

Barn og Medier 2024:

Delrapport: Barn og unges medievaner og tilgang til teknologi

Om undersøkelsen

Undersøkelsen *Barn og medier 2024* er gjennomført av Verian på oppdrag fra og i samarbeid med Medietilsynet.

Barn og medier-undersøkelsen ble gjennomført første gang i 2003¹, og er gjennomført annethvert år fra 2006. Forrige utgave ble gjennomført i 2022². Formålet med undersøkelsen er å gi innsikt i hvordan barn og unge reflekterer rundt egen mediebruk. Årets datainnsamling ble gjennomført i første kvartal 2024, på 122 ulike skoler spredt over hele landet. 3212 barn i alderen 9-18 år har deltatt i kartleggingen. Resultatene er vektet på kjønn, skoletrinn og kommunestørrelse³ for å utjevne utvalgsskjevheter.

Undersøkelsen belyser samlet et stort omfang av tema knyttet til barns digitale hverdag. I denne delrapporten presenteres resultater på områdene som belyser barnas medievaner, samt deres tilgang til utstyr og teknologi. Rapporten *Barn og medier 2024* publiseres i sin helhet vinteren 2024.

Medietilsynet publiserer også *Foreldre og medier-undersøkelsen*, som gir innblikk i hvordan foreldrene opplever barnas medievaner. Denne undersøkelsen blir i likhet med *Barn og medier* publisert annethvert år, og er senest gjennomført i 2024.⁴

¹ Medietilsynet, 2011, [Tidsserier for barn og medier-undersøkelsene 2003-2010](#)

² Medietilsynet, 2023, [Barn og Medier 2022](#)

³ Basert på SSBs oversikt over kommunestørrelse (de 20 mest folkerike kommunene utgjør 46 prosent av befolkningen). <https://www.ssb.no/befolkning/folketall/artikler/norges-100-mest-folkerike-kommuner/tabell-1.norges-100-mest-folkerike-kommuner>

⁴ Medietilsynet, 2023, [Foreldre og medier 2022](#)

Hovedfunn:

Tilgang på utstyr:

- De aller fleste 9–18-åringer har egen mobil og/eller egen skole-PC eller skole-nettbrett. Nesten alle, 94 prosent, av 9–11-åringer har egen mobil. I 2014 hadde 85 prosent i samme alder egen mobil.
- Omtrent halvparten har egen PC eller datamaskin hjemme, eget nettbrett, egen TV og/eller egen spillkonsoll koblet til TV.
- I 2024 får flere barn tilgang på mobil i ung alder, enn tidligere. Det er også flere som får sin første mobil i ung alder enn det var tidligere. 62 prosent av 9–10-åringer fikk sin første mobil før fylte åtte år, mens 35 prosent av dagens 17–18-åringer fikk sin første mobil før de fylte åtte år.

Bruk av mobiltelefon:

- Nesten alle, 94 prosent, av 9–11-åringer har egen mobil. I 2014 hadde 85 prosent i samme alder egen mobil.
- Det er også flere som får sin første mobil i ung alder enn det var tidligere. 62 prosent av 9–10-åringer fikk sin første mobil før fylte åtte år, mens 35 prosent av dagens 17–18-åringer fikk sin første mobil før de fylte åtte år.
- Nytt av året er at vi har spurt barn og unge om deres daglige tidsbruk på ulike mobilaktiviteter. Blant 9–18-åringer er 36 prosent storbrukere⁵ av sosiale medier på mobilen, 28 prosent storbrukere av serier og videoer på mobilen, 20 prosent storbrukere av mobilspill.
- Kun 30 prosent oppgir/svarer at de bruker for mye tid på mobilen.

⁵ De som bruker mobilen i minimum tre timer eller mer til en enkeltaktivitet, kalles for «storbrukere» av denne mobilaktiviteten. I tillegg til tiden de bruker på akkurat denne mobilaktiviteten, kommer andre mobilaktiviteter og annen skjermbruk i tillegg

Sosiale medier:

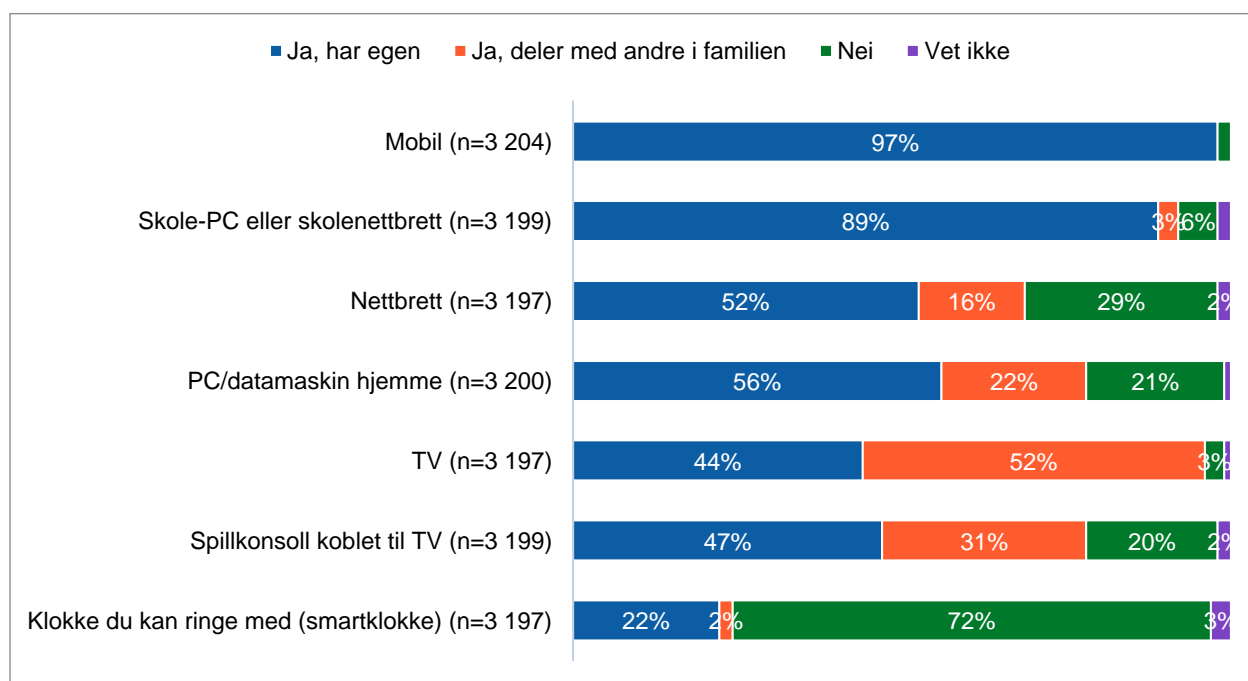
- Totalt sett bruker 86 prosent av 9–18-åringene sosiale medier, og bruken øker med alder. Blant 9-åringene bruker halvparten sosiale medier, når barna når 13-årsalderen bruker tilnærmet alle sosiale medier.
- Til tross for at det er 13-års aldersgrense for å ha egen bruker på Snapchat, TikTok, Facebook og Instagram, får et flertall av barna som bruker disse mediene egen bruker før de fyller 13 år.
- Flere jenter enn gutter bruker sosiale medier, og dette gjelder særlig for tenåringer. Flere jenter enn gutter er også storbrukere av sosiale medier på mobilen. Jenter er i større grad enn gutter enige i at de bruker for mye tid på sosiale medier, og dette gjelder uavhengig av hvor mye tid barna oppgir å bruke på sosiale medier på mobilen.
- 45 prosent av 9–18-åringene svarer at foreldrene har laget regler for hvilke sosiale medier de kan bruke, og 36 prosent oppgir at foreldrene følger godt med på deres bruk. Blant de yngste barna er det flere som svarer at foreldrene er involvert.
- Totalt bruker 83 prosent av barna YouTube. Færre jenter bruker YouTube i 2024, enn i 2022. Det er flere gutter enn jenter som bruker YouTube totalt sett.
- Blant 9–18-åringene som ser på eller følger YouTubere, TikTokere eller influensere, er det mest populært å se på humorvideoer. De mest populære influenserne er MrBeast, Julie Fiala og Sidemen.

1. Barn og unges tilgang til utstyr og teknologi

Hva slags utstyr har barn og unge tilgang på?

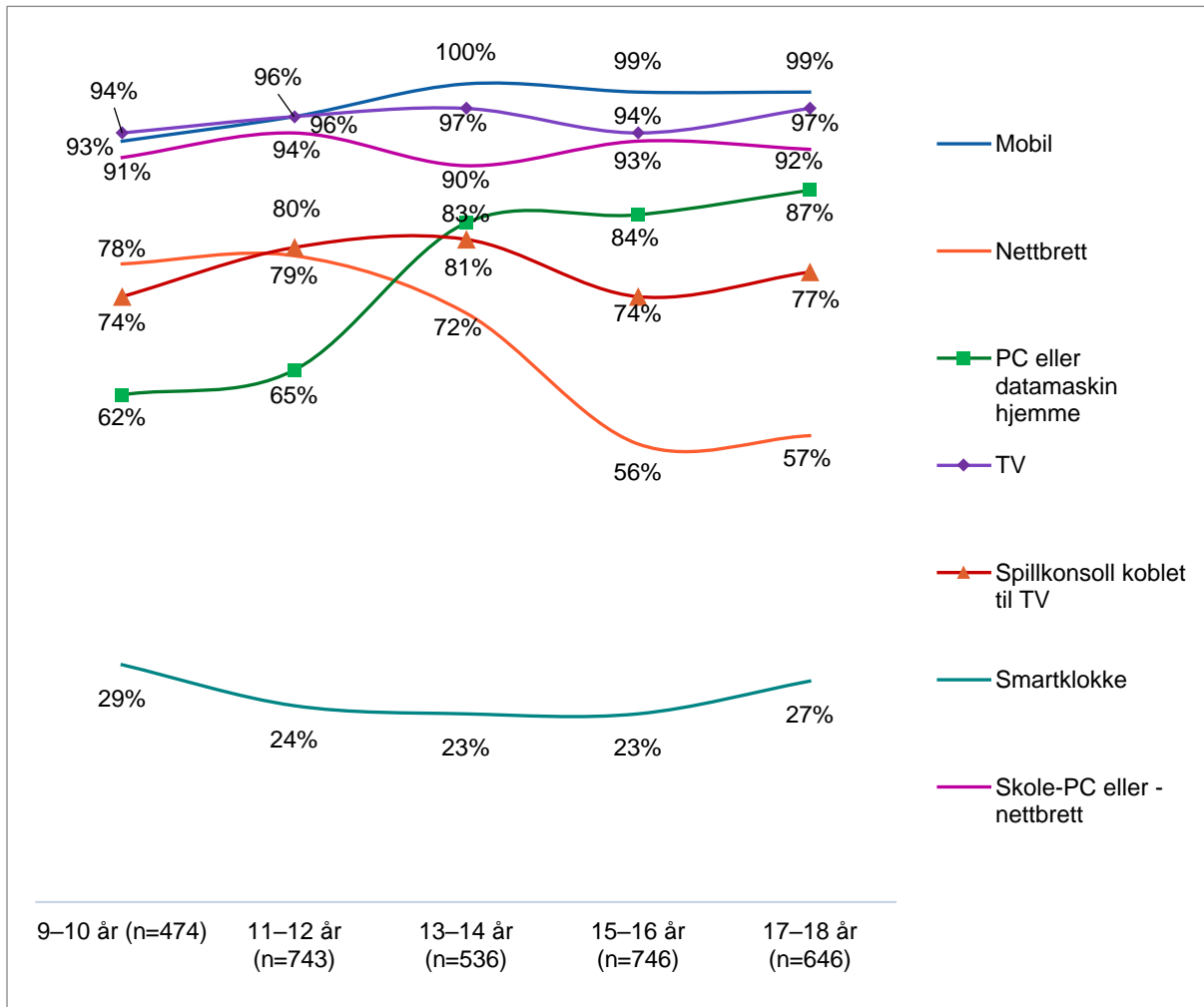
Alle 9–18-åringene blir spurt om hva slags type utstyr de har tilgang på, og om de eier dette selv eller deler med noen i familien. Figur 1 viser at 97 prosent har egen mobil, og 89 prosent har egen skole-pc eller skole-nettbrett. Omtrent halvparten har eget nettbrett (52 prosent), egen PC- eller datamaskin hjemme (56 prosent), egen TV (44 prosent) og/ eller spillkonsoll koblet til TV (47 prosent). Ser vi også på de som har tilgang fordi de deler utstyr med noen i familien, har totalt 96 prosent tilgang på TV.

