

Center for Journalistik
Institut for Design, Medier og Uddannelsesvidenskab
Digital Democracy Centre

Børn og misinformation på sociale medier:

De 5-12-åriges oplevelser og perspektiver



SafeChilDe

Syddansk Universitet

Forfattere

Freja Sørine Adler Berg

Postdoc, Center for Journalistik, SDU

fberg@sdu.dk

Lene Heiselberg

Lektor, Center for Journalistik, SDU

lhej@journalism.sdu.dk

Thomas Enemark Lundtofte

Lektor, Institut for Design, Medier og Uddannelsesvidenskab, SDU

thomas@sdu.dk

Lena Frischlich

Lektor, Digital Democracy Centre, SDU

lefr@sam.sdu.dk

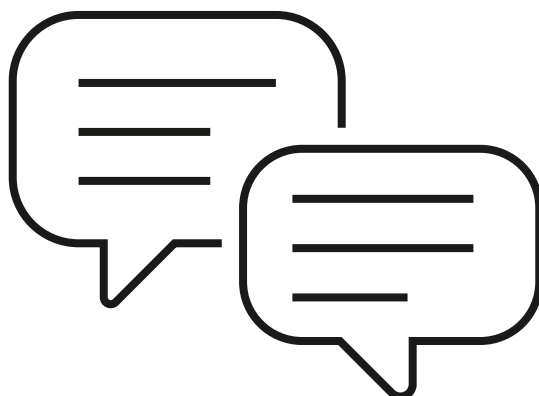
Rapporten er et tværfagligt samarbejde mellem forskere fra Center for Journalistik, Medievidenskab og Digital Democracy Centre, Syddansk Universitet.

Om SafeChilDe-projektet

Denne rapport udgives som led i projektet ***Safeguarding Children's Democratic Agency: Tools to Navigate Mis- and Disinformation on Social Media*** (SafeChilDe), som er finansieret af TrygFonden. SafeChilDe undersøger, hvordan børn oplever misinformation, hvordan den nuværende lovgivning regulerer misinformation, og hvilke principper denne regulering hviler på. Derudover vil projektet udvikle et digitalt læringsspil, der skal træne børn i at identificere og skelne mellem misinformation og sandfærdig information.

Indholdsfortegnelse

Hovedkonklusioner	4
Introduktion	6
Fremgangsmåde	8
Hovedkonklusion 1: Børn oplever, at der er meget misinformation online – især på YouTube	9
Hovedkonklusion 2: Misinformation kan være både underholdende og skræmmende	13
Hovedkonklusion 3: Nære relationer har stor betydning for børns håndtering af misinformation	17
Hovedkonklusion 4: AI-genereret misinformation er primært på de ældre børns radar	20
Anbefalinger	22
Referencer	24
Metodebilag	25



Hovedkonklusioner

Denne rapport afdækker, hvordan danske børn i alderen 5 til 12 år oplever og forholder sig til potentiel misinformation med fokus på sociale medier som YouTube, TikTok, Instagram og Snapchat. Rapporten præsenterer fire hovedkonklusioner:

1 Børn oplever, at der er meget misinformation online – især på YouTube

Børn oplever allerede i en tidlig alder, at de støder på misinformation – og særligt på de platforme, hvor de bruger meget tid, såsom YouTube. Knap hver tredje 5-12-årige kender begrebet 'misinformation', men 90 % møder indhold, som de selv vurderer som falsk eller snyd. De 7-12-årige rapporterer at opleve misinformation hyppigere end de 5-6-årige. I den ældste aldersgruppe (10-12 år) oplever 80 % af børnene at have mødt misinformation på daglig eller ugentlig basis.

2 Misinformation kan være både underholdende og skræmmende

Det indhold, børnene oplever som potentiel misinformation, kan se ud på mange forskellige måder. Børnene oplever, at misinformation kan være sjovt og underholdende, men også skræmmende eller skadeligt. Børnene reagerer derfor både med nysgerrighed og irritation, vrede og frygt. Mange børn husker dog ikke, hvordan de reagerede, sidst de oplevede noget online, som de mente var misinformation. Ifølge børnene skabes og deles misinformation primært for at få opmærksomhed, for at narre eller drille andre og for underholdningens skyld.

3 Nære relationer har stor betydning for børns håndtering af misinformation

Når børn møder indhold på nettet, som de er i tvivl om, er sandt eller falskt, er forældre en vigtig støtte. De fleste børn føler sig usikre på egne evner til at faktatjekke og rapporterer lavt kendskab til konkrete metoder som kildekritik eller websøgninger. Troen på egne evner til at gennemskue misinformation vokser dog med alderen og den øgede erfaring med sociale medier.

4 AI-genereret misinformation er primært på de ældre børns radar

Over halvdelen af børnene kender til begrebet 'kunstig intelligens' (AI), men det er primært de ældre børn, der har kendskab til og har oplevet indhold, som de vurderer, er AI-skabt. Når børnene bliver spurgt om, hvordan de afgør, hvorvidt noget er skabt af AI, angiver en femtedel, at de spurgte en nær relation, typisk en voksen, til råds. En tilsvarende andel rapporterer, at de selv kunne vurdere det. Det er sjældent, at børn aktivt forsøger at vurdere, om indhold er AI-skabt misinformation, for eksempel ved at opsøge andre kilder eller ved at, læse i kommentarsporet eller tjekke platformens mærkninger.



Introduktion

Misinformation er en alvorlig trussel mod vores samfund. World Economic Forum vurderer, at misinformation udgør den største risiko for politiske magtforhold de næste to år – især fordi falsk og vildledende information forstærkes af AI og deepfakes (Elsner et al., 2025).

I dag er sociale medier en integreret del af mange børns hverdag (DR, 2024; Howard et al., 2021; Ofcom, 2024) på trods af formelle aldersgrænser, der forbyder børn under 13 år at bruge dem. På sociale medier kan misinformation antage mange former – fra direkte usandheder og manipuleret indhold til en vildledende kontekst omkring ellers korrekte oplysninger.

I denne rapport forstår vi misinformation som påstande, der er i modstrid med den bedst tilgængelige evidens (Freiling et al., 2023). Denne definition indikerer, at vurderingen af misinformation kan ændre sig over tid i takt med ny viden. Vi skelner desuden ikke mellem misinformation og desinformation – altså hvorvidt afsenderen bevidst eller ubevidst deler

vildledende information (Quandt et al., 2019). Det skyldes, at intentionen bag indhold ofte er svær at vurdere, og at det kan opstå og spredes af mange forskellige årsager.

Der er flere grunde til, at misinformation er særligt skadeligt for børn. For det første har børn en nysgerrig og legende tilgang til verden og dermed også sociale medier, som kan føre til, at misinformation skabes og deles som en del af legen – et fænomen, der dog også kan observeres blandt voksne (Melchior & Oliveira, 2024). For det andet er børns følelsesmæssige regulering under udvikling. Forskning viser, at dette kan gøre det vanskeligere for dem at identificere misinformation (Pennycook & Rand, 2021).

For det tredje har de en begrænset erfaring med og viden om digitale værktøjer, algoritmer og AI-genereret indhold (se for eksempel Vartiainen et al., 2023). Derfor er det, ud fra en generel betragtning, typisk vanskeligt for børn at skelne mellem sandt og falsk.

