

Sammanfattning

Småungar & medier 2023 är en av tre delrapporter som Statens medieråd publicerar hösten 2023 inom ramarna för rapportserien Ungar & medier. Detta är den största undersökningen av medievanor och attityder till medier bland barn och unga i Sverige. I *Småungar och medier* behandlas medievanor bland barn i åldern 0–8 år. Övriga rapporter som publiceras är *Ungar & medier 2023* (barn 9–18 år) samt *Föräldrar & medier 2023* (om föräldrars uppfattningar om medier och medieanvändning bland barn och unga).

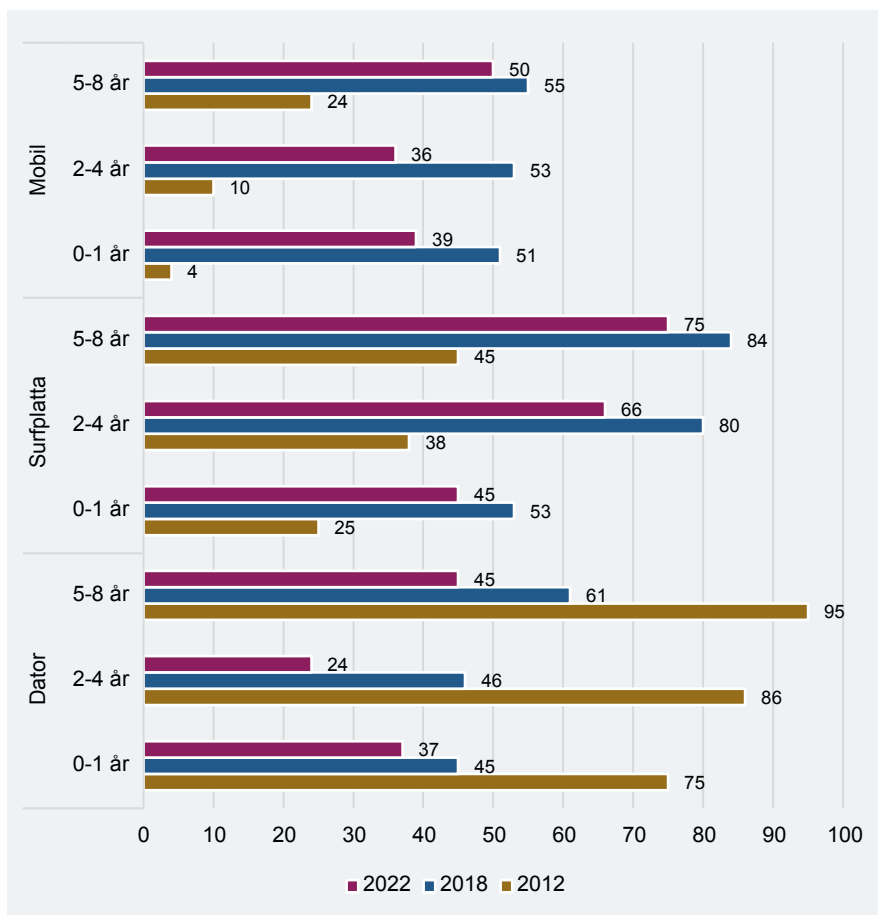
Fler har egna mobiltelefoner...

De allra flesta barn i åldern 0–8 år har tillgång till tv i hemmet och många har även tillgång till surfplatta och mobiltelefon. Oftast delar barnen på tekniken med andra i familjen men från 2 års ålder och uppåt ökar andelarna som har egna surfplattor och mobiler. Tillgången till en helt egen mobiltelefon har ökat successivt sedan frågan ställdes första gången år 2012 och är nu som högst i alla åldrar. År 2012 var det knappt någon 6-åring som hade en egen mobiltelefon men år 2022 är det ungefär en femtedel – och bland 8-åringarna har det skett en fördubbling under decenniet.