Figur 1. «Har du tilgang på...». Prosent. Alle har blitt spurt. Antall som har svart på spørsmålene er oppgitt i parentes.



Figur 2 viser aldersforskjeller i tilgangen på de ulike teknologiene, altså både de som har egen eller deler med noen i familien.

Figur 2. «Har du tilgang på...» Prosent. Sammenslåing av kategoriene «Ja, har egen» og «Ja, deler med noen i familien». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart i hver gruppe er oppgitt i parentes.



Figuren viser at:

- Tilgangen på TV, mobil og skole-pc eller skole-nettbrett er høy allerede blant 9–10-åringene, hvor henholdsvis 94 prosent (TV), 93 prosent (mobil) og 91 prosent (skole pc/nettbrett) har tilgang, enten ved at de eier selv eller deler med noen i familien. Det er en svak økning med alder i andelen som har tilgang på mobil og TV.
- 65 prosent av 9–12-åringene har tilgang på PC eller datamaskin hjemme, og denne andelen stiger til over 80 prosent blant de som er over 12 år.
- Andelen som har tilgang på nettbrett synker med økt alder. Blant 9–12-åringene har nesten 80 prosent tilgang på nettbrett, mens blant 15–18-åringene har drøyt halvparten tilgang på nettbrett.

- Tilgangen på spillkonsoll koblet til TV er høyest blant unge i alderen 13–14 år (81 prosent). Både blant yngre og eldre barn er andelen med tilgang til spillkonsoll koblet til TV noe lavere, 74 prosent blant 9-10 åringer og 77 prosent blant 17–18-åringer har tilgang på spillkonsoll koblet til TV.
- Det er også flest barn i alderen 9–10 år som har tilgang på smartklokke (29 prosent). Denne andelen synker noe med alder, og tar seg opp igjen blant 17–18-åringer (27 prosent har tilgang i denne gruppen).

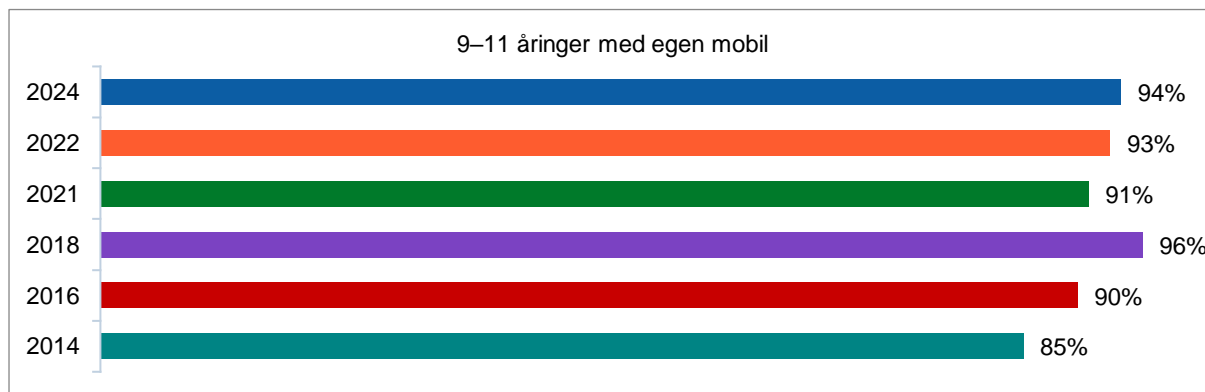
I dette avsnittet vil tilgangen på ulik teknologi over tid diskuteres nærmere.

Mobil: De aller fleste barn og unge i alderen 9–18 år har *egen* mobil (97 prosent). To prosent svarer at de ikke har mobil, og under en prosent at de deler mobil med andre i familien.

- Det er ingen endringer for tilgang til mobil sammenlignet med i 2022. Tilgang til mobil har vært stabil over flere år.
- Ser vi på andelen barn som har egen mobil i ulike aldersgrupper er det også få endringer over tid. Figur 3 viser andelen 9–11-åringer som har egen mobiltelefon, brutt ned på målingene gjennomført siden 2014. Blant de som er 12 år og eldre har andelen med egen mobil ligget stabilt på 97 prosent siden målingen i 2014.⁶ Med unntak av i 2018, er det en lineær økning i andelen barn i aldersgruppen 9-11 år som har en egen mobiltelefon, fra 84 prosent i 2014 til 94 prosent i 2024. Over en tiårsperiode ser vi altså en utvikling der de yngste barna får egen mobil tidligere. For de andre aldersgruppene er det ingen endringer.
- Det er ingen tydelige kjønnsforskjeller i om barn og unge har tilgang på mobil.

⁶ Det har variert noe hvordan spørsmålet har blitt stilt ved tidligere undersøkelser. Spørsmålet var tidligere formulert «Har du mobiltelefon», med svaralternativene «Ja, en egen smarttelefon (iPhone eller lignende)» og «Ja, en egen mobil (ikke smarttelefon)». I sammenligningen over tid er derfor alternativene for egen smarttelefon og egen mobil slått sammen. Sammenligning over tid må derfor gjøres med forbehold om endringer i både spørsmål og svaralternativer.

Figur 3. «Har du tilgang på... Mobil». Prosent. Andel som har svart «Ja, har egen» i aldersgruppen 9–11 år. Sammenligning av år. Alle har blitt spurt. Antall som har svart i denne aldersgruppen varierer på tvers av målingene. I 2024 var det 866 som svarte i denne gruppen.



Nettbrett: Totalt sett har 68 prosent av 9–18-åringene tilgang til nettbrett. 52 prosent har eget nettbrett.

- Totalt sett er dette en nedgang på tre prosentpoeng fra 2022, og 12 prosent fra 2020.
- Det er noe flere jenter enn gutter som har eget nettbrett. 56 prosent blant jenter mot 48 prosent blant gutter. Det skyldes hovedsakelig at langt flere jenter enn gutter i alderen 11–14 år har eget nettbrett.
- Også i 2022 var det flere jenter enn gutter som hadde tilgang på nettbrett.

PC og datamaskin hjemme: 78 prosent av 9–18-åringene har tilgang på PC eller datamaskin hjemme, og 56 prosent har egen PC eller datamaskin.

- Det har vært en nedgang i andelen som har egen PC eller datamaskin de siste årene. I 2022 hadde 64 prosent egen PC, og i 2020 hadde 70 prosent egen PC.
- Nedgangen fra 2022 gjelder for alle aldersgrupper. Den er størst for 9–10-åringene, i 2022 hadde 76 prosent i denne alderen tilgang, mens 63 prosent har tilgang i år. Det ser altså ut til at tilgang generelt har gått ned, men også at barna blir eldre når de får tilgang til PC eller datamaskin hjemme.
- Flere gutter enn jenter har egen PC eller datamaskin hjemme (65 mot 45 prosent), mens det er flere jenter enn gutter som deler PC med noen i familien (30 mot 15 prosent).
- Disse kjønnsforskjellene gjelder på tvers av aldersgruppene.

Skole-PC og skole-nettbrett: 92 prosent av 9–18-åringene har tilgang på skole-PC eller skole-nettbrett, og de aller fleste oppgir at de har sin egen/sitt eget (89 prosent).

- Sett under ett er det ingen endringer for tilgangen til skole-pc og skole-nettbrett sammenlignet med i 2022, da spørsmålet ble stilt for første gang.
- Bryter vi ned på alder, finner vi likevel noen endringer. I 2022 hadde 78 prosent av barn i alderen 9–10 år tilgang på skole-PC eller skole-nettbrett, mens tilsvarende andel i år er 91 prosent. Dette tyder på at flere får tilgang til dette i en yngre alder nå enn de gjorde tidligere. Totaltallet holder seg stabilt, da noe færre blant 13–14-åringene svarer at de har tilgang på skole-PC eller skole-nettbrett i 2024 enn 2022 (90 mot 95 prosent).

TV: 96 prosent av 9–18-åringene har tilgang på TV hjemme. 44 prosent har egen TV. Det er en nedgang i andel som har egen TV på fem prosentpoeng fra 2022.

- Totalt sett har flere gutter enn jenter egen TV (47 mot 40 prosent), og det er flere jenter enn gutter som deler med noen i familien (57 mot 47 prosent). Forskjellen mellom kjønn gjelder på tvers av aldersgrupper.

Spillkonsoll koblet til TV: Totalt har 77 prosent tilgang på spillkonsoll koblet til TV (Xbox, Playstation eller lignende), og nærmere halvparten har eget utstyr (47 prosent).

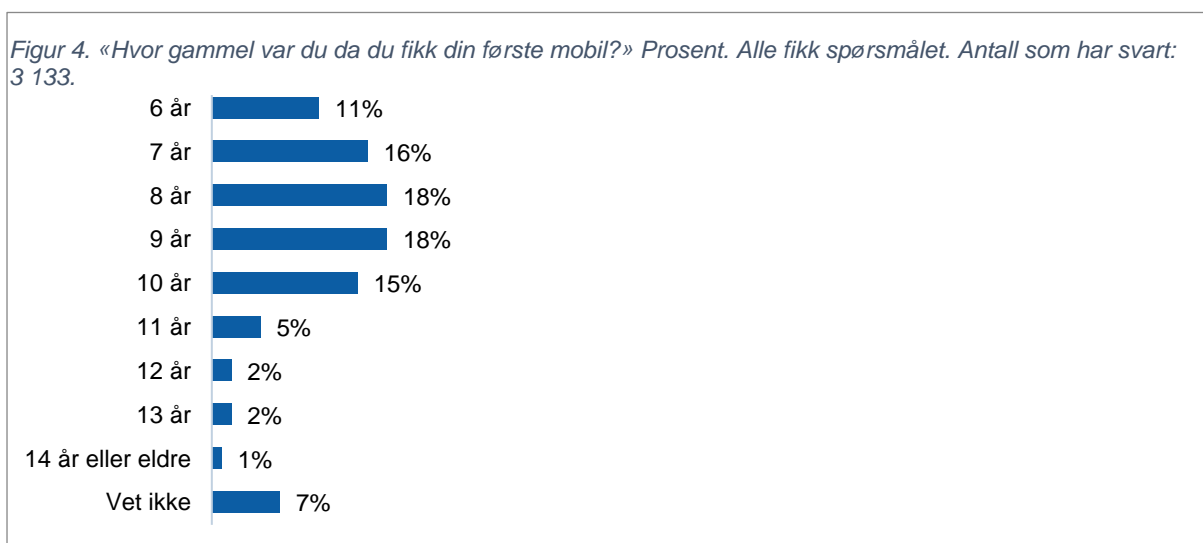
- I 2022 hadde 78 prosent tilgang når man slår sammen de som har eget utstyr, og barna som deler med familie. I 2020 var andelen 81 prosent. Det er altså en svak nedgang over tid.
- Flere gutter enn jenter har egen spillkonsoll. Samlet har 70 prosent av guttene og 23 prosent av jentene i alderen 9–18 år egen spillkonsoll. Forskjellen mellom kjønn var tilsvarende i 2022, og den gjelder på tvers av alder.

Klokke man kan ringe med (smartklokke): Totalt har 25 prosent av barn og unge tilgang på smartklokke, og de aller fleste har en egen klokke (22 prosent).

- Det er en svak økning i andelen som har tilgang sammenlignet med tidligere målinger (24 prosent i 2022 og 22 prosent i 2020).
- Det er ingen kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang på smartklokke.

