

BARN OG MEDIER 2020

Nyhetsvaner

Delrapport 9
September 2020



Innhold

Forord	3
Hovedfunn	3
Nyheter	5
Hvor ser barn og unge nyheter?	6
Nyheter i nettaviser	7
Nyheter i papiraviser	8
Nyheter i sosiale medier	8
Nyheter på podkast eller radio	8
Nyheter på tv	9
Nyheter på Supernytt	9
Utvikling i nyhetsvanene	10
Hva slags nyheter er unge mest interessert i?	12
Hvilke sosiale medier brukes til nyheter?	14
Hvilke nettaviser er mest populære?	17
Youtubere, bloggere og påvirkere	19
Mest populære Youtubere, bloggere, gamere og påvirkere	21
Om Barn og medier 2020	24

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 niende delrapporten omhandler barn og unges nyhetsvaner og medievaner på ulike digitale plattformer. Rapporten svarer blant annet på følgende spørsmål: I hvilken grad ser, hører og leser barn og ungdom nyheter, og hvilke kanaler bruker de? Hva slags typer nyheter er de mest interessert i? Hva slags type youtubere, bloggere eller påvirkere er mest populære?

Hovedfunn

- 91 prosent av alle 9-18 åringer oppgir at de leser, hører eller ser nyheter ofte eller av og til, uavhengig av plattform.
- En stor andel barn og unge oppdaterer seg på nyheter i sosiale medier: Nesten ni av ti 9-18-åringer som bruker sosiale medier, leser, hører eller ser nyheter der. Vel halvparten gjør dette *ofte*.
- Å lese, se eller høre nyheter i *sosiale medier*, ser ut til å ha blitt enda *mer* vanlig blant 9-18-åringene enn det var i 2018. Andelen som får med seg nyheter i sosiale medier har økt mest blant 9-11-åringene, men det er også en liten økning blant 15-18-åringene.
- Flest bruker Snapchat til å lese eller se nyheter. Tv, nettaviser og podkaster/radio er også relativt mye brukt, mens flertallet av de unge aldri leser nyheter i papiraviser.
- Halvparten som leser, hører eller ser nyheter, er interessert i nyhetsstoff som omhandler underholdning og kjendiser. Nyheter om sport, kultur og kunst er også populært.
- Musikk, gaming og «tullevideoer» ligger på topp over type youtubere, bloggere og influensere 9-18-åringene følger på nett.
- Blant de yngste er Supernytt den mest populære nyhetskilden: Ni av ti 9-12-åringer ser nyheter på Supernytt (NRK). Over halvparten gjør det *ofte*.

Om rapportene

Første delrapport fra Barn og medier 2020 handler om sosiale medier og skadelig innhold på nett. Den andre delrapporten omhandler kompetanse relatert til kildekritikk og falske nyheter. Den tredje delrapporten inneholder funn om gaming og pengebruk i dataspill. Den fjerde delrapporten handler om seksuelle kommentarer og nakenbilder. I den femte delrapporten presenterte Medietilsynet funn om ungdoms erfaringer med porno. Den sjette delrapporten handler om salg av alkohol, hasj og planlegging av slåsskamper på nett. Den sjuende delrapporten handler om reklame i sosiale medier. Den åttende delrapporten viser hvilke språk

barn og unge møter i digitale medier. 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 1 til 17 år, der de svarer på spørsmål om sine barns mediebruk. Resultatene fra denne undersøkelsen presenteres i en egen rapport høsten 2020.

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 med 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, 30. september 2020



Mari Velsand
direktør i Medietilsynet

Nyheter

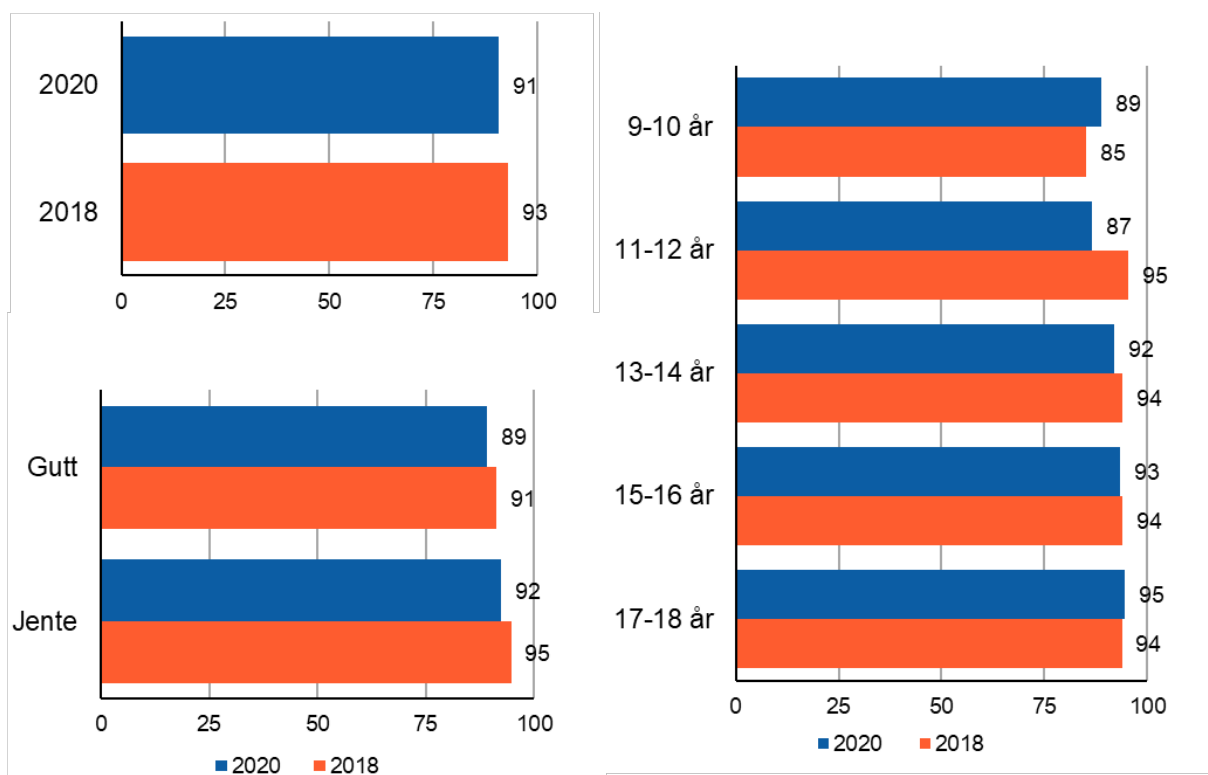
I undersøkelsen ble det stilt spørsmål om barn og unge ser på nyheter, hvilke kanaler de bruker til å oppdatere seg på nyheter og hva slags type nyheter de er interessert i.

91 prosent av alle 9-18 åringer oppgir at de leser, hører eller ser nyheter ofte eller av og til, uavhengig av plattform. I 2018 oppga 93 prosent at de leste, hørte eller så nyheter daglig, ukentlig, månedlig eller sjeldnere enn én gang i måneden uavhengig av plattform eller kanal¹.

En større andel jenter enn gutter leser, hører eller ser nyheter. Andelen er henholdsvis 92 prosent for jenter og 89 prosent for gutter. En tilsvarende forskjell mellom gutter og jenter var det også i 2018.

Andel som oppgir at de leser, hører eller ser nyheter *ofte* eller *av og til* uavhengig av plattform øker med alder. Andelen blant 9-10-åringene er noe høyere enn for 11-12-åringene. Dette skyldes at spesielt Supernytt er populært i den yngste aldersgruppen.

Figur 1: Total andel som leser, hører eller ser nyheter ...? Prosentandel 9-18-åringene som leser, hører eller ser nyheter uavhengig av plattform. Kun 9-12-åringene fikk spørsmål om nyheter på Supernytt. Kun de som bruker sosiale medier, fikk spørsmål om de leser, hører eller ser nyheter her.