... men den sammanlagda tekniktillgången minskar något

Under samma tid har tillgången till dator i hemmet minskat så pass att det sammantaget är fler som *inte* har tillgång till dator i hemmet år 2022 än 2012. Tillgången till surfplattor och mobiler (antingen egen eller en man delar med andra i familjen) ökade markant efter år 2012, men efter år 2018 syns en liten tillbakagång.

I. Har tillgång till egen eller delad dator, surfplatta, mobiltelefon 2012–2022 (%)

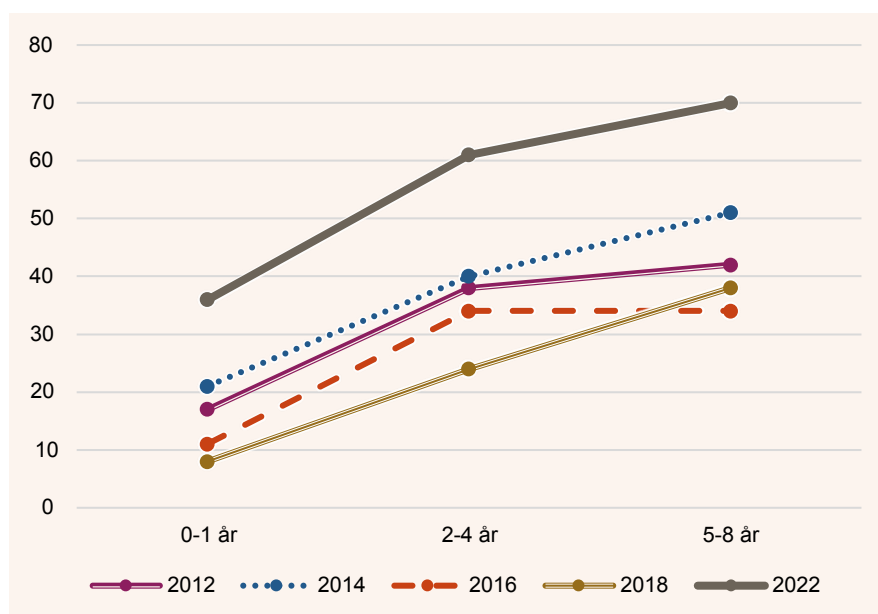


Trots att innehavet av *egna* mobiler har ökat under decenniet har alltså inte den sammanlagda tekniktillgången ökat. För första gången har undersökningen även ställt frågor om tillgång till internetuppkopplade leksaker och VR-teknik men denna är mycket begränsad. Som mest 6–7 % har tillgång till något av detta.

Ökad mobilanvändning och läsning

Surfplattan är den apparat som används *dagligen* av flest barn i åldersintervallen 2–4 och 5–8, medan mobilen är den apparat som flest barn i åldern 0–1 år använder dagligen.

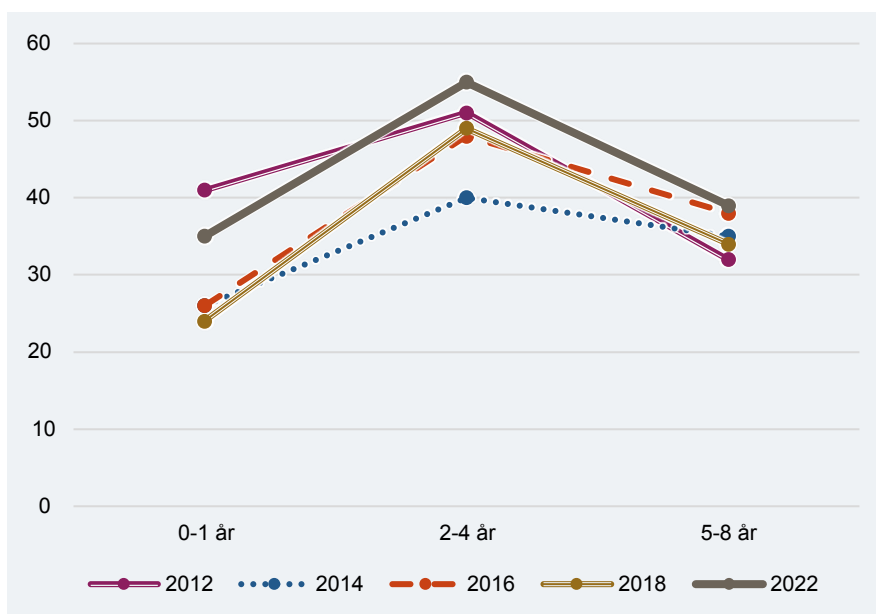
II. Använder mobiltelefon totalt, 0–8 år, 2012–2022 (%)



