

## Børn påvirker forældrenes brug af de sociale medier

Er man internetbruger og lever i et parfold med børn, er der større sandsynlighed for, at man bruger sociale medier, end hvis man lever i et parforhold uden børn. 82 pct. af dem, der lever i parforhold *med* børn, bruger Facebook, mens det kun gælder 60 pct. af de par, der *ikke* har børn.

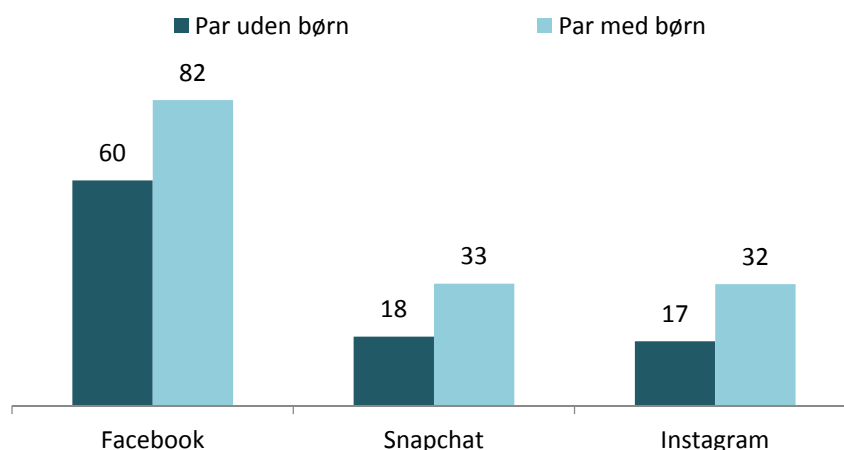
Også for de meget billedbaserede sociale medier Instagram og Snapchat er børnefamilierne væsentligt oftere brugere end parrene uden børn. For de andre sociale medier er forskellene ikke så store, men de er der helt konsekvent: De, der lever i parforhold med børn, er i større grad brugere end dem uden børn.

En del af forklaringen på forskellen på par henholdsvis med og uden børn kan være en bagvedliggende alderseffekt – i kategorien "par uden børn" findes par, der har nået en alder, hvor brugen af sociale medier typisk ligger i den lave ende, og hvor børnene desuden kan være fyldt 18 år og derfor ikke medregnes som børn.

Samme forskel ses ikke mellem enlige henholdsvis med og uden børn. For enkelte af de sociale medier er det endda de enlige *uden* børn, der i højere grad end de enlige *med* børn er brugere: LinkedIn, Twitter og WhatsApp.

### Brug af sociale medier i 2016: Par med og uden børn

Andel internetbrugere 16-89 år (pct.) i par henholdsvis med og uden børn, der har brugt disse medier.



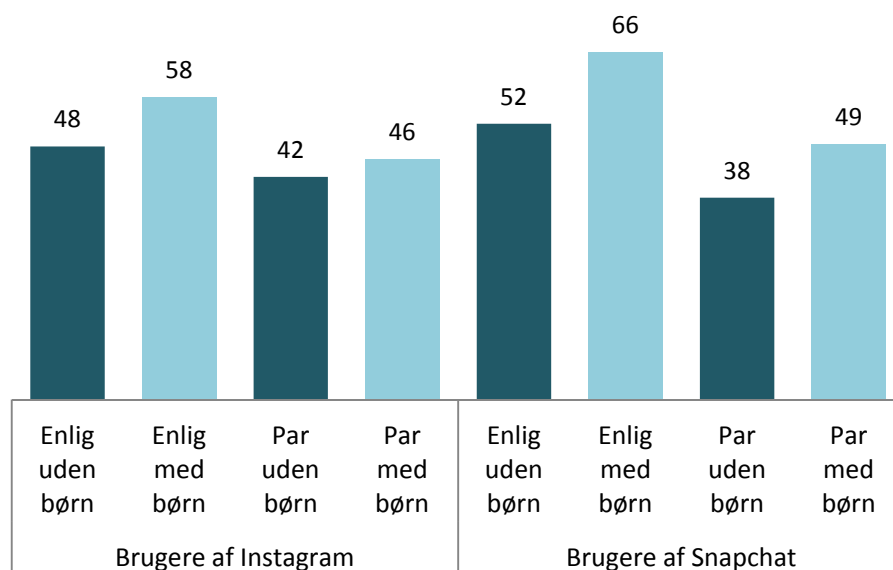
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

Er man først bruger af et af de to billedbaserede sociale medier Instagram og Snapchat, er det underordnet, om man er enlig eller lever i parforhold: Det er i husstandene *med* børn, at flest er daglige brugere af disse medier.

