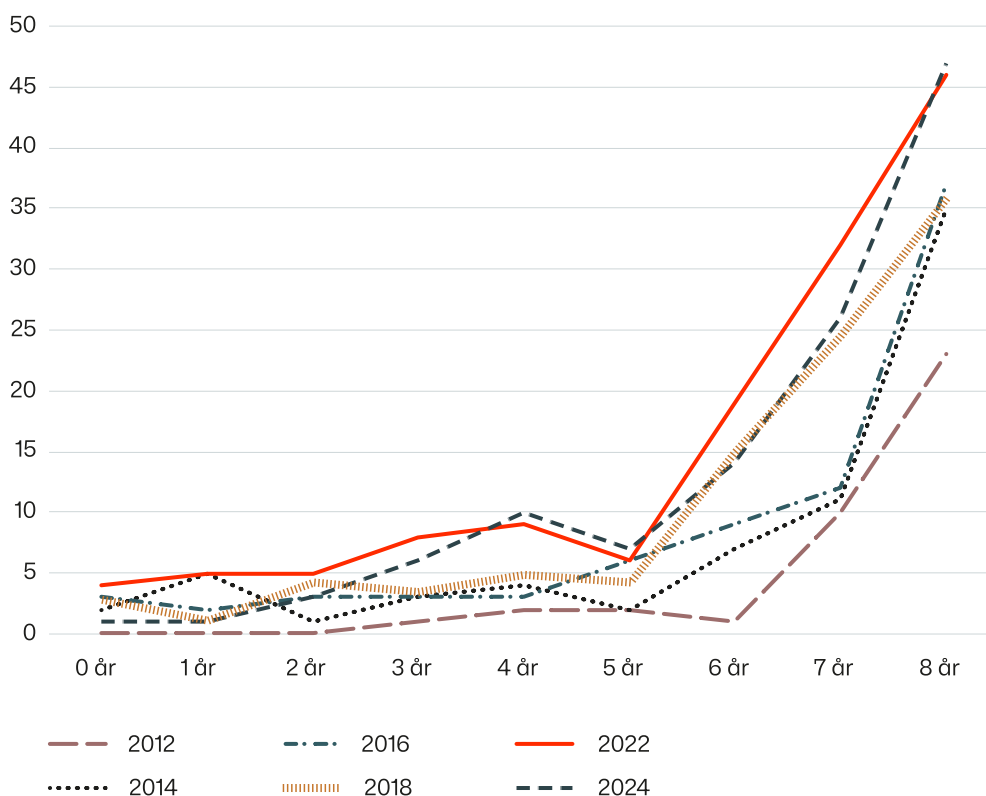
Jämfört med 2022 har inte heller tillgången till tv förändrats, men tillgången till andra digitala enheter har däremot minskat i främst de två yngsta grupperna:

#### 8 b. Tillgång till egen eller delad dator, spelkonsol, surfplatta och mobil 2022 och 2024 (%)



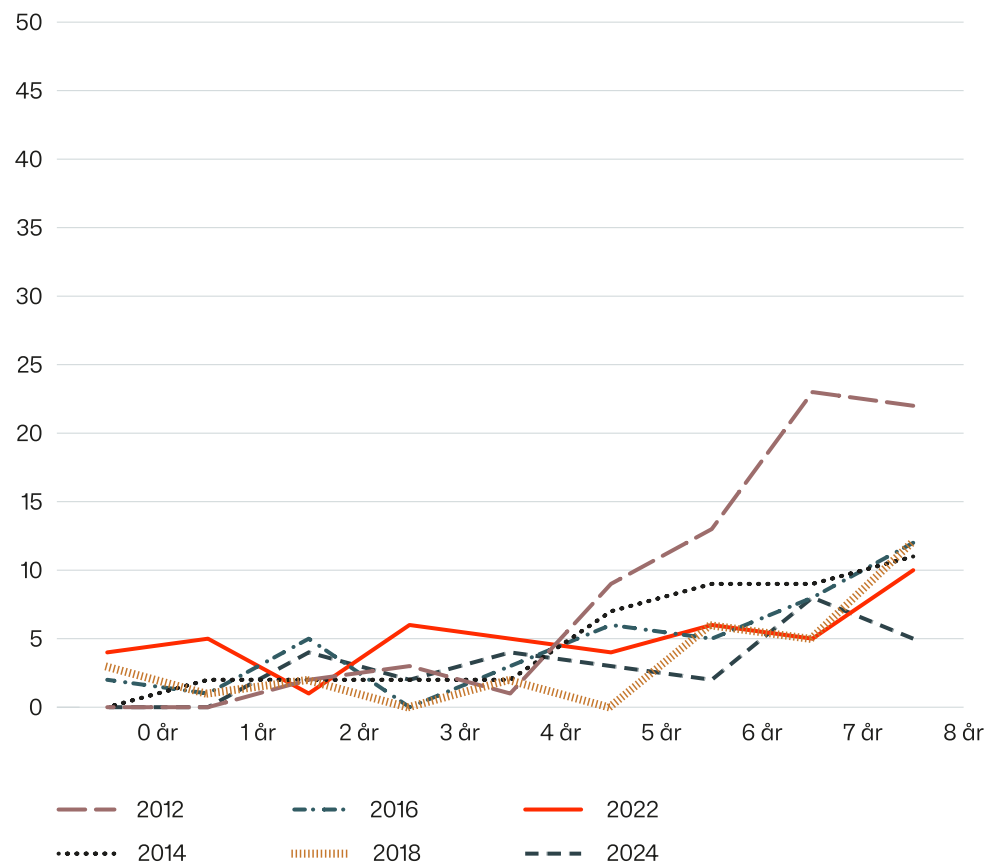
Tillgången till (egen eller delad) dator, spelkonsol och mobiltelefon har minskat i alla åldersgrupper, och i de två yngsta grupperna har även tillgången till surfplatta minskat sedan 2022. För första gången i Småungar & mediers historia ökar inte den totala tillgången till någon digital enhet.

### 8 c. Har barnet tillgång till något av följande hemma: en helt egen mobiltelefon, 2012–2024 (%)



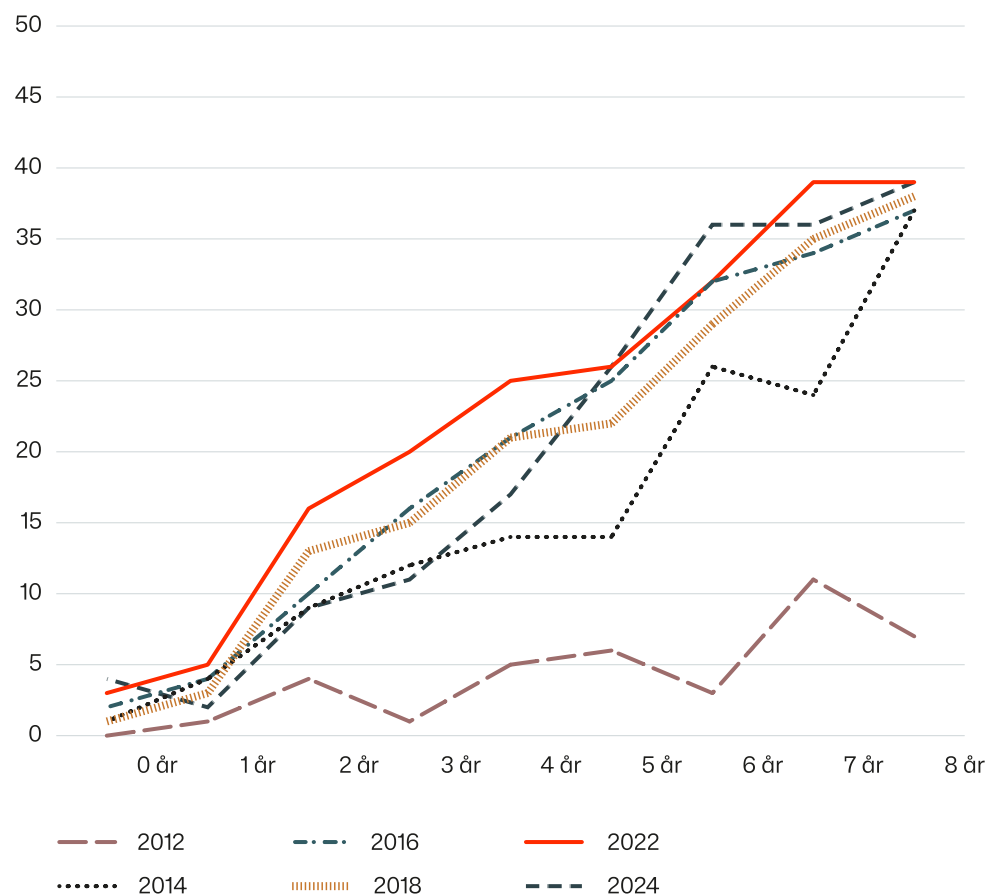
Tillgången till *en helt egen* mobiltelefon (smartphone) har ökat successivt sedan frågan ställdes första gången år 2012 fram till 2022 då den var som högst i alla åldrar. Men nu har tillgången i stället minskat i de flesta åldrar. Upp till 5 års ålder är det få barn som har en egen mobiltelefon så där är skillnaderna marginella, men från 6 års ålder – när barnen börjar skolan – är det något fler som har en egen mobiltelefon. År 2012 var det knappt någon 6-åring som hade en egen mobiltelefon, år 2022 var det ungefär en femtedel men nu är tillgången tillbaka på samma nivå som 2018 (14 % av 6-åringarna har en egen mobil). Bland 7-åringarna har andelen med en egen mobil minskat 6 procentenheter sedan 2022. Bland 8-åringarna skedde en fördubbling mellan 2012 och 2022 och tillgången till en egen mobiltelefon ligger kvar på den nivån. Närmare hälften av 8-åringarna har en helt egen mobiltelefon. Tillgången till egen mobiltelefon är dock betydligt lägre bland barnen upp till 8 års ålder än bland de som är äldre (se *Ungar & medier 2025*).

**8 d. Har barnet tillgång till något av följande hemma: en helt egen dator, 2012-2024 (%)**



Tillgången till egen dator har successivt minskat bland barnen sedan 2012. Bland 7-8-åringarna var det drygt 20 % som hade en egen dator år 2012, vilket sedan har mer än halverats och är nu, år 2024, nere på 5-8 %.

