

BARN OG MEDIER 2020

Salg av alkohol og hasj, og planlegging av slåsskamper på nett

Delrapport 6
Juni 2020



Innhold

Forord	3
Hovedfunn i delrapport 6	3
Salg av alkohol og hasj, planlegging av slåsskamper, selvskading, og hatmeldinger	5
Om Barn og medier 2020	9

Forord

For å bidra til et oppdatert kunnskapsgrunnlag om barn og unges medievaner, har Medietilsynet gjennom mange år jevnlig gjennomført landsomfattende kartlegginger både blant de unge selv og foreldre. I Barn og medier 2020 har cirka 3 400 9 – 18-åringer fra 51 skoler i alle landets fylker deltatt. Respondentene har svart på spørsmål om egen mediebruk og opplevelser knyttet til nett og mobil, dataspill og sosiale medier.

Resultatene fra Barn og medier 2020 blir presentert gjennom flere tematiske delrapporter. Denne sjette delrapporten omhandler hva slags type innhold eller diskusjoner ungdom har sett på nett, og svarer blant annet på følgende spørsmål: Hvor høy andel tenåringer har sett salg av hasj og alkohol på nett? Er det vanlig at unge ser planlegging av slåssing eller slåsskamper i sosiale medier?

I arbeidet med å utforme spørsmål til årets undersøkelse, har Medietilsynet intervjuet barn og unge om hvilke temaer de mener er mest aktuelle i deres digitale hverdag. Ungdommene selv foreslo at det burde stilles spørsmål om blant annet salg av alkohol og rusmidler på nett. I årets undersøkelse er det derfor lagt inn spørsmål om disse temaene for første gang. Spørsmålene i denne delrapporten er kun stilt til 13 – 18-åringene i undersøkelsen (2 018 respondenter).

Hovedfunn i delrapport 6

- Tre av ti har sett innhold eller diskusjoner på nett om planlegging av slåssing eller slåsskamper.
- Tre av ti har sett innhold eller diskusjoner på nett om salg av alkohol.
- To av ti har sett innhold eller diskusjoner om salg av hasj eller marihuana på nett.

I denne rapporten er også funn knyttet til ungdoms erfaring med skremmende eller voldelige bilder, hatmeldinger, måter å være svært tynn på og måter å skade seg selv på fysisk. Disse funnene er [tidligere omtalt i delrapport 1](#), men gjengis her da de stammer fra samme spørsmålsbatteri som spørsmålene om planlegging av slåsskamper, salg av alkohol, hasj eller marihuana.

Første delrapport fra Barn og medier 2020 handlet om sosiale medier og skadelig innhold på nett, og ble offentliggjort 11. februar 2020. Den andre delrapporten omhandlet kompetanse relatert til kildekritikk og falske nyheter, og ble publisert 26. februar 2020. Den tredje delrapporten inneholdt funn om gaming og pengebruk i dataspill, og ble offentliggjort 7. april 2020. Den fjerde delrapporten handlet om seksuelle kommentarer og nakenbilder, og ble publisert i mai 2020. I den femte delrapporten presenterte Medietilsynet funn om ungdoms erfaringer med porno, og den ble publisert 26.mai 2020.

Utover året kommer Medietilsynet til å legge fram flere delrapporter fra undersøkelsen. Følgende temaer blir omtalt i kommende delrapporter:

- Eksponering for reklame og markedsføring
- Språk i digitale medier
- Medie- og nyhetsvaner
- Mobbing og utenforskap

En samlet rapport med resultatene fra Barn og Medier 2020 blir publisert høsten 2020. Parallelt med denne undersøkelsen har Medietilsynet gjennomført en undersøkelse blant cirka 2 000 foreldre med barn fra ett til 17 år, der de svarer på spørsmål om sine barns mediebruk. Resultatene fra denne undersøkelsen presenteres i en egen rapport.

Medietilsynet har i arbeidet med Barn og medier 2020 fått innspill fra mange sentrale aktører som jobber på barn og medier-feltet, blant andre Kripos, Forbrukertilsynet og Redd Barna. I tillegg har Medietilsynet gjennomført gruppesamtaler med barn og unge i forbindelse med at spørreskjemaet ble utviklet. Tusen takk til alle som har bidratt til årets undersøkelse!

Barn og medier 2020 er finansiert i samarbeid mellom Kulturdepartementet, Barne- og familiedepartementet, Justis- og beredskapsdepartementet og Kunnskapsdepartementet. Sentio Research har gjennomført undersøkelsen på oppdrag fra Medietilsynet. Medietilsynets prosjektleder har vært Thea Grav Rosenberg.

