

Sosialir miðlar

Nýtsla av teimum sosialu miðlunum umvegis snildfon, teldil, teldu ella líknandi

Hvussu ofta nýta vit teir sosialu miðlarnar? Og hvussu nógva tíð nýta vit um dagin á sosialu miðlunum? Er tað munur ímillum menn og kvinnur og nýtsluna av teimum sosialu miðlunum? Og eru tað tey yngstu, ið brúka teir sosialu miðlarnar mest?

Hetta hava vit roynt at fingið svar uppá við at hyggja eftir dátum frá “Hvussu hevur tú tað? 2019” – spurnakanningini. Her hava vit svar frá uml. 3000 føroyingum allastaðnis frá í Føroyum í ymiskum aldri.

Í spurnakanningini vóru tveir spurningar settir, um hvussu nógva, og hvussu leingi mann nýtir teir sosialu miðlarnar.

Teir eru:

- Hvussu ofta brúkar tú teir sosialu miðlarnar (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat ella líknandi)?
- Ein vanligan dag, tá ið tú brúkar teir sosialu miðlarnar. Hvussu nógva tíð brúkar tú samlað uppá teir?

Talva 1: vísir prosentpartin fyri, hvussu ofta fólk brúka teir sosialu miðlarnar býtt uppá kyn

	Menn		Kvinnur		Øll	
	N	%	N	%	N	%
Fleiri ferðir um dagin til dagliga	1067	85,0	1320	93,0	2389	82,2
Umleið eina ferð um vikuna	51	4,1	38	2,7	90	3,1
Umleið eina ferð um mánaðin ella minni ella ongantíð	138	11,0	62	4,4	201	6,9

* signifikantur munur millum menn og kvinnur við χ^2 $p < 0,001$.

Talva 1 vísir, at tað eru tey allar flestu, ið nýta teir sosialu miðlarnar, og her er serliga talan um kvinnur. 93% av kvinnunum og 85% av monnunum siga seg nýta teir sosialu miðlarnar fleiri ferðir um dagin til at nýta teir dagliga.

Talva 2: vísir prosentpartin fyri, hvussu nógv tíð fólk samlað brúka uppá sosialu miðlarnar býtt uppí kyn

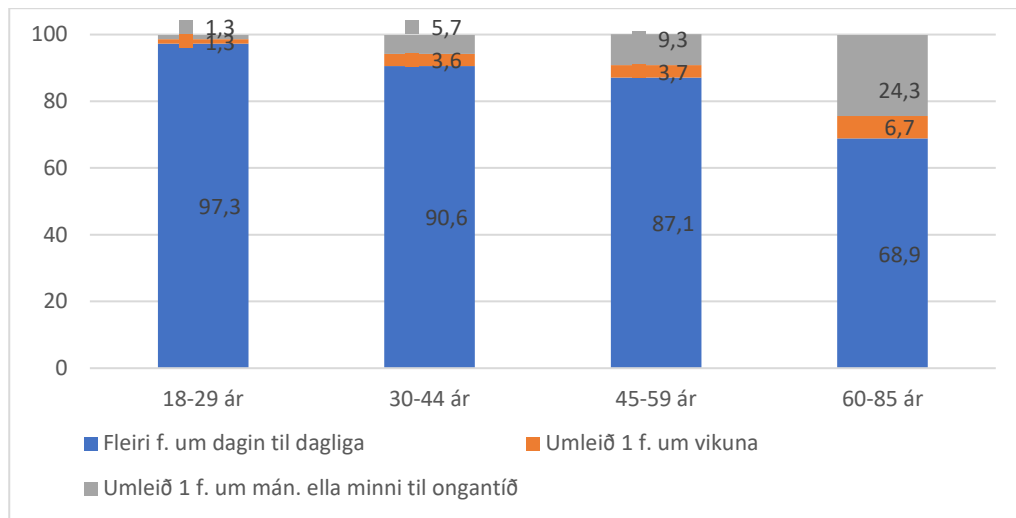
	Menn		Kvinnur		Øll	
	N	%	N	%	N	%
0-1 tíma	625	54,5	538	42,6	1209	41,6
1-2 tímar	334	29,1	457	33,4	792	27,3
2-3 tímar	121	10,6	214	15,6	336	11,6
Meira enn 3 tímar	66	5,8	116	8,5	182	6,3

* signifikantur munur millum menn og kvinnur við χ^2 $p < 0,001$.

Talva 2 vísir, at kvinnur nýta meira tíð á teimum sosialu miðlunum enn menn. 16% av kvinnunum og 11 % av monnunum siga seg nýta teir sosialu miðlarnar 2-3 tímar hvønn dag. Hinvegin eru tað 43% av kvinnunum og 55% av monnunum, ið siga seg brúka teir sosialu miðlarnar 1 tíma ella minni hvønn dag.