For Facebook ses imidlertid kun en lille forskel. For henholdsvis par og enlige med og uden børn er det omkring 70 pct., der benytter Facebook dagligt. Den største daglige brug ses blandt gruppen af Facebook-brugere, der lever i parforhold med børn (75 pct.).

### Daglig brug af sociale medier i 2016: Par med og uden børn

Andel daglige brugere af de respektive sociale medier 16-89 år (pct.) fordelt på par og enlige henholdsvis med og uden børn. (Pct. er angivet som en andel af hvert socialt medies brugere, fx bruger 48 pct. af Instagram-brugerne, der er enlige og uden børn, mediet "Flere gange dagligt/dagligt").



Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

### Indkomstgrupperne bruger sociale medier forskelligt

Blandt Instagrams brugere er der en tendens til, at jo højere familieindkomsten er, desto mindre er andelen, der bruger mediet dagligt. Denne tendens ses ikke i forhold til Snapchat, selvom det ligesom Instagram er et socialt medie, som er specifikt baseret på deling af billeder. Snapchat er dog et medie, der lægger mere op til gensidig udveksling af billeder og chat.

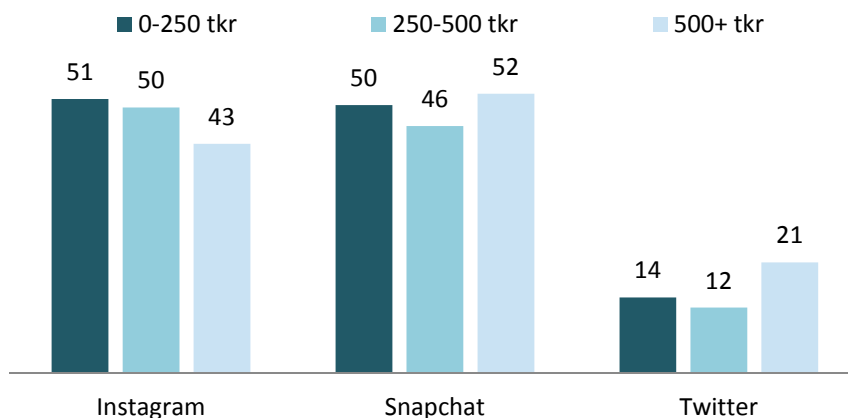
Twitter er derimod dét medie, hvor andelen af daglige brugere i indkomstgruppen 500.000+ udgør den relativt største andel i forhold til de øvrige indkomstgrupper.

På Pinterest er billedet omvendt: Her er andelen af daglige brugere i den laveste indkomstgruppe forholdsvis størst.

75 pct. af Facebook-brugerne i den lave indkomstgruppe benytter Facebook dagligt, mens det for højindkomstgruppen gælder 72 pct. og for mellemindkomstgruppen 69 pct.

## Daglig brug af sociale medier i 2016: familieindkomst

Andel daglige brugere af de respektive sociale medier 16-89 år (pct.) fordelt på familieindkomst. (Pct. er angivet som en andel af hvert socialt medies brugere fordelt på familieindkomst, fx bruger 51 pct. af Instagram-brugerne med en familieindkomst på 250.000 kr. eller derunder mediet "Flere gange dagligt/dagligt").



Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

## De unge er storforbrugere af sociale medier

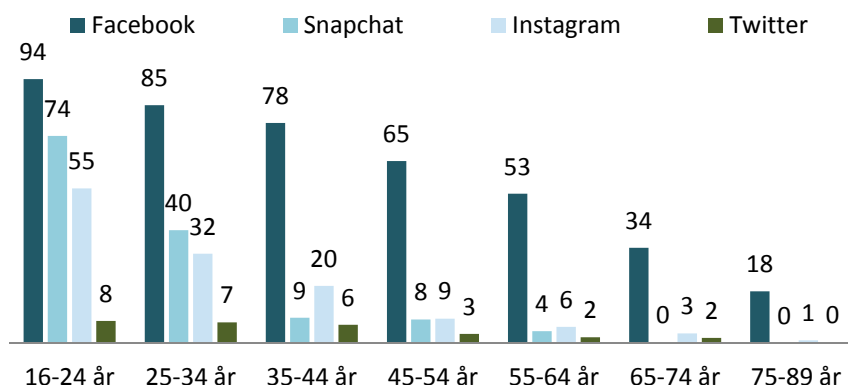
Facebook er det mest populære sociale medie blandt de danske internetbrugere, og er det sociale medie, der er mest brugt på tværs af alder. Instagram og Snapchat bruges særligt af de yngre aldersgrupper.