Medietilsynet håper Barn og medier 2020 bidrar til økt innsikt i viktige aspekter ved barn og unges digitale mediehverdag!

Fredrikstad, 16. juni 2020

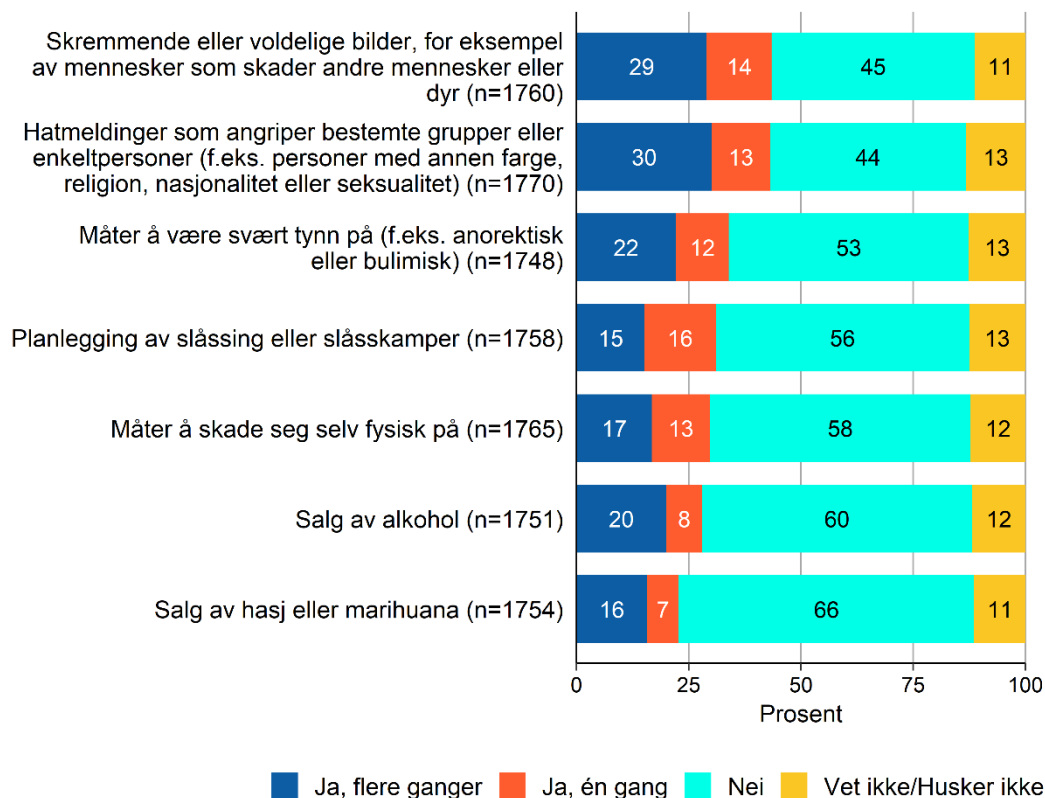
A handwritten signature in grey ink, reading 'Mari Velsand'.

Mari Velsand
direktør i Medietilsynet

Salg av alkohol og hasj, planlegging av slåsskamper, selvskading og hatmeldinger

I Barn og medier 2020 fikk 13 – 18-åringene spørsmål om de i løpet av det siste året har sett innhold eller diskusjoner på nett der noen snakker om eller viser eksempelvis salg av alkohol og hasj, selvskading eller hatmeldinger.¹

Figur 1: Har du i løpet av det siste året sett innhold eller diskusjoner på nettet der folk snakker om eller viser noe av følgende? Prosentandel av 13-18-åringer.