**8 e. Har barnet tillgång till något av följande hemma: en helt egen surfplatta, 2012–2024 (%)**

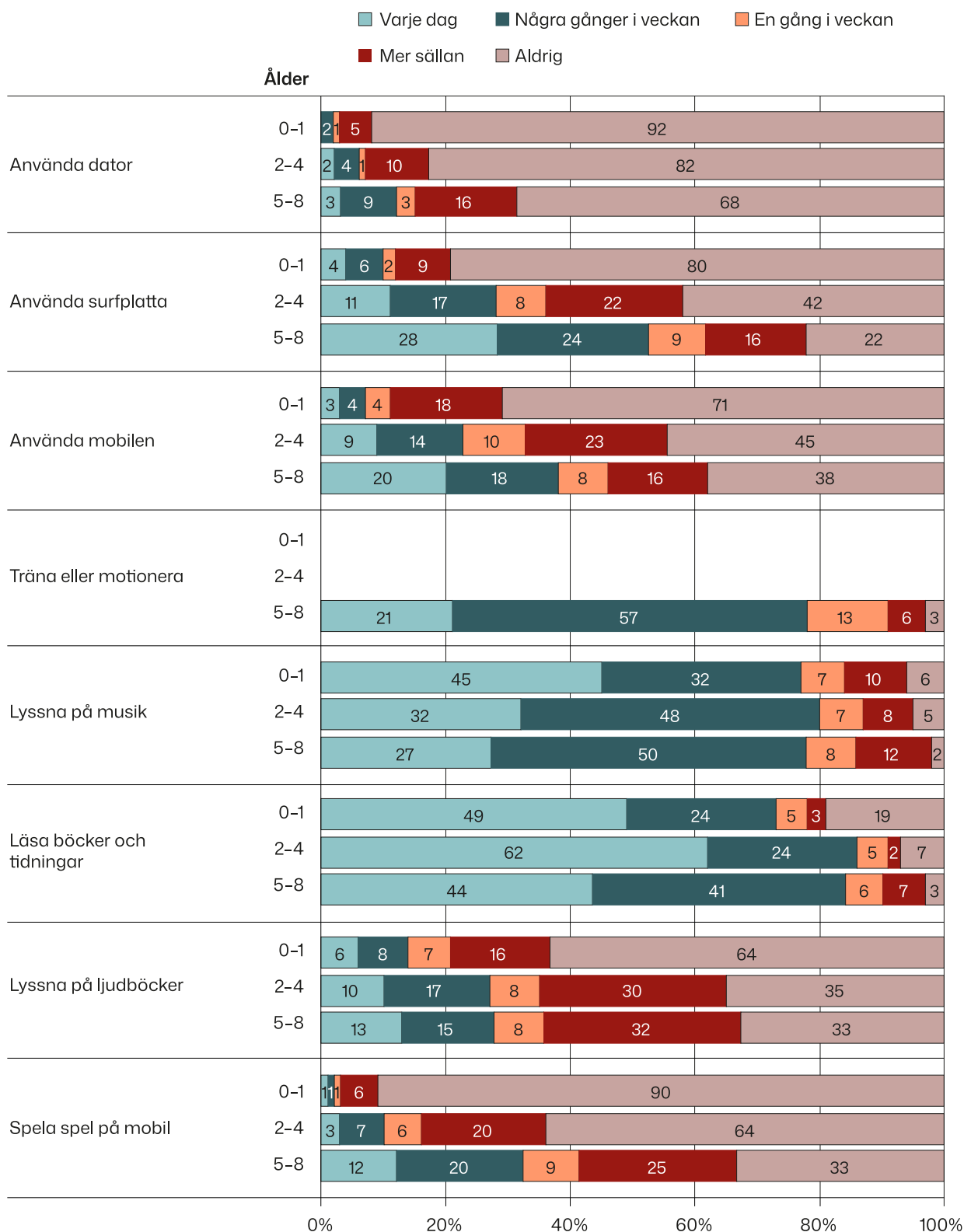


Tillgången till egen surfplatta bland barn från 2 år och uppåt har ökat successivt under åren. I åldersintervallet 2–4 år ökade tillgången till egen surfplatta fram till 2022, men nu minskar tillgången. Bland barn från 5 års ålder finns i princip ingen förändring mellan 2022 och 2024.

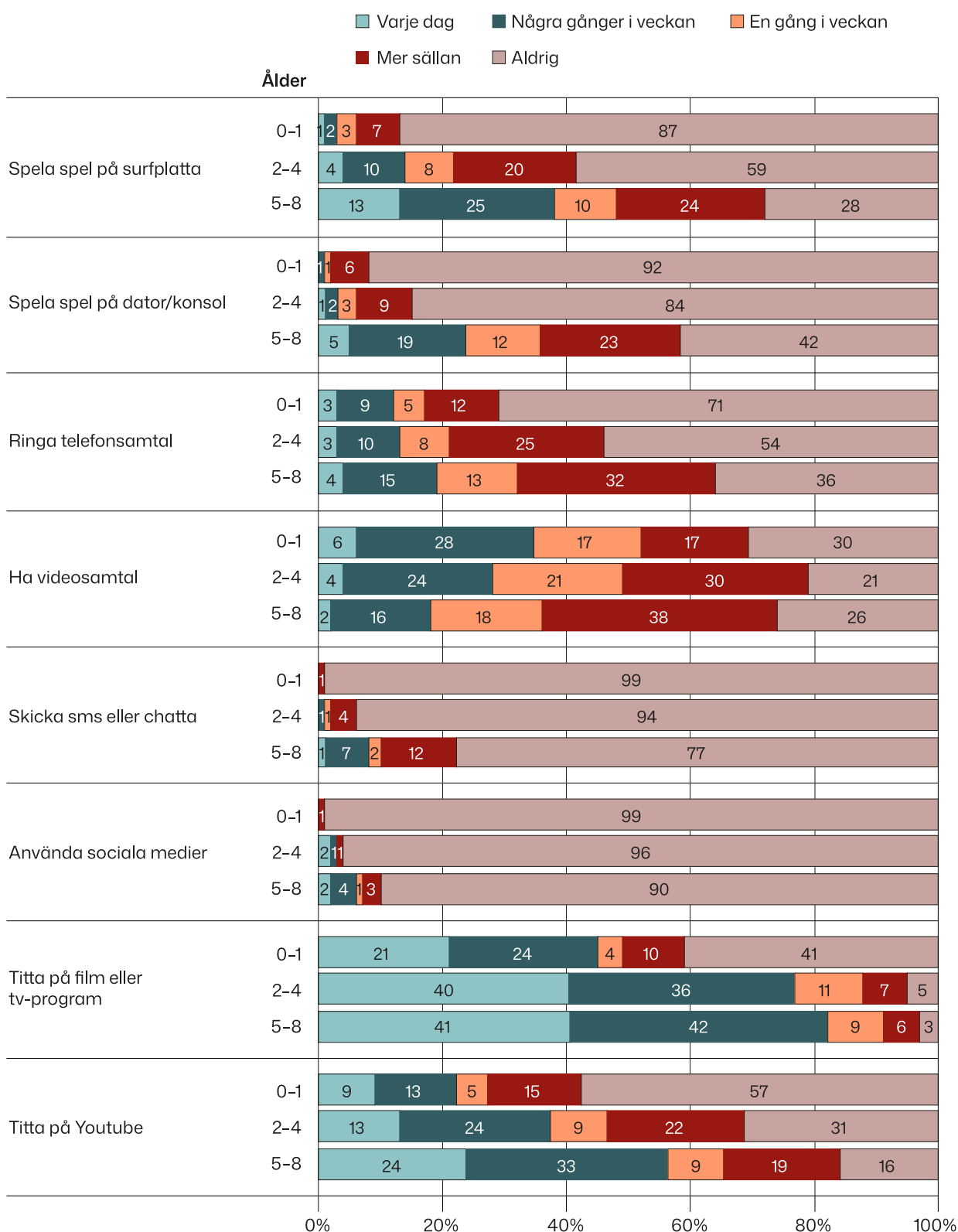
Könsskillnaderna är i de flesta fall små eller obefintliga. Den enda skillnaden 2024 finns i åldersgruppen 5–8 där pojkar (65 %) i högre grad än flickor (50 %) har tillgång till egen eller delad spelkonsol, såsom Xbox, Playstation eller liknande. Denna könsskillnad har även funnits tidigare år.

Barnets syskonstatus spelar roll på så sätt att barn (0–5 år) med äldre syskon (och i vissa fall flera syskon i olika åldrar) har tillgång till spelkonsol i något högre grad än barn utan syskon, eller med endast yngre eller jämnårigt syskon. I åldern 0–4 gäller detta även tillgång till surfplatta. Barn utan syskon i åldern 0–4 har tillgång till tv i lägre grad än andra barn. I åldersgruppen 5–8 har barn med äldre syskon tillgång till dator i högre grad än andra barn.

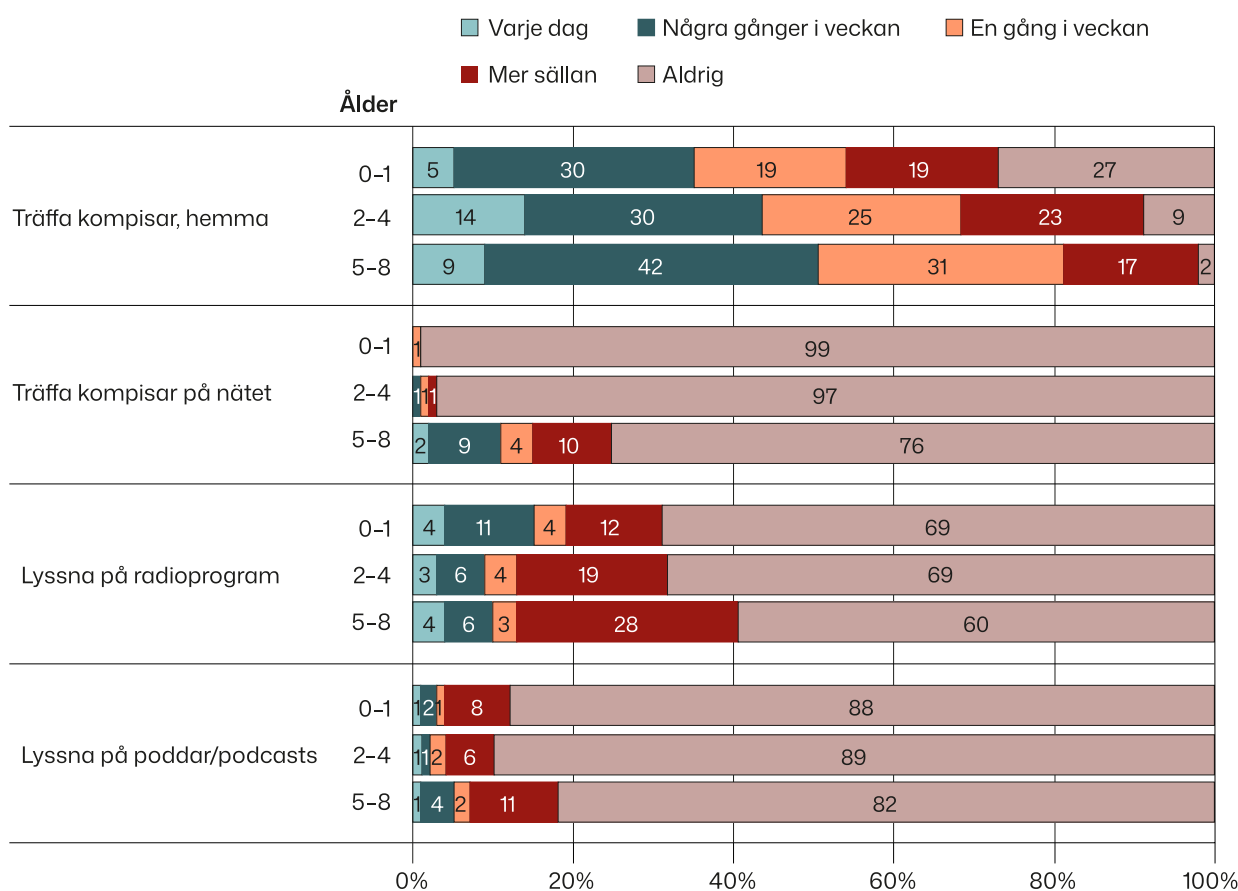
## 9. Hur ofta brukar ditt barn göra följande på fritiden... (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Figuren fortsätter på nästa sida.



Diagrammet beskriver med vilken frekvens som barn i de olika åldersgrupperna brukar använda några olika medier och ägna sig åt olika medieaktiviteter på sin fritid. Frågan om träning och motion har bara ställts till föräldrar till barn i åldersgruppen 5-8 år.

Resultaten visar ett mönster som återkommer från tidigare undersökningsår. De vanligaste aktiviteterna är att lyssna på musik, läsa böcker och tidningar, titta på filmer och tv-program samt Youtube. I åldersgruppen 5-8 är även spela spel på surfplatta och mobil populärt. I de flesta fall ökar användningsfrekvensen med barnens stigande ålder. Ett undantag är att lyssna på musik som förekommer mer frekvent bland de allra yngsta.