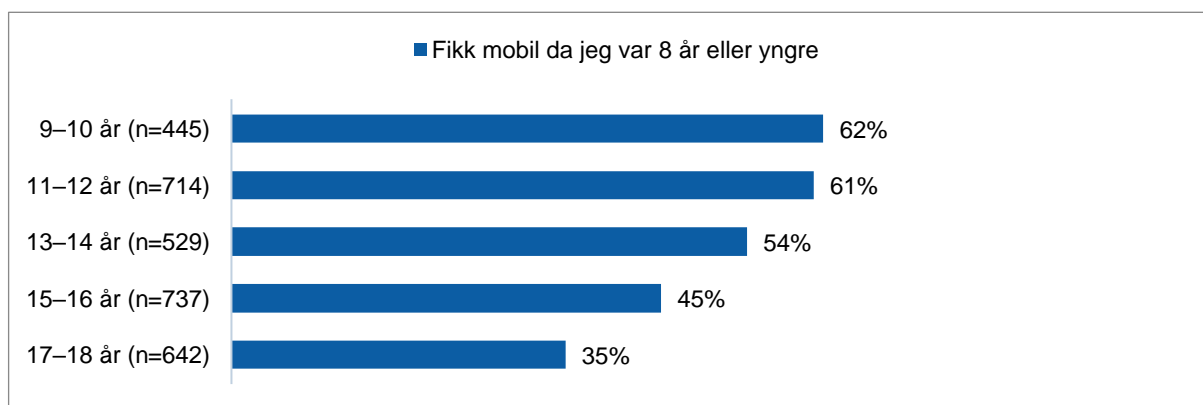
Hvor gamle var barna da de fikk sin første mobil?

Barna som svarer at de har egen mobil, ble spurt om hvor gamle de var da de fikk sin første mobil. Det er stor spredning i når barn og unge oppgir at de fikk sin første mobil. Halvparten oppgir at de fikk sin første mobil innen de var fylt åtte år (Figur 4). Det er ingen endringer sammenlignet med 2022.



Jo yngre barna er, jo tidligere svarer de at de fikk mobiltelefon. I Figur 5 fremstilles andelen som svarer at de fikk egen mobil da de var åtte år eller yngre i ulike aldersgrupper. Dette spørsmålet er stilt til barn og unge som oppgir å ha egen mobil, men vi vet at andelen som har egen mobil også er høy blant de yngre barna (93 prosent blant 9–10-åringene).

Figur 5. «Hvor gammel var du da du fikk din første mobil?». Prosent. Sammenslåing av kategoriene «5 år eller yngre», «6 år», «7 år» og «8 år». Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe er oppgitt i parentes.



Figuren over viser at over 60 prosent av 9–12-åringene fikk mobil da de var åtte år eller yngre. Andelen som fikk mobil da de var åtte år eller yngre synker med alder – kun 35 prosent av 17–18-åringene oppgir at de gjorde det.

Jenter svarer at de fikk mobil tidligere enn gutter. 53 prosent av jenter fikk mobil da de var åtte år eller yngre, mens tilsvarende andel for gutter er 48 prosent.

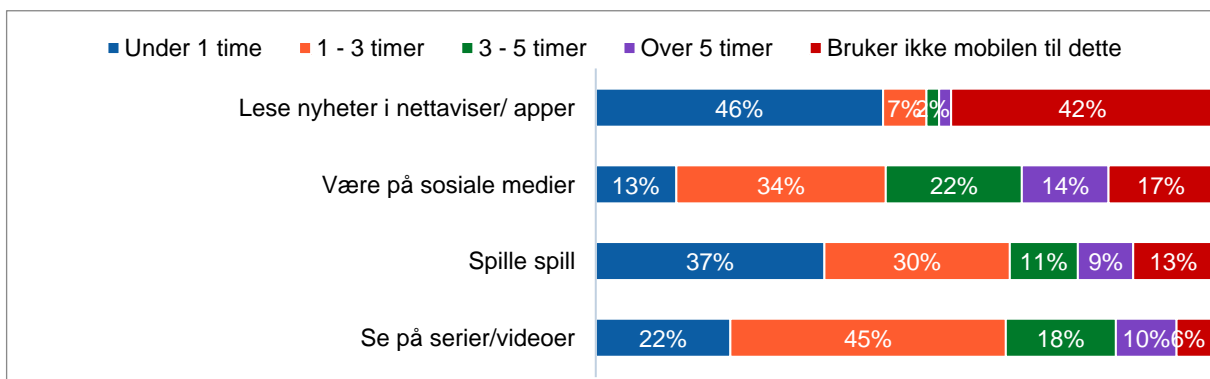
2. Barn og unges bruk av mobiltelefon

Hvor mye tid bruker barn og unge på mobilen daglig?

I årets undersøkelse har vi stilt spørsmålet «Se for deg en "vanlig" uke, omtrent hvor mye tid bruker du i gjennomsnitt per dag på følgende aktiviteter på mobilen?». Aktivitetene det refereres til er å spille spill, være på sosiale medier, se på serier/videoer (f.eks. YouTube, Netflix, eller andre apper) og lese nyheter i nettaviser/apper. Kun barn og unge som oppgir at de har tilgang til mobil fikk dette spørsmålet, og i tillegg til å svare hvor mye tid de bruker på hver aktivitet, kunne de svare at de ikke brukte mobilen til dette spørsmålet.

Figur 6 viser at barn og unge bruker minst tid på mobilen til å lese nyheter, og at de bruker mest tid på å se på serier eller videoer.

Figur 6. «Se for deg en "vanlig" uke, omtrent hvor mye tid bruker du i gjennomsnitt per dag på følgende aktiviteter på mobilen?». Prosent. Alle har blitt stilt spørsmålet. Antall som har svart: 3 142.



Figur 6 viser at:

- 42 prosent bruker *ikke* mobilen til å lese nyheter. Blant de som bruker mobilen til å lese nyheter, er tidsbruken relativt begrenset. 46 prosent av barn og unge leser nyheter inntil én time på mobilen hver dag. Syv prosent gjør det mellom 1–3 timer, og fire prosent tre timer eller mer.
- 13 prosent er på sosiale medier på mobilen inntil én time per dag, 34 prosent mellom 1–3 timer og 36 prosent tre timer eller mer. 17 prosent svarer at de ikke bruker mobilen til sosiale medier.

- 37 prosent spiller spill på mobilen inntil én time per dag. 30 prosent spiller mellom 1–3 timer, og 20 prosent spiller tre timer eller mer. 13 prosent svarer at de ikke bruker mobilen til å spille spill.
- 22 prosent ser på serier eller videoer på mobilen i inntil én time per dag, 45 prosent mellom 1–3 timer og 28 prosent tre timer eller mer per dag. Seks prosent svarer at de ikke bruker mobilen til dette.

For å se hvor store andeler av barn og unge som bruker mobilen mye, slår vi sammen de som svarer at de gjør en aktivitet «3–5 timer» per dag og «mer enn 5 timer» per dag. Vi kaller disse for «storbrukere», og de gjør altså aktiviteten minimum tre timer hver dag. Det er verdt å huske at vi her ser på *enkeltaktiviteter* barn og unge gjør på mobilen, og andre mobilaktiviteter og skjermtid kommer i tillegg til disse timene. Vi finner at blant 9–18-åringene er:

- 36 prosent storbrukere av sosiale medier på mobilen.
- 27 prosent storbrukere av serier og videoer på mobilen.
- 20 prosent storbrukere av mobilspill.
- Fire prosent storbrukere av nyheter på mobilen.

Vi finner at 55 prosent bruker mobilen minimum tre timer hver dag, til minst en av disse aktivitetene. Totalt sett er altså godt over halvparten av 9–18-åringene storbrukere av minimum én aktivitet. Vi finner også store kjønns- og aldersforskjeller i hvem som er storbrukere:

Sosiale medier:

- Totalt sett er det flere jenter enn gutter som er storbrukere av sosiale medier (41 mot 31 prosent). Kjønnsforskjellen gjelder for alle aldersgrupper, med unntak av for 9–10-åringene. I denne gruppen er ti prosent av gutter og fem prosent av jenter storbrukere av sosiale medier.
- Andelen storbrukere av sosiale medier øker kraftig med alder. Blant 9–10-åringene er denne andelen åtte prosent, og blant 17–18-åringene 53 prosent.

Serier og videoer på mobilen:

- Det er totalt sett ingen forskjeller på gutter og jenter når det gjelder andel storbrukere av serier og videoer på mobilen. Det varierer hvorvidt det er flest gutter eller jenter som ser på serier eller videoer på mobilen i de ulike aldersgruppene.
- Andelen storbrukere av serier og videoer øker med alderen. Blant 9–10-åringene er 22 prosent storbrukere, og blant 17–18-åringene er andelen 32 prosent.

Mobilspill:

- Totalt sett er det flere gutter enn jenter som er storbrukere av mobilspill (27 mot 13 prosent). Kjønnforskjellen i mobilspill gjelder også for alle aldersgrupper.
- Det er ingen aldersforskjeller i andelen storbrukere av mobilspill, som varierer mellom 20 og 19 prosent i de ulike aldersgruppene.

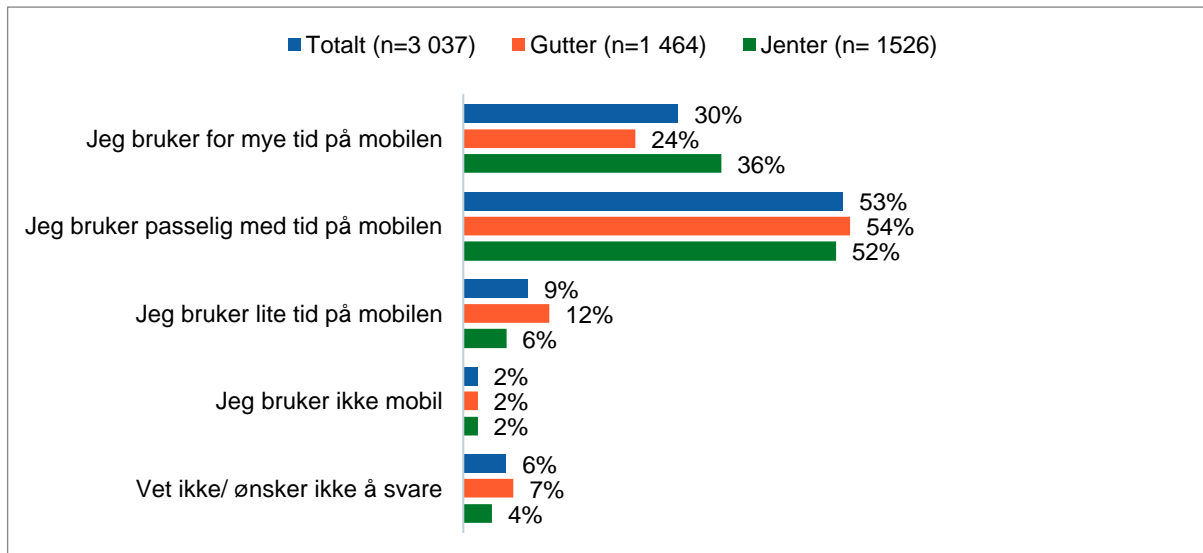
Nyheter

- Totalt sett er det ingen kjønnforskjeller i andelen storbrukere av nyheter.
- Når det gjelder å bruke mobilen til å lese nyheter er det heller ingen aldersforskjeller, men andelen er lavest blant 12–14-åringene (2 prosent).

Hvordan opplever barn og unge egen mobilbruk?

Nytt av året er at alle blir spurt om hvordan de opplever sin egen mobilbruk. Figur 7 viser at 30 prosent svarer at de bruker for mye tid på mobilen og over halvparten (53 prosent) svarer at de bruker passelig med tid på mobilen.

Figur 7. «Hvordan vil du vurdere din egen mobilbruk?». Prosent. Total og brutt ned på kjønn. Alle har blitt spurt. Antall som har svart totalt: 3037. Antall som har svart per gruppe er oppgitt i parentes.



Figuren viser at flere jenter enn gutter svarer at de bruker for mye tid. 36 prosent blant jenter og 24 prosent blant gutter svarer dette.

Det er flere blant storbrukerne som oppgir at de bruker for mye tid på telefonen sammenlignet med de øvrige barna. Blant de som er storbrukere av sosiale medier på mobilen er 45 prosent enige i at de bruker for mye tid på mobilen, mens tilsvarende andel for storbrukere av serier og videoer på mobilen er 38 prosent, og for storbrukere av nyheter på mobilen er 41 prosent enige i at de bruker for mye tid på mobilen. Storbrukere av mobilspill skiller seg ikke fra totalen. Kjønnforskjellen, altså at jenter i større grad svarer at de bruker for mye tid, gjelder både for storbrukere av sosiale medier (50 mot 39 prosent) og storbrukere av serier og videoer (45 mot 31 prosent).