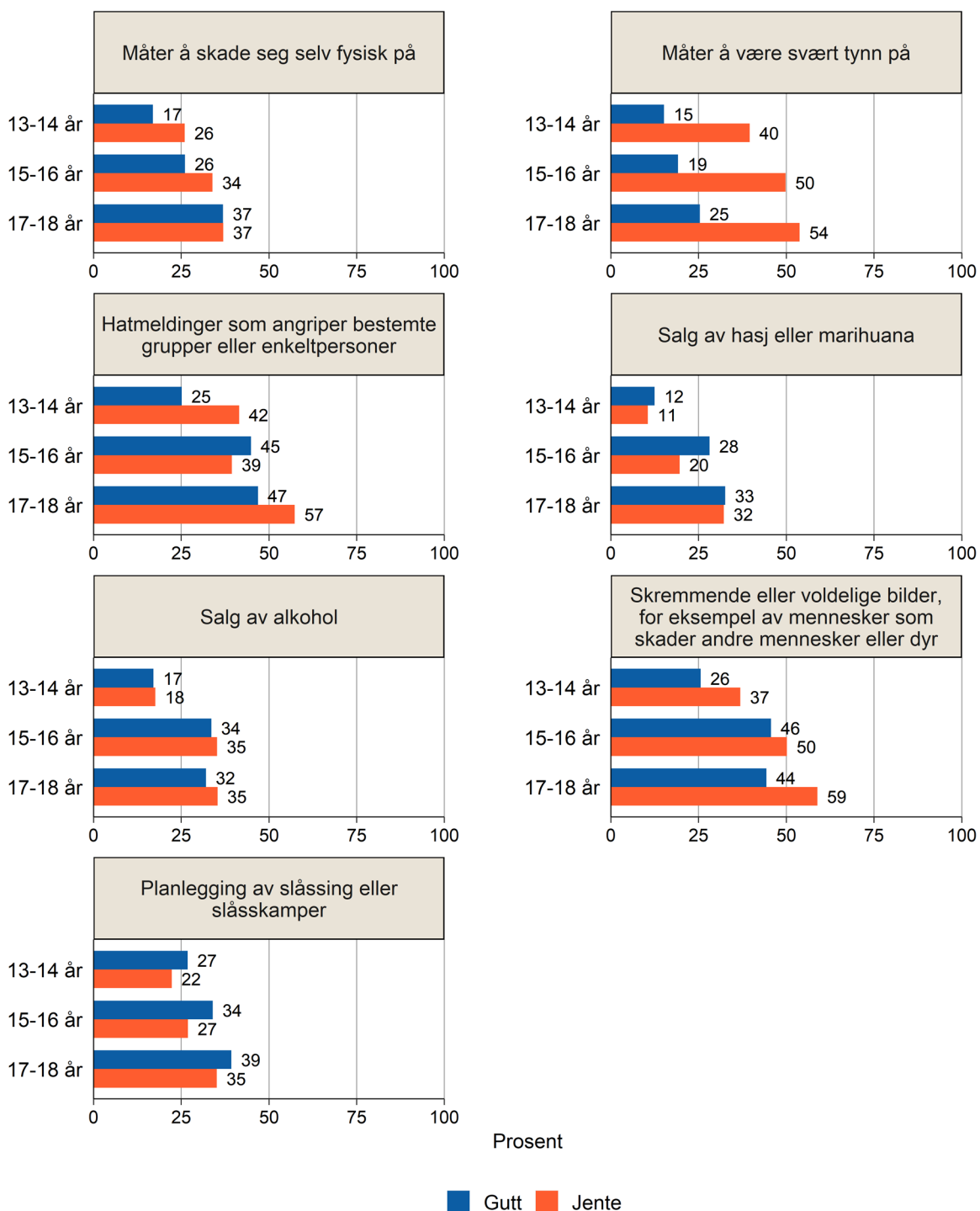
Tre av ti (31 prosent) har minst én gang sett innhold eller diskusjoner som går på planlegging av slåssing eller slåsskamper. 28 prosent har sett innhold eller diskusjoner om salg av alkohol, mens 23 prosent har sett innhold eller diskusjoner med salg av hasj/marihuana på nett det siste året.

43 prosent har én eller flere ganger sett innhold eller diskusjoner om skremmende eller voldelige bilder og hatmeldinger som angriper bestemte grupper på nett det siste året. 34 prosent har sett innhold eller diskusjoner på nett der folk snakker om eller viser måter å være svært tynn på. Henholdsvis 30 prosent har minst én gang sett innhold eller diskusjoner om måter å skade seg selv på fysisk.

¹ Spørsmålene om skremmende eller voldelige bilder, hatmeldinger, måter å være svært tynn på og måter å skade seg selv på fysisk er tidligere omtalt i delrapport 1, men gjengis også her da de er i samme spørsmålsbatteri som spørsmålene om planlegging av slåsskamper, salg av alkohol, hasj eller marihuana.

Figur 2 viser andelen gutter og jenter i ulike aldersgrupper som, i løpet av det siste året, har sett ulikt type innhold/diskusjoner på nett *én eller flere ganger*.