Några medieaktiviteter förekommer i betydligt lägre grad, ibland knappt alls i de två yngsta åldersgrupperna: spela spel på dator/konsol, skicka sms eller chatta, använda sociala medier, träffa kompisar på nätet och lyssna på poddar. Även radiolyssnandet är begränsat.

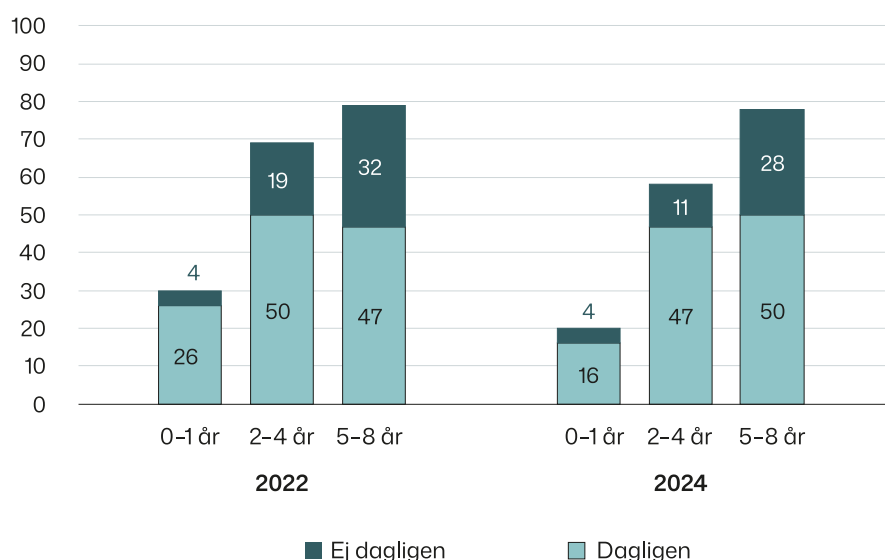
Det är betydligt vanligare att träffa kompisar fysiskt (ute eller hemma hos varandra) än på nätet. Likväl träffar 15 % i åldersgruppen 5-8 kompisar på nätet en gång i veckan eller oftare, vilket är på samma nivå som år 2022.

De övergripande mönstren är således desamma, men samtidigt finns det förändringar jämfört med föregående undersökning. Den största förändringen gäller den dagliga läsningen av böcker och tidningar som ökar mellan 5 och

14 procentenheter i åldersgrupperna. Den dagliga läsningen ökade även mellan 2018 och 2022, så nu bekräftas den tendensen. Frågan ställdes första gången år 2012 och andelen dagliga läsare är nu större än något annat år (se diagram IV i sammanfattningen). Det är mindre vanligt att lyssna på ljudböcker, men det ökar något i samtliga åldersgrupper. Även det dagliga lyssnandet på musik ökar i de två yngsta åldersgrupperna.

Å andra sidan minskar det dagliga tittandet på filmer och tv-program samt Youtube, särskilt i de två yngsta åldersgrupperna. I åldersgruppen 2–4 handlar det om 11–12 procentenheter (diagram V och VI i sammanfattningen). Det dagliga spelandet på mobil, surfplatta eller dator/konsol minskar också, samtidigt som andelarna som inte spelar alls ökar (diagram VII och VIII i sammanfattningen). Exempelvis minskar andelen som någon gång spelar spel på surfplatta i åldersgruppen 2–4 från 55 % år 2022 till 41 %. Även användningen av sociala medier minskar, från redan låga nivåer.

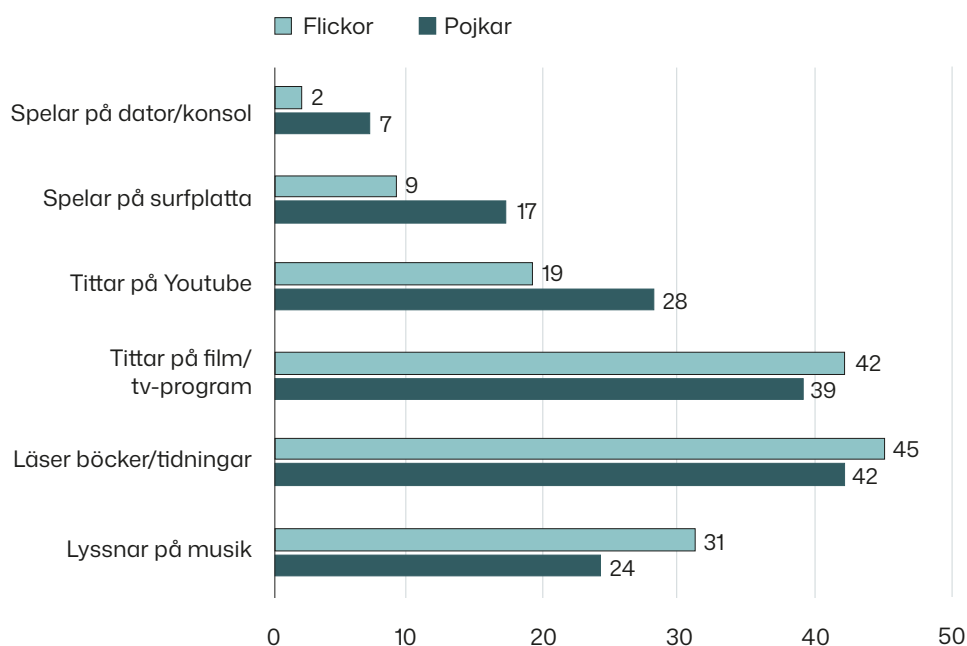
### 9 b. Användning av surfplatta 2022 och 2024 (%)



Frågan omfattar användning av tre digitala enheter – dator, surfplatta och mobiltelefon – och resultaten visar att surfplattan, följt av mobiltelefonen, är den digitala enhet som används mest frekvent bland barn upp till åtta års ålder. Mönstret är detsamma som 2022, men även här finns förändringar i detaljerna. I de två yngsta åldersgrupperna minskar andelarna som använder surfplatta med cirka 10 procentenheter och den dagliga användningen av surfplattor minskar i åldersgrupperna 2–4 och 5–8 (diagram 9 b). Vad gäller mobiltelefonen minskar både den *totala* andelen användare och den *dagliga* användningen i alla tre åldersgrupper jämfört med 2022 (diagram II i sammanfattningen). Datoranvändningen är generellt låg och minskar i åldersgruppen 5–8, från 47 % till 32 %.

Sammantaget minskar därmed den digitala medieanvändningen bland små barn, både sett till hur ofta barnen använder digitala enheter och hur ofta de ägnar sig åt digitala medieaktiviteter som spel, filmer, tv-program och videoklipp. Samtidigt ökar läsningen av böcker och tidningar. Böckerna och tidningarna kan dock vara såväl tryckta som digitala. Man kan därför inte säkert säga att det är en förskjutning från digitalt till analogt innehåll, men från rörligt till mer stillsamt innehåll.

### 9 c. Gör varje dag, kön, 5–8 år (%)



I de två yngsta åldersgrupperna är det en något större andel av flickorna som använder mobiltelefon och lyssnar på ljudböcker. Det är även en något större andel av flickorna som dagligen läser (eller blir lästa för). För övrigt finns inga nämnvärda könsskillnader bland barn under 5 år.

När barnen blir 5 år och uppåt har det länge funnits ett återkommande mönster på så sätt att flickor, i högre grad än pojkar, dagligen tittar på filmer och tv-program, läser böcker och tidningar samt lyssnar på musik, medan pojkar i högre grad än flickor dagligen spelar spel på surfplatta och dator/konsol samt tittar på Youtube (diagram 9 c). Könsskillnaderna har dock minskat över tid och är nu marginella vad gäller daglig läsning och tittande på filmer och tv-program. Jämfört med 2022 har den dagliga läsningen samt lyssnandet på musik ökat bland pojkar, så deras medievanor närmar sig flickornas. Det dagliga spelandet och tittandet på filmer och tv-program samt Youtube minskar något bland både pojkar och flickor.

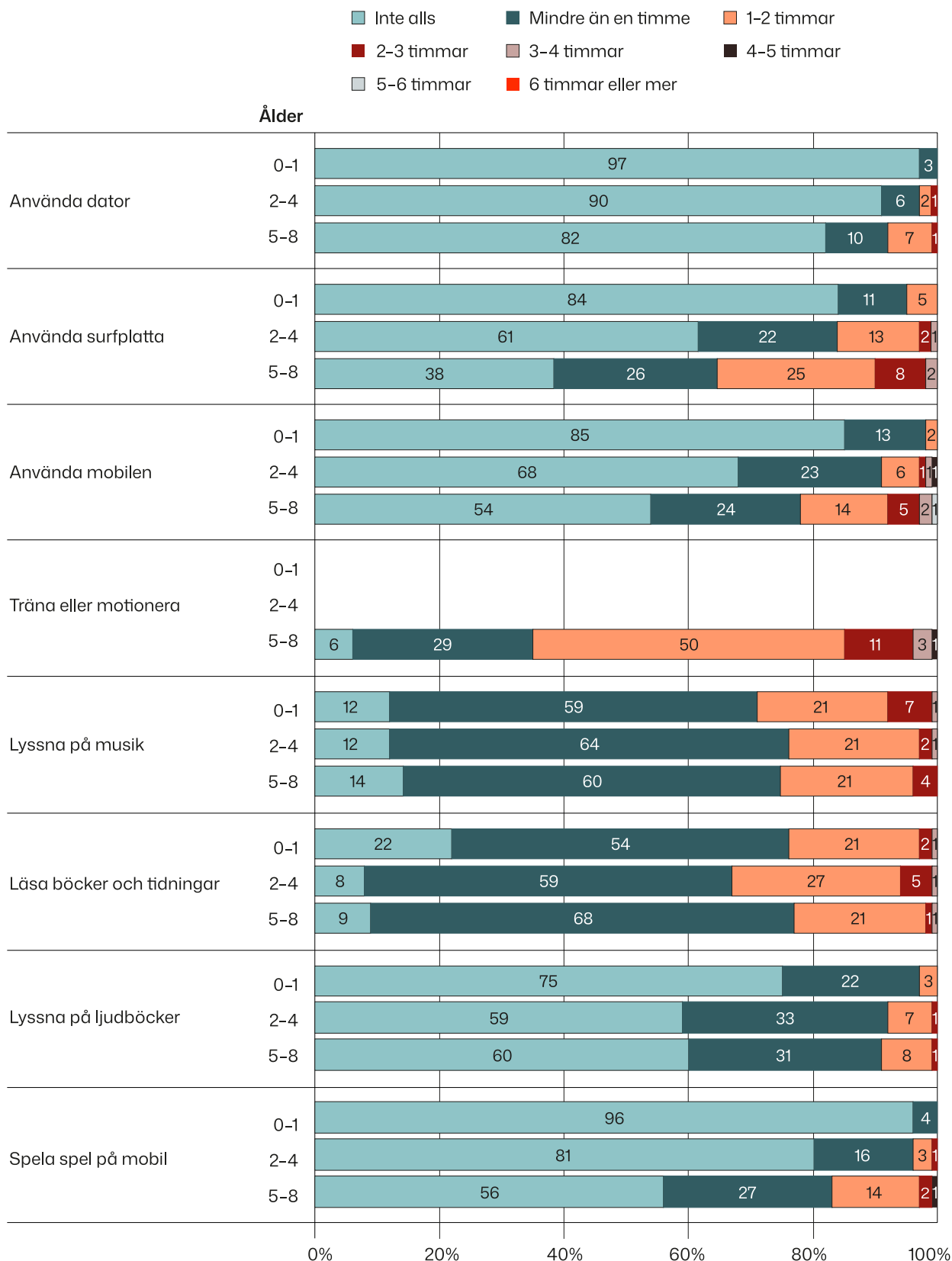
Bland barn under 5 år finns ett mönster vad gäller syskonstatus på så sätt att medieanvändningen tenderar att vara något mer frekvent bland barn som har syskon, jämfört med ensam barn. Andelarna som över huvud taget använder

dator, surfplatta och mobiltelefon är störst bland barn med äldre syskon, och eventuellt flera syskon, något mindre bland barn med endast yngre eller jämnårigt syskon och minst bland ensam barn. Det finns inga ensam barn som spelar digitala spel dagligen och i princip inga ensam barn använder sociala medier, bara barn som har syskon gör det.