Der findes flere konkrete eksempler på misinformation i børnehøjde. Et udbredt fænomen er såkaldte virale ”challenges” – digitale udfordringer, der spredte sig på sociale medier og i børns netværk. Disse ”challenges” præsenteres ofte som sjove lege, men kan i visse tilfælde rumme skjulte eller direkte farlige elementer. De kan betegnes som misinformation, når de – direkte eller indirekte – fremstilles som ufarlige, selvom de i realiteten kan være skadelige. Et ekstremt eksempel er en udfordring, der gik viralt i 2020 og var inspireret af George Floyds død under politiets varetægt. Her blev børn opfordret til at afprøve, hvor længe de kunne holde til, at en anden person knælede på deres hals. Udfordringen kunne fremstå som en leg, men var i realiteten potentielt livstruende.

Et andet eksempel er ”fake science”-videoer, der præsenterer falske eksperimenter i underholdende, visuelle formater. Det kan for eksempel være historier om pyramider, der kan generere elektricitet. Disse videoer spredte falske påstande og bidrager til, at man risikerer at få en forkert opfattelse af videnskab og fakta.

Et tredje eksempel på misinformation er en nyere trend, hvor børn helt ned til 8-årsalderen begyndte at bruge antirynkecremer og hudplejeprodukter beregnet til voksne (Rackham, 2024). Eksempler som disse understreger nødvendigheden af at undersøge børns oplevelser med misinformation. På den måde kan vi udvikle målrettede indsatser, der både beskytter dem og styrker deres handleevne i mødet med online indhold.



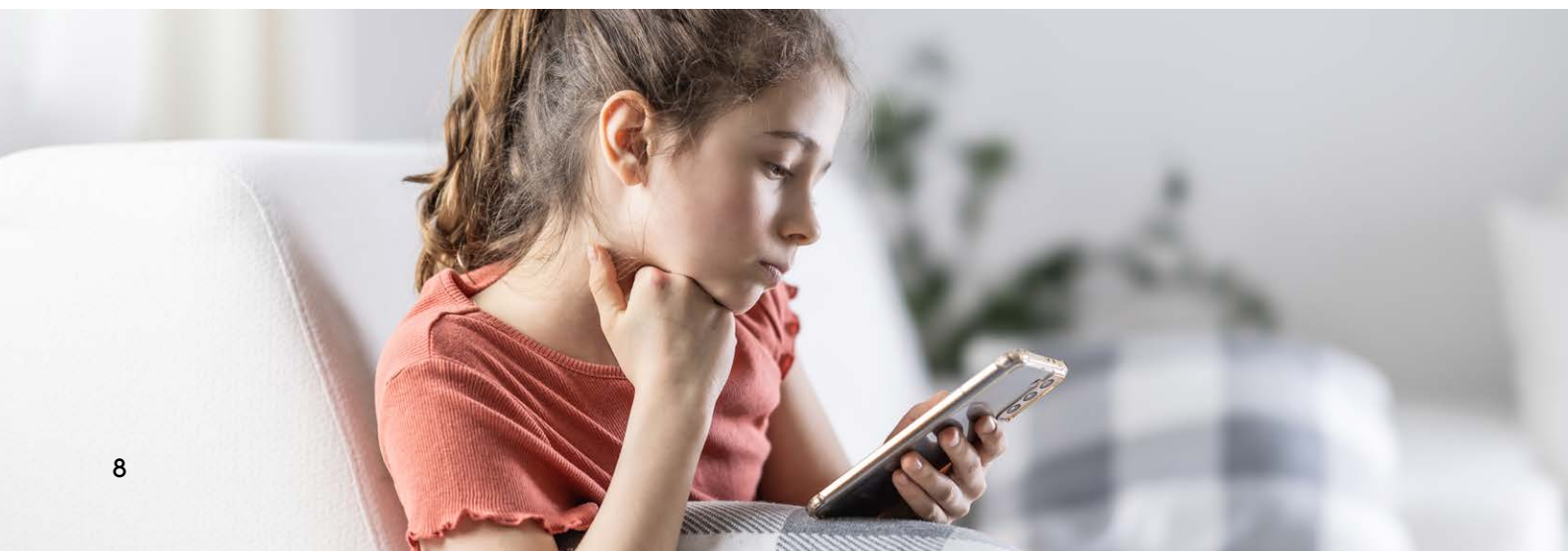
Fremgangsmåde

Denne rapport fokuserer på resultaterne af en spørgeskemaundersøgelse gennemført i foråret 2025 af analyseinstituttet Norstat med 401 danske børn i alderen 5-12 år (se Metodebilag sidst i rapporten). Børnene er rekrutteret via Norstats panel, så der indgår et lige antal for hvert alderstrin mellem 5 og 12 år, en ligelig kønsfordeling samt en repræsentativ fordeling på tværs af regioner. Undersøgelsen tilstræber dermed en stikprøve, der er så repræsentativ som muligt for populationen. Forældrene er ikke repræsentativt udvalgt med hensyn til uddannelsesniveau og alder. Den statistiske usikkerhed for estimer i stikprøven er op til 5 procent, og derfor afspejler små forskelle i procenttal ikke nødvendigvis faktiske forskelle i populationen. Mindre forskelle skal derfor tages med forbehold, og vi omtaler og fortolker derfor som udgangspunkt kun større forskelle i rapporten.

Selve spørgeskemaet er udviklet på baggrund af en mobiletnografisk undersøgelse blandt 21 5-12-årige, der blev gennemført af forskerne i efteråret 2024. I rapporten indgår der også citater fra børn, som stammer herfra.

I analysen undersøger vi forskelle ved at opdele børnene i tre aldersgrupper. Den yngste gruppe af 5-6-årige er børn i børnehave og indskoling, hvor under 25 % ejer en smartphone (Pedersen et al., 2022), og online aktiviteter primært foregår på familiens fælles digitale enheder. Den mellemste gruppe er de 7-9-årige, som går i 1.-3. klasse, og hvor børn typisk får deres første smartphone (Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2025). Den ældste gruppe er børn i alderen 10-12 år, som går i 4.-6. klasse, og hvor 90 % har en smartphone (Pedersen et al., 2022).

På baggrund af undersøgelsen kan vi sige, at børn rapporterer, at de møder misinformation, men ikke om de rent faktisk gør det. Vi vurderer ikke, om børnenes oplevelser objektivt set er misinformation, og vi kan derfor ikke konkludere, om oplevelserne stemmer overens med virkeligheden. I stedet har vi undersøgt, hvordan børn oplever og reagerer på det, de selv opfatter som misinformation. På den måde fokuserer vi på at bringe børns egne perspektiver i spil med henblik på at skabe et grundlag for videre undersøgelser og interventioner.