Vi finner også aldersforskjeller i hva barn og unge svarer om egen mobilbruk. Blant 9–12-åringene svarer 20 prosent at de bruker for mye tid, mens dobbelt så mange blant 15–18-åringene svarer det samme (40 prosent).

3. Barn og unges bruk av sosiale medier, apper og nettjenester

Hvor stor andel av norske barn bruker sosiale medier?

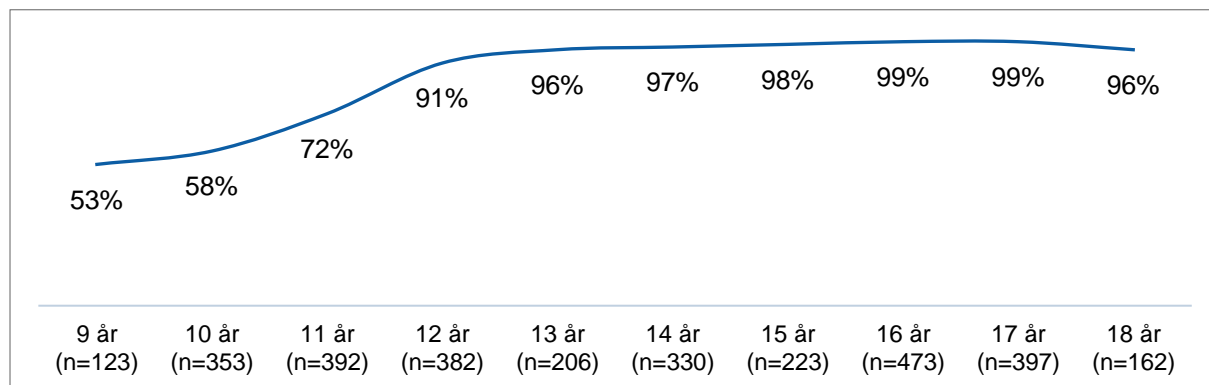
Basert på spørsmål om hvilke tjenester 9–18-åringene bruker, finner vi at 86 prosent bruker sosiale medier. Dette er en nedgang på fire prosentpoeng sammenlignet med i 2022 og 2020. Det er noen endringer i hvilke sosiale medier som er inkludert, og tallene er ikke direkte sammenlignbare.⁷ Ser vi på bruken av de fire største sosiale mediene (Snapchat, TikTok, Instagram og Messenger), finner vi at 79 prosent bruker minimum en av disse. Tilsvarende tall i 2022 var 88 prosent. Bruken av sosiale medier, også de største, har altså gått ned. Kantar finner i sin undersøkelse *Medietrender Ung*, også en nedgang i bruken av sosiale medier blant 15–24-åringene sammenlignet med i 2023.⁸

⁷ Det har vært en liten endring i hvilke sosiale medier som inngår. I både 2024 og 2022 er disse inkludert: Snapchat, Instagram, TikTok, X (tidligere Twitter), Discord, Facebook, Whatsapp, Viber, Yobo, Yolo, Reddit. I 2024 er disse fjernet: Tumblr og Tellonym. Disse er lagt til: Messenger og BeReal.

⁸ Rapporten er ikke offentliggjort. Les mer her: <https://kant.no/medier/medietrender-ung-2024/>

Som tidligere finner vi at litt flere jenter enn gutter bruker sosiale medier (87 mot 85 prosent som bruker minimum en av de 13 sosiale mediene vi spør om). Figur 8 viser andelen som bruker sosiale medier i ulike aldersgrupper totalt sett. Over halvparten av 9-åringene bruker sosiale medier, og når

Figur 8. Andel som bruker sosiale medier (Snapchat, Instagram, TikTok, X (tidligere Twitter), Discord, Facebook, Whatsapp, Viber, Yobo, Messenger, Yolo, Reddit, BeReal). Brutt ned på alder. Alle har blitt spurt. Antall som har svart per gruppe er oppgitt i parentes.



barna når 13-årsalderen bruker tilnærmet alle sosiale medier.

Sammenlignet med i 2022 og 2020 finner vi få endringer på tvers av aldersgruppene. Unntaket er for 10- og 11-åringene, hvor det er en nedgang i andelen som bruker sosiale medier. Nedgangen er størst for 11-åringene. 85 prosent av 11-åringene brukte sosiale medier i 2022 og 2020, mens i 2024 bruker 72 prosent av disse sosiale medier. Det er altså en nedgang på 13 prosentpoeng. Resultatene for 10-åringene er mindre tydelige, men det er også tendenser til nedgang fra 2020. 65 prosent av 10-åringene brukte sosiale medier i 2020, 56 prosent i 2022 og 58 prosent i 2024. Det tilsvarer en nedgang på syv prosentpoeng sammenlignet med i 2020. Igjen er det verdt å merke seg at det er små endringer i hvilke sosiale medier som er inkludert, på tvers av årene (se fotnote 7).

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

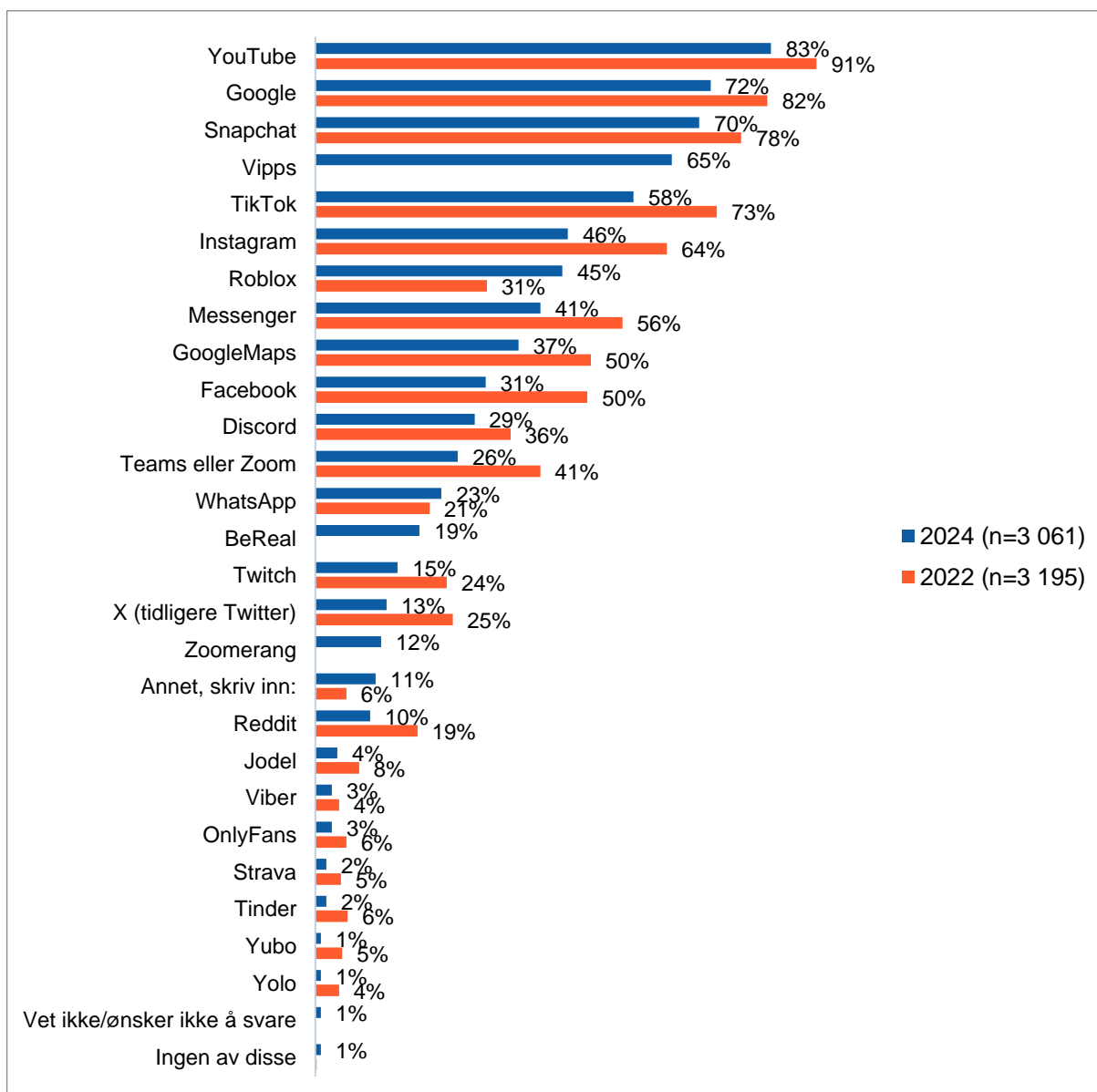
I undersøkelsen fikk 9–18-åringene spørsmål om hvilke tjenester de bruker når de er på nettet. Hvilke tjenester som er kartlagt i år er noe endret fra 2022. Tjenester med svært lav bruk i 2022 er tatt ut, i tillegg er noen nye tjenester lagt til (Vipps, BeReal og Zoomerang).⁹ Under svaralternativet «andre» kunne respondentene skrive inn tjenester de brukte som ikke var nevnt som egne svaralternativ.

Resultatene er framstilt i Figur 9. YouTube er den mest brukte tjenesten, og Snapchat og TikTok er de mest brukte sosiale mediene. Google og Vipps er blant de tre mest brukte tjenestene, og har en høyere

⁹ Kun ungdom 13 år eller eldre fikk alternativene Tinder og OnlyFans.

brukerandel enn TikTok. YouTube, Snapchat, Google og TikTok var også de mest brukte tjenestene i 2022.

Figur 9. «Bruker du noen av disse?». Prosent. Flersvar. Sammenligning av år. Alle har fått spørsmålet. Antall som har svart per år er oppgitt i parentes.



Det er likevel en nedgang i bruken sammenlignet med 2022. Endringene er størst for Facebook (19 prosentpoeng færre) og Instagram (18 prosentpoeng færre). Sammenlignet med 2022 er det i 2024 slik at:

- 15 prosentpoeng færre bruker TikTok.

- 15 prosentpoeng færre bruker Messenger.
- 10 prosentpoeng færre bruker Google.
- 8 prosentpoeng færre bruker YouTube.
- 8 prosentpoeng færre bruker Snapchat.

Også fra 2020 til 2022 så vi en nedgang i bruken av YouTube (95 prosent i 2020), Snapchat (80 prosent i 2020) og Discord (29 prosent i 2020). Kantar finner også nedgang i bruken av disse tjenestene blant barn og unge i undersøkelsene *Medietrender Ung 2024* og *Forbruker og Media 2023*.¹⁰

Det eneste som øker er bruken av Roblox (fra 31 til 45 prosent). Det er også en svak økning i andelen som bruker WhatsApp (fra 21 til 23 prosent). Av de åpne svarene (311) er det flest som nevner at de bruker Netflix (23 personer), Fortnite (22 personer), meldinger/SMS (21 personer), Pornhub (19 personer), VSCO (15 personer), Brawl Stars (10 personer) og Pinterest (10 personer).

Det er store kjønns- og aldersforskjeller i bruken av de ulike tjenestene, som framstilt i Figur 10. Disse resultatene og endringer fra 2022 vil diskuteres fortløpende.

YouTube: Bruken av YouTube er høy i alle aldersgrupper. På tvers av alder er det flere gutter enn jenter som bruker YouTube (90 mot 76 prosent).

- Sammenlignet med i 2022 har bruken holdt seg stabil blant gutter, men gått kraftig ned blant jenter. Nedgangen for jenter er på mellom 11 og 16 prosentpoeng i de ulike aldersgruppene.
- Det er også en svak nedgang for både gutter og jenter blant de yngste barna.
- Mesteparten av nedgangen i bruken av YouTube fra 2022 til 2024 skyldes altså at færre jenter bruker det.

Snapchat: Bruken av Snapchat øker med alder. Flere jenter enn gutter bruker Snapchat totalt (73 mot 67 prosent).