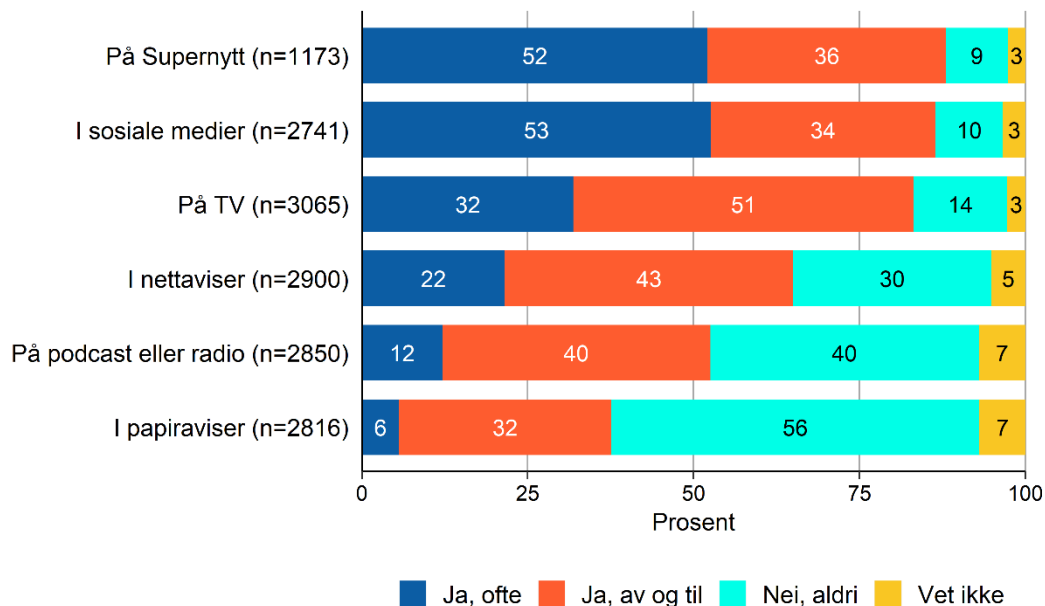


¹ Svarskala er forholdsvis ulik, så dermed bør sammenligningen mellom 2018 og 2020 vurderes med et forbehold.

Hvor ser barn og unge nyheter?

Respondentene fikk spørsmål om hvorvidt de leser, hører eller ser nyheter på ulike plattformer.

Figur 2: **Leser, hører eller ser du nyheter ...?** Prosentandel 9-18-åringene som leser, hører eller ser nyheter på ulike plattformer. Kun 9-12-åringene fikk spørsmål om nyheter på Supernytt. Kun de som bruker sosiale medier, fikk spørsmål om de leser, hører eller ser nyheter her.



Av 9-18-åringene som bruker sosiale medier², svarer 87 prosent at de leser, hører eller ser nyheter på denne plattformen. 53 prosent gjør dette *ofte*.

83 prosent av 9-18-åringene ser nyheter på tv. Det er mest vanlig å se nyheter på tv *av og til* (51 prosent), mens 32 prosent gjør det *ofte*. Omtrent 40 prosent leser eller hører *av og til* nyheter i nettaviser og på podcast/radio, mens færre gjør dette ofte (henholdsvis 22 og 12 prosent).

Det er minst vanlig å lese nyheter i papiraviser, og over halvparten av 9-18-åringene sier de *aldri* gjør dette.

88 prosent av 9-12-åringene ser nyheter på Supernytt, og over halvparten (52 prosent) gjør dette *ofte*³.

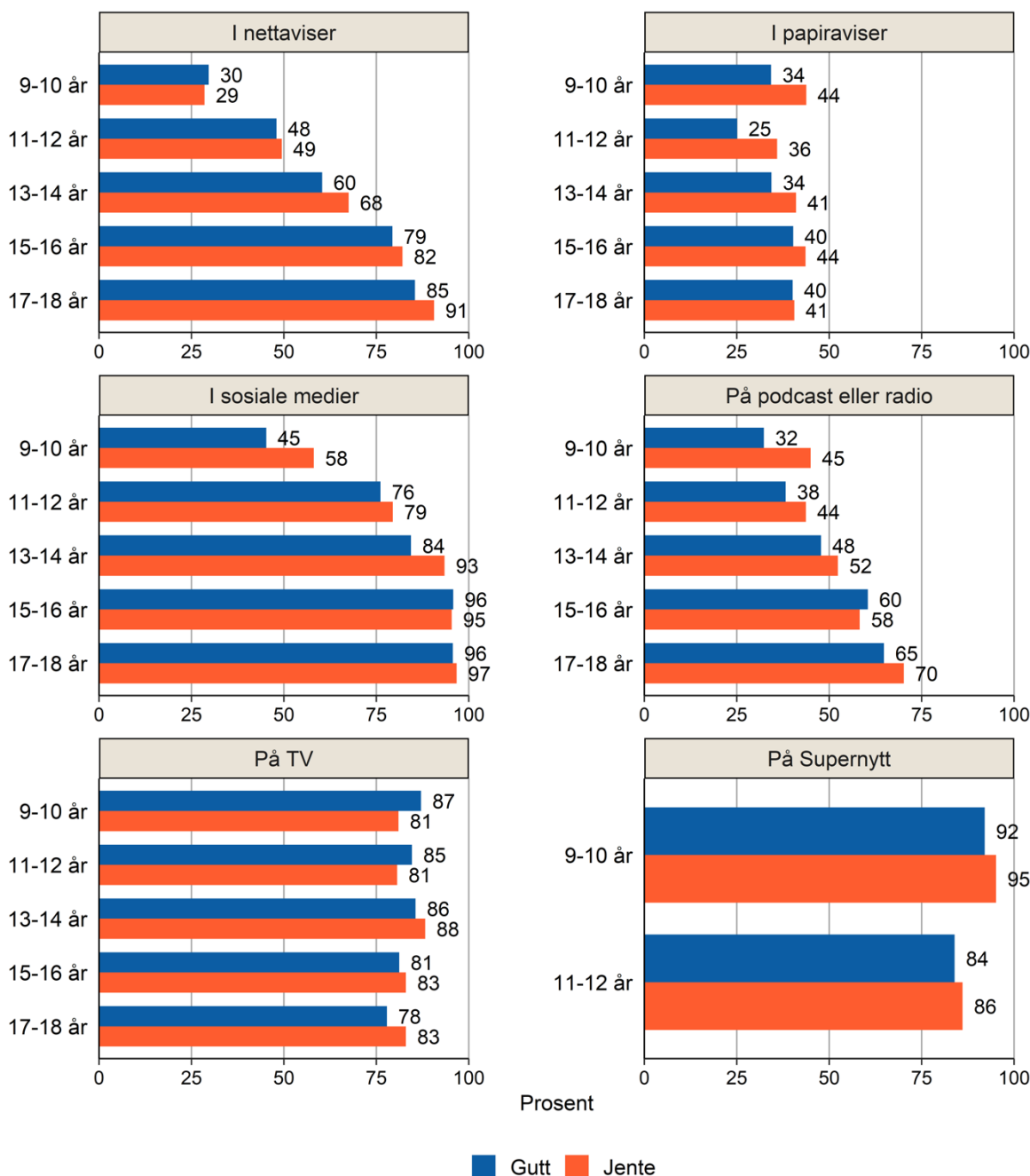


² 9-18-åringene som bruker Snapchat, Instagram, TikTok eller Facebook, eller har egen bruker på Youtube.

³ Kun 9-12-åringene fikk spørsmål om nyheter på Supernytt.

Figur 3 viser at det er forskjeller etter barnas kjønn og alder når det gjelder hvilke plattformer de leser, hører eller ser nyheter på.

Figur 3: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som leser, hører eller ser nyheter på ulike plattformer ofte eller av og til.



Nyheter i nettaviser

65 prosent av 9-18-åringene leser nyheter i nettaviser ofte eller av og til.

- Andelen som leser nyheter i nettaviser, øker betydelig med alder: Andelen er på 29 prosent blant 9-10-åringene, og 88 prosent blant 17-18-åringene.
- Andelen som leser nyheter i nettaviser er størst blant jentene i 17-18-årsalderen (90 prosent). Det er små kjønnsforskjeller.

Nyheter i papiraviser

Flertallet blant 9-18-åringene leser ikke nyheter i papiraviser (56 prosent). 38 prosent av 9-18-åringene gjør dette, hovedsakelig *av og til* (32 prosent).