Hovedkonklusion 1:

Børn oplever, at der er meget misinformation online – især på YouTube

Kendskabet til ordet 'misinformation' stiger med alderen

35 % (N=140) af børnene rapporterer, at de kender ordet 'misinformation', og som forventet stiger kendskabet markant med alderen: 17 % af de 5-6-årige har hørt om begrebet, mens det gælder for 55 % af de 10-12-årige. Denne udvikling kan skyldes flere ting. Ældre børn har selvsagt et større ordforråd og mere viden om verden omkring dem. Men de har også ofte mere erfaring med sociale medier og en større opmærksomhed på emnet misinformation i skolen og derhjemme sammenlignet med yngre børn.

*"Misinformation er en miavkat.
En kat. Fordi mis, det er en mis."
(Pige, 10 år)*

*"Jeg kommer med det samme til at tænke på, at jeg får noget forkert information at vide, og så tænker jeg på YouTube, for mine forældre siger, at man kan få rigtig meget misinformation på YouTube, og det synes jeg også selv."
(Dreng, 11 år)*

17 %

af de 5-6-årige kender ordet
misinformation

55 %

af de 10-12-årige kender ordet
misinformation

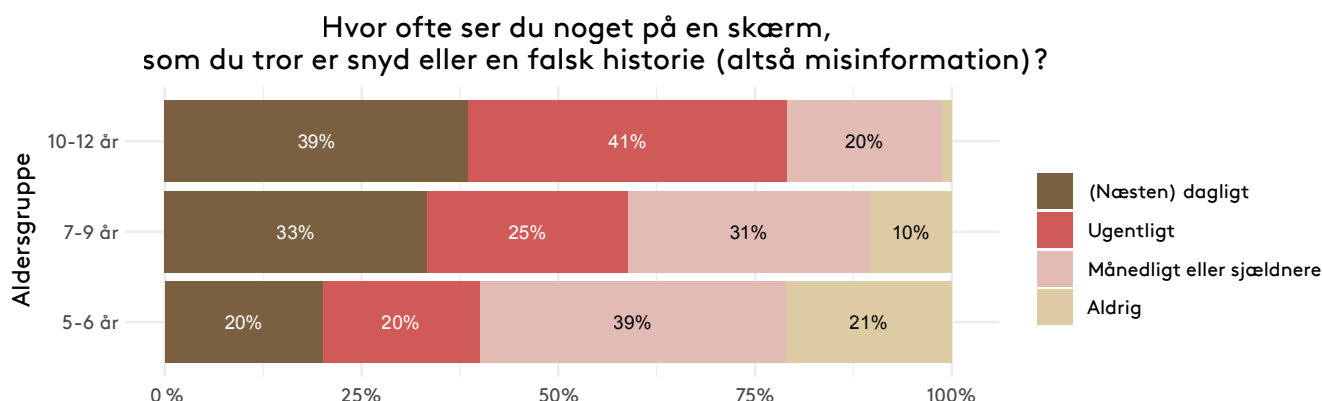
9 ud af 10 børn rapporterer at have oplevet misinformation online – og hyppigheden stiger med alderen

Efter i spørgeskemaet at have spurgt ind til børns kendskab til ordet misinformation præsenterede vi en kort definition: *“Misinformation er, når nogen deler noget online, der ikke er rigtigt – enten fordi de selv tror på det, eller fordi de gerne vil have andre til at tro på det.”* Herefter spurgte vi: *“Hvor ofte ser du noget på en skærm, som du tror er snyd eller en falsk historie (altså misinformation)?”* Til dette spørgsmål svarer 90 % af børnene, at de har oplevet indhold, de vurderer som snyd eller falsk.

Hyppigheden af oplevede møder med misinformation varierer. Nogle oplever aldrig misinformation, mens andre gør det næsten hver dag. Tendensen er, at de yngre børn oplever det sjældnere end de ældre. Generelt viser tallene, at jo ældre børnene er, og jo mere de bruger sociale medier, desto oftere rapporterer de at opleve misinformation.

Ifølge DR (2024) har 31 % af børn i alderen 6-8 år deres egen mobiltelefon, mens 66 % har deres egen tablet. I aldersgruppen 9-11 år er det 84 %, der har deres egen mobiltelefon, og andre undersøgelser viser, at danske børn i gennemsnit får deres første mobiltelefon, når de er 8 år (Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2025; Pedersen et al., 2022).

Tallene i denne undersøgelse viser også, at der er et vendepunkt omkring otteårsalderen, hvor majoriteten rapporterer, at de oplever misinformation næsten dagligt eller ugentligt. Vendepunktet falder sammen med det tidspunkt, hvor de begynder at anvende digitale medier mere selvstændigt. Blandt de 10-12-årige angiver 80 % (N=121), at de oplever misinformation næsten dagligt eller ugentligt (se figur 1).



Figur 1: Hvor ofte børn i forskellige aldersgrupper rapporterer at have oplevet misinformation – svarfordeling i procent. N=401.

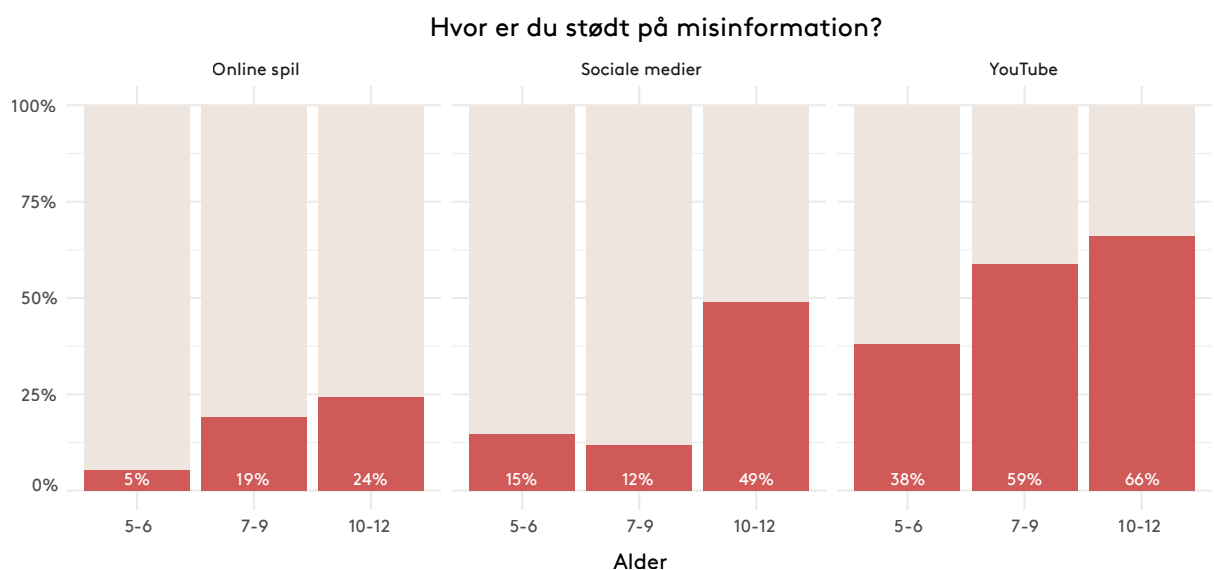
Børn rapporterer især at opleve misinformation på YouTube

På tværs af aldersgrupper peger børn på YouTube som den platform, hvor de oftest møder misinformation.

Øvrige sociale medier som Snapchat, TikTok og Instagram begynder dog at spille en rolle som kilde til misinformation fra omkring 10-årsalderen.