Hur stora andelar av barnen i de tre åldersgrupperna som totalt använder mobiltelefon (oavsett vems, hur ofta eller till vad) har varierat under åren, men användningen är högre år 2022 än något annat år i samtliga åldersgrupper. Under åren har mobilens funktioner och användningsområde breddats markant och man kan påminna sig om att "mobiltelefon" under de första undersökningsåren kunde betyda en mobil med knappar, inte en smartphone. Idag kan mobilen ersätta tv, radio, musikspelare, spelkonsol m.m. och det är på så sätt knappast märkligt att användningen har ökat.

De vanligaste medieaktiviteterna på fritiden 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 en populär aktivitet. I de flesta fall ökar användningsfrekvensen med barnens stigande ålder, undantaget att lyssna på musik, och dessa mönster har även funnits i tidigare undersökningar. Trots att användningen av sociala medier, sms och chatt är begränsad bland småbarnen så träffar 16 % av barnen i åldersgruppen 5–8 kompisar på nätet minst en gång i veckan. Vad gäller sociala medieplattformar är det i princip bara Tiktok och Snapchat som används i någon utsträckning, och det i begränsad omfattning.

III. Läser böcker och tidningar varje dag, 0–8 år, 2012–2022 (%)

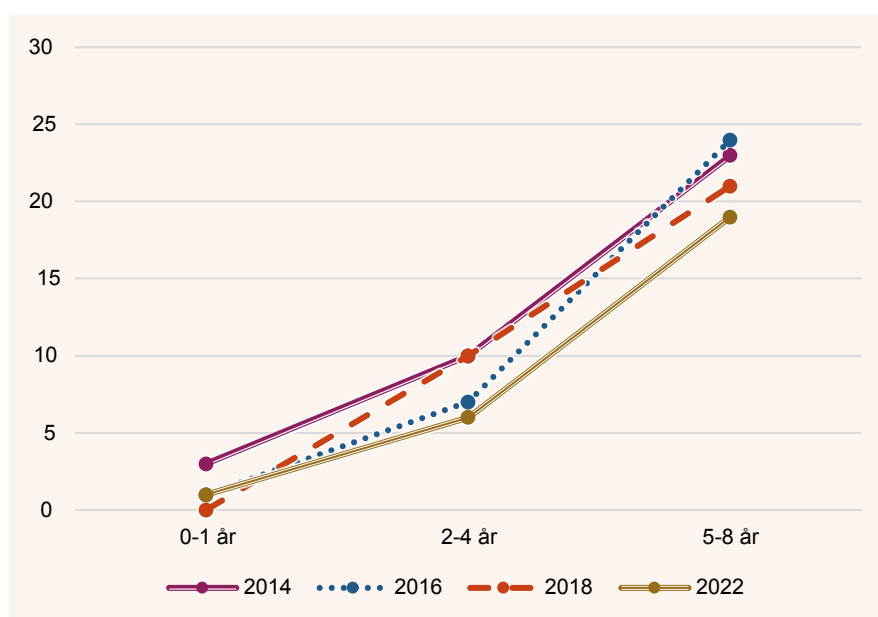