- Andelen som leser nyheter i papiraviser, er gjennomgående høyere blant jenter enn gutter (41 mot 34 prosent).
- Kjønnsforskjellen er størst blant 9-10-åringene (henholdsvis 44 prosent av jentene og 34 prosent av guttene leser nyheter i papiraviser).

Nyheter i sosiale medier

Nesten ni av ti 9-18-åringer som bruker sosiale medier, leser, hører eller ser nyheter der. Vel halvparten gjør dette *ofte*. Mye av det samme kjønns- og aldersmønsteret som gjelder generelt for bruk av sosiale medier, gjelder også for nyhetskonsument på disse plattformene.

Jenter leser, hører eller ser nyheter i sosiale medier litt oftere enn gutter; henholdsvis 56 og 49 prosent gjør det *ofte*. Kjønnsforskjellen avtar med alder, og er størst blant 9-10-åringene, hvor henholdsvis 58 og 45 prosent av jentene og guttene som bruker sosiale medier, også bruker disse tjenestene til å konsumere nyheter.

Andelen som leser, hører eller ser nyheter i sosiale medier, øker med alder: fra 52 prosent blant 9-10-åringene som er på sosiale medier, til 96 prosent av 15-18-åringer.



Nyheter på podkast eller radio

Over halvparten (52 prosent) av 9-18-åringene hører nyheter på podkast eller radio – men, 40 prosent sier de gjør det kun *av og til*.

- Generelt er podkast og radio litt mer brukt til å høre nyheter blant jenter enn gutter, og kjønnsforskjellen er størst blant 9-10-åringene (45 av jentene og 32 prosent av guttene).
- Andelen som bruker podkast/radio til å høre nyheter, øker med barnas alder – fra 39 prosent blant 9-10-åringene til 67 prosent blant 17-18-åringene.

Nyheter på tv

83 prosent ser nyheter på tv; 51 prosent gjør det *av og til*.

- Bruk av tv til å se nyheter, er utbredt i alle aldersgrupper og begge kjønn. Det er en tendens til at andelen som *ofte* ser nyheter på tv, avtar med alder, samtidig som andelen som ser nyheter på tv kun *av og til*, øker.
- Fram til 13-14-årsalderen er det en litt høyere andel gutter enn jenter som ser nyheter på tv, mens det motsatte gjelder for de eldre ungdommene: Blant 9-10-åringene ser henholdsvis 87 og 81 prosent av guttene og jentene nyheter på tv; mot henholdsvis 83 og 78 prosent av jenter blant 17-18-åringene.

Nyheter på Supernytt

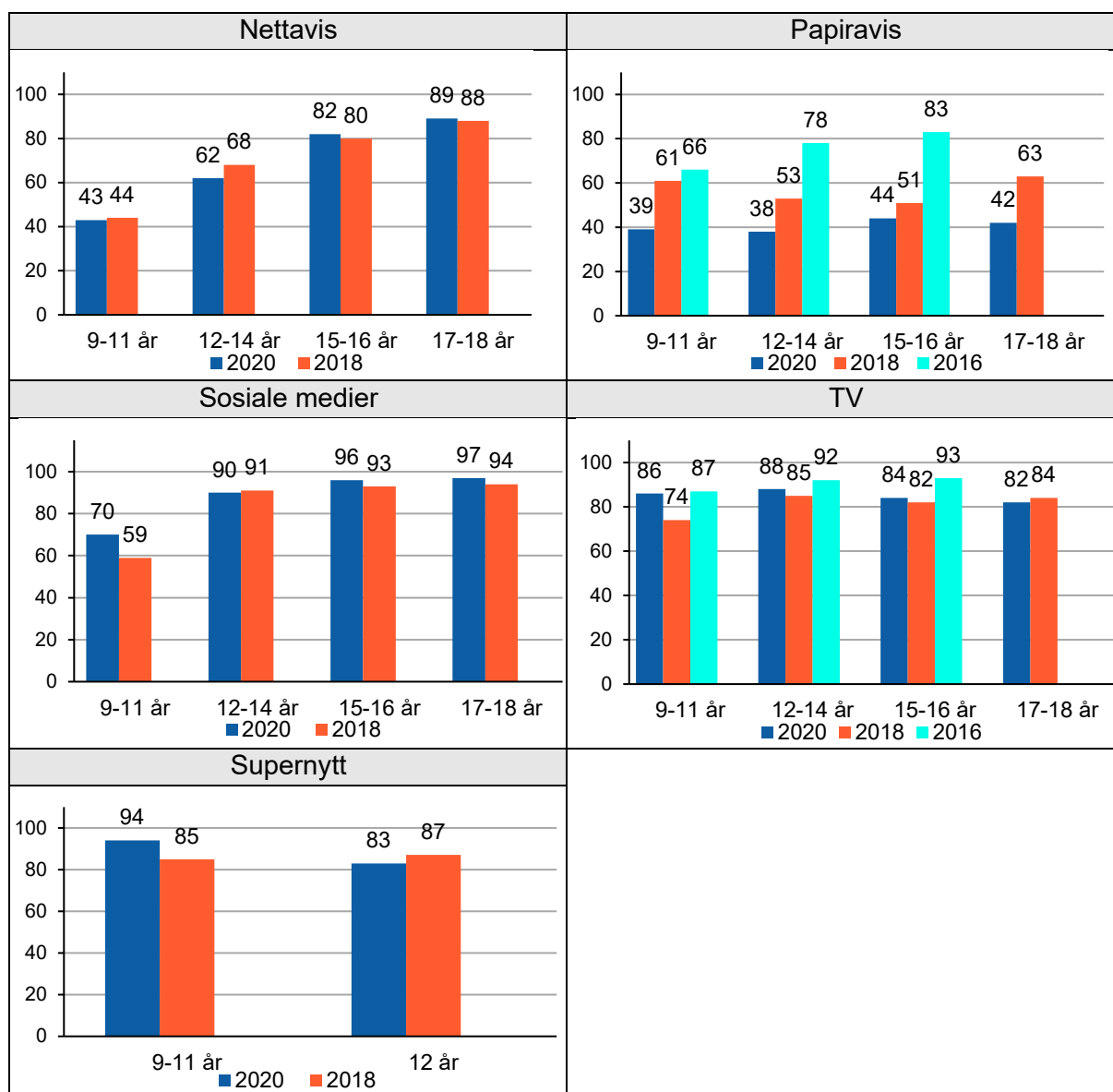
Ni av ti 9-12-åringer ser nyheter på Supernytt (NRK). Over halvparten gjør det *ofte*.

- Andelen som ser nyheter på Supernytt, er nokså lik blant gutter og jenter i denne aldersgruppen.
- Supernytt er mest populært i 9-10-årsalderen, 67 prosent i denne aldersgruppen ser nyheter på denne kanalen *ofte*. Til sammenligning ser 44 prosent av 11-12-åringene ofte nyheter på Supernytt.

Utvikling i nyhetsvanene

Figur 4 viser utviklingen over tid i svar på om, og eventuelt hvor, barn og unge leser, ser eller hører nyheter. Vær oppmerksom på at tallene må sammenlignes med forbehold om endringer både i spørsmålsformulering og svaralternativer over tid.⁴

Figur 4: Prosentandel barn i ulike aldersgrupper som leser, ser eller hører nyheter på ulike plattformer. Tidsserie.⁵



⁴ I 2018 var spørsmålet «Bruker du å lese/se nyheter på følgende ...?», med svaralternativene *Hver dag; Hver uke; Hver måned; Sjeldnere enn én gang i måneden; Aldri*. I 2016 var spørsmålet likt som i 2018, men med svaralternativene *En eller flere ganger om dagen; En eller flere ganger i uken; En eller flere ganger i måneden; En eller noen ganger i året; Sjeldnere enn en gang i året; Aldri*.

For sammenligningen over tid er 2020-kategoriene *Ja, ofte* og *Ja, av og til* slått sammen og sammenlignet med sammenslått verdi av alle alternativer unntatt *Aldri* i 2016 og 2018. «Vet ikke» er også kodet ut i 2020 for sammenligning, da dette alternativet ikke var med i 2016 eller 2018.

⁵ Sammenligning over tid gjøres med forbehold nevnt i fotnote 1.