“På Snapchat så jeg en dame med mascara, der var falskt. Det var misinformation. For der findes ikke nogen mascara, som kan gøre ens øjenvipper så lange, ligesom mor også sagde.”
(Pige, 10 år)

Cirka en femtedel af børnene rapporterer at have oplevet misinformation i online spil som for eksempel Roblox, Fortnite eller Fifa (se figur 2). Børnenes køn og forældrenes uddannelsesniveau har ingen statistisk betydning for, hvor ofte børn rapporterer at opleve misinformation på de forskellige medier. Børn, der bruger sociale medier eller YouTube sammen med deres forældre, rapporterer generelt – uanset alder – at opleve lidt mindre misinformation. Det, der har størst betydning for, hvor ofte børn rapporterer at opleve misinformation, er dog stadig, hvor meget de bruger sociale medier, særligt YouTube.



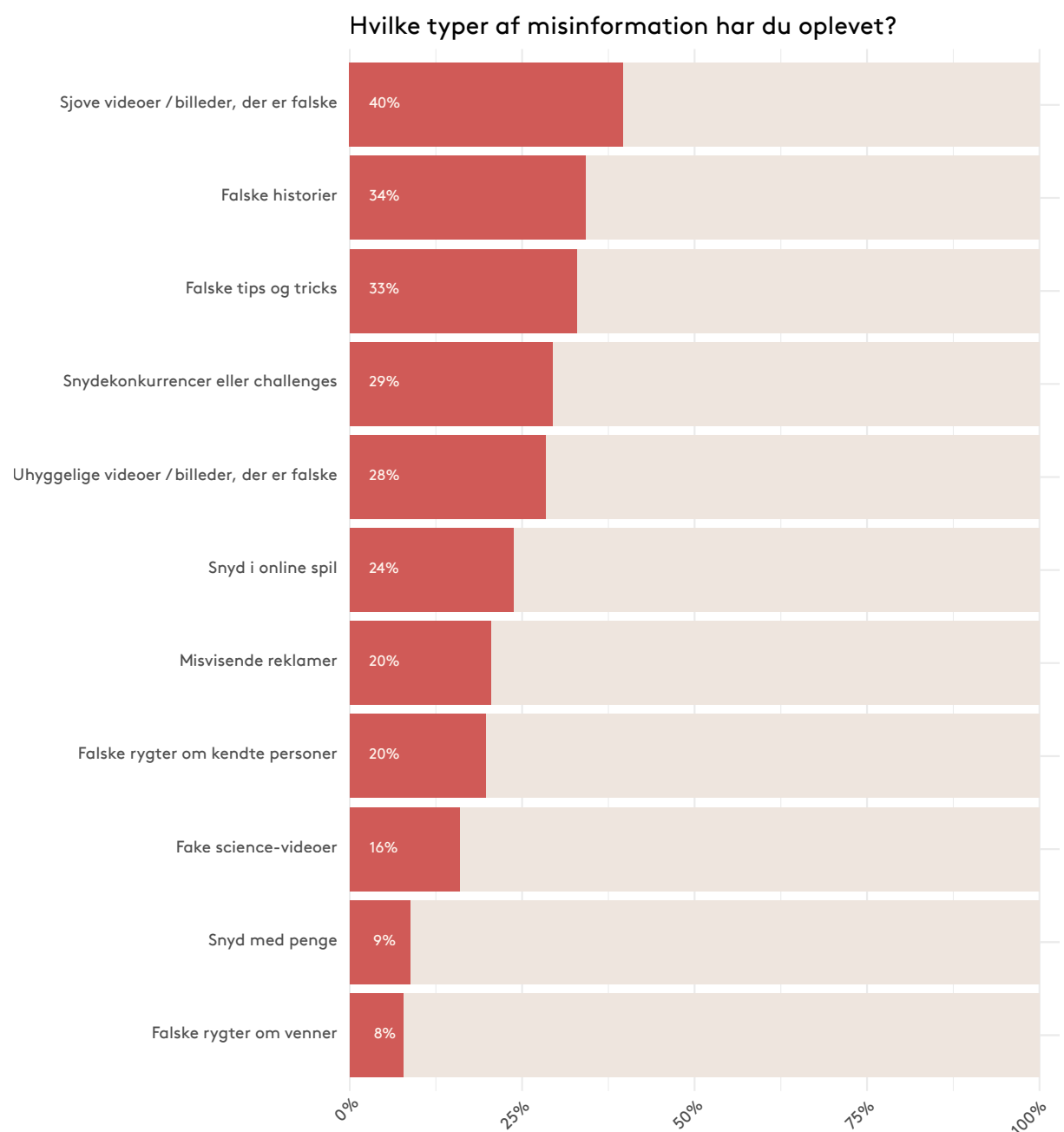
Figur 2: Hvor stor en andel af børn i forskellige aldersgrupper, der rapporterer at have oplevet misinformation i online spil, på sociale medier og på YouTube – svarfordeling i procent. N=401.



Hovedkonklusion 2: Misinformation kan være både underholdende og skræmmende

Børn rapporterer oftest at opleve sjov og fjollet misinformation

Efter at vi havde forklaret børnene, hvad misinformation er, og spurgt dem, hvor ofte og på hvilke medier de oplever det, bad vi dem rapportere, hvilke typer af misinformation de har oplevet online. Her angiver børnene ofte sjove videoer, der ser ægte ud, men som viser sig at være falske, opdigtede historier, der foregiver at være sande, samt falske ”gode råd” eller tips (se figur 3).



Figur 3: Hvilke typer af misinformation, børn rapporterer at have oplevet
– svarfordeling i procent. N=401.

Samlet set rapporterer børn altså, at de oplever misinformation i mange forskellige former. Ofte opleves det som legende og harmløst snarere end ondsindet. Mange børn rapporterer, at de har oplevet fjollede videoer eller billeder, der ser ægte ud, men er falske (40 %, N=159), falske historier (34 %), samt falske tips og tricks (33 %). Det afspejler en online børnekultur, hvor denne type indhold også deles for sjov. Det er dog ikke al oplevet misinformation, der fremstår helt så underholdende. Børnene oplever for eksempel også snydekonkurrencer eller challenges (29 %), uhyggelige videoer/billeder/historier, der ser ægte ud, men er falske (28 %) og fake science-videoer (16 %).