Efter flera års minskad daglig läsning verkar nu trenden ha vänt. I alla åldersgrupper ökar den dagliga läsningen med flera procentenheter jämfört med år 2018. I åldersgruppen 0–1 år läsningen inte tillbaka på samma nivå som år 2012, men i åldersgrupperna 2–4 och 5–8 är andelen dagliga läsare något större år 2022 än 2012. Samtidigt minskar andelarna som *aldrig läser med mellan 9 och 19 procentenheter i åldersgrupperna (jämfört med 2018)*. Även andelarna som aldrig lyssnar på ljudböcker minskar i samtliga åldersgrupper. Både att läsa och lyssna på böcker och tidningar har således ökat märkbart bland småbarnen. Även bland äldre barn i åldern 9–18 ökar läsningen igen, efter att under flera år ha minskat (se *Ungar & medier 2023*).

Minskat dagligt tittande på filmer och tv-program samt spelande

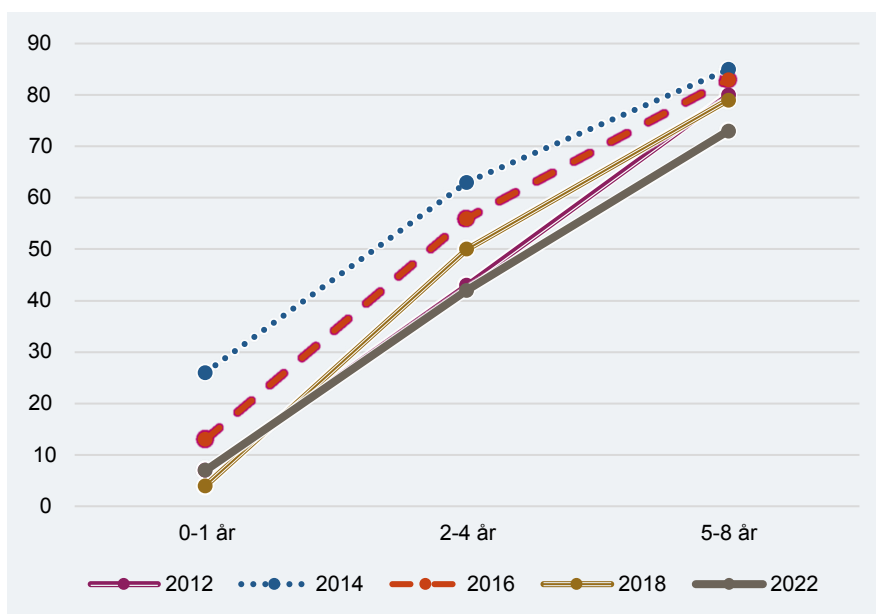
Ett par medieaktiviteter minskar jämfört med år 2018. Detta gäller det *dagliga* spelandet på surfplatta samt det *dagliga* tittandet på filmer och tv-program i åldersgrupperna 2–4 och 5–8.

IV. Spelar spel på surfplatta varje dag, 0–8 år, 2014–2022 (%)



Det dagliga spelandet på surfplatta sker mest i åldersgruppen 5–8, men det minskar jämfört med tidigare år. Från som högst 24 % dagliga spelare år 2016 till 19 %. Trots att spela spel på surfplatta fortfarande är en populär aktivitet i dessa åldrar ökar andelarna som inte alls spelar spel på surfplatta: år 2016 svarade 13 % att barnet *aldrig* spelade spel på surfplatta, vilket år 2022 motsvaras av 24 %.

