

Barn og medier 2022:

Barn og unges bruk av sosiale medier

Oppsummert

- 90 prosent av 9–18-åringene bruker sosiale medier i 2022, mot 90 prosent i 2020.
- 48 prosent av 9-åringene bruker ett eller flere sosiale medier i 2022, mot 51 prosent i 2020.
- 56 prosent av 10-åringene bruker ett eller flere sosiale medier i 2022, mot 65 prosent i 2020.
- 85 prosent av 11-åringene bruker ett eller flere sosiale medier i 2022, mot 85 prosent i 2020.
- Av 9–11-åringene er 24 prosent på Snapchat, mot 44 prosent i 2020, 7 prosent er på Instagram, mot 18 prosent i 2020, og 40 prosent er på Tiktok, mot 54 prosent i 2020.
- Fra barna er 13 år bruker tilnærmet alle sosiale medier.
- Nesten alle barn og unge som bruker sosiale medier som Snapchat, Instagram, Facebook, Tiktok, Messenger og YouTube har egne brukere. Unntaket er YouTube, hvor åtte av ti har egen bruker.
- På Instagram og Snapchat er det vanligst å få egen bruker i 11–12-årsalderen. For Facebook og Messenger er det mest vanlig å få egen bruker i 13-årsalderen eller senere. YouTube er den tjenesten der det er mest vanlig å få bruker tidligst.

Mest brukte sosiale medier blant 9-18 åringer i 2022

- Youtube: 91 prosent (mot 95 prosent i 2020)
- Snapchat: 78 prosent (mot 80 prosent i 2020)
- Tiktok: 73 prosent (mot 65 prosent i 2020)
- Instagram: 64 prosent (mot 65 prosent i 2020)
- Facebook: 50 prosent (mot 51 prosent i 2020)
- Discord: 36 prosent (mot 29 prosent i 2020)
- Roblox: 31 prosent (mot 30 prosent i 2020)

Hvilke sosiale medier, apper og netjtjenester bruker barn og unge?

9–18-åringene fikk spørsmål om hvilke tjenester de bruker når de er på nettet. I årets undersøkelse er det spurt om flere tjenester som ikke har vært med i tidligere undersøkelser.

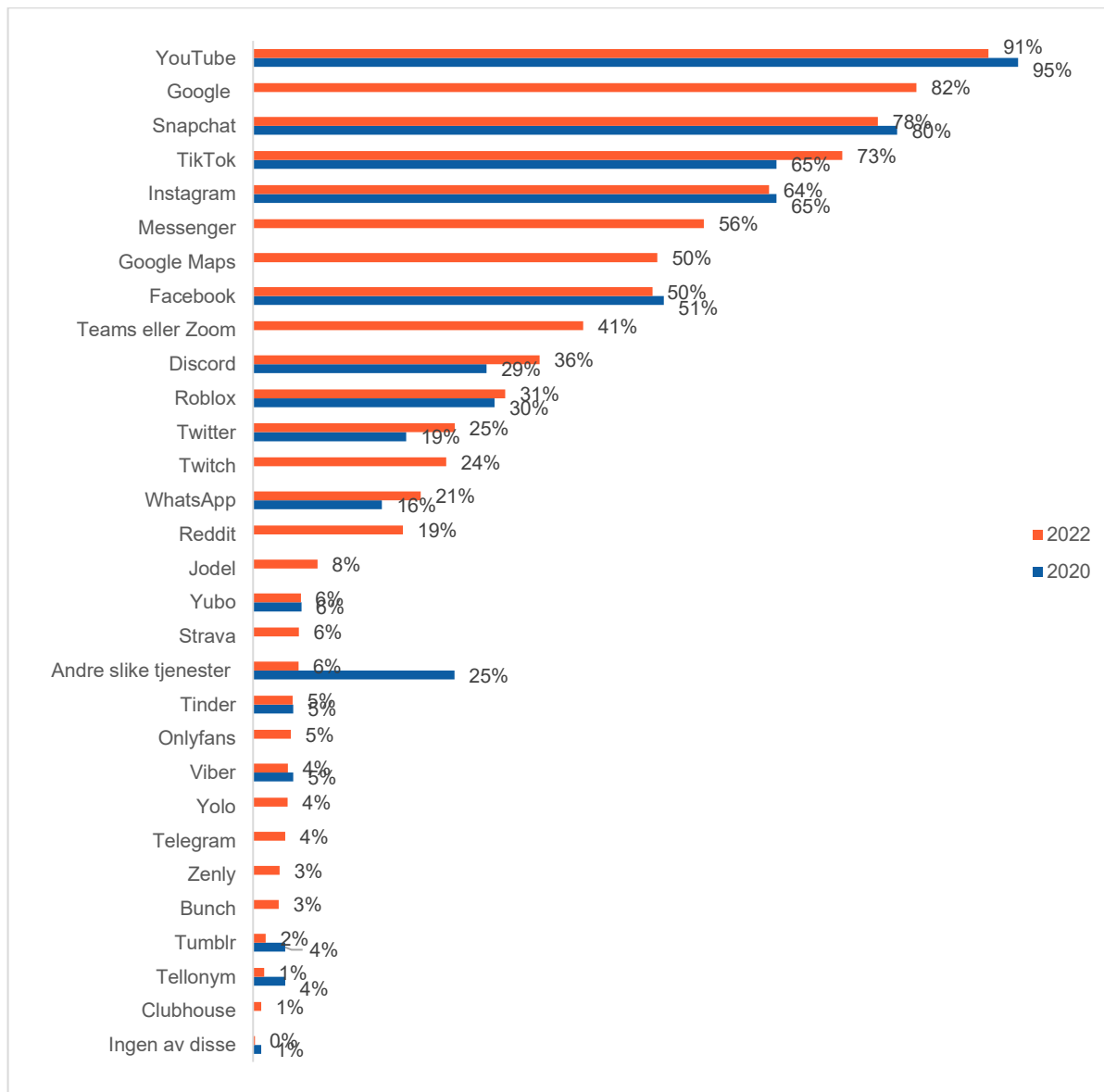
Fire tjenester er i en særstilling når det gjelder hvilke netjtjenester/sosiale medier 9–18-åringene bruker mest: YouTube, Snapchat, Instagram og Tiktok (se figur 9).