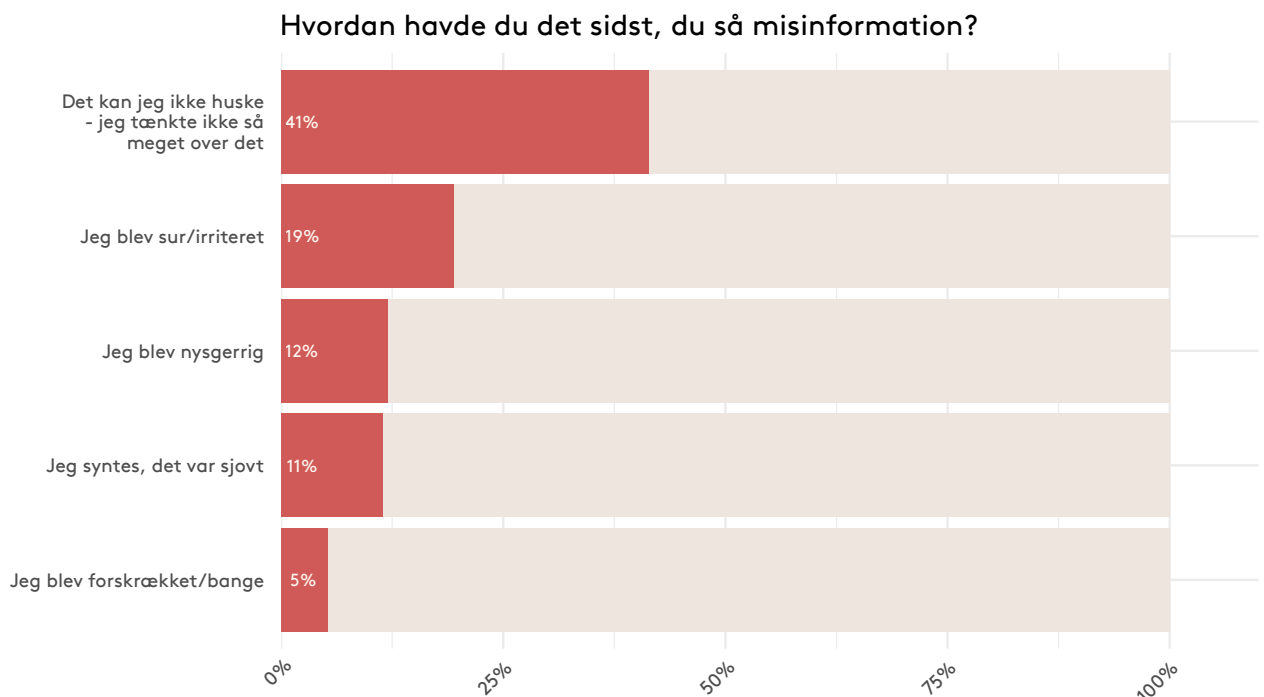
“Jeg fik at vide på internettet, at det skum, der kommer ude i havet, at det var hvaltis, og hvis man spiste det, så fik man mange vitaminer.”
(Pige, 12 år)

Misinformation vækker blandede følelser

41 % (N=166) af børnene kan ikke huske, hvordan de reagerede sidst, de stødte på indhold, de oplevede som misinformation. 19 % blev irriterede eller vrede, og 5 % blev forskrækkede eller bange. Andre havde mere positive oplevelser og fandt misinformationen sjov (11 %) eller reagerede med nysgerrighed (12 %). 41 % (N=166) af børnene kan ikke huske, hvordan de reagerede sidst, de stødte på indhold, de oplevede som misinformation. 19 % blev irriterede eller vrede, og 5 % blev forskrækkede eller bange. Andre havde mere positive oplevelser og fandt misinformationen sjov (11 %) eller reagerede med nysgerrighed (12 %). . Reaktionen varierer ikke nævneværdigt med alder, og de små forskelle i procentpoint skal tolkes med varsomhed (se figur 4).

“Nogle gange kan det være sjovt at snyde på nettet, men kun hvis det sådan slet ikke giver mening, og det er for dumt til at være sandt.”
(Dreng, 11 år)

Børnenes følelsesmæssige oplevelser med formodet misinformation indikerer, at det vækker forskelligartede, kontrasterende følelser, og at de betragter misinformation som både underholdende og problematisk. Når misinformation opleves underholdende, er der en risiko for, at det kan inspirere til farlige situationer. Vores undersøgelse siger ikke noget konkret om, hvorvidt sådanne situationer udspiller sig, men det bør være et opmærksomhedspunkt.

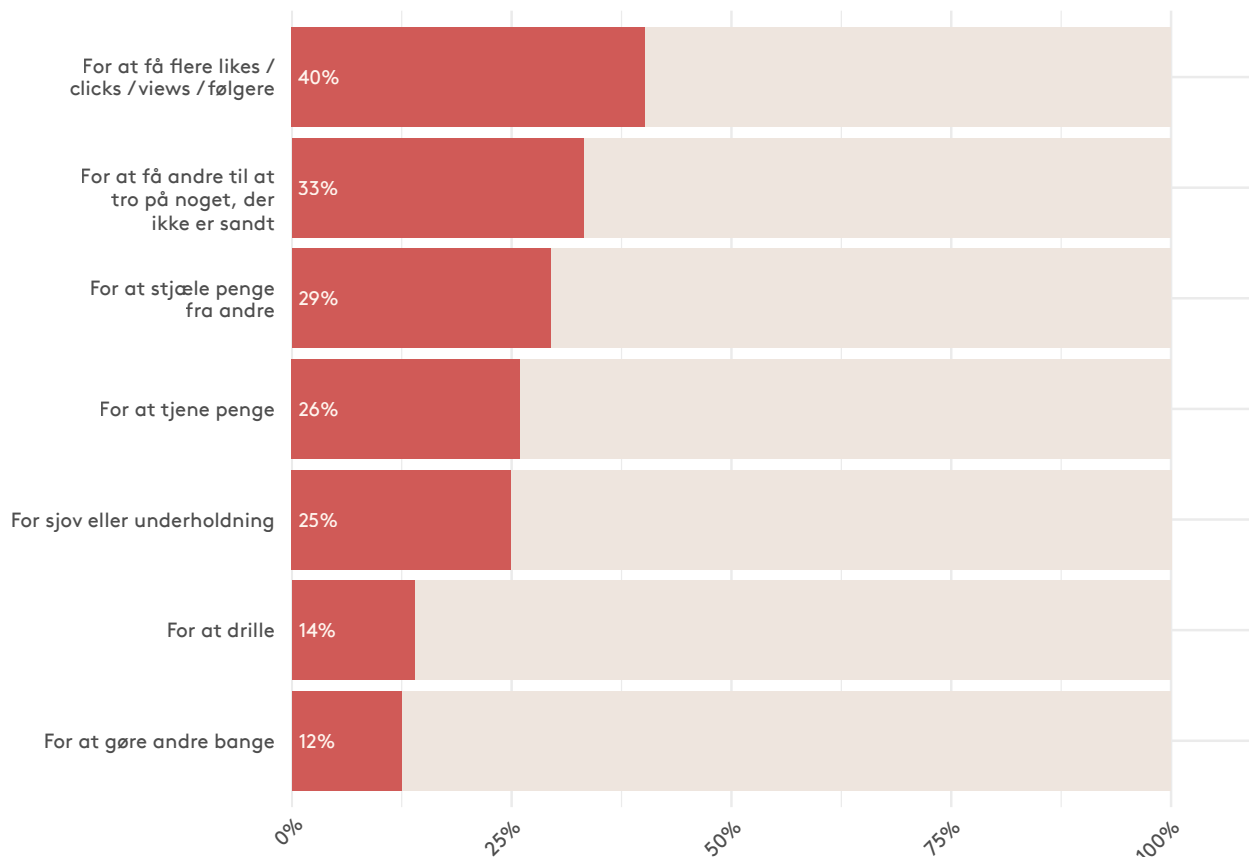


Figur 4: Hvilke følelsesmæssige reaktioner på misinformation, børn rapporterer at have oplevet – svarfordeling i procent. N=401.