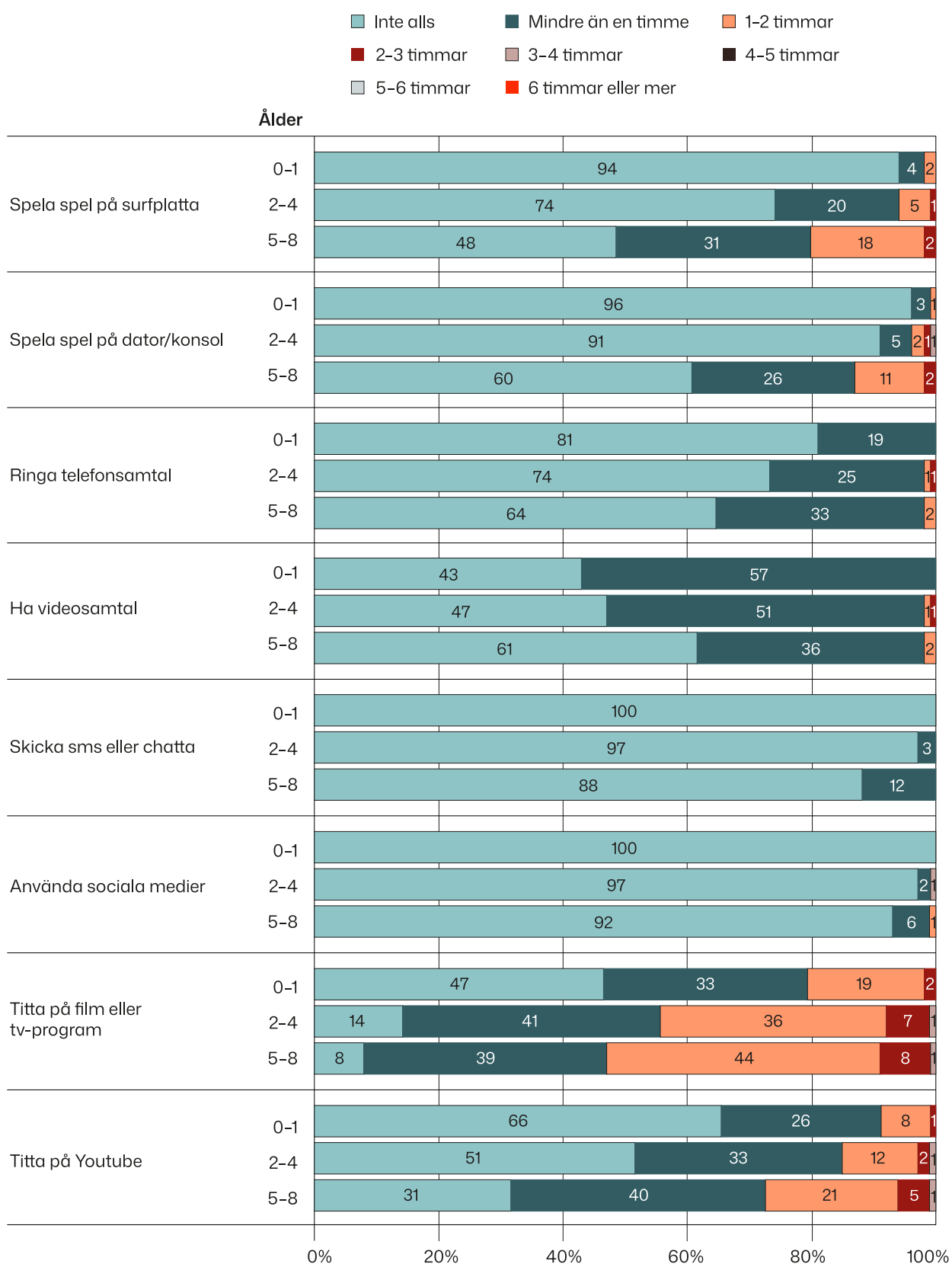
I åldersgruppen 5–8 minskar skillnaderna mellan grupperna med olika syskonstatus men även här använder en något mindre andel av ensam barnen mobiltelefon, jämfört med andra barn. Användning av sociala medier samt spel på dator och mobiltelefon är vanligare bland barn med äldre syskon, som å andra sidan läser böcker och tidningar dagligen i lägre grad än andra barn. Dessa tendenser kunde även iakttas år 2022.



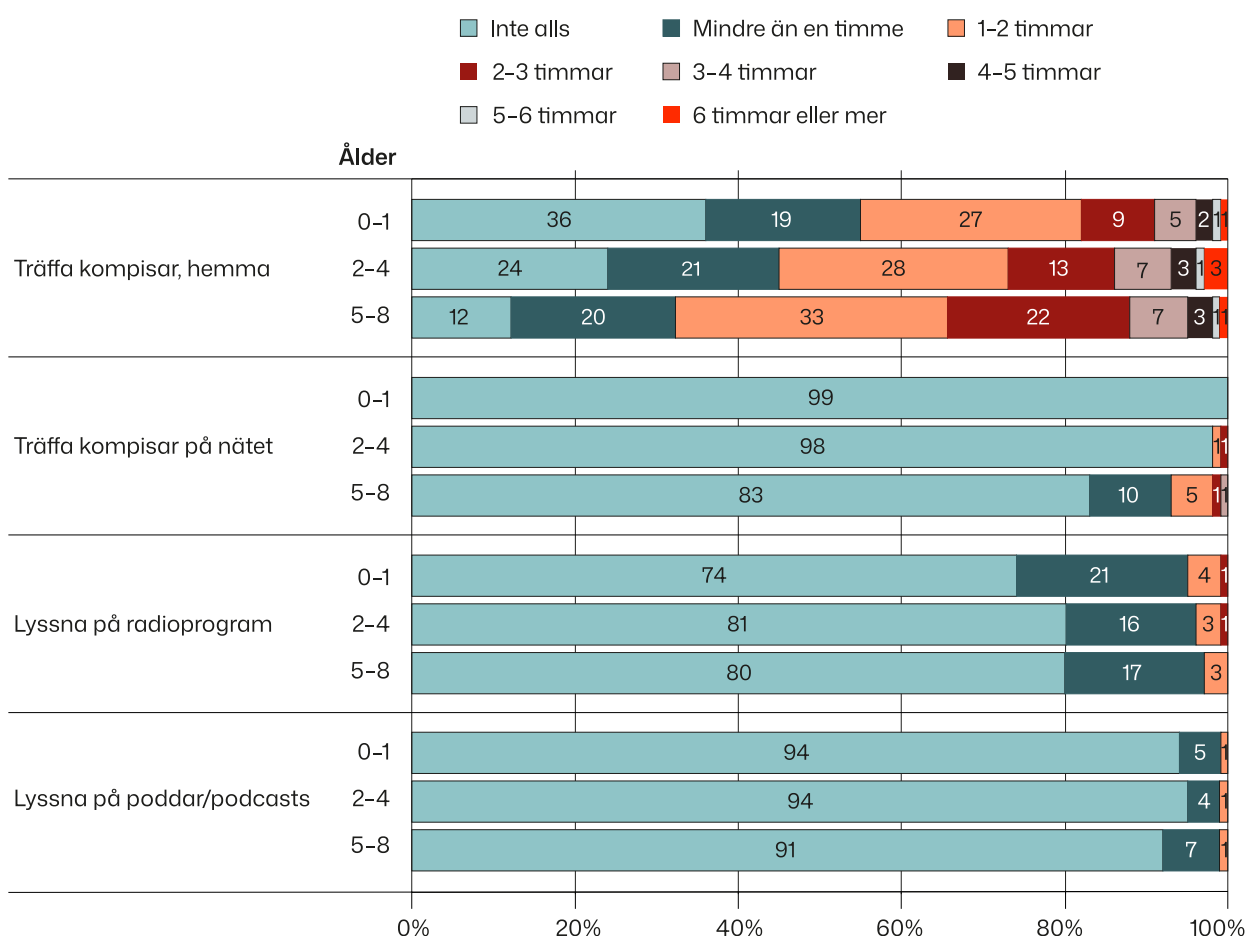
## 10. Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar ditt barn på sin fritid... (%)



Figuren fortsätter på nästa sida.



Figuren fortsätter på nästa sida.



Diagrammet beskriver hur lång tid som barn i de olika åldersgrupperna brukar använda olika medier på sin fritid "en vanlig dag". Eftersom de yngre barnen inte är dagliga medieanvändare i någon större utsträckning ökar andelarna som svarar *inte alls* i diagram 10 jämfört med diagram 9.

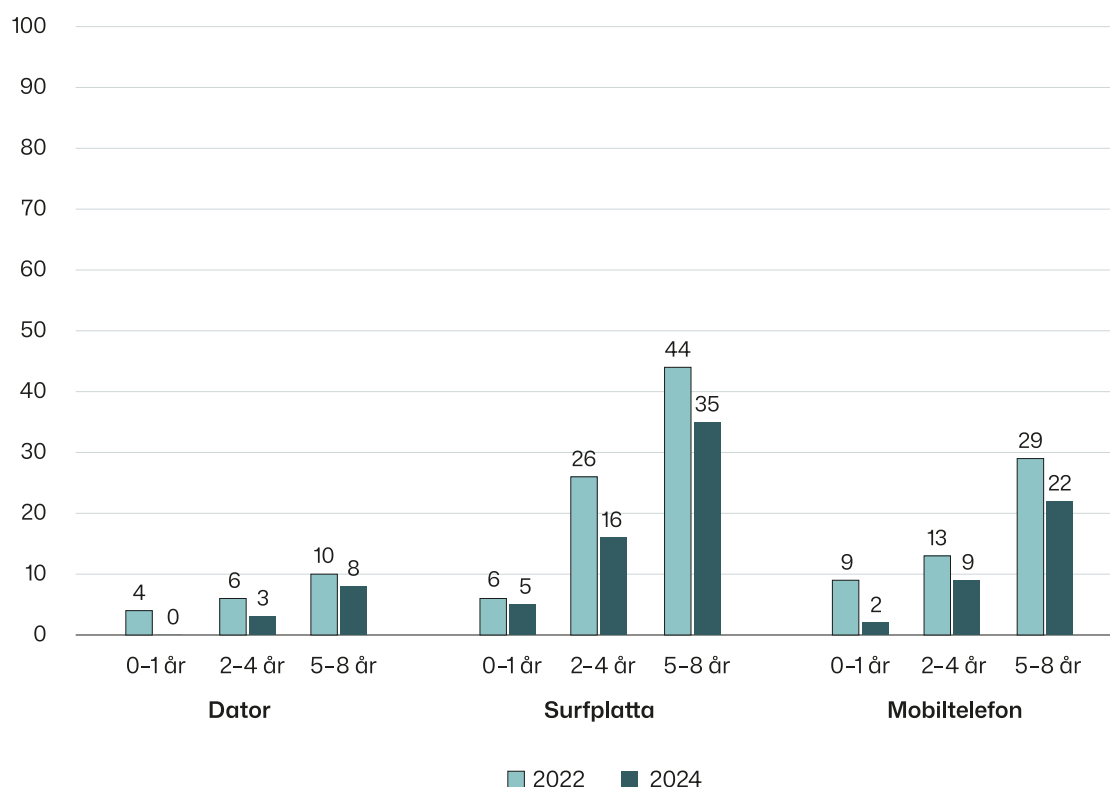
De övergripande mönstren är desamma som år 2022. Det vanligaste är att barnen ägnar mindre än en timme åt de olika medieaktiviteter som efterfrågas, om de över huvud taget ägnar tid åt dem. Barn i åldersgruppen 5-8 ägnar generellt mer tid åt medier en vanlig dag än yngre barn. Att barnen ägnar mer än tre timmar åt någon medieaktivitet – det som i Ungar & medier brukar kallas "högkonsumenter" – är sällsynt.<sup>3</sup> Det som flest barn ägnar mer än tre timmar åt en vanlig dag är de två icke-medierelaterade aktiviteterna träffa kompisar ute eller hemma hos varandra samt träna och motionera (endast åldersgruppen 5-8).