Sammenlignet med 2018, er det i de fleste aldersgrupper svært små endringer i andelen som får med seg nyheter via *nettaviser*. Andelen 12-14-åringene som sier de leser, ser eller hører nyheter i nettaviser enten ofte eller av og til, er imidlertid noe lavere enn andelen som i 2018 sa at de brukte å lese eller se nyheter her enten daglig, ukentlig, månedlig eller sjeldnere.

Over tid har det vært en nedgang i andelen barn og unge som leser nyheter i *papiraviser*. Nedgangen fra 2016 til 2018 blant 9-16-åringene har fortsatt, og blant 17-18-åringene er det også en lavere andel som oppgir å lese nyheter i papiraviser i 2020 enn i 2018.

Å lese, se eller høre nyheter i *sosiale medier*, ser ut til å ha blitt enda *mer* vanlig blant 9-18-åringene enn det var i 2018. Andelen som får med seg nyheter i sosiale medier har økt mest blant 9-11-åringene, men det er også en liten økning blant 15-18-åringene.⁶



Andelen barn og unge som ser nyheter på *tv*, har gått noe opp siden 2018, men er i de fleste grupper fortsatt lavere enn i 2016. Flere 9-11 åringer ser nyheter på tv enn i 2018. Andelen er omtrent på samme nivå som i 2016. Andelen 12-14-åringene og 15-16-åringene som ser nyheter på tv, har økt litt siden 2018, men er noe lavere enn i 2016. Blant 17-18-åringene er det nokså små forskjeller fra 2018.

En større andel blant 9-11-åringene ser nyheter på *Supernytt* enn i 2018, mens tilsvarende andel blant 12-åringene har gått litt ned.

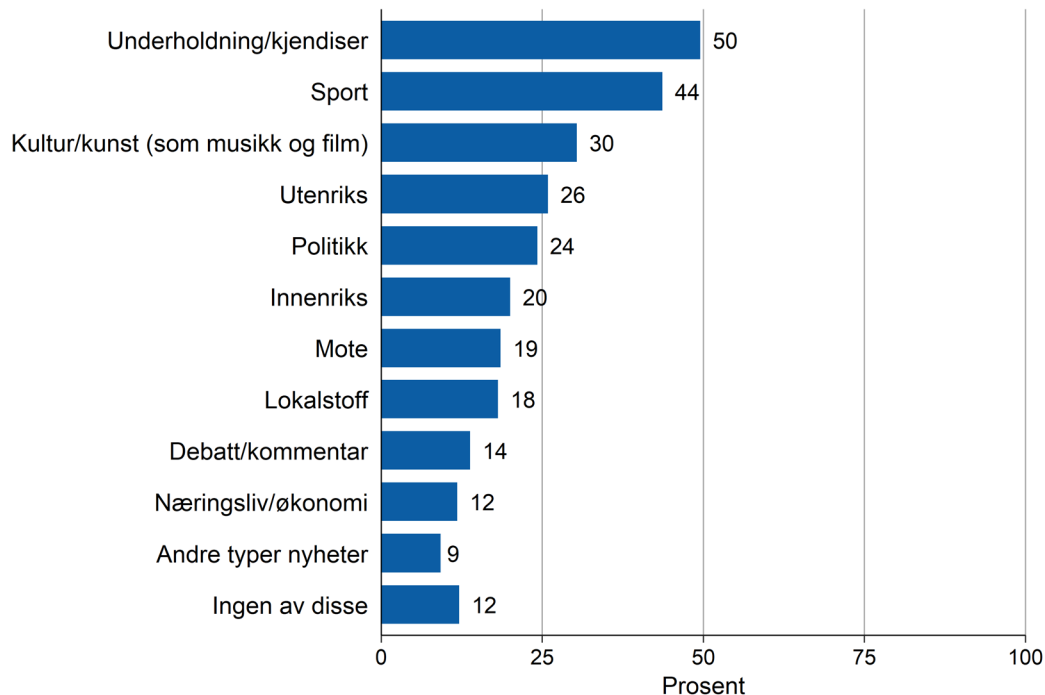
⁶ Disse endringene må imidlertid tolkes med følgende forbehold: I 2020 er det kun barna som har oppgitt å bruke sosiale medier, som har blitt spurt om de leser/ser/hører nyheter her. I 2018 gikk derimot spørsmålet til alle barn, og det er derfor naturlig å anta at andelen som svarte «Aldri», var noe større på grunn av dette.

I 2018 oppga 89 prosent av 9-18-åringene at de brukte sosiale medier. Det er dermed ikke veldig stor forskjell på målgruppen i 2020 og 2018 for dette spørsmålet.

Hva slags nyheter er unge mest interessert i?

De som oppga å lese, høre eller se nyheter enten ofte eller av og til, fikk spørsmål om hvilke *typer nyheter* de er interessert i.

Figur 5: *Hvilke typer nyheter er du interessert i?* Prosentandel av 9-18-åringene som leser, hører eller ser nyheter på TV, nettaviser, papiraviser, sosiale medier, Supernytt eller podkast/radio. N=3038. Flere svar mulig.



Halvparten av 9-18-åringene som leser, hører eller ser nyheter, er interessert i nyhetsstoff som omhandler underholdning og kjendiser. Nyheter om sport er også populært blant 9-18-åringene (44 prosent).

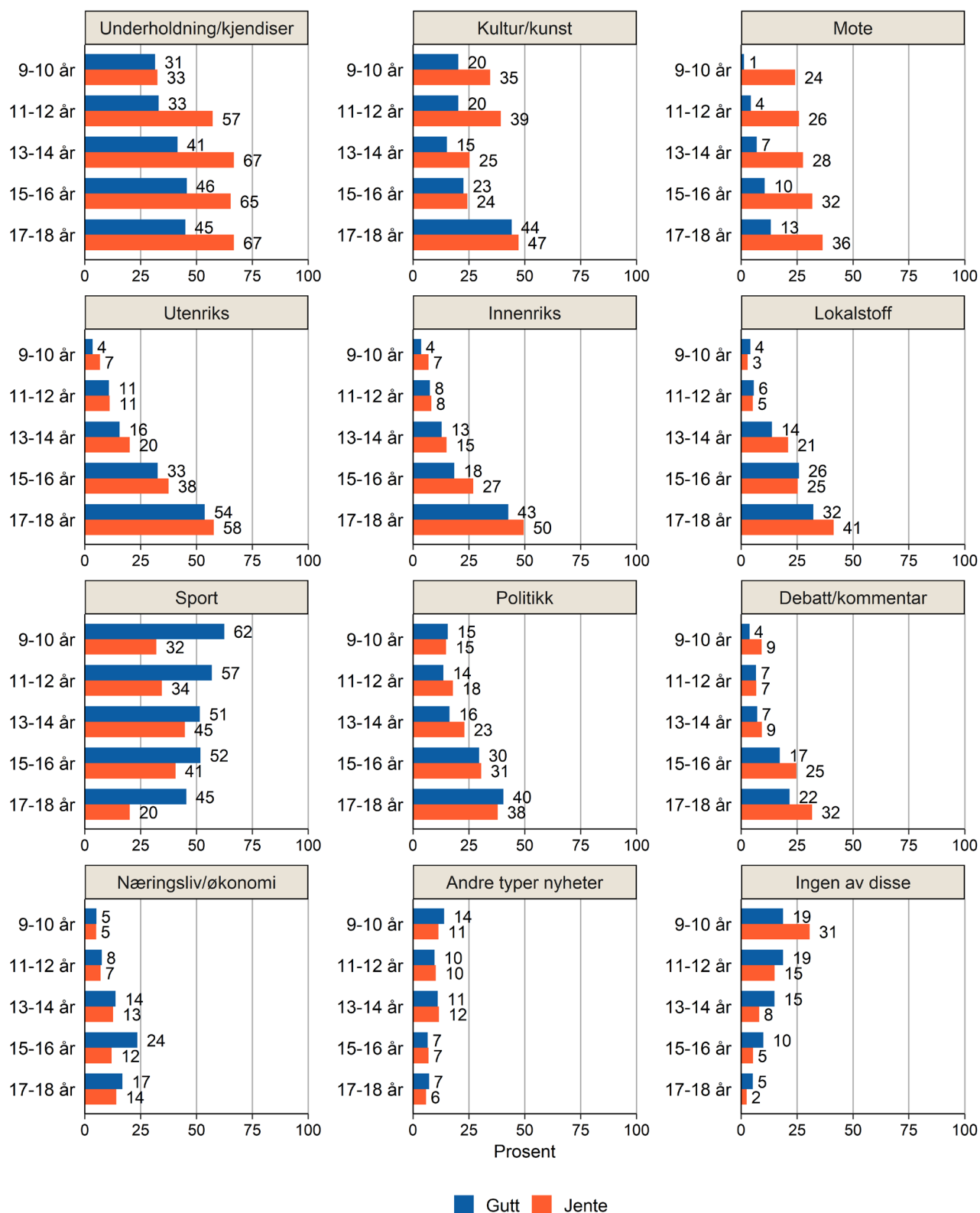
Videre viser mange også interesse for kultur og kunst (30 prosent), utenriks (26 prosent) og politikk (24 prosent), mens mellom 18 og 20 prosent synes innenriks, mote og lokalstoff er interessant nyhetsstoff. Debatter og kommentarer, samt næringsliv og økonomi, er temaer henholdsvis 14 og 12 prosent av 9-18-åringene som leser, hører og ser nyheter, er interessert i.