Figur 2: Prosentandel gutter og jenter i alderen 13-18 år som har sett følgende type innhold eller diskusjoner på nett *én eller flere ganger* i løpet av det siste året.



Måter å skade seg selv på fysisk

Til sammen tre av ti 13 – 18-åringene har sett innhold/diskusjoner om måter å skade seg selv på fysisk det siste året.

- En noe høyere andel jenter enn gutter har sett innhold om måter å skade seg selv på fysisk (32 mot 28 prosent). Kjønnsforskjellen er størst blant 13 – 14-åringene (forskjell på ni prosentpoeng i andelen som har sett innhold om måter å skade seg selv på fysisk på), før den avtar.
- Andelen som har sett innhold eller diskusjoner på nett som handler om måter å skade seg selv på fysisk, øker med alder, fra 22 prosent av 13 – 14-åringene til 37 prosent av 17 – 18-åringene.

Måter å være svært tynn på

34 prosent av 13 – 18-åringene har, i løpet av det siste året, sett innhold eller diskusjoner på nett om måter å være svært tynn på.

- Betydelig flere jenter enn gutter har sett innhold/diskusjoner på nett om måter å være svært tynn på (48 mot 20 prosent). Kjønnsforskjellen er betydelig i alle aldersgrupper.
- Andelen som har sett slikt innhold eller diskusjoner på nett, øker med alder – fra 27 prosent av 13 – 14-åringene, til 39 prosent av 17 – 18-åringene.

Hatmeldinger som angriper bestemte grupper eller enkeltpersoner

Drøye fire av ti 13 – 18-åringene rapporterer om at de har sett innhold/diskusjoner om hatmeldinger på nett det siste året.

- En noe høyere andel jenter enn gutter har sett dette (48 mot 39 prosent). Kjønnsforskjellen er størst blant 13 – 14-åringene, hvor henholdsvis 42 prosent av jentene og 25 prosent av guttene har sett innhold/diskusjoner om hatmeldinger på nett én eller flere ganger det siste året.
- Andelen øker generelt med alder – fra 33 prosent av 13 – 14-åringene til 52 prosent av 17 – 18-åringene. Blant jentene er andelen litt høyere blant 13 – 14-åringene enn blant 15 – 16-åringene (42 mot 39 prosent), mens det blant guttene er små forskjeller mellom 15 – 16-åringene og 17 – 18-åringene.

Salg av hasj eller marihuana

23 prosent av 13 – 18-åringene har sett innhold eller diskusjoner på nett knyttet til salg av hasj eller marihuana det siste året.

- Blant 15 – 16-åringene er det en betydelig forskjell mellom gutter og jenter i andelen som har sett innhold om salg av hasj/marihuana (28 prosent gutter mot 20 prosent jenter). Totalt sett har en større andel gutter enn jenter sett innhold om salg av hasj/marihuana på nett (25 mot 20 prosent).
- Andelen som har sett innhold eller diskusjoner om salg av hasj/marihuana på nett, øker betydelig med alder: Elleve prosent av 13 – 14-åringene har sett dette, mot 32 prosent av 17 – 18-åringene.

Salg av alkohol

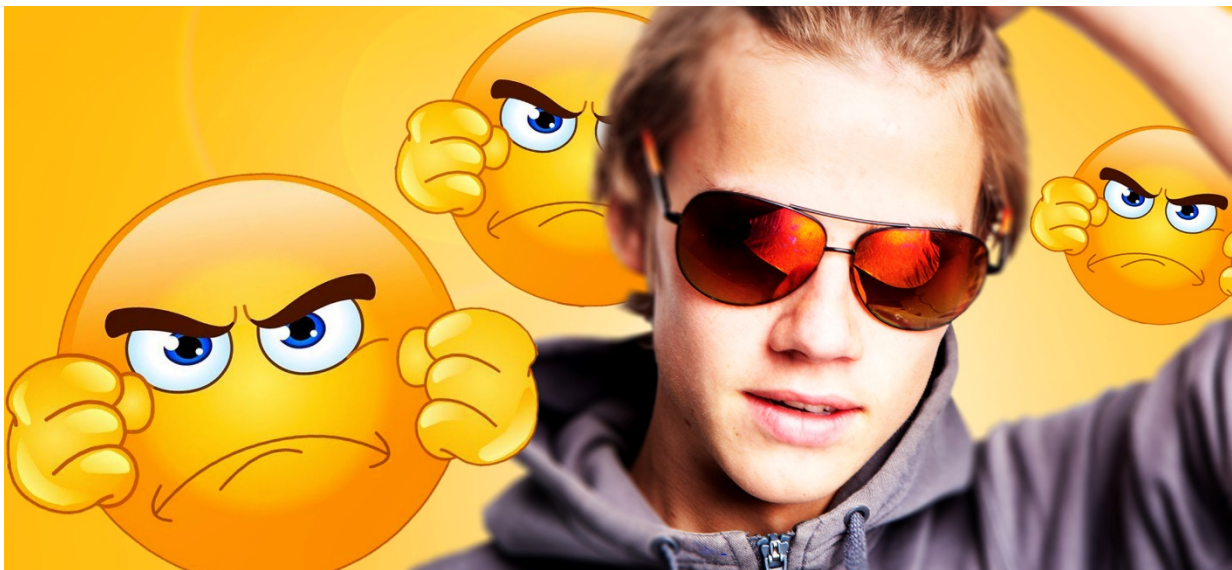
Nærmere tre av ti 13 – 18-åringer (28 prosent) har det siste året sett innhold på nett som omhandler salg av alkohol.