Aller størst er YouTube, som brukes av ni av ti (91 %). Det er likevel fire prosentpoeng færre enn i 2020. Nest størst er Snapchat, som brukes av i underkant åtte av ti (78 %). Tiktok brukes av over sju av ti (73 %), og er dermed den tredje mest brukte tjenesten. Andelen som bruker Tiktok har økt med åtte prosentpoeng siden 2020. Fjerde størst er Instagram, som brukes av vel seks av ti 9–18-åringer.

Nettsøk-tjenesten Google brukes også av mange (82 %), mens Messenger brukes av nesten seks av ti. Videre bruker halvparten GoogleMaps, omtrent fire av ti bruker Teams eller Zoom, over to av ti bruker Twitch (24 %), og nesten to av ti bruker Reddit (19 %).

Færre en én av ti bruker nett-tjenester som Jodel, Strava, OnlyFans, Jodel, Yolo, Telegram, Zenly, Bunch og Clubhouse.

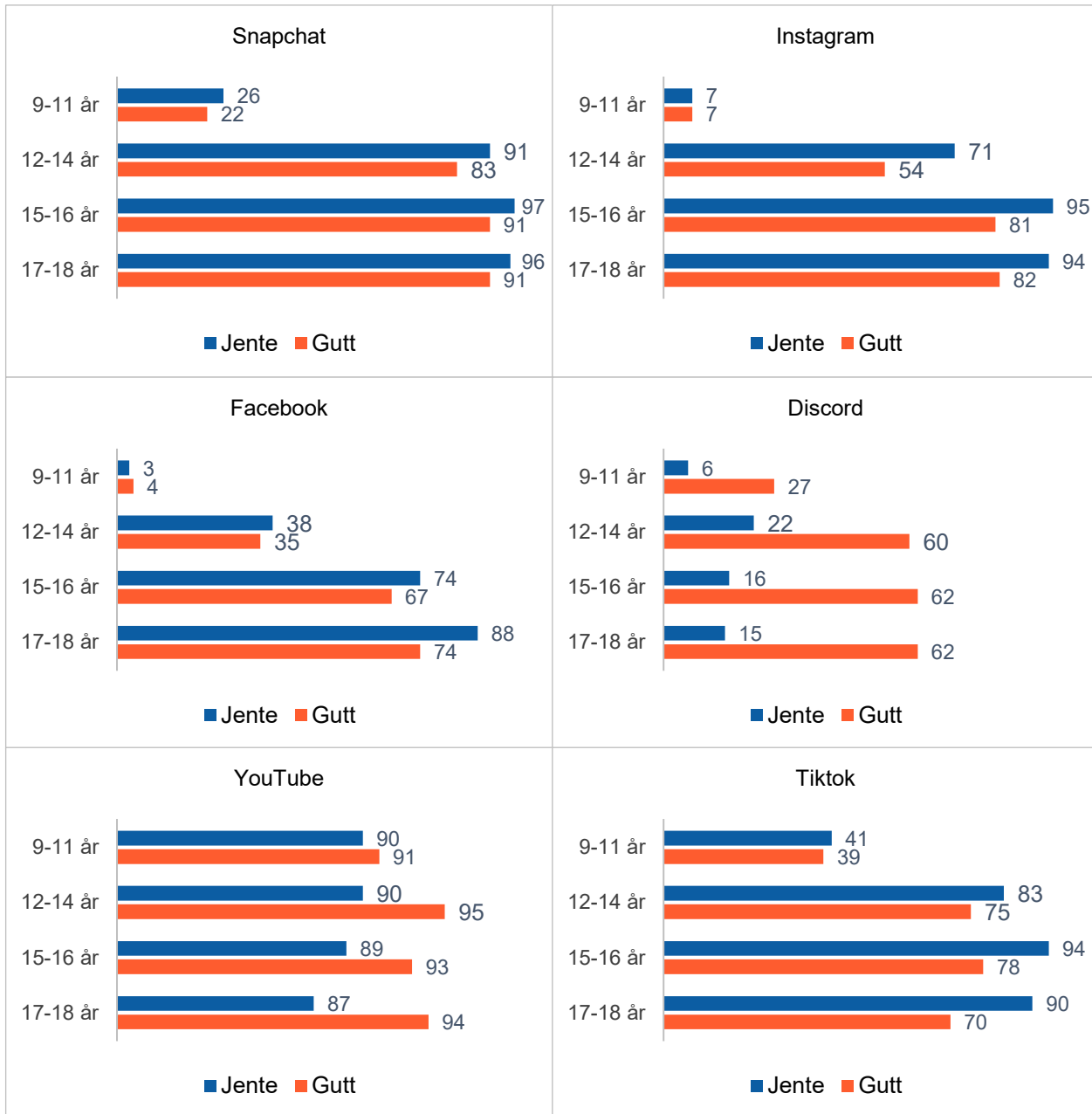
Figur 1: Bruker du noe av dette? Prosentandel av 9–18-åringene. Blå stolper viser til måling i 2020. n=3195 (2022) n=3378 (2020).



Det er store forskjeller i bruken av de ulike tjenestene, avhengig av alder, kjønn og skoletrinn. YouTube er blant tjenestene som er brukt av flest på tvers av alle alderstrinn og kjønn. Andelen som bruker Snapchat øker