Ni prosent er også interessert i andre typer nyheter. Spesielt kriminalitet og vold, klima og miljø, samt gaming nevnes av flere i de åpne kommentarene. 12 prosent av 9-18-åringene som leser, ser eller hører nyheter, er ikke interessert i noe spesielt nyhetsstoff.

Figur 6 viser andelen som er interessert i ulike typer nyhetsstoff – fordelt på kjønn i ulike aldersgrupper.

- Generelt er nyhetsinteressen større blant jenter enn gutter, nærmest uavhengig av type nyhetsstoff. Dette gjelder særlig nyheter om mote, underholdning/kjendiser og kultur/kunst. Unntaket er sport, som er mer populært blant guttene.
- Nyhetsinteressen øker jevnt med alder. Interessen er størst blant 17-18-åringene, og spesielt blant jentene i denne alderen. Dette aldersmønsteret gjelder nesten alle typer nyheter. For sportsnyheter er imidlertid interessen størst i gruppen *under 17 år*, og aller størst blant gutter i 9-10-årsalderen.

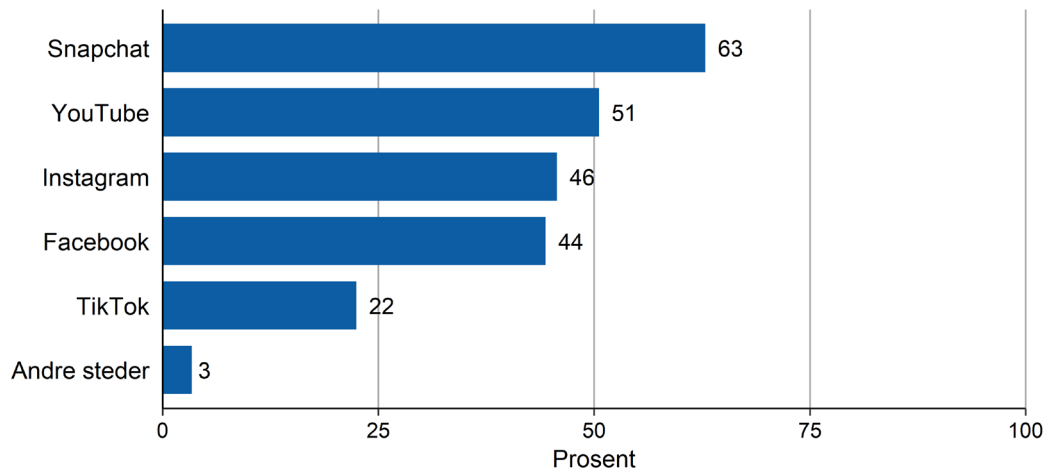
Figur 6: Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som leser, hører eller ser nyheter, som er interessert i ulike typer nyheter.



Hvilke sosiale medier brukes til å konsumere nyheter?

De som oppga å lese, høre eller se nyheter i sosiale medier, ble spurt om *hvilke sosiale medier* de bruker til dette.

Figur 7: *Hvilke sosiale medier bruker du til å lese eller se på nyheter?* Prosentandel av 9-18-åringene som leser, hører eller ser nyheter på sosiale medier. N=2297. Flere svar mulig.



Flest bruker Snapchat til å lese eller se nyheter (63 prosent). Vel halvparten av 9-18-åringene som leser eller ser nyheter på sosiale medier, bruker også Youtube til dette (51 prosent), mens litt under halvparten bruker Instagram og Facebook (44-46 prosent).

22 prosent av 9-18-åringene som leser eller ser nyheter på sosiale medier, gjør dette på Tiktok. 3 prosent oppgir å få med seg nyheter andre steder, hvorav flest nevner Reddit og Twitter, i tillegg til diverse andre sosiale medier og ulike nettsider.



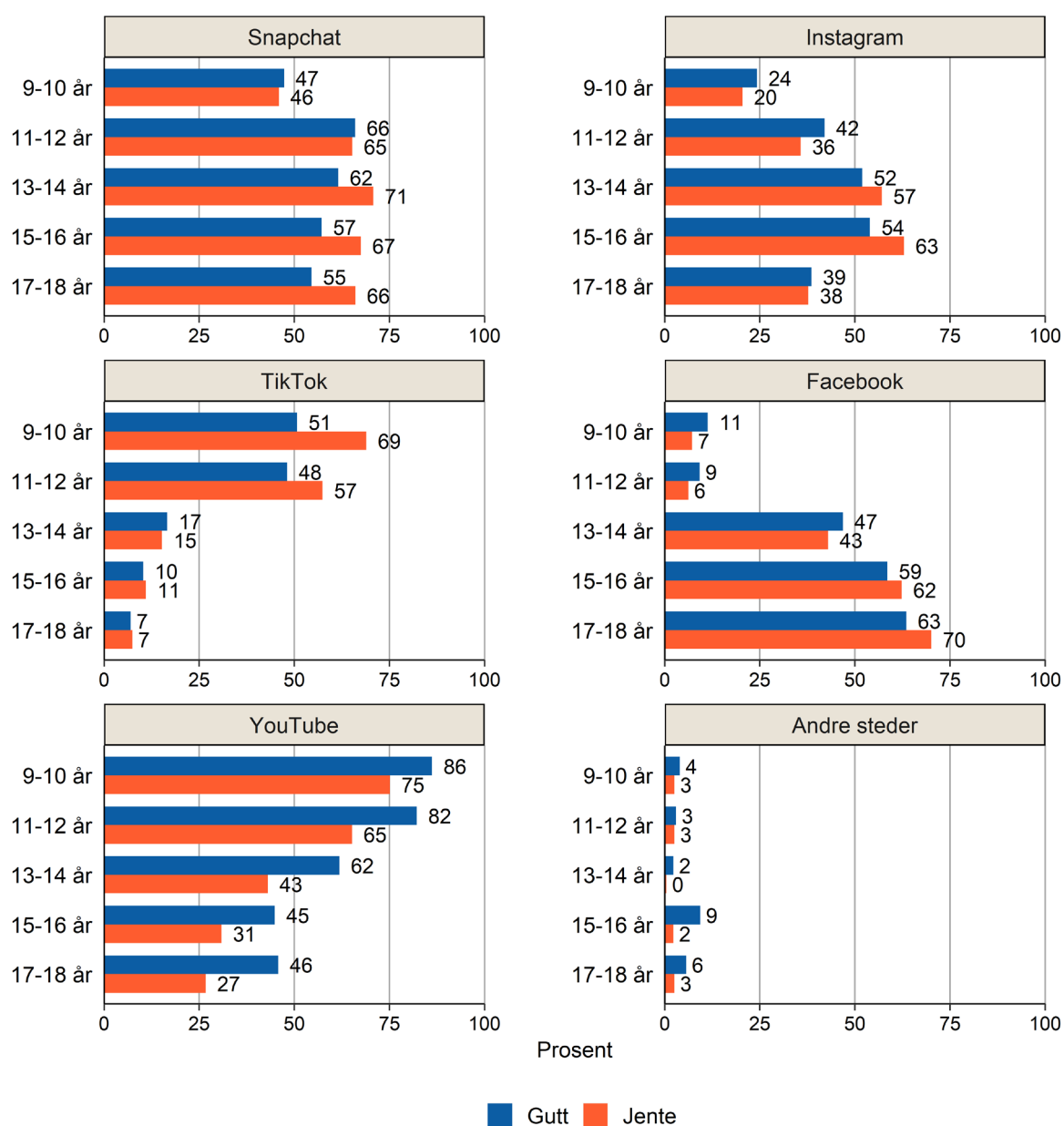
Figur 8 illustrerer kjønns- og aldersforskjellene når det gjelder hvilke sosiale medier barn og ungdom bruker til å lese eller se nyheter.