De medieaktiviteter som barn i någon mån ägnar mer än tre timmar åt är titta på filmer, tv-program och Youtube samt lyssna på musik, och i åldersgruppen 5-8 spela spel på mobilen. Det handlar dock bara om enstaka procentenheter.

<sup>3</sup> Begreppet "högkonsumenter" är endast deskriptivt och ska inte förstås som ett värdeomdöme.

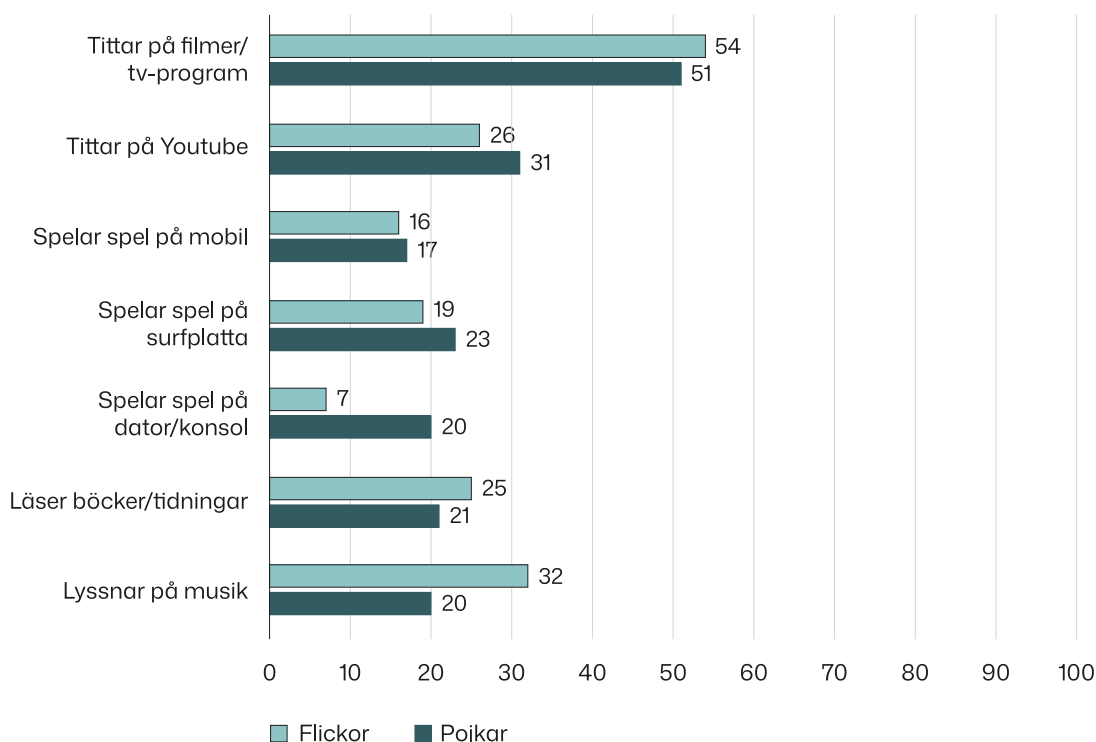
Jämfört med år 2022 är det färre föräldrar som svarar att barnen *inte alls* läser böcker och lyssnar på ljudböcker en vanlig dag. Å andra sidan svarar större andelar att barnen *inte alls* spelar spel på mobiltelefon, surfplatta eller dator/konsol en vanlig dag. Till exempel ökar andelen som inte alls spelar surfplattspel i åldersgruppen 2–4 från 59 % till 74 % och i åldersgruppen 5–8 från 36 % till 48 %. Vad gäller tittande på filmer och tv-program samt Youtube ökar andelarna som tittar mindre än en timme medan andelarna som tittar mer än så minskar.

#### 10 b. Använder dator, surfplatta, mobil minst en timme en vanlig dag, 2022 och 2024 (%)



Det är även tydligt att den totala tiden som småbarnen använder dator, surfplatta och mobiltelefon minskar. Bland både pojkar och flickor i alla tre åldersgrupper minskar andelen som använder dessa digitala enheter minst en timme en vanlig dag (diagram 10 b). De största förändringarna jämfört med 2022 gäller användningen av surfplattan minst en timme per dag i åldersgrupperna 2-4 och 5-8 där minskningen är cirka 10 procentenheter. Slås användningen av de tre digitala enheterna ihop syns även en minskad genomsnittlig användningstid i alla grupper (tabell III i sammanfattningen).

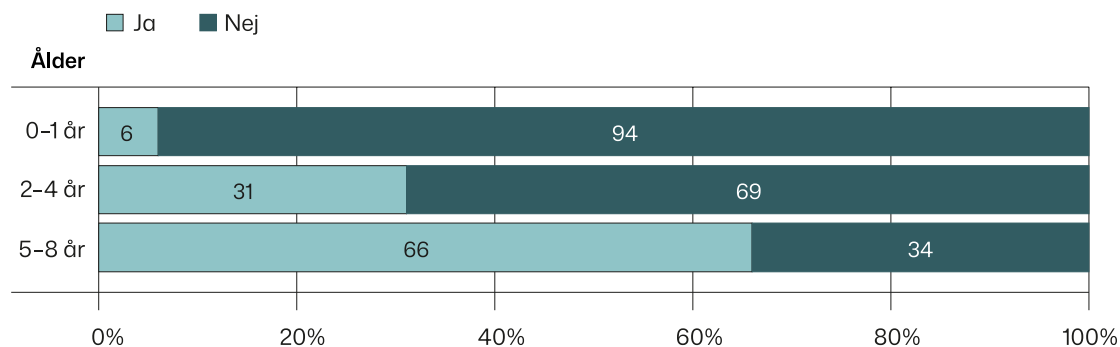
#### 10 c. Gör en timme eller mer en vanlig dag, kön, 5–8 år (%)



Könsskillnaderna avseende tid ägnad åt medieaktiviteter är i princip obefintliga i de två yngre grupperna och de är ganska små även i åldersgruppen 5–8. De största skillnaderna är att fler pojkar spelar spel på dator/konsol en timme eller mer en vanlig dag, medan flickor i högre grad än pojkar lyssnar på musik en timme eller mer en vanlig dag. Flickor ägnar även något mer tid åt att titta på filmer och tv-program samt läsa böcker och tidningar, medan pojkar tittar mer på Youtube.

I de två yngsta åldersgrupperna påverkar syskonstatus främst huruvida barnen alls använder medier eller ej, så som beskrevs i samband med diagram 9. Inga ensam barn spelar digitala spel eller använder sociala medier mer än en timme per dag, vilket däremot förekommer bland barn som har syskon – särskilt äldre syskon. Det finns även en tendens till att barn med äldre syskon (och eventuellt flera syskon) använder dator, surfplatta och mobil något längre tid än andra barn. I åldersgruppen 5–8 finns liknande mönster på så sätt att det är ovanligare att ägna flera timmar åt någon medieaktivitet bland ensam barn än bland barn med syskon, särskilt äldre och flera syskon i olika åldrar.

## 11. Spelar ditt barn datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta? (%)

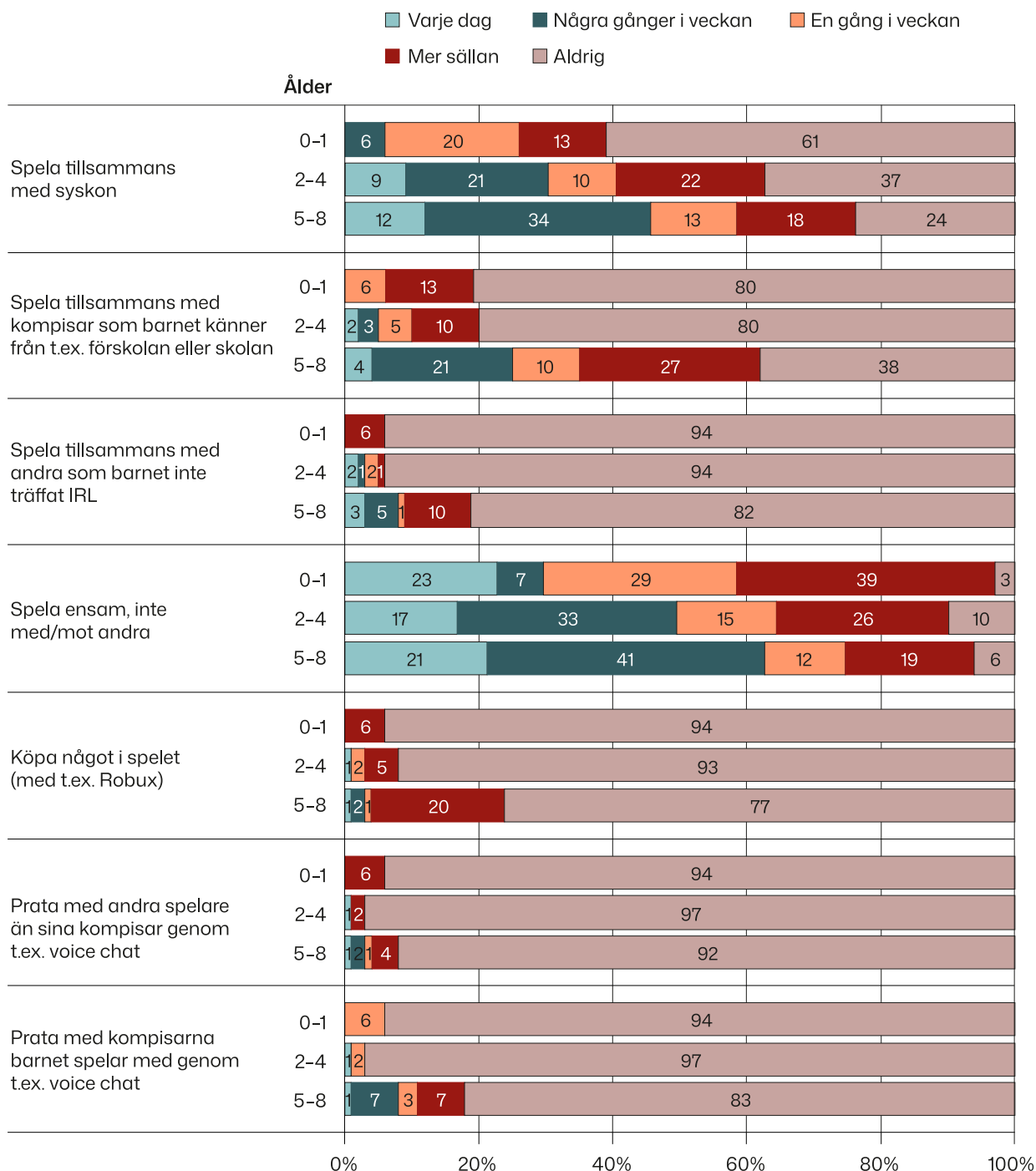


Andelarna som spelar någon form av digitala spel ökar med åldern, från 6 % i den yngsta gruppen till 66 % i den äldsta. Jämfört med år 2022 minskar andelen som spelar digitala spel i alla åldersgrupper. I den yngsta gruppen skiljer det endast 1 procentenhet, men i åldersgruppen 2-4 är minskningen 11 procentenheter och i åldersgruppen 5-8 är den 7 procentenheter. Även betraktat ur längre perspektiv minskar det digitala spelandet bland småbarnen. Spelandet verkar ha kulminerat år 2014, när surfplattan blev populär i svenska hem, för att sedan minska successivt (diagram VIII i sammanfattningen).