i ungdomsskolealder. Mens det er under halvparten som bruker tjenesten på barneskolen, bruker godt over ni av ti Snapchat på ungdomsskole og videregående skole. Hele 96 prosent av jenter på videregående skole svarer at de bruker Snapchat, og det samme mønsteret gjelder for Instagram og TikTok. På barneskolen er det henholdsvis omtrent to av ti og fem av ti som bruker disse tjenestene, mens på ungdomsskolen og videregående skole er det nærmere åtte av ti for begge tjenester. Klart flere jenter enn gutter som svarer at de bruker Instagram og TikTok.

Figur 10 og 11 viser skillene i forhold til kjønn, skoletrinn og alder.

Figur 2: Prosentandel gutter og jenter i ulike alderstrinn, som bruker Snapchat, Tiktok, Instagram, Facebook, YouTube og Discord (n=3184). Alle tall er i prosent.



Mens Instagram, Tiktok og Snapchat har en overvekt av brukere blant jenter, er Discord en tjeneste som i betydelig grad ser ut til å appellere mer til gutter. Andelen som bruker Discord er over dobbelt så høy blant gutter som jenter i barneskolen, og tre ganger så høy på ungdomsskole og

videregående skole. Over seks av ti gutter i alderen 13–18 år svarer at de bruker Discord.