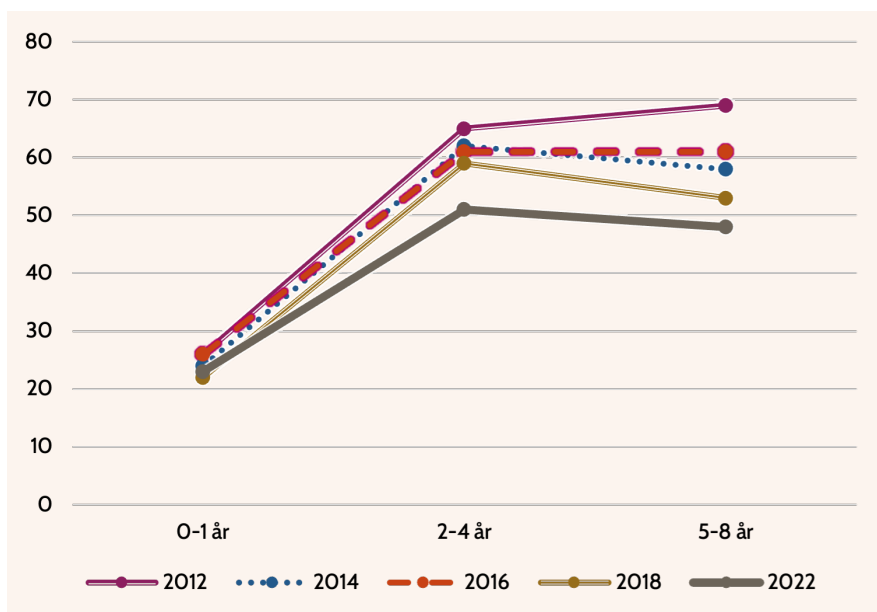
V. Spelar digitala spel totalt, 2012–2022 (%)



Även den totala andelen barn som spelar digitala spel, alltså oavsett vilken plattform barnen spelar på (surfplatta, mobil, dator, konsol etcetera), minskar. År 2014 var det år då flest barn i alla åldersgrupper spelade digitala spel, vilket sammanfaller med att surfplattan blev vanligare i hemmen. Eftersom surfplattan är enklare att hantera för små barn, jämfört med dator och konsol, kan det förklara den plötsliga ökningen av andelen spelare mellan 2012 och 2014, även i den allra yngsta gruppen. Men därefter minskar spelandet successivt i alla åldersgrupper och är nu på ungefär samma nivå som år 2012, eller lägre (5–8-åringarna).

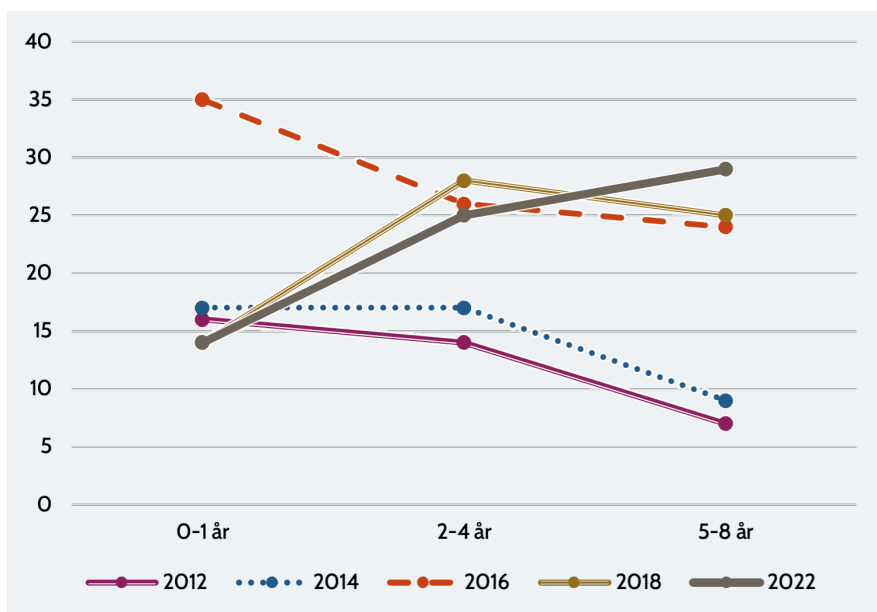
Att spela digitala spel är en av de medieaktiviteter där könsskillnader framträder tydligast. Pojkar spelar mer än flickor från 5 års ålder och skillnaderna ökar när barnen blir äldre (se *Ungar & medier 2023*). Barn med äldre syskon och med flera syskon i olika åldrar spelar generellt i något högre grad än andra barn. Undersökningen visar att mellan 40 % och 60 % av småbarnen som spelar spel gör det tillsammans med syskon minst en gång i veckan.