I de två yngsta åldersgrupperna finns inga könsskillnader avseende digitalt spelande. I åldersgruppen 5-8 spelar en något större andel av pojkarna (68 %) än flickorna (63 %). Könsskillnaderna är betydligt större bland tonåringarna än bland yngre barn och så har det varit alla undersökningsår.

I de två yngsta åldersgrupperna spelar en större andel av barnen med äldre syskon (och eventuellt flera syskon) digitala spel. I åldersgruppen 5-8 finns däremot inga betydande skillnader mellan barn med olika syskonstatus.

## 12. När ditt barn spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/ spel för surfplatta, ungefär hur ofta brukar barnet... (%)



Frågan har endast besvarats av de föräldrar som uppgett att deras barn spelar digitala spel (se diagram 11). Det är därmed stor skillnad på underlagen för beräkningarna i diagram 12, från 6 % i åldersgruppen 0-1 till 66 % i åldersgruppen 5-8.

Det vanligaste i alla åldersgrupper är att barnen spelar ensamma, inte med eller mot andra spelare. Om de spelar tillsammans med andra är det oftast syskon medan betydligt färre barn spelar tillsammans med personer som de inte har träffat IRL. Att spela tillsammans med andra ökar med stigande ålder. I åldersgruppen 2–4 spelar 10 % med andra som de känner från till exempel förskolan en gång i veckan eller oftare, vilket motsvaras av 35 % i åldersgruppen 5–8 och i denna åldersgrupp börjar barnen även använda voice chat eller liknande för att prata med kompisarna som de spelar med: 11 % av barnen i åldersgruppen 5–8 gör det en gång i veckan eller oftare. Digitalt spelande kan på så sätt vara en social aktivitet redan i förskoleåldern.

I de två yngsta grupperna är underlaget för begränsat för att några köns-skillnader ska framträda (de flesta barn gör inte de saker som frågorna gäller). I åldersgruppen 5–8 spelar och pratar pojkar i något högre grad med kompisar som de känner från till exempel förskolan.

I de två yngsta åldersgrupperna är det främst – ibland endast – barn med äldre syskon, och eventuellt flera syskon, som gör något av det som efterfrågas i diagram 12. I åldersgruppen 5–8 är skillnaderna mellan barn med olika syskon-status mindre, eller obefintliga, förutom i fråga om att spela tillsammans med syskon som av naturliga skäl är vanligare bland dem med syskon, särskilt äldre.

### **13. Vilka datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta brukar ditt barn oftast spela? (%) (Skriv max tre stycken)**

De föräldrar som svarat ja på frågan om deras barn spelar datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta (diagram 11) har fått en följdfråga om vilka spel barnen oftast spelar. Svarsalternativen på frågan är öppna och varje respondent kan skriva max tre spel. Vissa spel finns i flera olika versioner och om det inte framgår tydligt att det är en specifik version som avses har samtliga versioner slagits samman (till exempel *Super Mario*). Ibland har föräldrarna uppgett olika typer av spel, som ”pusselspel” eller ”pedagogiska spel” och dessa har slagits ihop till kategorier.

I de följande tabellerna visar den första procentangivelsen hur stor andel av hela populationen som spelar spelet i fråga. Talet inom parentes visar hur stor andel av de barn som spelar som spelar just detta spel.

Eftersom det är en så liten andel av de allra yngsta barnen (0–1 år) som spelar spel är det inte meningsfullt att försöka rangordna vilka spel de spelar. Det kan dock nämnas att det spel som flest föräldrar uppger 2024, precis som år 2022, är *Bolibompa* som tagits fram av Sveriges television. *Bolibompa* spelas av mer än hälften av barnen i åldersgruppen 0–1 som spelar spel. Andra spel som nämns är exempelvis *Paw Patrol*, *Bluey: Let's Play* och *Alfons Åberg*.

### 13 b. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta topp-fem, 2–4, kön (%)

| 2–4 år, samtliga        | Pojkar                                   | Flickor                 |
|-------------------------|------------------------------------------|-------------------------|
| Bolibompa 14 % (43 %)   | Bolibompa 14 % (42 %)                    | Bolibompa 13 % (45 %)   |
| Alfons Åberg 4 % (14 %) | Radioapan 3 % (10 %)                     | Alfons Åberg 7 % (22 %) |
| Radioapan 3 % (11 %)    | Lärspel 3 % (9 %)                        | Pysselspel 4 % (13 %)   |
| Lärspel 3 % (10 %)      | Super Mario 3 % (8 %)                    | Radioapan 4 % (12 %)    |
| Pysselspel 3 % (8 %)    | Alfons Åberg, Pettson & Findus 2 % (7 %) | Lärspel 3 % (11 %)      |

*Bolibompa* är det populäraste spelet även i åldersgruppen 2–4 bland både pojkar och flickor, och så har varit fallet sedan 2018. I den förra undersökningen år 2022 fanns *Roblox* och *Pippi Långstrump* med bland de fem populäraste spelen men de hamnar nu strax under.

### 13 c. Datorspel/tv-spel/mobilspel/spel för surfplatta topp-fem, 5–8, kön (%)

| 5–8 år, samtliga       | Pojkar                  | Flickor                |
|------------------------|-------------------------|------------------------|
| Roblox 23 % (35 %)     | Roblox 24 % (36 %)      | Roblox 22 % (35 %)     |
| Minecraft 17 % (26%)   | Minecraft 23 % (33 %)   | Minecraft 11 % (17 %)  |
| Super Mario 8 % (12 %) | Super Mario 10 % (14 %) | Bolibompa 8 % (12 %)   |
| Bolibompa 6 % (9 %)    | Brawl Stars 8 % (12 %)  | Toca Boca 7 % (12 %)   |
| Brawl Stars 5 % (7 %)  | Fortnite 5 % (7 %)      | Super Mario 7 % (10 %) |

*Roblox* och *Minecraft* är betydligt populärare än andra spel i åldersgruppen 5–8 och så har det varit under flera år. *Roblox* spelas av ungefär en fjärdedel av barnen i populationen men då ska man ha i åtanke att *Roblox* inte är ett spel utan en plattform eller portal till många, sinsemellan olika spel. Den som vill kan utveckla ett eget spel och lägga upp på plattformen så att andra kan spela det och spelare kan tilldelas olika behörigheter för att testa och hjälpa till i utvecklandet av spelen på plattformen. Att spela *Roblox* kan alltså ha många innebörder och det passar många åldrar, ända upp till 17–18-årsåldern (se *Ungar & medier 2025*).

*Brawl Stars* är det enda spelet som aldrig tidigare varit med på topplistan. *Brawl Stars* är ett multiplayer-spel för mobiltelefon där barnen kan spela i lag eller



individuellt mot andra spelare med grafik anpassad för små barn ("tecknat"). Det spelas dock även av äldre barn och som e-sport.<sup>1</sup>

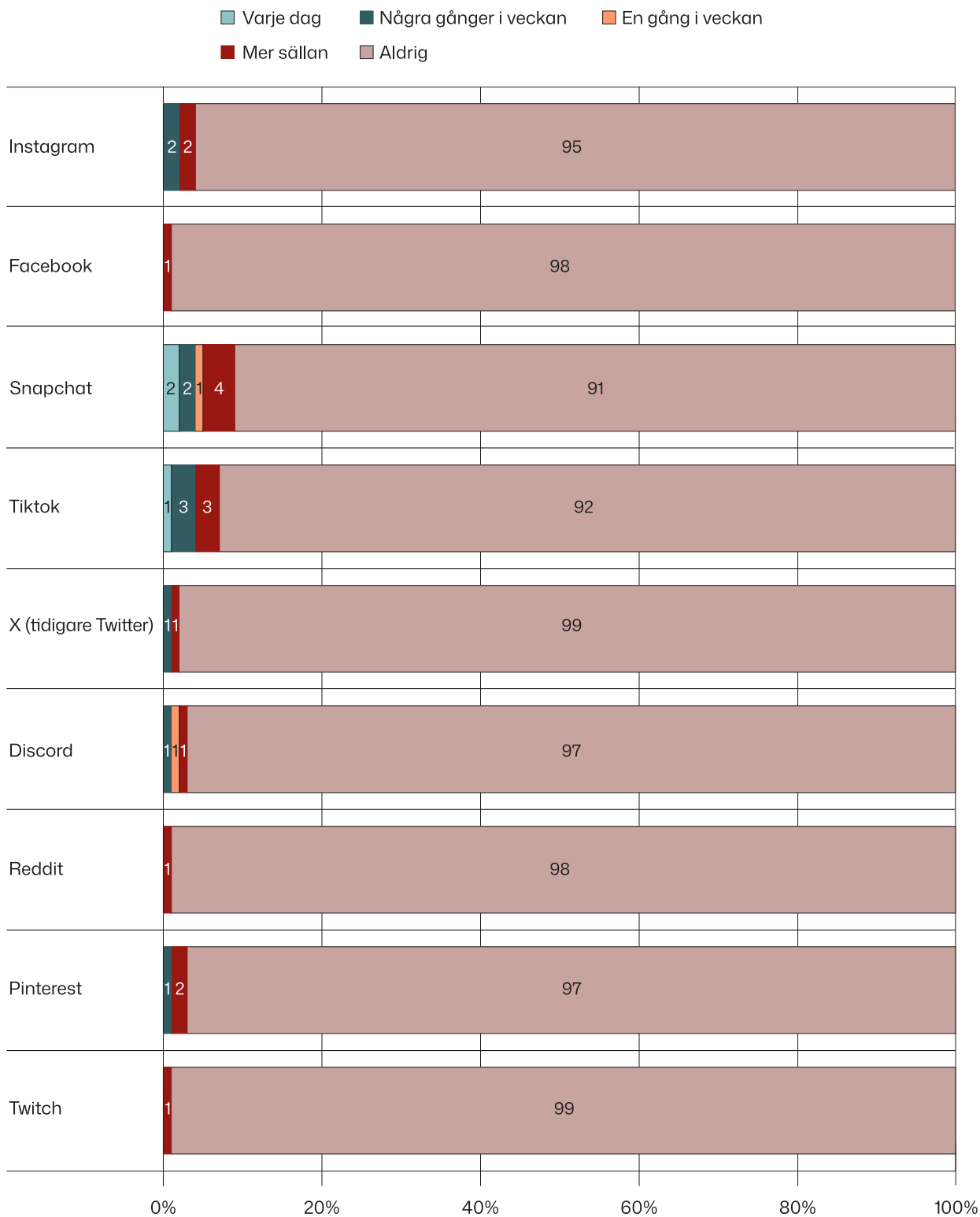
Några speltitlar på småbarnens topp-listor har varit med under flera år. *Bolibompa*, *Super Mario* och *Pettson & Findus* fanns med bland de populäraste spelen redan i undersökningen 2012, *Radioapan* 2014. Några spel som var med på listorna då men har minskat i popularitet är LEGO-spel.

Trots att några få spel är populära bland stora delar av populationen så är det sammantaget en lång rad av olika spel som föräldrarna uppger, varav några endast nämns enstaka gånger. Antalet titlar som nämns har dock minskat jämfört med föregående undersökning. Totalt nämns cirka 82 olika spel i åldersintervallet 2-4 (jämfört med 124 år 2022) och cirka 207 i åldersintervallet 5-8 (jämfört med 277 år 2022).