Jagt på opmærksomhed er den vigtigste årsag til at dele misinformation

Til spørgsmålet *“Har du selv prøvet at dele misinformation på nettet?”* svarer 97 % af børnene, at det har de ikke. Til gengæld har de klare forestillinger om, hvorfor andre kunne finde på at dele misinformation. Børnene fremhæver især jagt på opmærksomhed som årsag til, at misinformation bliver delt. 40 % af børnene svarer, at det handler om likes, klik og synlighed. Fordelingen af børnenes øvrige besvarelser på, hvilke motiver misinformation deles med, peger i flere retninger (se figur 5). Igen sættes misinformation i forbindelse med logikker, der relaterer sig til både underholdning og til indhold produceret ud fra dårlige hensigter.

Hvorfor tror du, folk deler misinformation på nettet?



Figur 5: Hvad børn tror, der får folk til at dele misinformation – procentfordeling af svar. N=401.

*Mr Beast laver falske videoer for at få følgere og likes. Og for at få nogen til at købe hans ting. Man kan også se nede i kommentarerne, at så er der nogen, der skriver fake.
(Pige, 10 år)*

*Dem, der laver falske historier, gør det, fordi de gerne vil have flere klik og views, så de får flere penge.
(Dreng, 12 år)*

Hovedkonklusion 3:

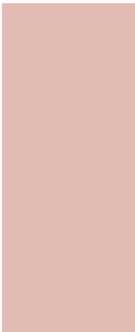
Nære relationer har stor betydning for børns håndtering af misinformation

Forældre er børns vigtigste værn mod misinformation

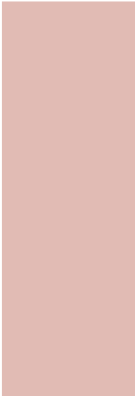
Når børn støder på misinformation, er det ofte forældrene, de henvender sig til. 51% af børnene svarer, at de søgte hjælp hos en forælder, sidst de blev i tvivl om noget, de havde set på nettet. Det understreger, at forældre spiller en helt central rolle i børns håndtering af misinformation. 40% af børnene svarer, at de bare "vidste det", hvilket peger på, at børn i høj grad også stoler på deres mavefornemmelse, når de vurderer, om noget er misinformation.

En mindre gruppe (14%) vælger at afprøve indholdet selv (for eksempel en 'fake science'-, '5-Minute Craft'-eller 'life-hack'-video), læser kommentarsporet (12%) eller spørger venner til råds (11%). Endnu færre søger hjælp hos en lærer, ser et TV-program om emnet eller bruger faktatjek-strategier som at søge information via søgemaskiner, tjekke platformes mærkninger af indholdet eller opsøge flere kilder. Igen skal små procentvise forskelle dog tolkes med forsigtighed.

Sammenlignet med de yngre børn beskriver de 10-12-årige et bredere repertoire af redskaber til at gennemskue misinformation – herunder at bruge kommentarspor (24%, N=36).



“Hvis jeg oplever, noget er falskt, så går jeg til min mor og far. Hvis de siger, det er falskt, går jeg ud af det og laver noget andet.”
(Pige, 7 år)

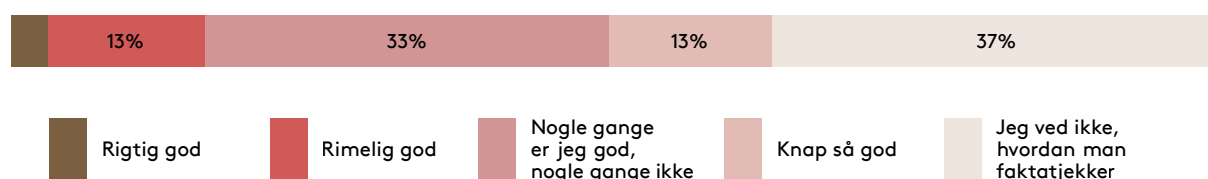


“Engang kiggede jeg på 5-Minute Crafts på YouTube, og så ville jeg jo gerne prøve det, og jeg tror, det var et eller andet med noget ild, og så finder jeg så ud af, at det er falskt, fordi jeg så brænder mig selv.”
(Pige, 12 år)

De fleste børn mangler redskaber til at faktatjekke – men de ældste og de mest aktive på sociale medier føler sig mere selvsikre

Til spørgsmålet “*Hvor god vil du selv sige, at du er til at finde ud af, om noget er sandt eller falskt (altså at faktatjekke)?*” svarer langt de fleste, at de enten ikke ved, hvordan man gør, eller at det kun lykkes for dem en gang imellem. I gennemsnit vurderer børnene, at de er knap så gode til at faktatjekke. Kun en meget lille gruppe – under 5 % – føler sig sikre på deres evner til at faktatjekke (se figur 6). Det vidner både om en udbredt usikkerhed blandt børn og manglende redskaber til kritisk at navigere i digital information.

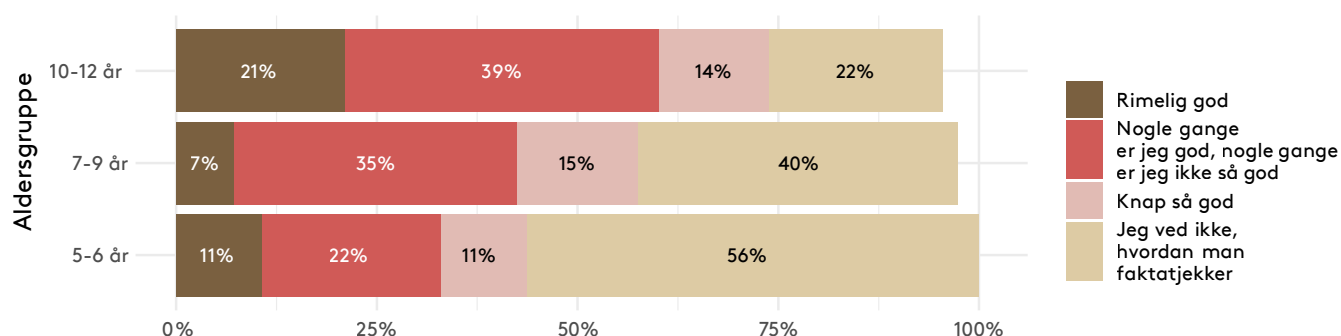
Hvor god vil du selv sige, du er til at faktatjekke?



Figur 6: Hvordan børn vurderer deres egne evner til at faktatjekke – svarfordeling i procent. 2 % svarede “Rigtig god” (udeladt i figuren af visuelle hensyn). N=401.

Jo ældre børn er, desto større tiltro har de til deres egne evner til at tjekke fakta. Blandt de yngste ved flertallet ikke, hvordan man gør. I aldersgruppen 7-9 år begynder flere at svare, at de nogle gange er gode og andre gange ikke så gode. Fra 10-årsalderen svarer over halvdelen, at de enten er “nogle gange god, andre gange ikke så god”, “rimelig god” eller “rigtig god” (se figur 7). Den positive vurdering af egne evner hænger ikke kun sammen med alder, men også med erfaring med sociale medier.