Facebook har vært det sosiale mediet som har vært brukt klart mest av den norske befolkningen over 18 år, helt siden lanseringen i 2007¹. Blant de unge er derimot bruken av Facebook langt mer beskjeden. I denne gruppen har Snapchat posisjonen som det viktigste sosiale mediet.

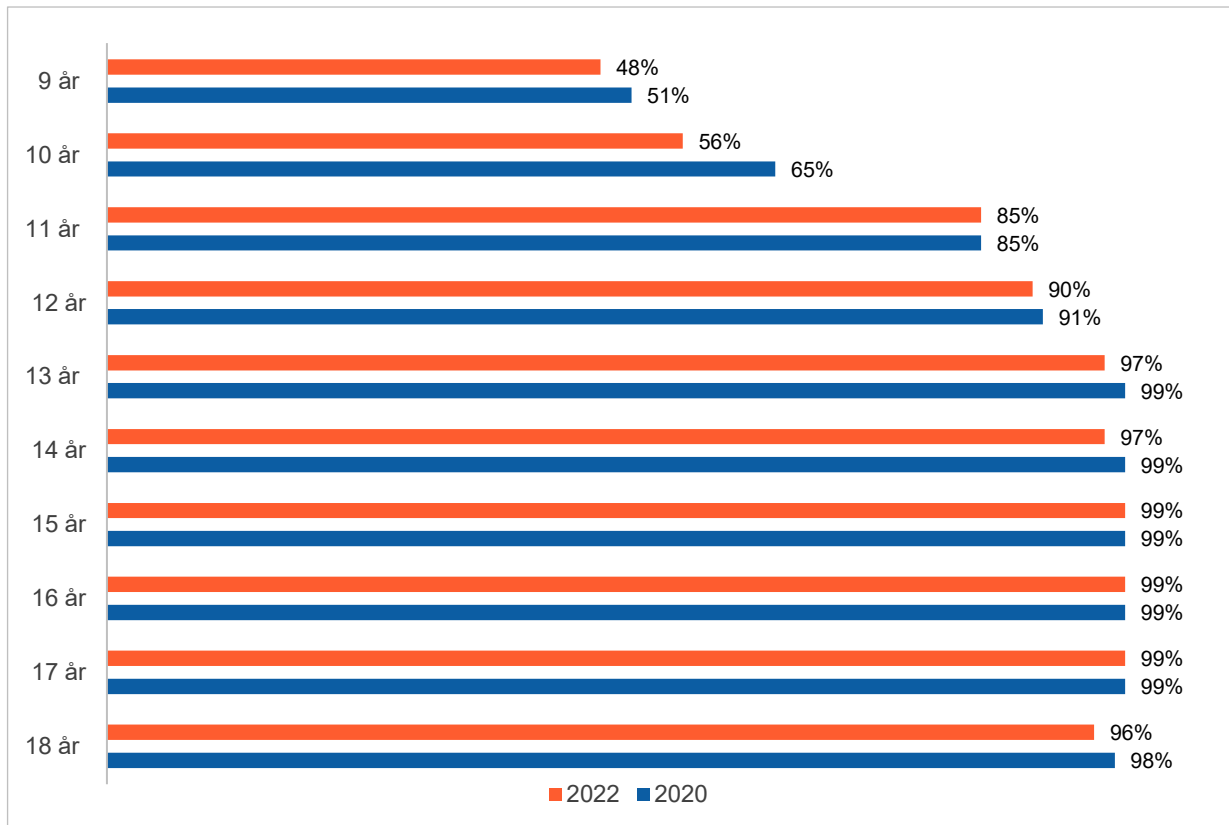
Men bruken av Facebook øker med alderen, også blant de unge. Mens kun én av ti på barneskolen som bruker Facebook, svarer i overkant av sju av ti gutter (74 %) og nesten ni av ti jenter (86 %) at de bruker Facebook på videregående skoler (se figur 10).

Hvor stor andel av norske barn bruker sosiale medier?

9–18-åringene fikk spørsmål om hvilke sosiale medier de bruker. Disse tallene tilsier at totalt 90 prosent av 9–18-åringene bruker sosiale medier, tilsvarende andel som i 2020. En litt større andel jenter (91 prosent) enn gutter (89 prosent) bruker sosiale medier. Også denne andelen er lik som i 2020. Figur 12 viser andelen som bruker ett eller flere sosiale medier fordelt på ulike aldersgrupper.