Jenter bruker i større grad Snapchat til å oppdatere seg på nyheter enn det gutter gjør (67 mot 59 prosent). Når det gjelder Youtube, er det derimot en høyere andel gutter enn jenter som bruker leser/ser nyheter der (59 mot 43 prosent). Ellers er kjønnsforskjellene små på overordnet nivå.

- Andelen som bruker Facebook til å lese/se nyheter, øker betydelig med alder (9 prosent av 9-12-åringene og 67 prosent av 17-18-åringene). Aldersforskjellen er størst blant jentene. Andelen som bruker Facebook til å lese eller se nyheter, øker fra sju prosent av jentene i 9-10-årsalderen til 70 prosent av jentene i 17-18-årsalderen.
- Tiktok og Youtube er mest brukt som nyhetskilder blant de yngre barna: 61 prosent av 9-10-åringene og 7 prosent av 17-18-åringene bruker Tiktok. 80 prosent av 9-10-åringene og 37 prosent av 17-18-åringene leser/ser nyheter på Youtube.
- 11-14-åringene leser/ser mest nyheter på Snapchat, mens 13-16-åringene bruker Instagram i større grad enn øvrige aldersgrupper. En større andel jenter enn gutter i de respektive aldersgruppene konsumerer nyheter på Snapchat og Instagram.



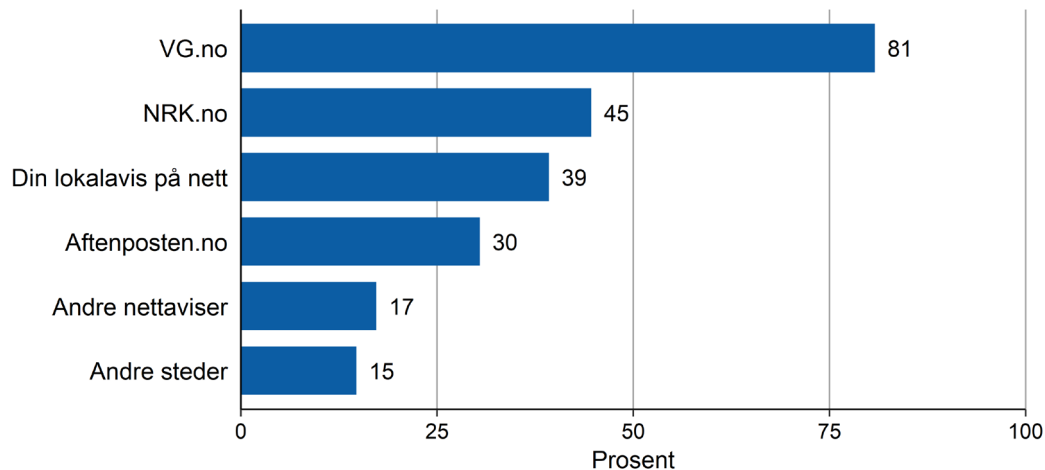
Figur 8: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som leser eller ser nyheter på ulike sosiale medier.



Hvilke nettaviser er mest populære?

De som oppga å lese, høre eller se nyheter på nettaviser, ble spurt om *hvilke nettaviser* de bruker til dette.

Figur 9: *Hvilke nettaviser bruker du til å lese eller se på nyheter? Prosentandel av 9-18-åringene som leser, hører eller ser nyheter på nettaviser. N=1813. Flere svar mulig.*



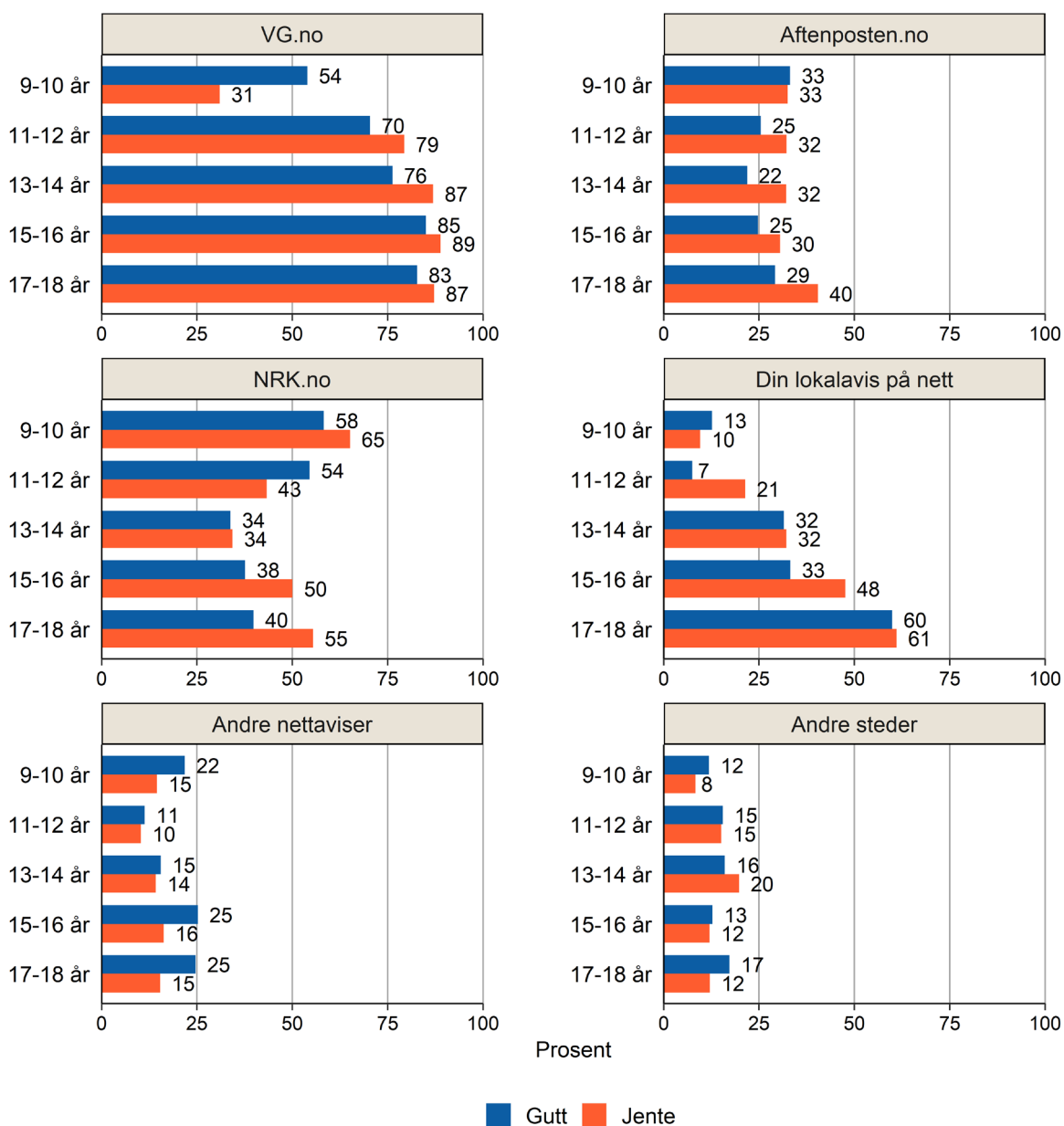
Åtte av ti som leser eller ser nyheter på nettaviser, gjør dette på Vg.no. Dette er den klart vanligste nettavisen blant 9-18-åringene. Det er også en relativt stor andel som bruker NRK.no (45 prosent) og lokalaviser på nett (39 prosent). 30 prosent leser eller ser nyheter på Aftenposten.no.