Hvor god vil du selv sige, du er til at faktatjekke?



Figur 7: Hvordan børn i forskellige aldersgrupper vurderer deres egne evner til at faktatjekke – svarfordeling i procent. N=401.

Når børn vil forstå begivenheder i verden, henvender de sig til voksne og bruger nyheder målrettet børn

Ligesom børn henvender sig til deres forældre, når de ser indhold, de oplever som misinformation, søger de oftest hjælp hos voksne, de har tillid til, når de vil vide mere om vigtige begivenheder og emner i verden, såsom klimaforandringer eller internationale konflikter. 60 % svarer, at de vil spørge nogen til råds, typisk deres forældre, hvis de vil vide mere om vigtige begivenheder. Den dernæst mest udbredte strategi er at opsøge nyheder målrettet børn, som for eksempel UltraNyt eller Børneavisen, hvilket 23 % svarer. Kun ganske få svarer, at de selv søger viden via nettet, sociale medier eller bruger traditionelle medier som tv eller radio.



Hovedkonklusion 4:

AI-genereret misinformation er primært på de ældre børns radar

Over halvdelen kender til AI

56 % af børnene svarer, at de ved, hvad AI er. Det er markant flere end de 35 %, der kender til begrebet misinformation, og tyder dermed på, at kunstig intelligens i højere grad har vundet indpas i børns bevidsthed. Kendskabet til AI stiger med alderen. Mens kun 18 % af de 5-6-årige kender til det, gælder det for 86 % af de 10-12-årige.

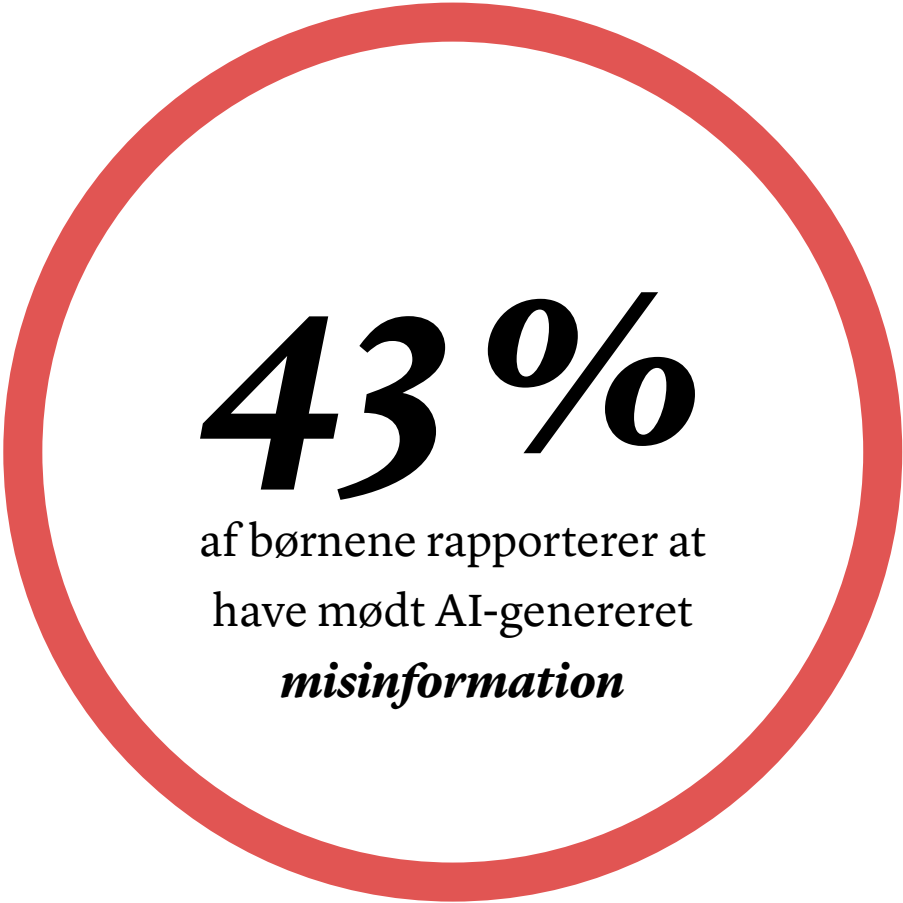
Under halvdelen rapporterer at have oplevet AI-skabt misinformation

Vi spurgte børnene, om de havde set misinformation online, som de mente var skabt ved hjælp af kunstig intelligens. 43 % svarer ja. Igen er det vigtigt at understrege, at vi ikke med sikkerhed kan vide, om der faktisk har været AI involveret i det, børnene har oplevet.

Andelen, der vurderer, at de har oplevet AI-skabt misinformation, stiger med alderen, fra 28 % af de 5-6-årige til 48 % af de 10-12-årige. Vi kan dog ikke vide, om børn reelt møder mere AI-skabt misinformation med alderen, eller om de ældre børn blot er mere opmærksomme på fænomenet.

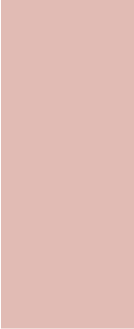
Identifikation af AI-genereret misinformation

Når børn støder på indhold, de oplever som AI-skabt misinformation, søger de oftest hjælp hos en voksen – typisk en forælder, lærer eller pædagog. I gennemsnit rapporterer cirka en femtedel at have identificeret AI-genereret misinformation ved at spørge en voksen. Omtrent lige så mange rapporterer, at de selv kunne identificere AI-skabt misinformation. Meget få rapporterer at have opdaget det via kommentarsporet, platformens mærkninger eller ved aktivt at tjekke andre kilder online. Også når børn skal identificere potentielt AI-genereret misinformation, trækker de altså i høj grad på de nære voksne relationer. Samtidig forsøger mange børn at bruge deres egne kritiske evner, mens systematiske strategier som faktatjek og kildekritik er sjældne.

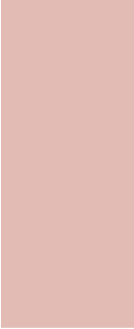


43 %

af børnene rapporterer at
have mødt AI-genereret
misinformation



Jeg fandt et klip på TikTok, hvor de skyder på mål, og bolden flyver mærkeligt. Det ser ikke rigtigt ud, så jeg tror, det er AI-genereret.
(Dreng, 12 år)



Det er meget svært at se, når man bruger AI, og man kan nemt lave videoer, som siger noget dårligt om andre, for man kan ikke se, at det er falskt.
(Dreng, 12 år)

Anbefalinger

En væsentlig årsag til, at børn i dag udsættes for store mængder misinformation på sociale medier, er, at disse platforme ikke tager det nødvendige ansvar for at moderere indhold og begrænse spredningen af misinformation. Da techgiganterne bestemmer, hvilket indhold børn møder, påhviler ansvaret først og fremmest dem. Derfor bør de påtage sig et langt større ansvar, og lovgivning må sikre, at det sker i praksis. Indtil det sker, kan forældre, børn, skoler og dagtilbud heldigvis selv bidrage – både ved at styrke børns evner til at forholde sig kritisk til sociale medier og deres indhold og ved at understøtte, at børn bevarer tilliden til troværdig information.