---

<sup>1</sup> För mer information om affärsmodeller och andra eventuellt problematiska inslag i *Fortnite*, *Roblox* och *Brawl Stars*, se [Kollaspelet - en guide till pengafällor i spel](https://kollaspelet.se/en-guide-till-pengafallor-i-spel) - [Kollaspelet.se](https://kollaspelet.se)

## 14. Hur ofta brukar ditt barn använda följande sociala medier? (%) (Endast åldersgruppen 5–8 år)

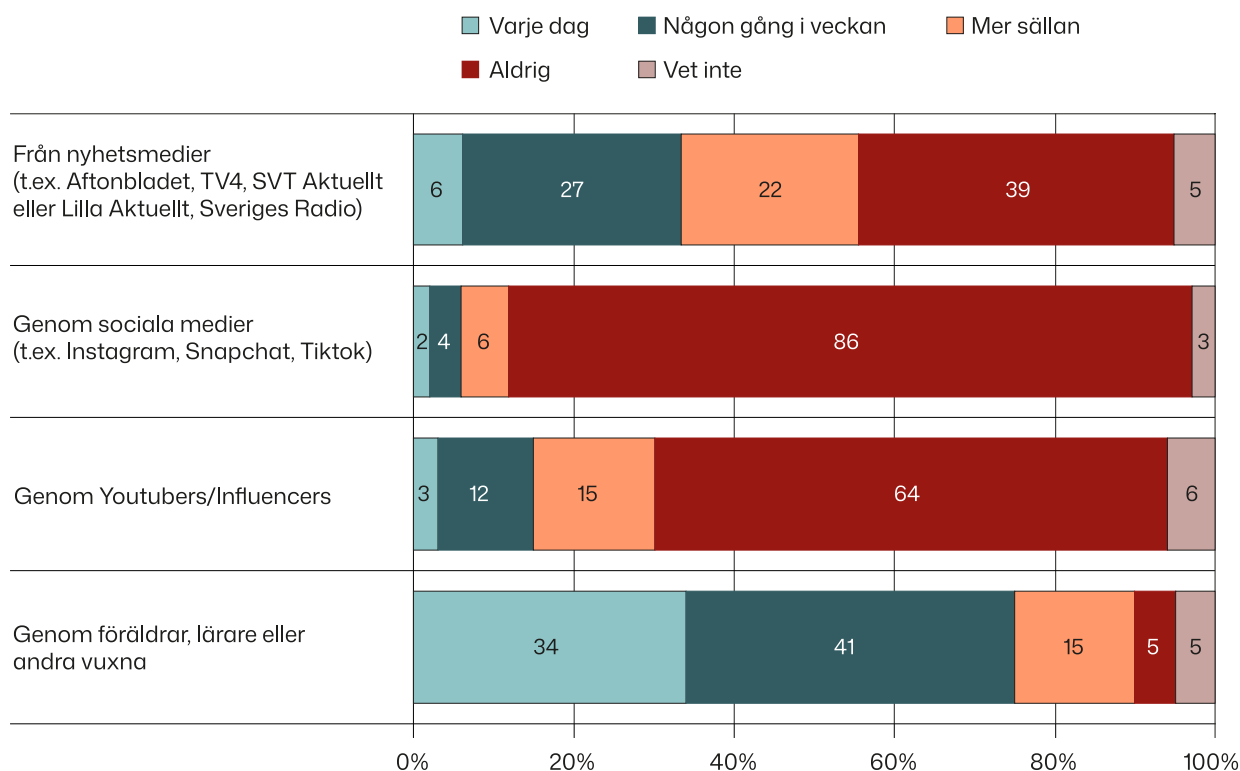


Som tidigare har konstaterats använder de flesta småbarn inte sociala medier. I de två yngsta åldersgrupperna finns knappt några användare alls och i åldersgruppen 5–8 är det totalt 10 % som använder sociala medier (diagram 9). Eftersom det är något fler användare i åldersgruppen 5–8 har deras föräldrar fått en följdfråga om vilka sociala medie-plattformar barnen använder och det är deras svar som redovisas i diagram 14.

Det är bara Snapchat och Tiktok som har några dagliga användare i åldersgruppen 5–8 (1–2 %) och 4–5 % använder dessa plattformar minst en gång i veckan. Motsvarande andel för Instagram och Discord är 2 % medan övriga plattformar används mer sällan, om de används alls. Snapchat och Tiktok var de plattformar som användes mest även 2022 men då var det en något större andel (8 %) som använde Tiktok minst en gång i veckan.

Det finns inga nämnvärda könsskillnader. Barn med äldre syskon (och eventuellt flera syskon) använder Facebook, Tiktok, Snapchat och Twitch något mer frekvent än andra barn i åldersgruppen 5–8. Det finns inga dagliga användare alls bland barnen utan syskon, bara bland dem som har syskon (främst äldre och flera syskon). Det är även en mindre andel av ensam barnen, än barnen med äldre och flera syskon, som över huvud taget använder Snapchat och Tiktok.

## 15. Hur ofta tar ditt barn del av nyheter om vad som händer i det svenska samhället och i världen... (%) (Endast åldersgruppen 5–8 år)



Frågan om hur ofta barnen tar del av nyheter har endast ställts till föräldrar till barn i åldersgruppen 5–8. Resultatet visar att föräldrar och andra vuxna är den absolut vanligaste vägen till nyheter och information, vilket är rimligt givet barnens ålder. Men föräldrar och andra vuxna är även den vanligaste vägen till nyheter och information bland äldre barn och ungdomar (9–18 år). I åldersgruppen 5–8 får 75 % av barnen nyheter och information genom föräldrar dagligen eller någon gång i veckan. Bland barn i åldersgruppen 9–12 och bland tonåringar upp till 18 år är motsvarande andelar drygt 80 % (se *Ungar & medier 2025*). Oavsett ålder är alltså föräldrar och andra vuxna viktiga vägar till nyheter.

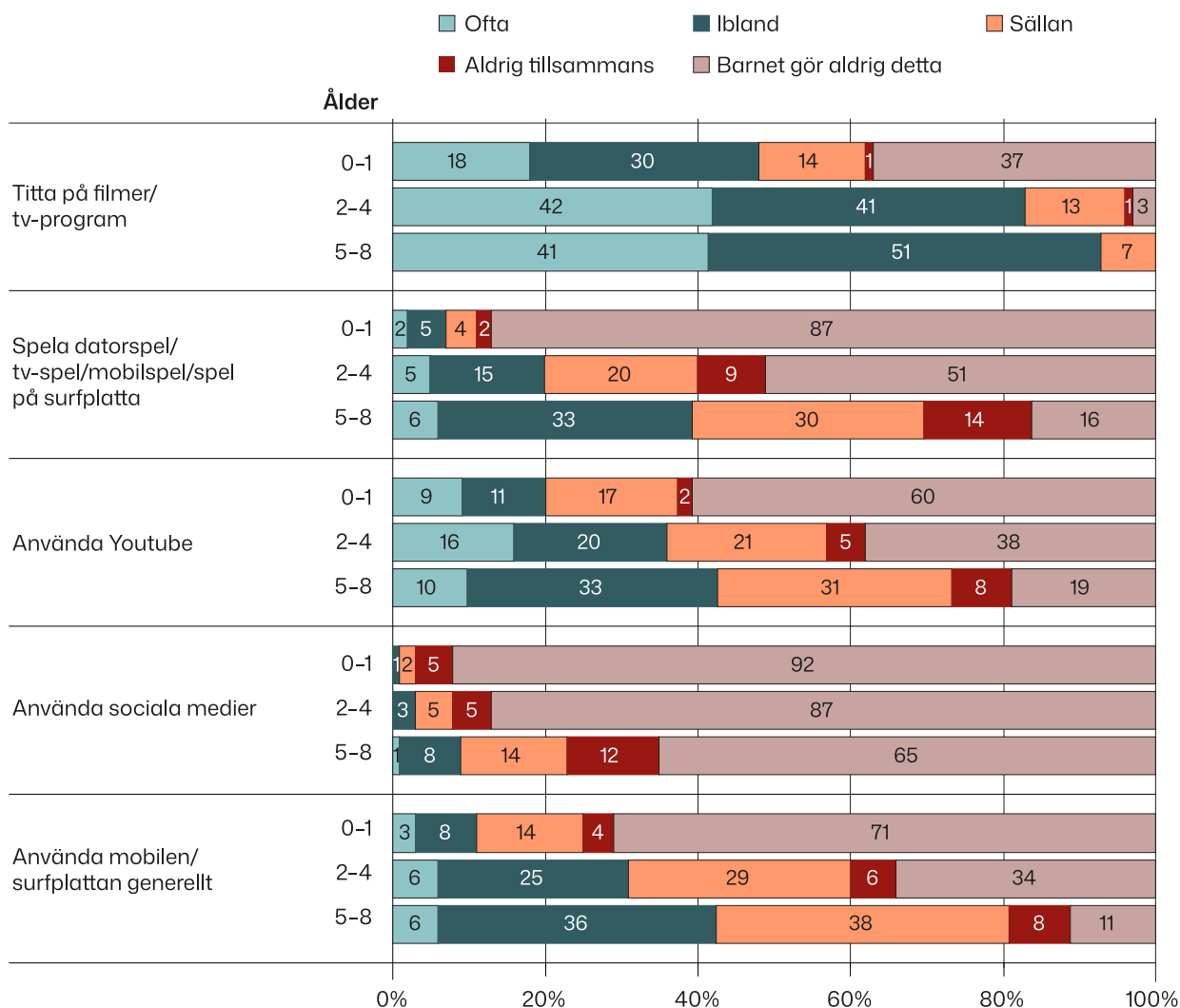
Vad gäller de övriga sätten att ta del av nyheter och information är det större skillnader när barnen i åldersgruppen 5–8 jämförs med äldre barn och detta mönster har även funnits tidigare år. Nyhetskonsumention ökar generellt med stigande ålder. Nyhetsmedier är det näst vanligaste sättet att ta del av nyheter i åldersgruppen 5–8, medan sociala medier och influencers eller Youtubers används i betydligt lägre grad för samhällsnyheter. Bland tonåringar är, tvärtom, sociala medier den vanligaste *dagliga* vägen till samhällsnyheter (se *Ungar & medier 2025*).

Jämfört med 2022 är det en något mindre andel av föräldrarna som svarar ”vet inte” på nyhetsfrågorna. För övrigt är resultaten näraliggande 2022. Det finns alltså inget som tyder på att småbarnens nyhetskonsumention förändrats nämnvärt.

Pojkar tar i något högre grad än flickor del av nyheter genom Youtubers och influencers, men skillnaderna är små. Barn med yngre syskon och/eller jämnårigt syskon tar generellt del av nyheter i något lägre grad än andra barn. Drygt hälften av barnen med yngre eller jämnårigt syskon tar *aldrig* del av nyhetsmedier, vilket kan jämföras med drygt 30 % av barnen med äldre eller flera syskon i olika åldrar.

Ensbarn tar i högre grad än andra del av nyheter genom vuxna medan barn med äldre syskon oftare tar del av nyheter genom sociala medier samt Youtubers och influencers: 44 % av ensbarnen tar *dagligen* del av nyheter genom föräldrar eller andra vuxna, jämfört med 36 % av barnen med äldre eller flera syskon och 28 % av barnen med endast yngre eller jämnårigt syskon. Barn med äldre eller flera syskon tar i högre grad än andra barn del av nyheter genom Youtubers och influencers samt sociala medier. Som tidigare konstaterats tenderar medieanvändningen vara något mer omfattande bland barn med äldre syskon och detta ger utslag även i nyhetskonsumention på digitala plattformar.