- Blant 9–11-åringer bruker 26 prosent Snapchat, og kjønnsforskjellen er liten i denne gruppen. Blant 12–14-åringer bruker 84 prosent Snapchat, og blant 15–18-åringer bruker over 90 prosent det.
- Kjønnsforskjellene er størst blant 12–14-åringer. 92 prosent av jenter og 78 prosent av gutter i denne alderen bruker Snapchat.

¹⁰ Rapportene er ikke offentliggjorte. Les mer her: <https://kantar.no/medier/medietrender-ung-2024/>
Og her: https://kantar.no/medier/forbruker_media/

- Fra 2022 til 2024 er det en svak nedgang i bruk av Snapchat totalt, på tvers av alle kjønn- og aldersgrupper.

TikTok: Bruken av TikTok øker med alder. Flere jenter enn gutter bruker TikTok totalt (63 mot 54 prosent).

- Blant 9–11-åringene er bruken mye lavere enn blant de andre aldersgruppene. 20 prosent bruker TikTok i denne gruppen, mot 69 prosent blant 12–14-åringene og over 80 prosent blant 15–16- og 17–18-åringene.
- Blant 9–11-åringene er det ingen kjønnsforskjell i bruken av TikTok, men fra 12–14-årsalder er det flere jenter enn gutter som bruker tjenesten.
- Sammenlignet med 2022 er det særlig blant 9–11-åringene bruken har gått ned. I denne gruppen er bruken halvert, og har gått ned fra 40 prosent i 2022 til 20 prosent i 2024. Endringen er lik blant både gutter og jenter. Bruken av TikTok har også gått ned i andre aldersgrupper (fra 79 til 69 prosent blant 12–14-åringene og fra 86 til 81 prosent blant 15–16-åringene). Blant 17–18-åringene er bruken stabil.
- Vi finner også at nedgangen i bruken av TikTok særlig gjelder for gutter.

Instagram: Kun en liten andel av barn i alderen 9–11 år bruker Instagram (5 prosent), og bruken øker med alder. Flere jenter enn gutter bruker Instagram (totalt 50 mot 42 prosent).

- Bruken av Instagram øker med alder. Blant 12–14-åringene bruker 45 prosent Instagram, mens 77 prosent blant 15–16-åringene, og 88 prosent blant 17–18-åringene bruker det.
- Sammenlignet med 2022 har bruken gått ned i alle aldersgrupper. Nedgangen er spesielt stor blant 12–14-åringene (fra 62 til 45 prosent) og 15–16-åringene (fra 88 til 77 prosent). Blant 17–18-åringene er bruken stabil.
- Nedgangen i bruken av Instagram fra 2022 til 2024 gjelder også for begge kjønn.

Facebook: Også Facebook er lite brukt blant de yngste barna, og bruken øker med alder. Det er også flere jenter enn gutter som bruker Facebook (34 mot 29 prosent).

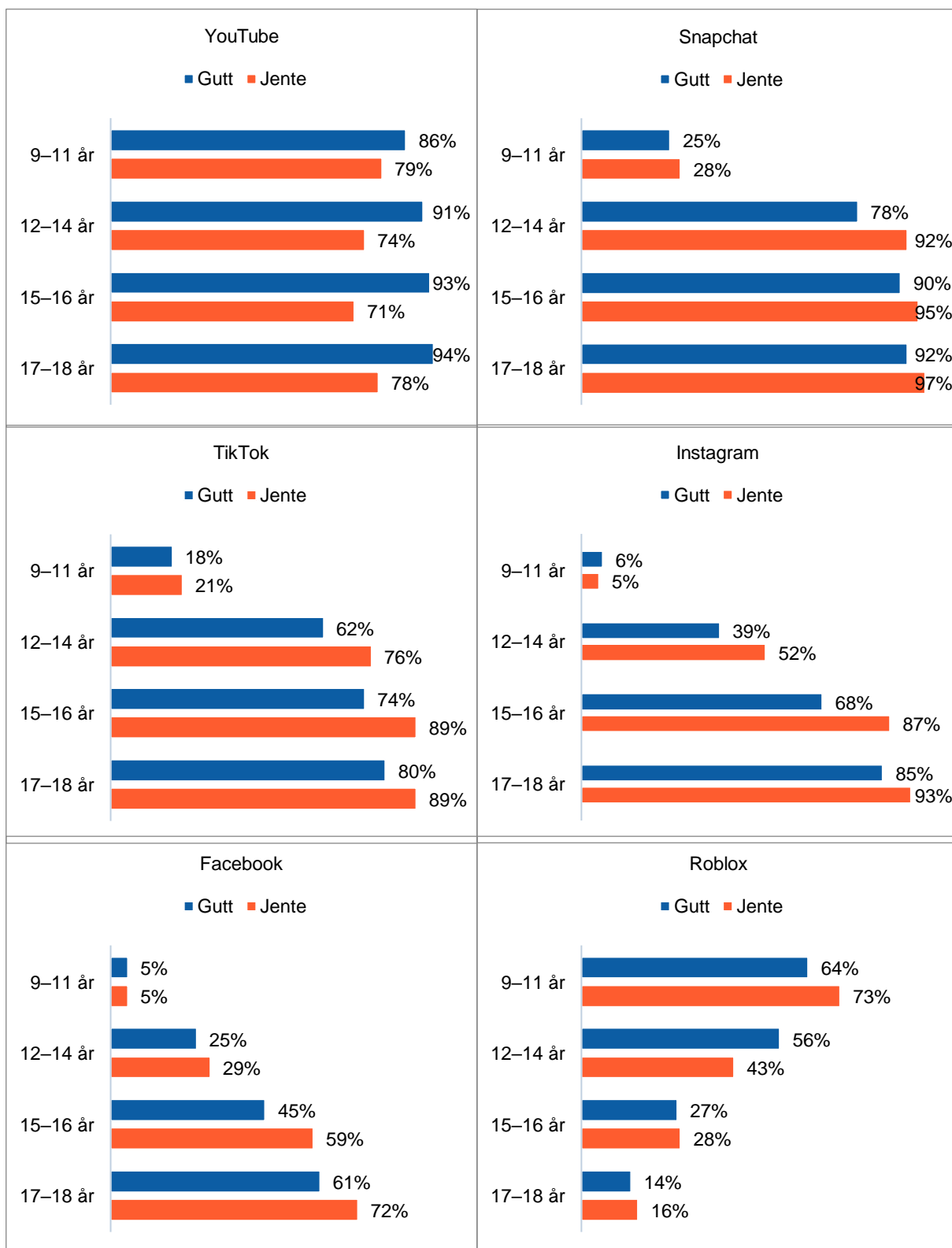
- 5 prosent av 9–11-åringene bruker Facebook i 2024. 27 prosent av 12–14-åringene, 51 prosent av 15–16-åringene og 66 prosent av 17–18-åringene bruker Facebook.
- Med unntak av for 9–11-åringene, har det vært en nedgang i bruken av Facebook i alle aldersgrupper fra 2022. Nedgangen er på ni prosentpoeng blant 12–14-åringene, 19 prosentpoeng blant 15–16-åringene og 15 prosentpoeng blant 17–18-åringene.

- Nedgangen i bruken av Facebook gjelder for begge kjønn.

Roblox: Roblox er mest populært blant de yngre barna, og bruken synker med alder. Bruken er totalt sett høyere blant jenter enn gutter (49 mot 42 prosent).

- 69 prosent av 9–11-åringene og 16 prosent av 17–18-åringene bruker Roblox.
- Det varierer i hvilke aldersgrupper flere jenter enn gutter bruker Roblox. 64 prosent av gutter og 73 prosent av jenter i alderen 9–11 år bruker dette. Blant 12–14-åringene er det flere gutter enn jenter som bruker Roblox (56 mot 43 prosent).
- Bruken av Roblox har gått opp, sammenlignet med 2022. Dette gjelder særlig for 12–14-åringene (fra 35 til 49 prosent) og 15–16-åringene (fra 16 til 27 prosent).

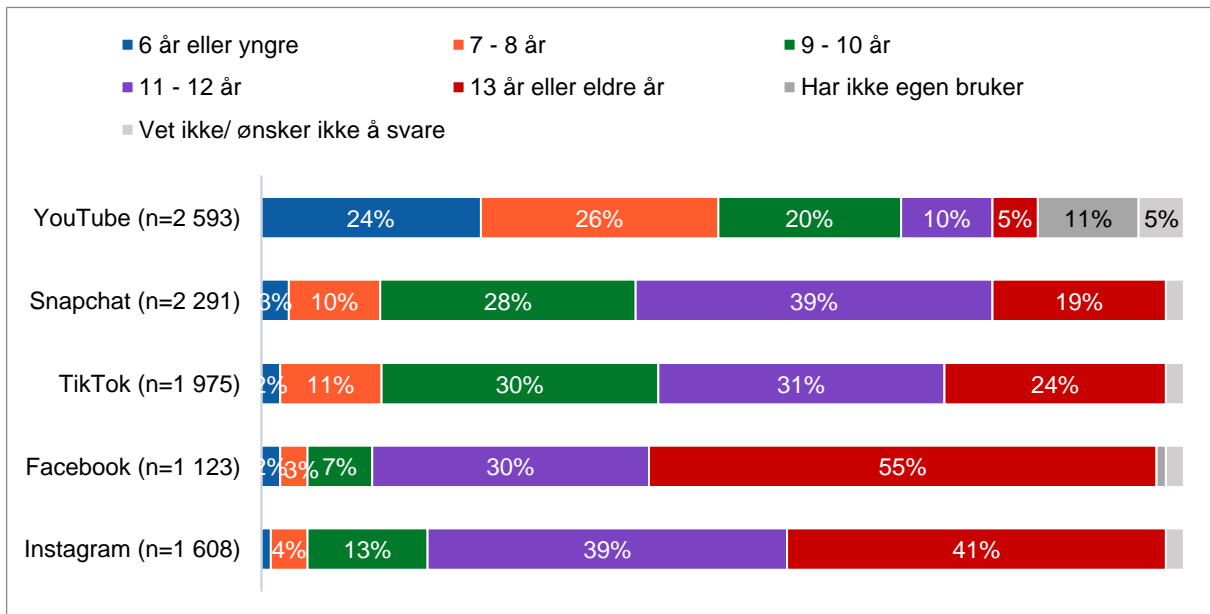
Figur 10. «Bruker du noen av disse?». Prosent. Flersvar, respondenten huker av det de bruker. Brutt ned på kjønn og alder. Alle har fått spørsmålet. Antall som har svart varierer: mellom 277 og 445.



Når får barna egen bruker på sosiale medier?

De som oppga å bruke Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube eller Facebook, fikk videre spørsmål om hvor gamle de var da de fikk bruker på disse sosiale mediene. Figur 11 viser resultatene for hver enkelt tjeneste. Resultatene må tolkes med forbehold om at kun de som bruker den aktuelle tjenesten har fått dette spørsmålet. Dette betyr at flere eldre enn yngre barn har besvart spørsmålet siden de eldre i større grad bruker disse tjenestene. Videre bør det merkes at tallene for når man fikk bruker på de ulike sosiale mediene, ikke er helt sammenlignbare siden enkelte av de sosiale mediene (som TikTok) er relativt nye.

Figur 11. «Hvor gammel var du da du fikk bruker på...» Prosent. Kun de som oppgir å bruke de ulike mediene får spørsmål om denne tjenesten. Antall som har svart per tjeneste er oppgitt i parentes.



YouTube er den tjenesten flest barn og unge får egen bruker på i tidlig alder. 24 prosent fikk bruker da de var seks år eller yngre. I 2022¹¹ svarte 16 prosent av YouTube-brukerne at de fikk bruker da de var seks år eller yngre, og det er altså en økning på åtte prosentpoeng. Halvparten av YouTube-brukerne mellom 9–18 år oppgir at de fikk bruker før de ble ni år.

Til tross for at aldersgrensen for å bruke Snapchat og TikTok er 13 år,¹² har mange fått egen bruker før dette. Henholdsvis 79 prosent og 74 prosent fikk egen bruker før de fylte 13 år. Sammenlignet med i

¹¹ I 2022 ble dette spørsmålet stilt til de som svarte at de hadde egen bruker på de ulike tjenestene. I år blir ikke respondentene spurt om de har egen bruker, og det er derfor kun filtrert på de som bruker tjenesten. Vi sammenligner likevel resultatene, da det er nokså få som svarer at de ikke har egen bruker (11 prosent for YouTube, en prosent eller mindre for de andre tjenestene).