Anbefaling 1:

Tidlig undervisning i digital misinformation.

Undersøgelsen viser, at børn allerede i en tidlig alder oplever misinformation på tværs af de platforme, de bruger, og at de oplever den i mange former – fra det skræmmende og åbenlyst skadelige til det underholdende, legende og tilsyneladende harmløse. Undervisning i skoler og dagtilbud vil kunne styrke børns evne til at skelne mellem troværdig information og misinformation. Herigennem skal børn rustes til at forstå, identificere og modstå misinformation på alderssvarende måder.

Anbefaling 2:

Forældre skal klædes på.

Undersøgelsen viser, at børn ofte søger deres forældres hjælp til at navigere i information og gennemskue potentiel misinformation. Derfor bør forældre klædes på til at kunne tale med deres børn om, hvordan misinformation opstår og spredes, og hvordan man faktatjekker.

Anbefaling 3:

Opmærksomhed på udsatte børn og forældre.

Ikke alle forældre har mulighed for at støtte deres børn, være nysgerrige på deres online liv eller formidle viden om misinformation. Det betyder, at misinformation påvirker børn forskelligt og kan forstærke eksisterende sociale uligheder. Det peger på nødvendigheden af en pædagogisk indsats over for sårbare børn.



Referencer

- DR (2024). Medieudviklingen 2023. Den årlige rapport om udviklingen i danskernes medievaner. DR.
- Elsner, M., Atkinson, G. & Zahidi, S. (2025). Global Risks Report 2025. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025/>
- Freiling, I., Krause, N. M., Scheufele, D. A., & Brossard, D. (2023). Believing and sharing misinformation, fact-checks, and accurate information on social media: The role of anxiety during COVID-19. *New Media & Society*, 25(1), 141-162.
- Howard, P. N., Neudert, L. M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). Digital Misinformation/Disinformation and Children. UNICEF.
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2025). Young Consumers and Social Media. <https://kfst.dk/media/egkp201j/20250206-young-consumers-and-social-media.pdf>
- Melchior, C., & Oliveira, M. (2024). A systematic literature review of the motivations to share fake news on social media platforms and how to fight them. *New Media & Society*, 26(2), 1127-1150.
- Ofcom (2024). Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2024/>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402.
- Quandt, T., Frischlich, L., Boberg, S., & Schatto Eckrodt, T. (2019). Fake News. I: The International Encyclopedia of Journalism Studies, 1-6. Wiley.
- Rackham, A. (2024). Growing skincare use by children is dangerous, say dermatologists. BBC. <https://www.bbc.com/news/health-67993618>
- Vartiainen H., Kahila J., Tedre M., Sointu E., Valtonen T. (2023). More than fabricated news reports: Children's perspectives and experiences of fake news. *Journal of Media Literacy Education*, 15(2), 17-30.

Metodebilag

Rapporten bygger på data indsamlet via en online spørgeskemaundersøgelse gennemført af analyseinstituttet Norstat i perioden 12.-21. marts 2025. I alt 401 børn i alderen 5-12 år har svaret på spørgeskemaet. Undersøgelsen, inklusive spørgeskemaet og plan for datahåndtering, blev inden dataindsamlingen godkendt af Syddansk Universitets komité for forskningsetik. 87 % af børnene udfyldte spørgeskemaet sammen med en forælder, mens de resterende 13 % udfyldte det alene.



Population

Deltagerne er udvalgt gennem en stratificeret stikprøve. Børnene er rekrutteret, så der indgår et lige antal for hvert alderstrin mellem 5 og 12 år, en ligelig kønsfordeling samt en repræsentativ fordeling på tværs af regioner. Inden for hver af disse grupper er det tilfældigt, hvilke børn der inviteres til at deltage. På den måde er det tilstræbt at skabe et repræsentativt udsnit af danske børn i alderen 5-12 år.

Dog er vores stikprøve ikke repræsentativ for danske børn, når det gælder forældrenes uddannelsesniveau og alder. 69 % af forældrene har en videregående uddannelse – enten kort, mellemlang eller lang – og deres gennemsnitsalder er cirka 40 år. Samtidig er stikprøven trukket fra et eksisterende panel og dermed ikke baseret på en i statistisk forstand tilfældig udvælgelse, hvor alle i befolkningen har en teoretisk lige stor chance for at blive udvalgt.

Trods det giver vores stikprøve, som er tilstræbt repræsentativ, et solidt grundlag for at identificere generelle mønstre og forskelle i børns oplevelser med misinformation på sociale medier. Vi anser således denne rapport som et vigtigt skridt mod at forstå et komplekst fænomen, og vi opfordrer til, at der i fremtiden gennemføres undersøgelser med flere deltagere.

Alder	Pige (N=204)	Dreng (N=196)	Andet (N=1)	Region Ho- vedstaden (N=111)	Region Sjælland (N=63)	Region Syddan- mark (N=84)	Region Midtjylland (N=90)	Region Nord- jylland (N=53)	Total (N=401)
5	22	23	0	20	2	8	8	7	45
6	28	22	0	20	7	12	9	2	50
7	25	27	0	10	13	11	13	5	52
8	28	22	0	11	7	16	12	4	50
9	23	28	0	15	10	10	10	6	51
10	28	23	0	8	7	9	16	11	51
11	24	27	1	14	13	8	9	8	52
12	26	24	0	13	4	10	13	10	50

Tabel 1: Deltagere i spørgeskemaundersøgelsen fordelt på alder, køn og bopælsregion.

Sekventiel udvikling og opbygning af spørgeskema

Vores undersøgelse er gennemført i to hovedfaser med det samlede formål at skabe overblik over børns forståelser af misinformation, hvilke former for indhold, de oplever som misinformation, og deres reaktioner herpå. Før spørgeskemaundersøgelsen gennemførte vi derfor en mobiletnografisk undersøgelse med 21 børn i alderen 5-12 år i efteråret 2024. Indsigterne fra denne undersøgelse dannede grundlag for formuleringen af spørgeskemaets spørgsmål og svarmuligheder. Citaterne i rapporten stammer fra den mobiletnografiske undersøgelse.

Spørgeskemaet er bygget op om fire overordnede temaer. Første tema handler om børns generelle brug af sociale medier; hvilke platforme de bruger, hvor ofte, og om de typisk er alene eller sammen med andre, når de er online. Andet tema fokuserer på, hvordan børn søger information og forholder sig til fakta – altså om og hvordan de forsøger at finde ud af, om noget er sandt. Det tredje og mest omfattende tema handler om børns erfaringer med misinformation. Her spørger vi ind til, hvor ofte de oplever misinformation, på hvilke medier, og hvilke typer misinformation de oplever. Derudover spørger vi, hvordan de identificerer misinformation, hvordan de reagerer, hvorfor de tror, folk deler den slags indhold, og om de selv har delt misinformation. Fjerde og sidste tema undersøger børns kendskab til kunstig intelligens og deres oplevelser med AI-genereret misinformation.



Syddansk Universitet
Campusvej 55
DK-5230 Odense

Telefon: +45 6550 1000
sdu@sdu.dk
www.sdu.dk