Af de 16-24-årige internetbrugere bruger 94 pct. Facebook mindst én gang om ugen, mens det kun gælder for 18 pct. af de 75-89-årige. De ældste bruger stort set ikke andre sociale medier end Facebook.

Af de 16-24-årige internetbrugere benytter 74 pct. Snapchat og 55 pct. Instagram. Snapchat bruges især af internetbrugere under 35 år, mens Instagram har en lidt ældre brugerprofil.

## Har brugt de enkelte sociale medier mindst én gang i løbet af en uge i 2016 – fordelt på alder

Andel internetbrugere 16-89 år (pct.), der har brugt de respektive sociale medier mindst én gang i løbet af ugen., fx har 94 pct. af internetbrugerne 16-24 år brugt Facebook mindst én gang i løbet af en uge.



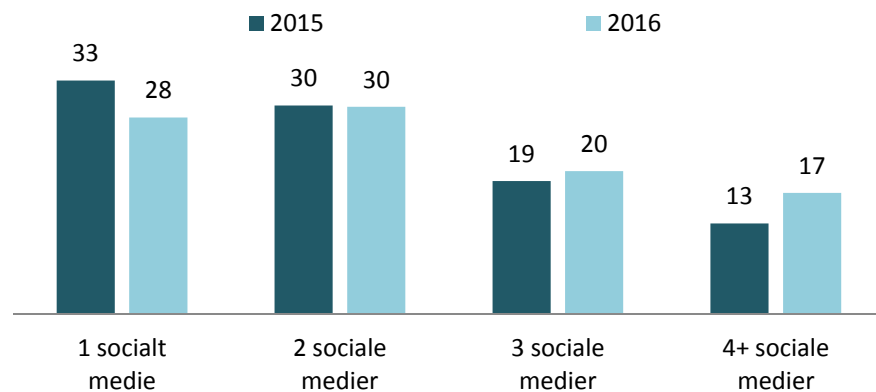
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

## Flere bruger mere end ét socialt medie

Udviklingen går mod, at brugerne af sociale medier er aktive på flere forskellige tjenester. I 2016 tilgår 67 pct. mindst to eller flere af de sociale medier i løbet af en uge, hvilket er en stigning fra 62 pct. i 2015. Fra 2015 til 2016 er der sket et fald fra 33 pct. til 28 pct. i andelen af brugere af sociale medier, der kun bruger ét socialt medie.

### Brug af ét eller flere sociale medier i perioden 2015 til 2016

*Andel brugere af sociale medier 16-89 år (pct.), der mindst én gang om ugen anvender følgende antal forskellige sociale medier. 2015-2016*



Sociale medier i undersøgelsen: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat, Google+, LinkedIn, WhatsApp, Andre tjenester.  
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2015-2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

28 pct. af de Facebook-brugere, der benytter Facebook mindst én gang om ugen, er ikke aktive på andre sociale medier. Blandt de brugere af sociale medier, der kun benytter ét socialt medie, er Facebook det mest udbredte. Facebook ser ud til i noget højere grad end de andre sociale medier alene at kunne dække brugerens behov.

Brugerne af de andre sociale medier er til gengæld – i langt højere grad end Facebook-brugerne – aktive på andre sociale medier. En stor andel af Facebook-brugerne benytter dog også andre sociale medier. 31 pct. af Facebook-brugerne vælger at supplere med ét andet socialt medie, mens 41 pct. er aktive på to eller flere sociale medier foruden Facebook.

## Brug af ét eller flere sociale medier. 2016

Andel af brugerne af de respektive sociale medier 16-89 år (pct.), der bruger mediet mindst én gang ugentligt sammenholdt med deres eventuelle brug af andre sociale medier.