VI. Tittar på filmer/tv-program varje dag, 0–8 år, 2012–2022 (%)



Det dagliga tittandet på filmer och tv-program var som högst det första undersökningsåret 2012 och har därefter minskat med 14 procentenheter i åldersgruppen 2–4 och med 21 procentenheter i åldersgruppen 5–8. Detta innebär inte att barn har slutat titta på filmer och tv-program, men de tittar mindre frekvent. I åldersgruppen 2–4 har andelen som *aldrig* tittar på filmer och tv-program ökat med 5 procentenheter under decenniet och i de övriga åldersgrupperna är förändringarna mindre än så.

VII. Tittar på Youtube varje dag, 0–8 år, 2012–2022 (%)



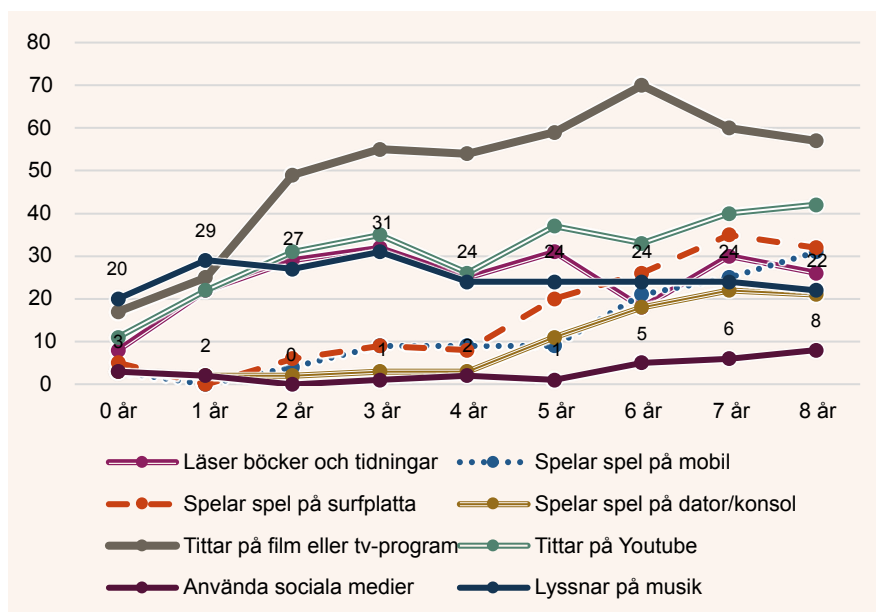
Det dagliga tittandet på Youtube ökade markant under år 2016 men därefter har förändringarna varit mycket små.³ För första gången har undersökningen även ställt frågan om barnet har en egen Youtube-kanal och om barnet i så fall regelbundet lägger ut material på kanalen, men detta förekommer inte alls.

Det är få småbarn som använder medier mer än 3 timmar per 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 ”höganvändare”. Detta konstaterande gäller även år 2022. I åldersgruppen 5–8 använder 1 % dator, 5 % surfplatta och 3 % mobil tre timmar eller mer en vanlig dag.

³ Både frågeformuleringen och tillgången till digital teknik har förändrats under de år som Youtube-frågan ställts. År 2012 löd frågan ”Hur ofta brukar barnet göra följande på datorn: titta på filmklipp på t.ex. Youtube?” År 2014 lades surfplattan till i frågeformuleringen och år 2018 ströks apparaterna helt och frågan infogades i de frågebatterier som även används i enkäten 2022 (”Hur ofta brukar barnet göra följande på fritiden?” samt ”Om du tänker på en vanlig dag, ungefär hur länge brukar barnet...?”) Både frågeformuleringen och de tekniska förutsättningarna för att titta Youtube har således förändrats en del under åren vilket kan förklara de stora skillnaderna mellan tidigare och senare undersökningsår.