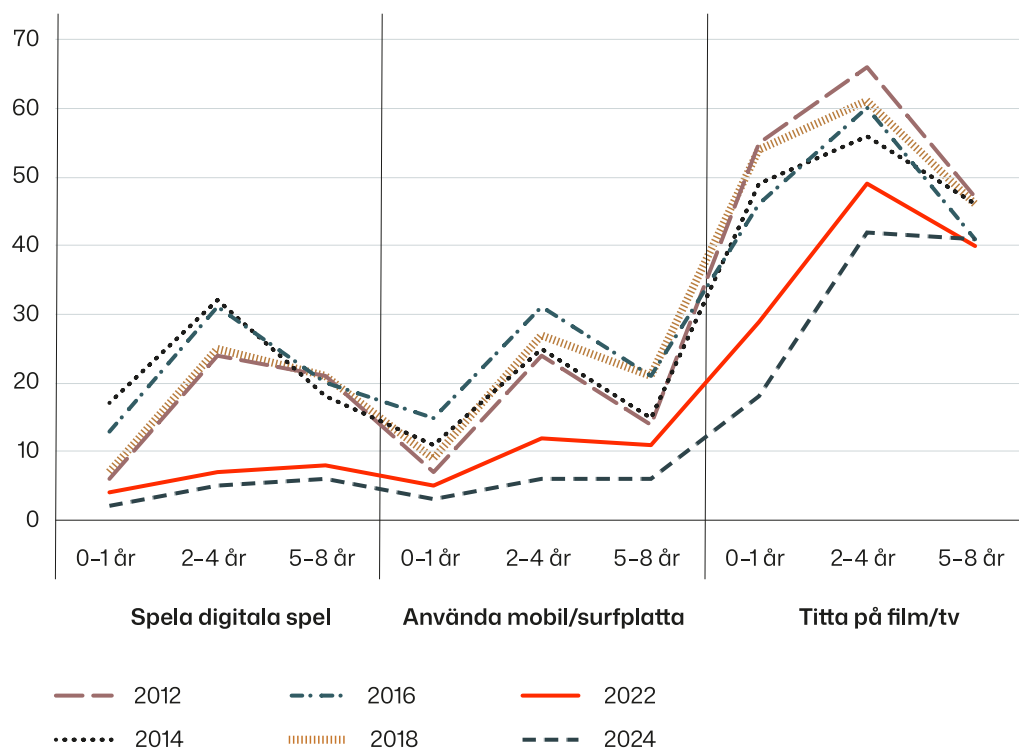
## 16. Ungefär hur ofta brukar du och ditt barn tillsammans... (%)



Titta på filmer och tv-program är den medieaktivitet som barn och vårdnadshavare i störst utsträckning gör tillsammans. De tittar även på Youtube tillsammans i relativt hög grad och detta mönster har även funnits tidigare undersökningsår. Att använda digitala enheter och medier, till exempel spela, tillsammans med barnet ökar generellt med barnets stigande ålder.

Jämfört med 2022 finns en tydlig förändring i de två yngsta åldersgrupperna på så sätt att andelarna som *ofta* eller *ibland* gör de olika medieaktiviteterna tillsammans med barnen minskar, medan andelarna som svarar *barnet gör aldrig detta* ökar. Ett exempel är användningen av Youtube där andelen som svarar ofta eller ibland minskar från 39 % till 20 % i åldersgruppen 0-1, och från 53 % till 36 % i åldersgruppen 2-4. Samtidigt ökar andelen som svarar att barnet aldrig gör detta med 15 respektive 16 procentenheter. Föräldrars medieanvändning tillsammans med barn under 5 år har således minskat märkbart sedan 2022.

**16 b. Brukar ofta spela, använda mobil/surfplatta, titta på film/tv-program tillsammans med barnet 2012–2024 (%)**



Tre medieanvändningsområden kan jämföras längre tillbaka i tiden. Redan i 2012 års undersökning ställdes frågor om ungefär hur ofta föräldrarna brukade vara tillsammans med barnet när han eller hon spelade digitala spel, tittade på filmer och tv-program eller använde mobilen. Efter 2018 justerades frågeställningen något och surfplatta lades till i frågan om mobilanvändning. Trots detta ökade inte andelen som ofta använde dessa digitala enheter tillsammans med sitt barn efter 2018, det har tvärtom minskat. Även andelarna som ofta spelar digitala spel och tittar på filmer och tv-program tillsammans med sitt barn är lägre efter 2018 än tidigare år.

Medielandskapet har förändrats kraftigt sedan 2012 och då måste även frågeställningar justeras efter hand, vilket kan försvåra jämförelser över tid. Med reservation för detta tyder ändå resultaten på att allt färre föräldrar gör dessa medieaktiviteter tillsammans med sina barn. Det vill säga att medieanvändning som gemensam aktivitet har minskat. Eftersom medieanvändningen generellt inte ökar bland de små barnen sedan 2022 verkar det *inte* som om barnen lämnas ensamma med medier i högre grad än förr. Det är troligare att den allmänna debatten om negativa konsekvenser av hög ”skärmtid” samt råd och rekommendationer om hur denna kan begränsas har satt spår i småbarnsfamiljernas vardag. Om detta innebär att endast de allra yngstas medieanvändning minskat eller hela familjernas är en annan fråga.

I de två yngsta åldersgrupperna använder föräldrar mobilen eller surfplattan generellt i något högre grad tillsammans med flickor än med pojkar. I åldersgruppen 5–8 spelar föräldrar digitala spel tillsammans med pojkar i högre grad än flickor.

Vad gäller barnets syskonstatus finns det vissa variationer mellan grupperna men inget tydligt mönster, förutom i ett avseende: det är ytterst få föräldrar som aldrig tittar på filmer och tv-program tillsammans med barnet, oavsett syskonstatus. Kanske är film- och tv-tittande fortfarande den mest "sociala" medieformen, trots framväxten av det vi kallar "sociala medier"?

# **Bilaga 1.**

## **Bortfall, signifikans, åldersintervall och kalibreringsvikter**



Det första utskicket av inbjudan att delta i undersökningen gjordes av SCB den 15 oktober 2024. Innan dess gjordes en kontroll av personerna i urvalet mot de senaste folkbokföringsuppgifterna för att ta fram aktuella adressuppgifter. Vid kontrollen framkom att några personer inte längre tillhörde populationen eller hade okänd adress vilket innebär att dessa inte kunde medverka i undersökningen. Urvalet i varje åldersgrupp (stratum) när dessa personer räknats bort blev 3 996 barn i åldern 0–4 och 3 996 barn i åldern 5–8.

Som konstaterats är svarsfrekvensen i föreliggande rapport relativt låg, 26,1 % för barn 0–4 år och 23,8 % för barn 5–8 år. En låg svarsfrekvens medför ökad risk för bortfallsfel – att de 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 baserat på registerdata (se nedan).

I föreliggande rapport uppnår i princip samtliga av de jämförelser och förändringar som redovisas i den löpande texten signifikansnivån 0,05 och är alltså vad man i dagligt tal brukar kalla för statistiskt säkerställda. Signifikansnivån anger sannolikheten för att man av en slump skulle få det erhållna resultatet och 0,05 innebär att det är 95 % sannolikhet för att resultaten inte påverkats av slumpen. Statistisk signifikans är dock ett i vissa avseenden problematiskt mått på en undersöknings tillförlitlighet. Ju större antal individer som deltar, desto större är sannolikheten för att mycket små förändringar över tid eller skillnader mellan olika grupper är statistiskt signifikanta. För att inte överdriva obetydliga skillnader eller redovisa triviala resultat bara för att de är signifikanta har vi valt att inte redovisa små skillnader om de inte ingår i ett tydligt mönster (till exempel att användningen av en medieform ökat i samtliga åldersgrupper som undersökts). Av läsbarhetsskäl redovisas inte signifikansnivåer eller andra statistiska mått i rapporten.

Den tidigare kommittén Medierådet använde sig i undersökningen 2010 av överlappande åldersgrupper, 2–5 år och 5–9 år. Anledningen var 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 fyraåring som fyllde fem innan enkätinsamlingen var avslutad betraktades således som en femåring i tidigare material. Då insamlingen 2010 varit åldersmässigt snedfördelad har vi i alla datainsamlingar sedan 2012 valt ut åldersgrupperna utifrån hur mycket respondenterna fyller under året. Det vill säga att alla barn som exempelvis är födda år 2022 registreras som 2-åringar (2024), och så vidare.

2012 års enkäter utformades för att kunna jämföra resultaten med de datainsamlingar som genomfördes parallellt av de norska och finska motsvarigheterna till Statens medieråd och då ändrades åldersintervallen till de nuvarande, mer konsekventa 2–4 år och 5–8 år. Detta innebär att åldersintervallen från 2010 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 2010–2022

| 2010         | 2012         | 2014         | 2016         | 2018         | 2022         | 2024         |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| –            | 0–1: 0,73 år | 0–1: 0,66 år | 0–1: 0,69 år | 0–1: 0,68 år | 0–1: 0,65 år | 0–1: 0,59 år |
| 2–5: 3,80 år | 2–4: 3,08 år | 2–4: 2,97 år | 2–4: 3,03 år | 2–4: 3,16 år | 2–4: 3,02 år | 2–4: 3,02 år |
| 5–9: 7,32 år | 5–8: 6,56 år | 5–8: 6,48 år | 5–8: 6,52 år | 5–8: 6,52 år | 5–8: 6,59 år | 5–8: 6,49 år |

Jämförelsen visar att medelåldern för åldersgrupperna 2–5 och 5–9 är något högre i datainsamlingen 2010 än för motsvarande åldersintervall i senare insamlingar. Eftersom medieanvändningen generellt ökar med ålder innebär det att siffrorna från 2010 kan vara något i överkant om man jämför hela åldersintervallen. Sedan SCB blev ansvariga för datainsamlingen 2012 har åldersvariationen varit marginell.

Datainsamlingsperioderna har de flesta år varit under hösten, med avslutning innan julhelgen. Två datainsamlingar har dock sträckt sig över ett årsskifte. Detta gäller år 2012, som avslutades i början av 2013, och år 2024 som avslutades den 6 februari 2025. Eftersom medievanorna kan se olika ut under olika perioder på året kan dessa skillnader påverka resultaten och möjligheten till jämförelser över tid. Tittandet på filmer och tv-program kan till exempel vara högre under jul- och nyårshelgen än under en pågående hösttermin. Frågor i enkätundersökningar kan formuleras på olika sätt för att styra respondenten att till exempel svara på hur mediedagen såg ut ”igår” eller ”den senaste veckan”. Om frågorna i Småungar & medier hade varit formulerade så hade risken för skevheter till följd av skillnader i datainsamlingsperioder varit större. I Småungar & medier är frågorna oftast formulerade i mer generella termer, såsom ”Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar ditt barn...”, vilket gör dem mindre känsliga för förändringar i datainsamlingsperioden.

SCB har, som nämnts i metodavsnittet, kalkylerat kalibreringsvikter för varje respondent. Vid bortfall kan det vara så att vissa grupper av urvalet svarar i större utsträckning än övriga, och 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.

Kalibreringsvikter kan dock inte kompensera för allt, särskilt inte när resultat bryts ner längs flera variabler. Ju fler variabler som resultatet bryts ner på, till exempel barnets ålder, kön och syskonstatus, desto färre respondenter blir kvar i varje grupp och desto större blir osäkerheten. I vissa fall redovisas ändå resultat för små grupper, vilket motiveras av att dessa grupper annars blir osynliga i analysen. Resultaten här ska dock tolkas med försiktighet.

Ytterligare information om datainsamlingen finns på [www.mediemyndigheten.se](http://www.mediemyndigheten.se).



**Mediemyndigheten**

Tel: 08-580 070 00  
[www.mediemyndigheten.se](http://www.mediemyndigheten.se)