¹ Se for eksempel bearbejdede tall fra Norsk mediebarometer her <https://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/412>

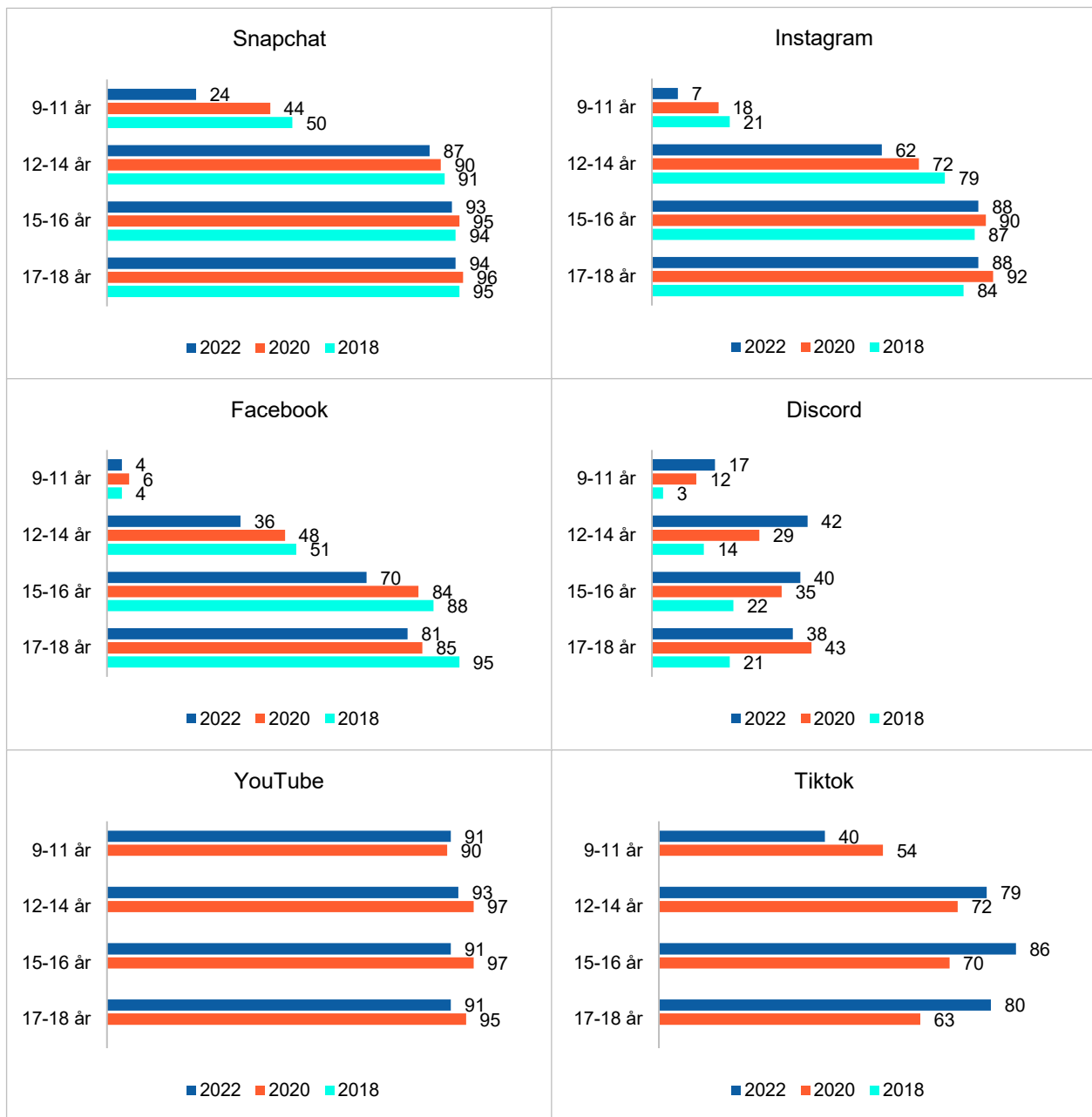
Figur 3: Prosentandel i ulike aldersgrupper som har oppgitt at de bruker ett eller flere sosiale medier etter alder. Følgende sosiale medier er inkludert i beregningen: Snapchat, Instagram, Tiktok, Twitter, Discord, Facebook, WhatsApp, Viber, Yubo, Tumblr, Tellonym, Yolo, Reddit og Telegram.