17 prosent av 9-18-åringene som leser eller ser nyheter på nettaviser, bruker andre nettaviser, mens 15 prosent søker til «andre steder» for nyhetsoppdatering. Spesielt nettsidene til Dagbladet og TV 2 nevnes hyppig i de åpne kommentarene.

Figur 10 viser hvilke nettaviser som er mest populære ut fra kjønn og aldersgrupper.

- Generelt er bruken av de ulike nettavisene mer utbredt blant jenter enn gutter, noe som spesielt gjelder Vg.no og Aftenposten.no. Det er derimot flere gutter enn jenter som sier de bruker andre nettaviser enn de nevnte.
- Vg.no, Aftenposten.no og lokalaviser blir generelt mest brukt av de eldre ungdommene, og blir mest lest/sett av de litt eldre jentene. NRK.no er derimot aller mest utbredt blant 9-10-åringene, spesielt blant jentene.

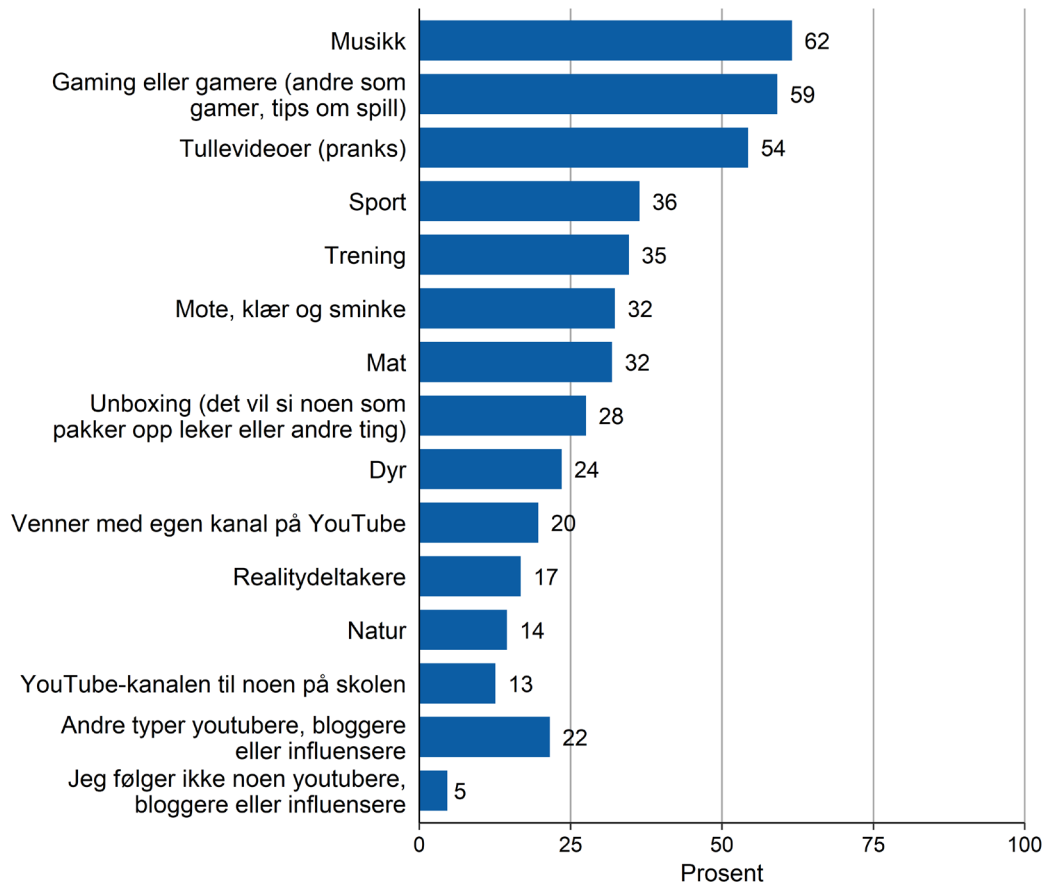
Figur 10: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som bruker ulike nettaviser til å lese eller se nyheter.



Youtubere, bloggere og påvirkere

9-18-åringene fikk ulike spørsmål knyttet til hva slags type Youtubere, bloggere og påvirkere de ser på.

Figur 11: *Hva slags type Youtubere, bloggere eller påvirkere ser du på nett? Prosentandel 9-18-åringer. Flere kryss mulig.*



62 prosent av 9-18-åringene ser Youtubere, bloggere og påvirkere innen musikk sjangeren. Over halvparten følger gaming eller gamere (59 prosent) og «tullevideoer» (54 prosent).

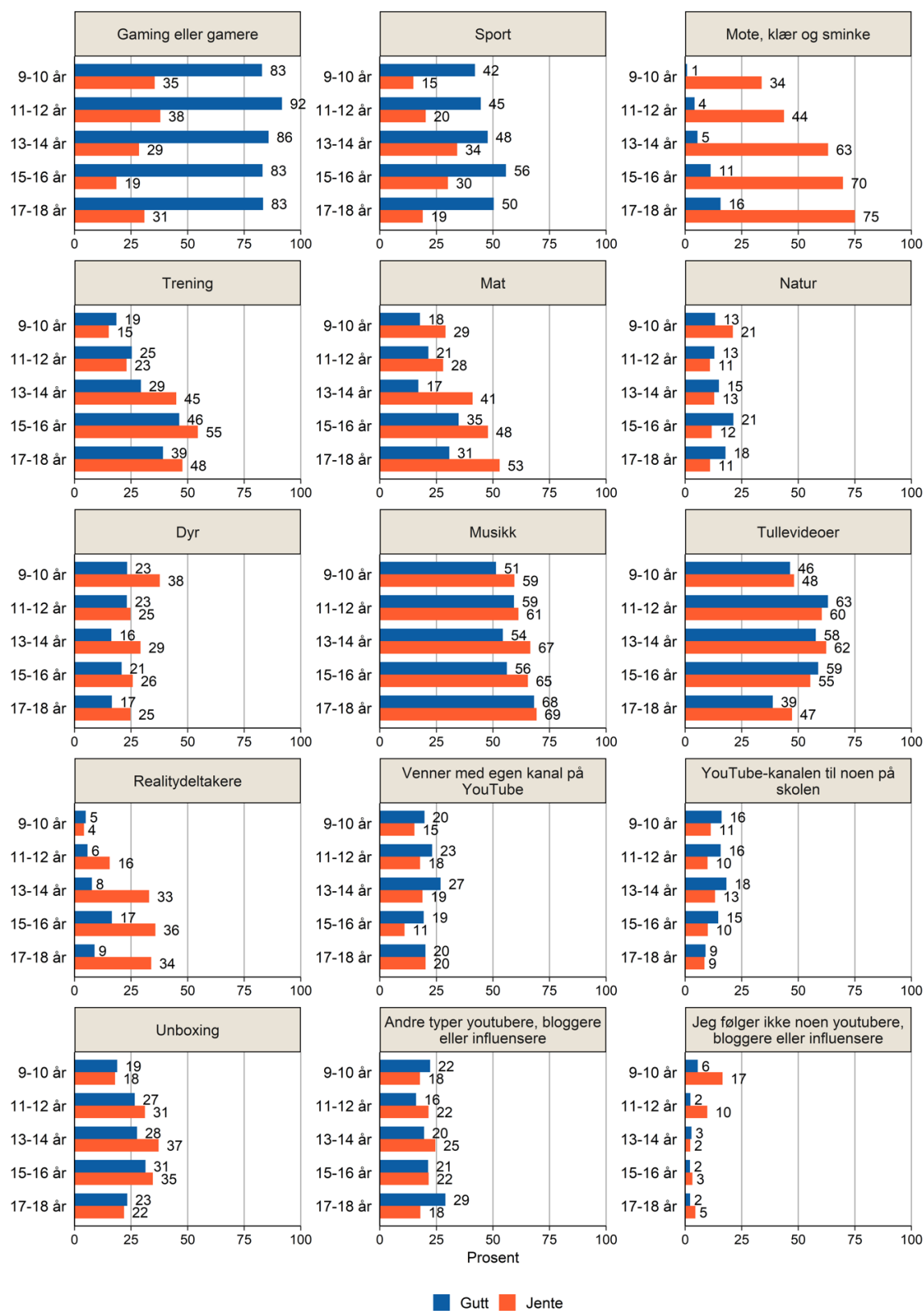
Mellom 32 og 36 prosent av 9-18-åringene ser Youtubere, bloggere og påvirkere innen sport, trening, mat, samt mote, klær og sminke. 28 prosent ser også unboxing, og 24 prosent ser innhold som omhandler dyr.