¹² <https://www.tiktok.com/legal/page/eea/terms-of-service/en>
<https://snap.com/nb-NO/terms#terms-row>

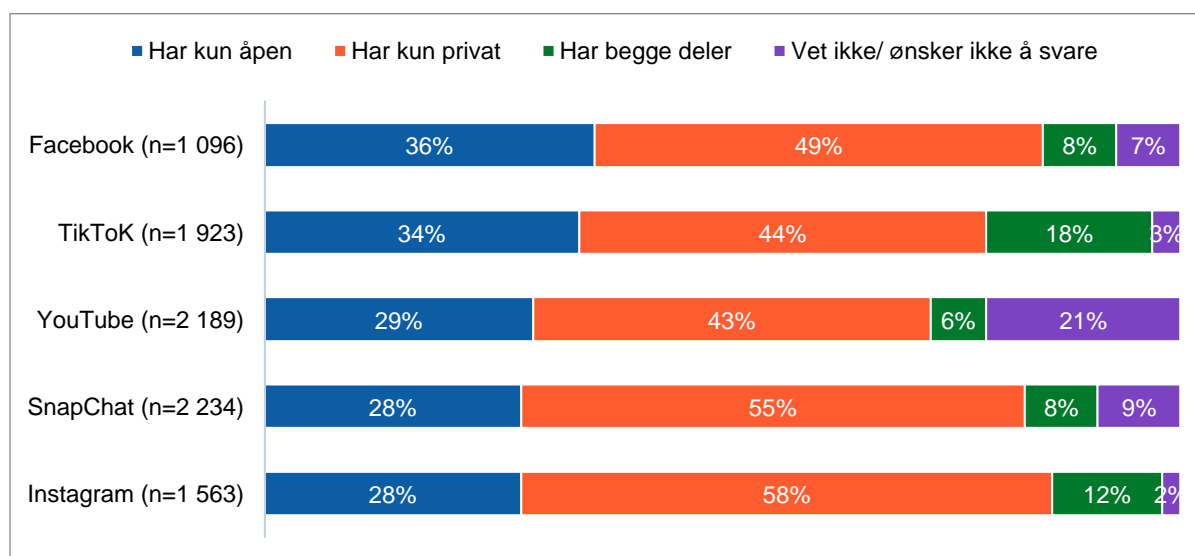
2022 er det særlig en økning i andelen som fikk TikTok i tidlig alder, hvor 62 prosent fikk TikTok før de fylte 13 år.

Sammenlignet med Snapchat og TikTok, var brukerne av Facebook og Instagram noe eldre da de fikk egen bruker på disse sosiale mediene. Henholdsvis 42 og 56 prosent fikk egen bruker før de var 13 år. Aldersgrensene for disse tjenestene er også 13 år.¹³ Det er flere som får bruker på Facebook før de fyller 13 år i 2024 enn i 2022 (42 mot 36 prosent), mens det er færre som får Instagram-bruker før de fyller 13 år (56 mot 69 prosent).

Har barn og unge åpen eller privat bruker?

Blant respondentene som har egen bruker på Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube eller Facebook, ble det kartlagt om de har åpen eller privat bruker på disse sosiale mediene. Åpen bruker er en profil hvor alle kan se innholdet, mens privat bruker er en profil hvor kun de personene brukeren har godtatt, slik som venner/familie, kan se innholdet. I Figur 12 ser vi at om lag tre av ti har åpen bruker, på tvers av de ulike tjenestene. Blant brukere av Instagram og Snapchat har henholdsvis 58 og 55 prosent kun privat bruker, og på Facebook, TikTok og YouTube har i underkant av halvparten kun privat bruker (henholdsvis 49, 44 og 43 prosent).

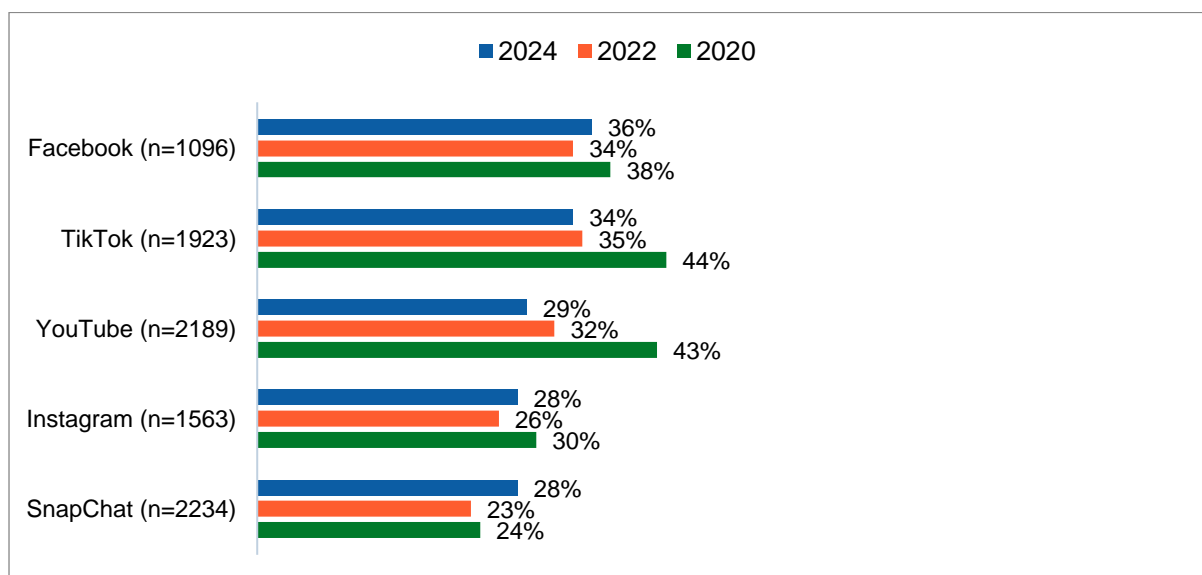
Figur 12. «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på:». Prosent. Kun de som svarer at de bruker tjenesten og oppgir at de har egen bruker (indirekte, gjennom å oppgi alder når de fikk egen bruker) har fått dette spørsmålet. Antall som har svart per tjeneste er oppgitt i parentes.



¹³ <https://about.fb.com/news/2021/07/age-verification/>

Sammenlignet med 2020, ser vi en utvikling i at færre barn og unge har åpne brukere på TikTok og YouTube (Figur 13). Det er ingen endringer for Facebook og Instagram. Det er derimot en økning i andelen som har åpen bruker på Snapchat.

Figur 13. «Har du åpen bruker (som alle kan se) eller privat bruker (som bare venner kan se) på:». Prosent. Andel som har svart «Kun åpen bruker». Sammenligning av år. Kun de som svarer at de bruker tjenesten og oppgir at de har egen bruker har fått dette spørsmålet. Antall som har svart per tjeneste i 2024 er oppgitt i parentes.



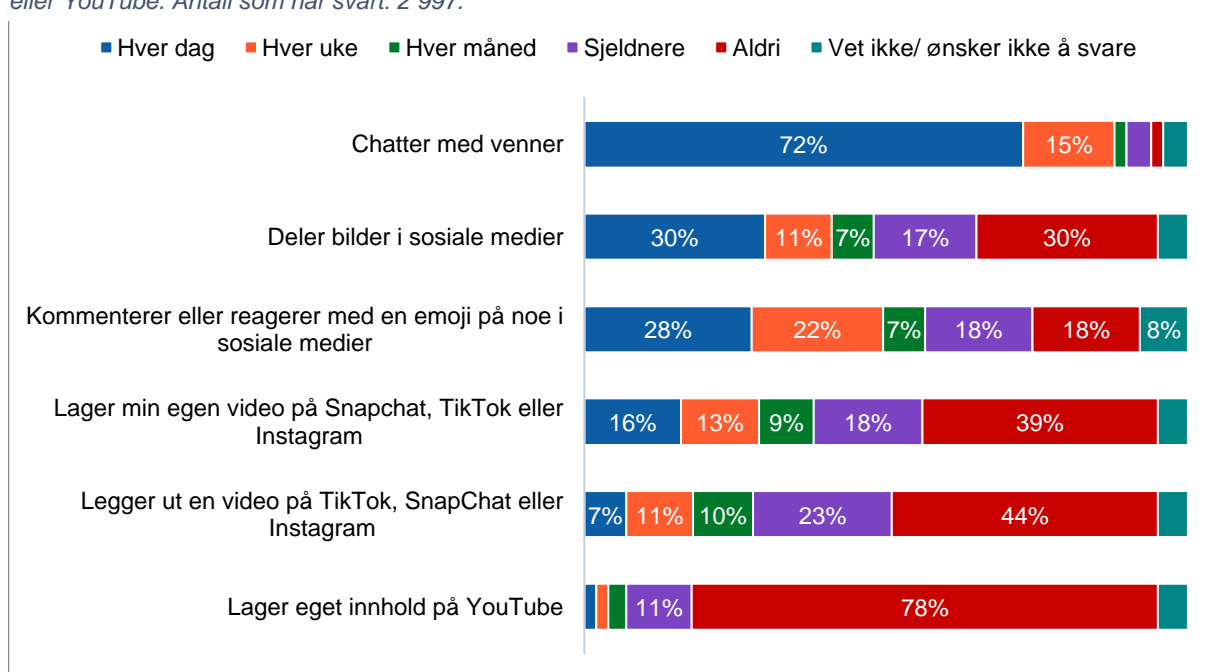
Det er tydelige kjønns- og aldersforskjeller¹⁴ i hvorvidt brukerne kun har åpen bruker. På barne- og ungdomsskolen er det en høyere andel som svarer at de kun har åpen bruker på de ulike tjenestene, mens denne andelen synker på videregående. Det er gjennomgående at flere gutter enn jenter kun har åpne brukere, både på tvers av alder og type tjeneste. Å gjøre brukerne sine private blir mer vanlig med alder. Disse alders- og kjønnsforskjellene var også gjeldende i 2022.

¹⁴ Grunnet små baser bryter vi ned på skoletrinn i stedet for alder.

Hva gjør barn på sosiale medier?

9–18-åringene som bruker YouTube eller de vanligste sosiale mediene som Snapchat, TikTok, Instagram, og Facebook¹⁵, fikk spørsmål om hvor ofte de gjør ulike aktiviteter i sosiale medier. Figur 14 viser resultatene. Daglig chatter 72 prosent med venner og omtrent 30 prosent deler bilder og/eller kommenterer eller reagerer med en emoji på noe i sosiale medier daglig. Å lage og/eller å legge ut videoer på TikTok, Snapchat eller Instagram er noe mindre vanlige medieaktiviteter. Henholdsvis 16 og syv prosent gjør dette daglig. Svært få lager eget innhold til YouTube, kun to prosent gjør dette ukentlig eller oftere.

Figur 14. «Hvor ofte gjør du dette?». Prosent. Spørsmålet er stilt til de som benytter de vanligste sosiale mediene eller YouTube. Antall som har svart: 2 997.



Videre vil resultatene diskuteres nærmere, og sammenlignes med 2022-resultatene.

Chatting med venner: Dette er den medieaktiviteten flest 9–18-åringene som bruker sosiale medier driver med, og mange driver med det daglig – hele 72 prosent.

- Det er en nedgang sammenlignet med i 2022, hvor 83 prosent svarte at de gjorde dette daglig. Dette skyldes delvis en økning i andelen som svarer at de gjør dette ukentlig (15 prosent mot ti prosent).

¹⁵ Dette tilsvarer 93 prosent av utvalget. Denne begrensningen benyttes fordi det er de vanligste sosiale mediene og tjenesten, og denne filtreringen er benyttet tidligere.

- Flere jenter enn gutter chatter daglig (79 mot 66 prosent). Dette gjelder for jenter i alle aldersgrupper.