YouTube og Snapchat har holdt seg stabile som de største og mest brukte tjenestene fra 2018, men det er en svak tendens til at andelen barn og unge som bruker YouTube er dalende. Sett bort fra den yngste gruppen (9–11 år), er andelen fra fire til seks prosentpoeng lavere i 2022 sammenlignet med 2020. Tiktok synes å ta over som det viktigste mediet som distributør av videoer. den yngste gruppen i alderen 9–11 år.

En tydelig lavere andel av 9–11-åringene svarer at de bruker Snapchat (20 prosentpoeng lavere enn i 2020) og Tiktok (14 prosentpoeng lavere enn i 2020). Snapchat holder sin svært høye oppslutning i andre aldersgrupper (rundt ni av ti), og at andelen som bruker Tiktok, vokser kraftig. Tiktok nærmer seg nivået til Snapchat og YouTube.

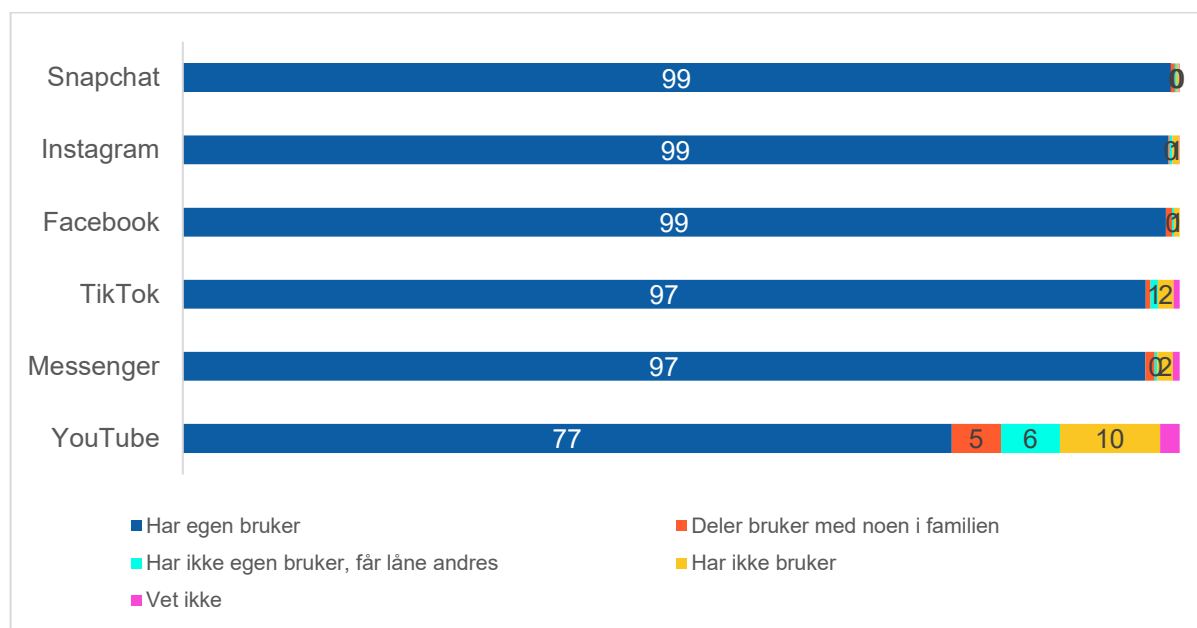
Figur 4: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som bruker Snapchat, Instagram, Facebook, Discord og Tiktok. Sammenlignet med resultatet i 2020 og 2018.



Har barn og unge egen bruker, eller deler de med andre i familien?

De som oppga å bruke Snapchat, Instagram, Tiktok, YouTube, Facebook eller Messenger, ble spurt om de har egen bruker på det aktuelle sosiale mediet. Resultatene vises i figur 13.

Figur 5: Har du egen bruker på? Prosentandel av 9–18-åringene som har egen bruker de ulike sosiale mediene.



Nesten alle i alderen 9–18 år som bruker Snapchat, Instagram og Facebook, har egen bruker (99 %). De aller fleste som bruker Tiktok har også egen bruker (97 %), mens én prosent deler med andre i familien og to prosent ikke har bruker i det hele tatt. Det samme mønsteret gjelder for Messenger: 97 prosent har egen bruker, én prosent deler med andre i familien og to prosent har ikke bruker i det hele tatt.