20 prosent av 9-18-åringene ser på venner som har egen Youtube-kanal, mens 13-17 prosent følger realitydeltakere, Youtubere, bloggere eller påvirkere innen natursjangeren, samt Youtube-kanalen til noen på skolen.

22 prosent ser på andre typer Youtubere, bloggere eller påvirkere, og mange nevner humor/komikere; vlogger; samt ulike påvirker-, Youtube- og bloggpersonligheter (som Sophie Elise, Isabell Raad, Martine Lunde, Pewdiepie, osv.). Fem prosent av 9-18-åringene følger *ingen* Youtubere, bloggere eller påvirkere.

Figur 12 illustrerer forskjeller mellom gutter og jenter, samt aldersgrupper, i hvilke Youtubere, bloggere og påvirkere man ser på.

Figur 12: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som ser ulike typer Youtubere, bloggere eller påvirkere på nett.



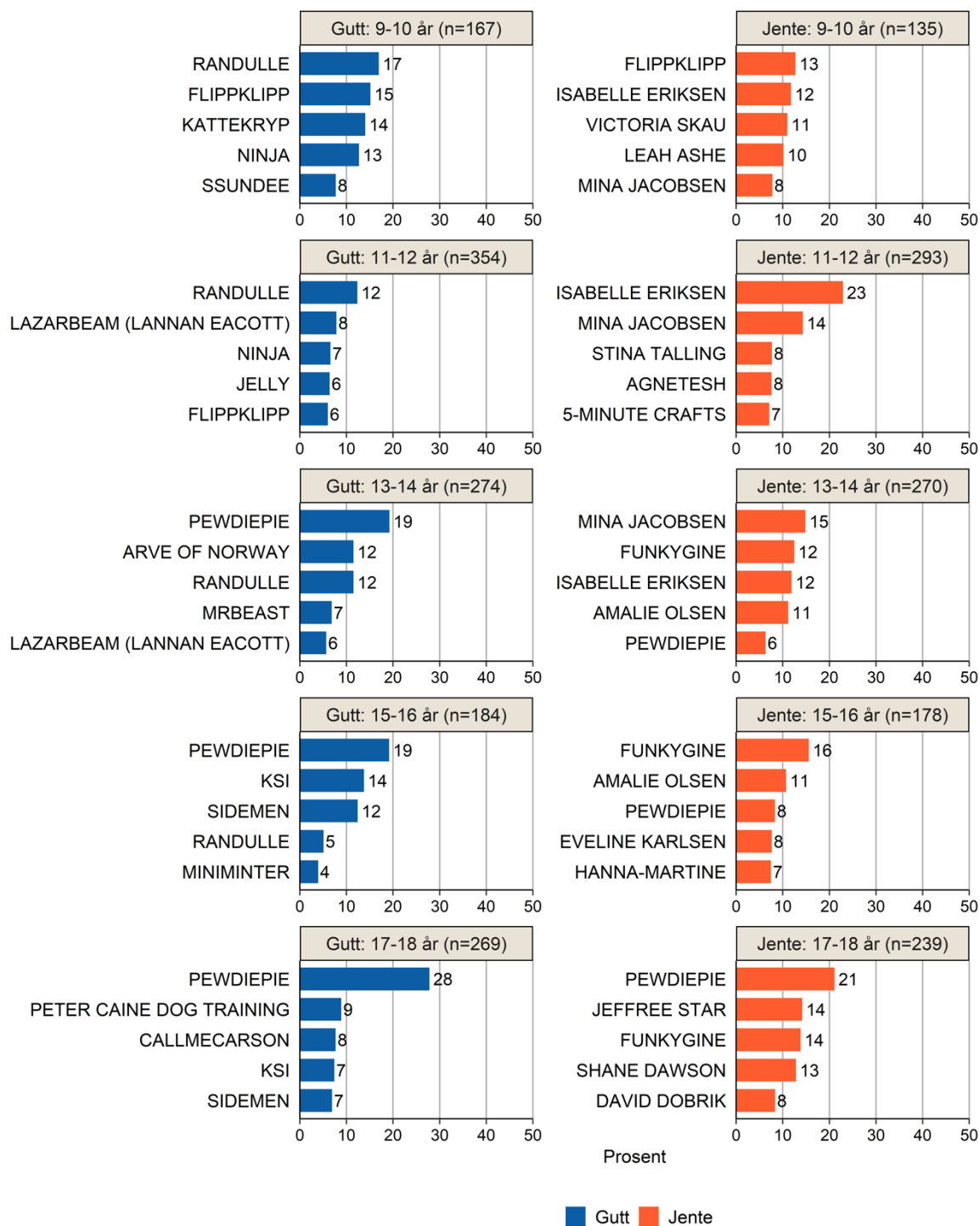
- Gaming eller gamere; sport; venner med egen Youtube-kanal; samt Youtube-kanalen til noen på skolen er mer utbredt blant gutter enn jenter.
- Mote, klær og sminke; trening; mat; dyr; musikk; samt realitydeltakere er mer populært blant jenter enn gutter.
- Youtubere, bloggere eller påvirkere innen sjangrene gaming og dyr er mer vanlig å se blant de yngre enn eldre barna, og andelene som ser på dette på nett, avtar med alder. «Tullevideoer» (pranks) er også mer populært blant de litt yngre (i 11-14-årsalderen) enn blant de eldre.
- Andelene som ser sport; mote, klær og sminke; trening; mat; musikk; samt realitydeltakere øker alle betydelig med alder. Unboxing er mest populært blant de i alderen 13-16 år.

Mest populære Youtubere, bloggere, gamere og påvirkere

Respondentene fikk også spørsmål om hvilke Youtubere, bloggere, gamere og påvirkere de ser mest på, med mulighet til å skrive inn maksimalt tre svar. Figur 13 viser de fem hyppigst nevnte Youtuberne, bloggerne, gamerne og påvirkerne blant jenter og gutter i ulike aldre.



Figur 13: *Hvilke Youtubere, bloggere, gamere eller påvirkere ser du mest på? Topp 5 nevnt blant gutter og jenter i ulike aldersgrupper.*



Randulle er aller mest populært blant gutter i både 9-10-årsalderen (17 prosent) og 11-12-årsalderen (12 prosent). *FlippKlipp* er også meget populært blant gutter i alderen 9-10 år (15 prosent), og dessuten det aller mest sette blant jenter i samme aldersgruppe (13 prosent). Blant jenter i 9-10-årsalderen er imidlertid Isabelle Eriksen nesten like populær (12 prosent). Isabelle Eriksen er dessuten også den klart flest jenter i 11-12-årsalderen sier de ser mest på (23 prosent).

Mange jenter i alderen 11-12 år følger også mye med på Mina Jacobsen (14 prosent), som dessuten ligger helt på topp blant jenter i 13-14-årsalderen (15 prosent). Blant jenter i alderen 13-14 år ligger Funkygine på andreplass over mest sette påvirkere (12 prosent), mens Funkygine er den aller flest jenter i 15-16-årsalderen ser på (16 prosent).

Blant jentene i 17-18-årsalderen er *PewDiePie* aller mest populært (21 prosent), og denne Youtuberen er også klart mest sett av gutter i samme aldersgruppe (28 prosent). Også blant gutter i 13-16-årsalderen oppgis *PewDiePie* av flest (19 prosent).



Om Barn og medier 2020

- 3 395 barn og unge i alderen 9–18 år har deltatt i Barn og medier 2020.
- 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 det 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 i alderen 9-17 år for å få innspill til nye og relevante spørsmål til Barn og medier 2020. Barna fortalte blant annet hva de pleier å gjøre og se 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 978-82-8428-001-1



Kontakt

www.medietilsynet.no

www.facebook.com/medietilsynet

www.twitter.com/medietilsynet

post@medietilsynet.no