	...ikke andre sociale medier	...1 andet socialt medie	...2 andre sociale medier	...3 andre sociale medier	...4 eller flere andre sociale
Bruger Facebook og...	28	31	22	12	7
Bruger Instagram og...	1	11	36	29	22
Bruger Twitter og...	1	16	21	21	41
Bruger Pinterest og...	1	11	30	27	31
Bruger Snapchat og...	1	18	38	26	18
Bruger LinkedIn og...	4	29	25	22	20
Bruger WhatsApp og...	5	23	27	21	24

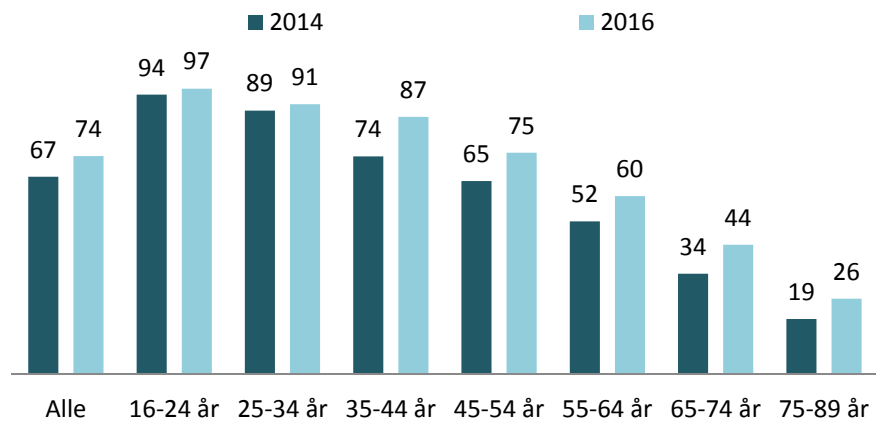
Sociale medier i undersøgelsen: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat, Google+, LinkedIn, WhatsApp, Andre tjenester.  
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

## SoMe-fakta

### Brug af sociale medier – fordelt på alder 2014-2016

- I 2016 bruger 74 pct. af internetbrugerne sociale medier, hvilket er en stigning fra 67 pct. i 2014.
- De unge er mest aktive på sociale medier, og andelen af brugere er faldende med alderen.
- Den største vækst i brugen af sociale medier fra 2014 til 2016 ses for internetbrugere over 35 år.

Andel internetbrugere 16-89 år (pct.), der har brugt sociale medier.



Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2014, 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

### Befolkningens brug af forskellige sociale medier 2016

- Facebook er det mest brugte sociale medie blandt de danske internetbrugere. 66 pct. af internetbrugerne i alderen 16-89 år har brugt Facebook mindst én gang i løbet af en uge.
- Snapchat og Instagram ligger stort set lige om at dele andenpladsen, og omkring hver femte internetbruger benytter henholdsvis Snapchat og Instagram mindst én gang i løbet af en uge.

Andel internetbrugere 16-89 år (pct.), der bruger følgende sociale medier mindst én gang om ugen.

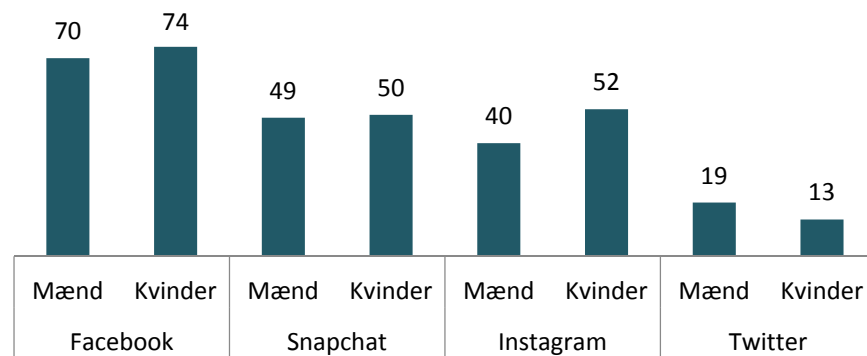
Sociale medier	Andel (%)
Facebook	66 %
Snapchat	21 %
Instagram	20 %
LinkedIn	11 %
WhatsApp	6 %
Twitter	5 %
Pinterest	4 %

Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

## Daglig brug af sociale medier – fordelt på køn i 2016

- Kvinder er generelt mere aktive på sociale medier end mænd. Den største forskel på kønnes brug ses blandt Instagram-brugerne, hvor 52 pct. af kvinderne bruger mediet dagligt, mens det gælder for 40 pct. af mændene.
- Twitter er et af de få sociale medier, hvor andelen af mænd, der dagligt bruger mediet, er større end andelen af kvinder.
- Der er stort set en lige stor andel mænd og kvinder, der dagligt bruger Snapchat.