Vi spør også barn og unge som *ikke* bruker Snapchat, TikTok, Instagram, Facebook eller YouTube om de chatter med venner og hvor ofte de gjør det. Denne gruppen består hovedsakelig av yngre barn (nesten 80 prosent av de 205 barna som har fått dette spørsmålet er 9–12 år). Det er kun denne aldersgruppen som skiller seg fra barn i samme alder som bruker sosiale medier. 79 prosent av 9–12-åringene som bruker sosiale medier, chatter med venner daglig, mens tilsvarende andel blant 9–12-åringene som ikke bruker sosiale medier eller YouTube er 62 prosent. Til tross for at barna ikke har sosiale medier, er det altså et flertall som likevel chatter.

Å kommentere eller reagere med en emoji i sosiale medier: 28 prosent av de som bruker sosiale medier kommenterer eller reagerer på ting daglig.

- Det er ingen endringer i andelen som gjør dette daglig sammenlignet med i 2022. Det er imidlertid en svak økning i andelen som svarer at de aldri gjør dette (18 mot 14 prosent).
- Jenter kommenterer eller reagerer med emoji i sosiale medier i større grad enn gutter (32 mot 24 prosent gjør dette daglig). Kjønnsforskjellen er særlig tydelig fra ungdommene når 13–14-årsalderen.

Deling av bilder i sosiale medier: 30 prosent av brukerne av sosiale medier deler bilder daglig.

- Det er en svak nedgang i andelen som gjør dette daglig sammenlignet med i 2022, hvor 34 prosent gjorde dette. Dette skyldes blant annet en økning i andelen som aldri deler bilder – i år svarer 30 prosent dette, mens i 2022 svarte 19 prosent det.
- Det er også en noe større andel jenter enn gutter som deler bilder i sosiale medier daglig (32 mot 27 prosent) og ukentlig (12 mot ni prosent). Tendensene gjelder på tvers av aldersgruppene.

Lage video i sosiale medier: 16 prosent lager videoer på Snapchat, TikTok eller Instagram daglig, og 29 prosent gjør det ukentlig eller oftere.

- Det er en nedgang over tid i andelen som gjør dette. I 2022 svarte 39 prosent at de gjorde det ukentlig eller oftere, og i 2020 var tilsvarende andel 48 prosent.
- Flere jenter enn gutter lager videoer i sosiale medier daglig (24 mot ni prosent) og ukentlig (18 mot åtte prosent). Dette gjelder på tvers av alder.

Legger ut videoer i sosiale medier: Syv prosent legger ut videoer på Snapchat, TikTok eller Instagram daglig, 18 prosent gjør det ukentlig eller oftere.

- Også her er det en betydelig nedgang sammenlignet med 2022 og 2020. Da gjorde henholdsvis 30 og 48 prosent dette ukentlig eller oftere.
- I 2022 svarte 29 prosent at de *aldri* legger ut videoer i sosiale medier, i 2024 er det 44 prosent som svarer det samme.
- Vi finner også at flere jenter enn gutter deler videoer i sosiale medier daglig (åtte mot fem prosent) og ukentlig (14 mot syv prosent). Dette gjelder på tvers av alder.

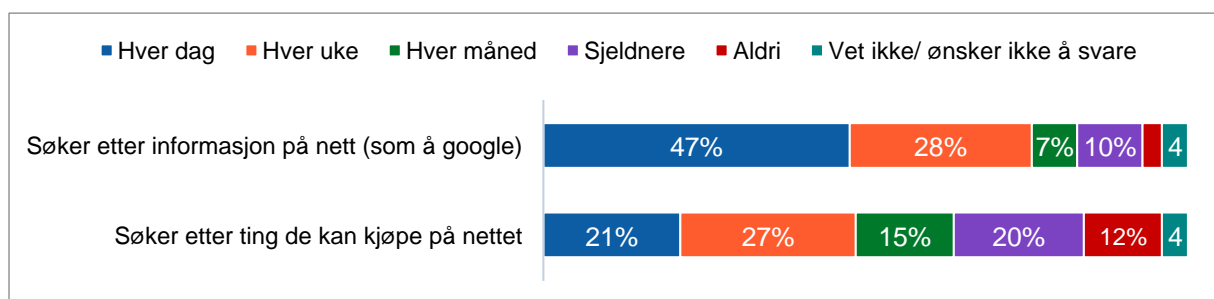
Lager eget innhold på YouTube: Dette er den medieaktiviteten færrest svarer at de gjør på nettet. 78 prosent gjør aldri dette. Totalt oppgir kun 17 prosent av 9-18 åringer at de lager eget innhold på YouTube, og fire prosent gjør dette ukentlig eller oftere.

- Det er ingen endringer sammenlignet med 2022.
- Til tross for at nokså få lager eget innhold på YouTube ukentlig eller oftere, er det flere gutter enn jenter som gjør det. Totalt sett gjør fem prosent av gutter det ukentlig eller oftere, mot to prosent av jenter. Denne forskjellen ser vi på tvers av alder.

Andre aktiviteter barn og unge gjør på nett

Alle fikk spørsmål om hvor ofte de søker etter ting de kan kjøpe, og hvor ofte de søker etter informasjon på nett. Figur 15 viser resultatene. 47 prosent søker etter informasjon på nettet daglig og 22 prosent søker etter ting de kan kjøpe på nettet daglig.

Figur 15. «Hvor ofte gjør du dette?». Prosent. Spørsmålet er stilt til alle. Antall som har svart: 3 201.



Søke etter informasjon: Nesten halvparten av 9–18-åringer søker etter informasjon på nettet daglig, og 76 prosent gjør dette minst ukentlig.

- Sammenlignet med 2022 er det få endringer.¹⁶ Færre søker etter informasjon på nettet daglig (47 mot 54 prosent), men det er flere som svarer at de gjør dette ukentlig, månedlig eller sjeldnere. Det er like mange som svarer at de aldri gjør det (3 prosent i 2024 og fire prosent i 2022).
- Det er store aldersforskjeller i hvor hyppig barn og unge søker etter ting på nettet. Blant 9–10-åringene gjør 16 prosent dette daglig, mens tilsvarende andel blant 17–18-åringene er 75 prosent. Dette skyldes hovedsakelig at hyppigheten i å søke etter ting på nettet er lavere blant de yngre barna. 11 prosent blant 9–10-åringene og en prosent blant 17–18-åringene gjør aldri dette.
- Det er ingen kjønnsforskjeller i om barn og unge søker etter informasjon på nettet.

Søke etter varer på nettet: 21 prosent av 9–18-åringene søker etter ting de kan kjøpe på nettet daglig, og 48 prosent gjør dette minst ukentlig.

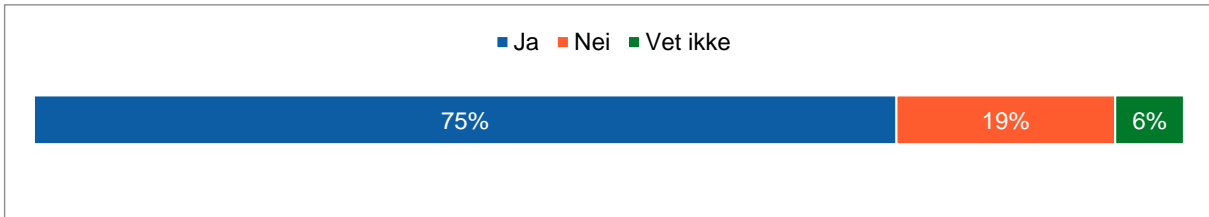
- Det er ingen endringer i hvor stor andel som søker etter varer på nettet og hvor hyppig de gjør dette, sammenlignet med i 2022.
- Også når det gjelder å søke etter varer på nettet er det en betydelig aldersforskjell i hvor hyppig barna gjør dette. 7 prosent av 9 – 10 – åringene gjør dette daglig, og 29 prosent av 17 – 18 – åringene gjør det. Det er også en større andel blant de yngre som aldri søker etter varer på nettet. 36 prosent blant 9–10-åringene gjør aldri det. Tilsvarende andel blant 17–18-åringene er to prosent.
- Flere jenter enn gutter (56 mot 42 prosent) oppgir at de søker etter varer på nett ukentlig eller oftere. Dette gjelder på tvers av aldersgrupper.

Blokkerer barn og unge andre i sosiale medier?

Barn og unge fra 9–18 år som oppgir å bruke Snapchat, TikTok, Instagram og Facebook blir spurt om de noen gang har blokkert noen i sosiale medier. Figur 16 viser at 75 prosent har blokkert noen. Tilsvarende andel i 2022 var 78 prosent, og det er altså en liten nedgang på tre prosentpoeng.

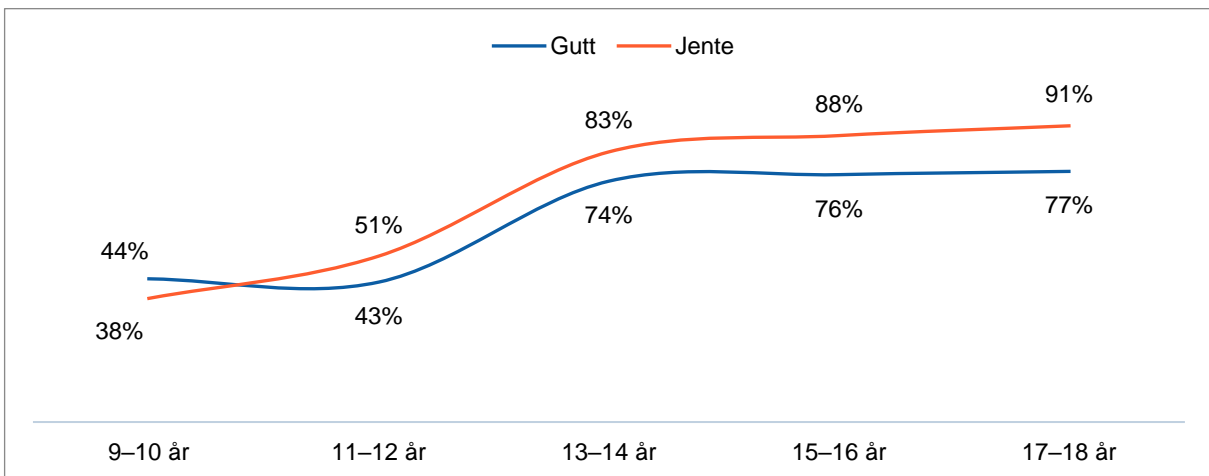
¹⁶ I 2022-rapporten er ikke resultatene for de to gruppene (bruker sosiale medier og bruker ikke sosiale medier) slått sammen. Sammenligningene er basert på rådata fra 2022, derfor vil ikke 2022-resultatene her være like de som presenteres i 2022-rapporten.

Figur 16. «Har du blokkert noen på sosiale medier som Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook?». Prosent. Barn som bruker de vanligste formene for sosiale medier blir spurt. Antall som har svart: 2 400.



I aldersgruppen 9–12 år oppgir i underkant av halvparten at de har blokkert noen på sosiale medier, og det er ingen kjønnsforskjeller. Når barna når 13–14-årsalderen øker andelen som har blokkert noen, og det er en betydelig kjønnsforskjell. 83 prosent av jenter i 13–14-årsalderen og 74 prosent blant gutter i samme alder har blokkert noen. Nærmere ni av ti jenter i 15–18-årsalderen har blokkert noen, mot åtte av ti gutter.