- Andelen som har sett innhold med salg av alkohol, øker betydelig fra 13 – 14-årsalderen (17 prosent) til 15 – 16-årsalderen (34 prosent). Det er kun små kjønnsforskjeller.

Skremmende eller voldelige bilder

Drøye fire av ti 13 – 18-åringer (43 prosent) sier de har sett innhold eller diskusjoner om skremmende eller voldelige bilder på nett i løpet av det siste året.

- Andelen som har sett slikt innhold på nett, er generelt høyere blant jenter enn gutter (49 mot 38 prosent) – spesielt blant 17 – 18-åringene (59 mot 44 prosent).
- Andelen øker jevnt med alder blant jentene. Blant guttene er det primært en økning fra 13 – 14-årsalderen til 15 – 16-årsalderen.



Planlegging av slåssing eller slåsskamper

Tre av ti 13 – 18-åringer har sett innhold på nett som omhandler planlegging av slåssing eller slåsskamper.

- Andelen som har sett dette på nett det siste året, er noe høyere blant guttene enn jentene (34 mot 28 prosent), og kjønnsforskjellen gjelder alle aldersgrupper.
- Andelen som har sett innhold eller diskusjoner knyttet til planlegging av slåssing eller slåsskamper, øker med alder – fra 25 prosent av 13 – 18-åringene, til 37 prosent av 17 – 18-åringene.

Om Barn og medier 2020

- 3 395 barn og unge i alderen 9 – 18 år har deltatt i Barn og medier 2020.
- Spørsmålene i denne delrapporten, er kun stilt til aldersgruppen 13 – 18 år (2 018 respondenter).
- Respondentene har svart på undersøkelsen via et nettbasert spørreskjema i en skoletime.
- Barn og unge på 51 skoler over hele landet har deltatt i årets undersøkelse. Det er god representasjon i alle alderstrinn. Alle fylker er representert og sikrer god geografisk spredning i årets datamateriale.
- Feltperiode: desember 2019 til januar 2020.
- I analysen er utvalget vektet mot befolkningstall for alderen 9–18 år hentet fra Statistisk sentralbyrå (SSB), og etter kjønn, alder og landsdel slik at fordelingen er identisk med befolkningssammensetningen for de aktuelle gruppene. Feilmarginen varierer med 1–1,7 prosentpoeng for totaltallene.
- Høsten 2019 gjennomførte Medietilsynet gruppeintervjuer med barn og unge mellom 9 og 17 år for å få innspill til nye og relevante spørsmål til Barn og medier 2020. Barna fortalte blant annet hva de pleier å se på og gjøre på nett, og hva de mente Medietilsynet burde prioritere å kartlegge i årets undersøkelse.
- I arbeidet med å utforme spørsmål, har Medietilsynet også sett på andre relevante studier om barns digitale hverdag, som for eksempel EU Kids Online, Ungar & Medier (Sverige), SIFO-studier om barn og unge i sosiale medier og Ungdata.
- Barn og medier 2020 er gjennomført av Sentio Research Norge på oppdrag fra Medietilsynet. Medietilsynet er faglig ansvarlig for undersøkelsen både når det gjelder spørsmål og spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering.

Ansvarlig utgiver: Medietilsynet
ISBN 978-82-91977-95-9



Kontakt

www.medietilsynet.no

www.facebook.com/medietilsynet

www.twitter.com/medietilsynet

post@medietilsynet.no