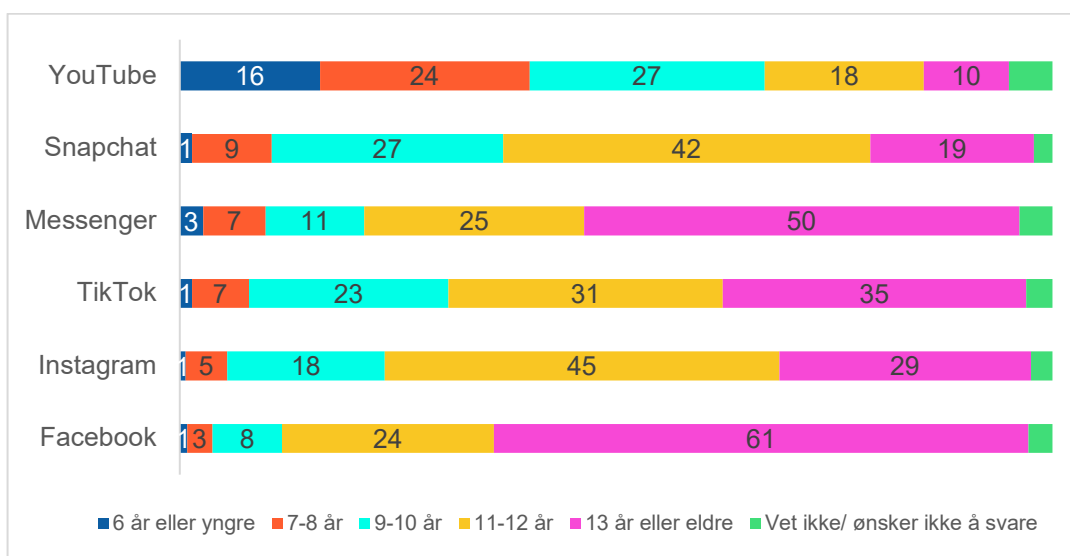
Et flertall av 9–18-åringene som bruker YouTube, har også egen bruker (77 %, opp fra 71 % i 2020), samtidig som en relativt stor andel oppgir å kun få lov til å se på andres bruker (6 %), at de deler med andre i familien (5 %), eller at de ikke har bruker (10 prosent).

Tallene er generelt svært like resultatene fra undersøkelsen i 2020.

Alder da barn får egen bruker på sosiale medier

De som oppga å ha egen bruker på Snapchat, Instagram, Tiktok, YouTube, Facebook eller Messenger, fikk videre spørsmål om hvor gamle de var da de fikk bruker på disse sosiale mediene. I figur 13 vises resultatene for hvert enkelt sosialt medium på dette spørsmålet².

Figur 6: Hvor gammel var du da du fikk bruker på ...? Prosentandel av 9–18-åringene som har egen bruker på de ulike sosiale mediene.