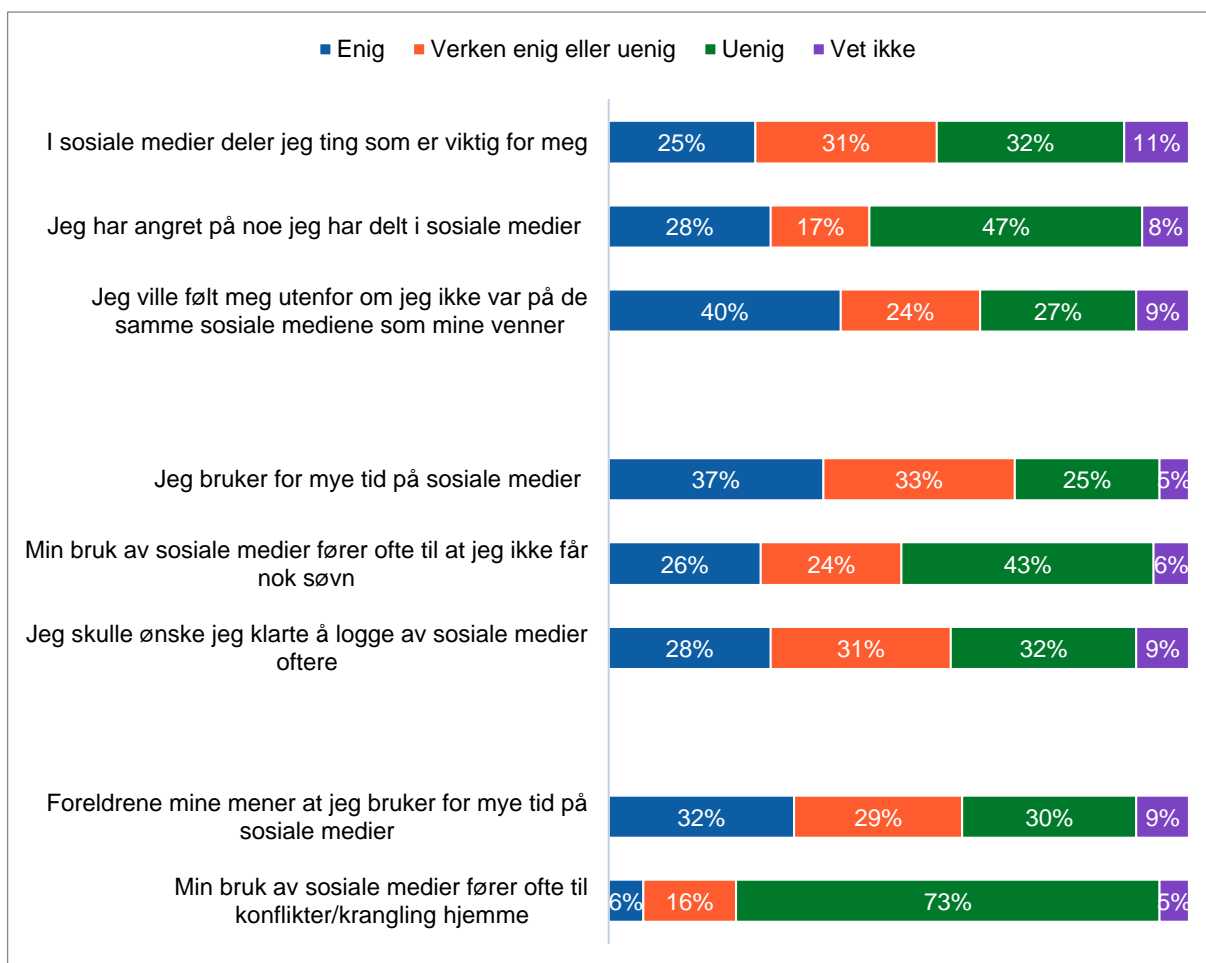
Figur 17. «Har du blokkert noen på sosiale medier som Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook?». Prosent. Brutt ned på alder. Barn som bruker de vanligste formene for sosiale medier blir spurt. Antall som har svart varierer: mellom 57 og 345.



Hvordan opplever barn og unge egen bruk av sosiale medier?

Barn og unge i alderen 9–18 år som oppga å bruke Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook, ble bedt om å ta stilling til ulike utsagn om deres bruk av sosiale medier. Disse utsagnene dreier seg om deling og tilstedeværelse i sosiale medier, tidsbruk i sosiale medier og konflikter rundt barnets tidsbruk på sosiale medier i hjemmet. I Figur 18 framstilles totalresultatene.

Figur 18. «Er du enig eller uenig er du i dette?». Prosent. Alle som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook har blitt spurt. Antall som har svart: 2 445.



Deling og tilstedeværelse i sosiale medier: 25 prosent av 9–18-åringene som bruker sosiale medier deler ting som er viktige for dem, 28 prosent angret på noe de har delt, og 40 prosent ville følt seg utenfor dersom de ikke var på de samme sosiale mediene som vennene sine.

- I 2022 svarte 24 prosent at de deler ting som er viktige for seg, 31 prosent at de angret på noe de har delt og 44 prosent at de ville følt seg utenfor dersom de ikke var på de samme sosiale mediene som vennene sine. Med unntak av den siste påstanden, hvor vi ser en nedgang på fire prosentpoeng sammenlignet med i fjor, er det ingen signifikante endringer i andelen som sier seg enig i påstandene.

Tidsbruk i sosiale medier: 37 prosent av barn og unge som bruker sosiale medier mener at de bruker for mye tid på sosiale medier, 26 prosent at de ikke får nok søvn og 28 prosent skulle ønske at de klarte å logge av sosiale medier oftere.

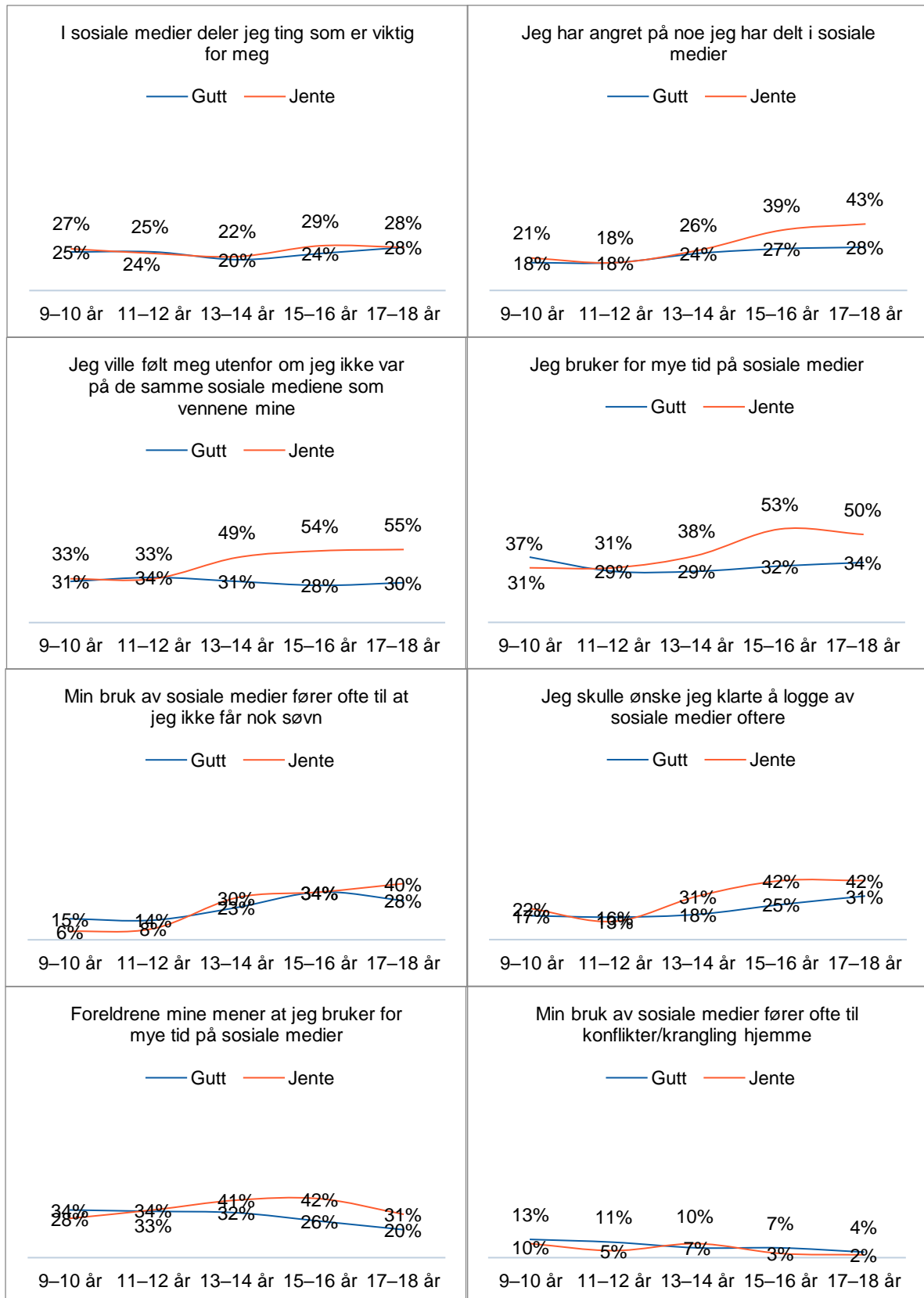
- Det er ingen endring sammenlignet med 2022 i andelen som er enige i at de bruker for mye tid på sosiale medier (35 prosent), i at deres bruk av sosiale medier gjør at de får for lite søvn (27 prosent) eller at de skulle ønske de klarte å logge av sosiale medier oftere (28 prosent).

Konflikter rundt tidsbruk i hjemmet: 32 prosent av 9–18-åringene som bruker sosiale medier svarer at foreldrene mener de bruker for mye tid på dette. Kun seks prosent svarer at bruken ofte leder til konflikt eller kranling i hjemmet.

- Også i 2022 svarte 32 prosent av barn og unge at foreldrene mener de bruker for mye tid på sosiale medier, og seks prosent mente at bruken av sosiale medier ofte ledet til konflikter eller kranling i hjemmet.

Figur 19 viser kjønns- og aldersfordelingene på disse spørsmålene, og resultatene diskuteres fortløpende.

Figur 19. «Er du enig eller uenig er du i dette?». Prosent. Andel som svarer «Enig». Alle som bruker Snapchat, TikTok, Instagram eller Facebook har blitt spurt. Antall som har svart varierer: mellom 59 og 346.



Deling og tilstedeværelse i sosiale medier:

- Det er ingen kjønns- eller aldersforskjeller i hvorvidt man bruker sosiale medier til å dele ting som er viktige for seg.
- Andelen som svarer at de angres på noe de har delt i sosiale medier, øker med alder. Blant 15–16-åringene blir det også en kjønnsforskjell, hvor jenter i større grad enn gutter svarer at de angres (39 mot 27 prosent i denne aldersgruppen).
- Det er ingen aldersforskjell når vi ser på gutter som svarer at de ville følt seg utenfor hvis de ikke var til stede i de samme mediene som vennene (stabilt på ca. 30 prosent), mens det for jenter øker fra ca. 30 prosent til halvparten når de når 13–14-årsalderen.

Tidsbruk i sosiale medier:

- Det er ingen aldersforskjell når vi ser på gutter som svarer at bruker for mye tid på sosiale medier (stabilt på ca. 30 prosent), mens det for jenter øker fra ca. 30 prosent til halvparten når de når 15–16-årsalderen.
- Bryter vi ned hvor mye tid respondenten bruker på sosiale medier daglig, finner vi også en sammenheng. Blant de som bruker under én time på sosiale medier daglig, svarer 14 prosent at de er enige i at de bruker for mye tid på sosiale medier, mens tilsvarende tall for de som er på sosiale medier 1–3 timer er 31 prosent, og for «storbrukere» (de som bruker tre eller flere timer per dag) er 48 prosent. Her er det også tendenser til at flere jenter enn gutter er enige i at de bruker for mye tid på sosiale medier enn gutter, uavhengig av den daglige tidsbruken.
- Blant barn og unge som bruker sosiale medier øker andelen som mener at sosiale medier gjør at de ikke får nok søvn, med alder. Det er få kjønnsforskjeller, med unntak av blant 17–18-åringene, hvor flere jenter enn gutter er enige (40 mot 28 prosent).
- Det er også en økning med alder i andelen som skulle ønske de klarte å logge av sosiale medier oftere. Jenter skiller seg fra gutter fra og med 13–14-årsalderen, og flere svarer at de er enige i dette.

Konflikter rundt tidsbruk i hjemmet:

- Blant gutter er det en svak nedgang med alder i andelen som svarer at foreldrene er enige i at de bruker for mye tid på sosiale medier, mens andelen er økende med alder for jenter. Fra de når 13–14-årsalderen, svarer flere jenter enn gutter at de er enige i dette.

- Det er ingen kjønnsforskjell i andelen som svarer at deres bruk av sosiale medier leder til konflikt eller krangling i hjemmet, men vi ser at andelen synker med alder. Dette til tross for at bruken øker med alder.