VIII. Använder minst en timme/dag, 0–8 år, 2022 (%)

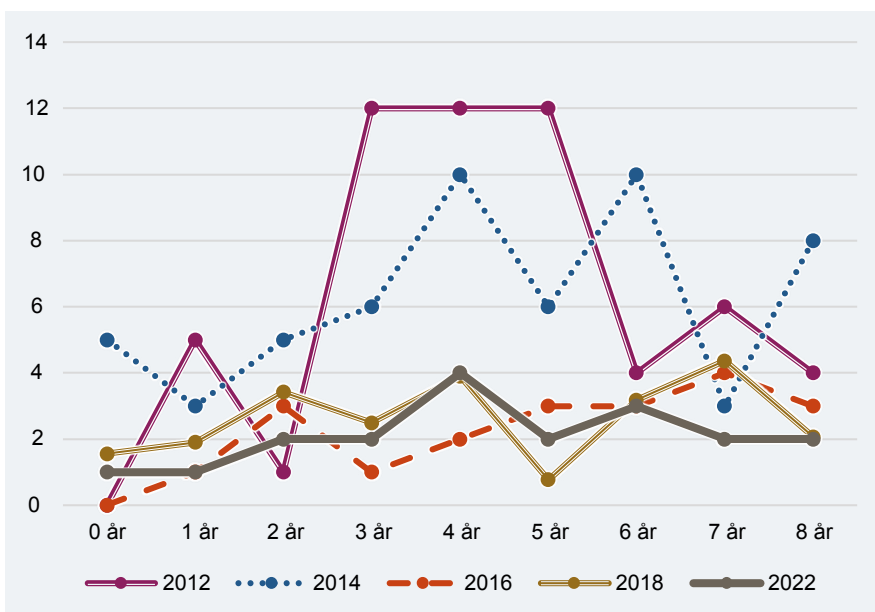


Det vanligaste är att barn i åldern 0–8 år ägnar *mindre än en timme* åt de olika medieaktiviteter som efterfrågas i undersökningen (om de över huvud taget ägnar sig åt dem). Tiden som barnen ägnar åt medieanvändning ökar sedan generellt med barnens ålder. Ett undantag är att lyssna på musik, som fler barn upp till tre års ålder ägnar minst en timme åt en vanlig dag.

Från två års ålder är titta på film och tv-program, följt av Youtube, det som flest barn ägnar minst en timme åt en vanlig dag. Det digitala spelandet tar fart i 4–5-årsåldern och användningen av sociala medier ökar från 6 års ålder.

Det är, precis som tidigare år, få barn som faller inom ramen för undersökningens definition av höganvändare. Begreppet är endast deskriptivt och ska inte förstås som ett värdeomdöme. 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 i alla tre åldersgrupper, samt spela spel på surfplatta i åldersgruppen 5–8. Resultaten är ungefär desamma som tidigare. Men både år 2016 och 2018 förekom även spel på dator/konsol samt mobil mer än tre timmar per dag i båda åldersgrupperna 2–4 och 5–8. Det omfattande spelandet har alltså minskat över tid, vilket även gäller det mer omfattande tittandet på filmer och tv-program (diagram IX).

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



Det var större andelar av barnen, särskilt i åldern 3–5 år, som tittade på filmer och tv-program mer än tre timmar en vanlig dag år 2012 än 2022. Sedan dess har Youtube etablerats och blivit mer lättillgängligt i och med att surfplattor och smartphones blivit vanligare i barnens vardag, vilket kan konkurrera med traditionellt tv-tittande. Vi har bara uppgifter om *hur länge* småbarnen brukar titta på Youtube för år 2018 och 2022, och andelarna höganvändare är på samma låga nivå båda åren. Det finns således inga tecken på att antalet höganvändare av Youtube har ökat (diagram X).

X. Använder Youtube mer än 3 timmar/dag, 0–8 år, 2018 och 2022 (%)