Andel daglige brugere af de respektive sociale medier fordelt på køn. (Pct. er angivet som en andel af hvert socialt medies brugergrupper, fx 74 pct. af de kvindelige Facebook-brugere, bruger Facebook "Flere gange dagligt/dagligt").

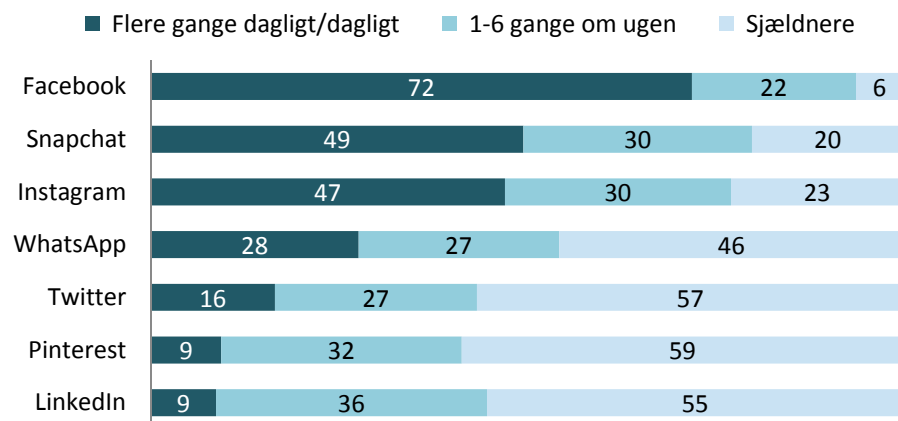


Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

## Brugsfrekvens for brugerne af forskellige sociale medier 2016

- Facebook er det sociale medie, hvor brugerne har den højeste brugsfrekvens, idet 72 pct. bruger mediet dagligt.
- Lige under halvdelen af brugerne af henholdsvis Snapchat og Instagram bruger disse medier dagligt.
- Mere end halvdelen af brugerne af henholdsvis LinkedIn, Twitter og Pinterest bruger disse medier sjældnere end én gang om ugen.

Andel brugere af forskellige sociale medier 16-89 år fordelt på brugsfrekvens. (pct. er angivet som en andel af hvert socialt medies brugergrupper, fx 72 pct. af Facebook-brugerne bruger Facebook "Flere gange dagligt/dagligt").



Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

## Om undersøgelsen

Undersøgelsens spørgsmål er udarbejdet i samarbejde mellem Danmarks Statistik og Slots- og Kulturstyrelsens "[Rapportering om mediernes udvikling i Danmark](#)". Resultaterne er baseret på 5.490 besvarelser fra telefoninterviews eller webskemaer og er indsamlet fra marts til maj 2016 blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning fra 16-89 år.

Univers (16-89 år)	Stikprøve	Opregnet stikprøve
Alle	N = 5.490	4.641.576
Internetbrugere	N = 4.881	4.369.374
Brugere af sociale medier	N = 3.202	3.220.728
Facebook-brugere	N = 3.056	3.087.780
"Google+"-brugere	N = 1.384	1.308.087
Snapchat-brugere	N = 1.029	1.162.460
Instagram-brugere	N = 1.020	1.120.390
LinkedIn-brugere	N = 1.100	1.106.695
Bruger af "Andre tjenester"	N = 754	832.515
WhatsApp-brugere	N = 399	482.538
Twitter-brugere	N = 427	462.849
Pinterest-brugere	N = 407	439.755

Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2016 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

For supplerende analyser af befolkningens anvendelse af it henvises til Danmarks Statistiks kommende årspublikation "It-anvendelse i befolkningen 2016" samt Nyt fra Danmarks Statistik om unges (15-18 år) brug af sociale medier. Begge udkommer mandag den 28. november 2016 kl. 9. Se eventuelt også Slots- og Kulturstyrelsens tidligere specialrapport "[Sociale medier – brug, interesseområder og debatlyst](#)".