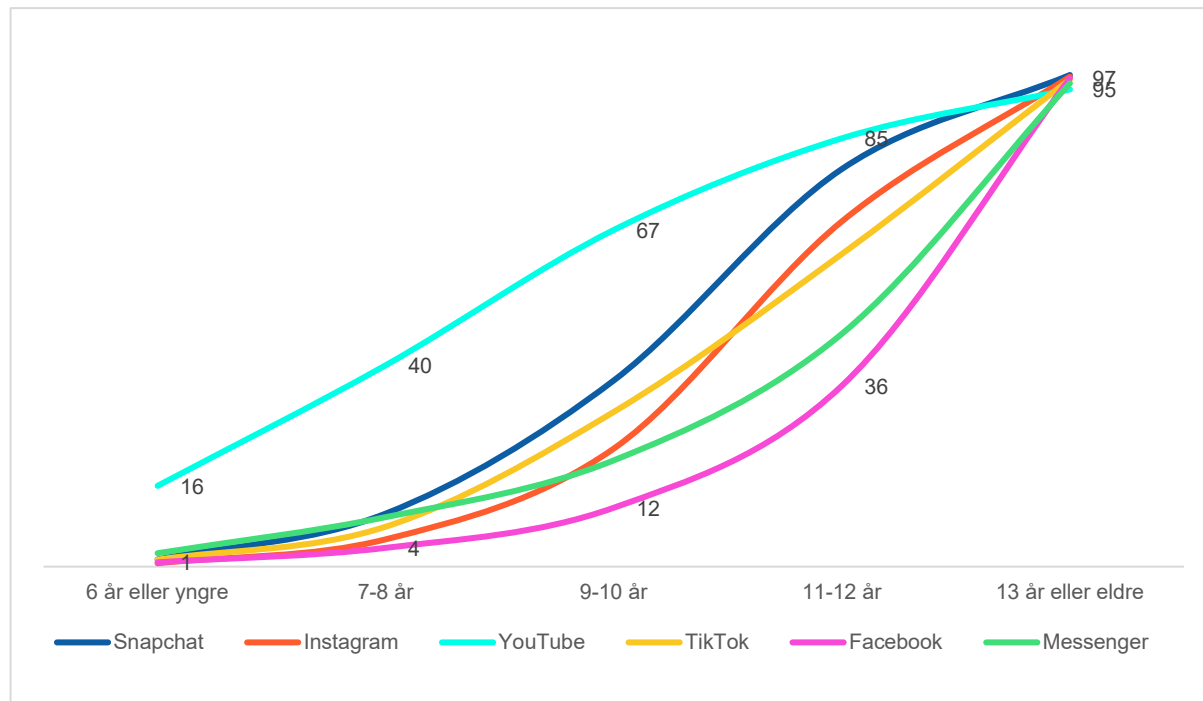


På Instagram og Snapchat fikk flest egen bruker i 11–12-årsalderen. Henholdsvis 42 og 45 prosent som har egen bruker her, fikk dette da de var 11–12 år. For Facebook og Messenger er det vanligere å få egen bruker noe senere. Henholdsvis får seks av ti og fem av ti bruker først i 13-årsalderen eller senere. Mange Tiktok-brukere fikk også egen bruker før fylte 13 år (til sammen 56 prosent), men en stor andel fikk også egen bruker da de var 13 år eller eldre (35 prosent). YouTube er den tjenesten der det er mest vanlig å få egen bruker tidligst, noe vi også så i 2020. Fire av ti blant de som har bruker, fikk dette før fylte 9 år, og til sammen 85 prosent før fylte 13 år. I 2020 var denne andelen 71 prosent.

Figur 15 viser kumulativt hvilken alder barn og unge har når de får egen bruker i sosiale medier.

² Resultatene må tolkes med forbehold om at kun de som har egen bruker for det aktuelle sosiale mediet, har besvart spørsmål om dette. Dette betyr at flere eldre enn yngre barn har besvart spørsmålet, siden de eldre i større grad har egen bruker. Videre er ikke tallene for når barn og unge fikk egen bruker helt sammenlignbare, siden enkelte av tjenestene (som Tiktok) er relativt nye.

Figur 7: Kumulativt: Hvor gammel var du da du fikk bruker på ...? Prosentandel av 9–18-åringene som har egen bruker på de ulike sosiale mediene.



På YouTube er det mest vanlig å få egen bruker tidligst, mens det er mest vanlig å få Facebook når man er eldre. Mens 85 prosent av dem som bruker YouTube har egen bruker når de er i 11–12-årsalderen, gjelder det kun 36 prosent av Facebook-brukerne på samme alder.

Om undersøkelsen

Medietilsynet står bak undersøkelsen Barn og medier 2022, og Kantar Public har bistått med innsamling og bearbeiding av data. Undersøkelsen bygger på tilsvarende undersøkelser som er gjort annethvert år siden 2003.

Formålet med undersøkelsene er å gi en samlet framstilling av barn og unges digitale mediebruk. Dette omfatter digitale bruk og deltakelse, kompetanse og dømmekraft, i tillegg til foreldres deltakelse og regulering av barn og unges mediehverdag. Temaer som kartlegges er blant annet barns medievaner (sosiale medier, spill, tv), aktiviteter og opplevelser på nett (mobbing, seksuelle kommentarer, porno), kildekritikk og holdninger til medieregulering.

I årets undersøkelse har cirka 3200 9–18-åringer fra 78 skoler over hele landet deltatt. I tillegg er det gjennomført en foreldreundersøkelse, med cirka 2200 respondenter som har barn i alderen 1–17 år.

Medietilsynet er faglig ansvarlig for undersøkelsen både når det gjelder spørsmål og spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering. Datainnsamling og databearbeiding er gjennomført av Kantar Public i nært samarbeid med Medietilsynet.