Tó er tað eisini sera ymiskt, hvussu ofta, og hvussu nógv tíð verður nýtt á sosialum miðlum, tá hugt verður eftir aldursbólkom.

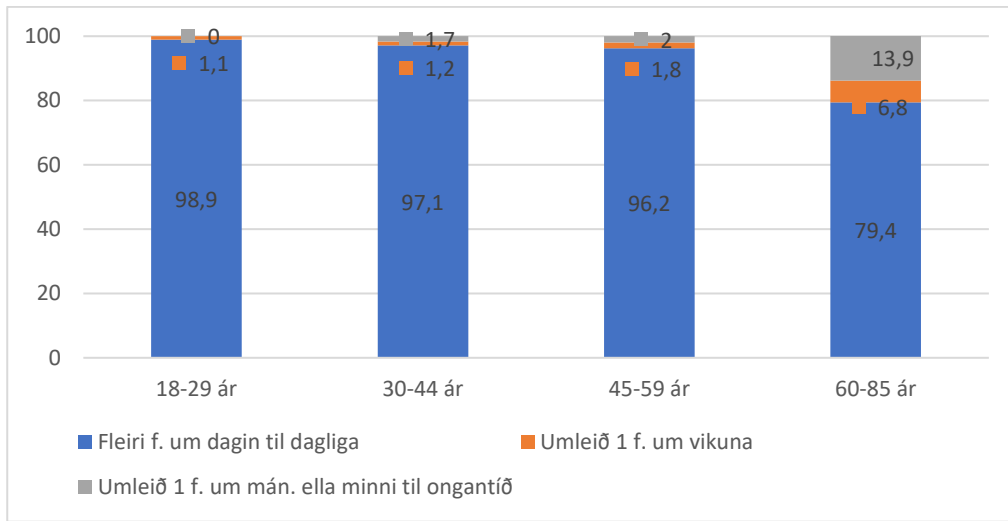
Figur 1: Vísir prosentpartin av, hvussu nógv menn brúka teir sosialu miðlarnar býtt uppí aldursbólkar



*sambandið millum aldur og nýtlu á sosialum miðlum er hásignifikant χ^2 , $p < 0,001$.

Figurur 1 vísir, at tað serliga eru ungir menn, ið nýta teir sosialu miðlarnar. 97% av monnunum í aldrinum 18-29 ár brúka teir sosialu miðlarnar fleiri ferðir um dagin, meðan 69% av monnunum í aldrinum 60-85 ár brúka sosialu miðlarnar fleiri ferðir um dagin.

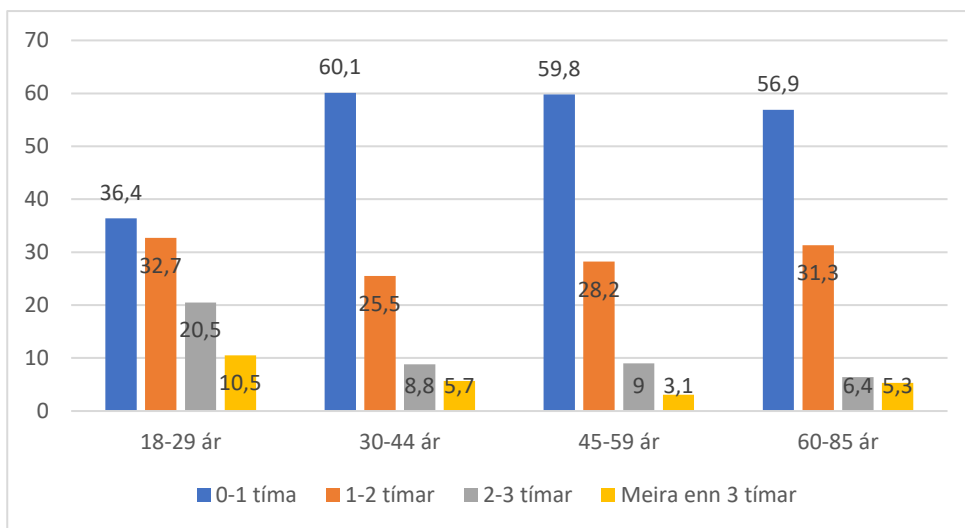
Figur 2: Vísir prosentpartin av, hvussu nógv kvinnur brúka teir sosialu miðlarnar býtt uppí aldursbólkar



*sambandið millum aldur og nýtslu á sosialu miðliðunum er hásignifikant $\chi^2, p < 0,001$.

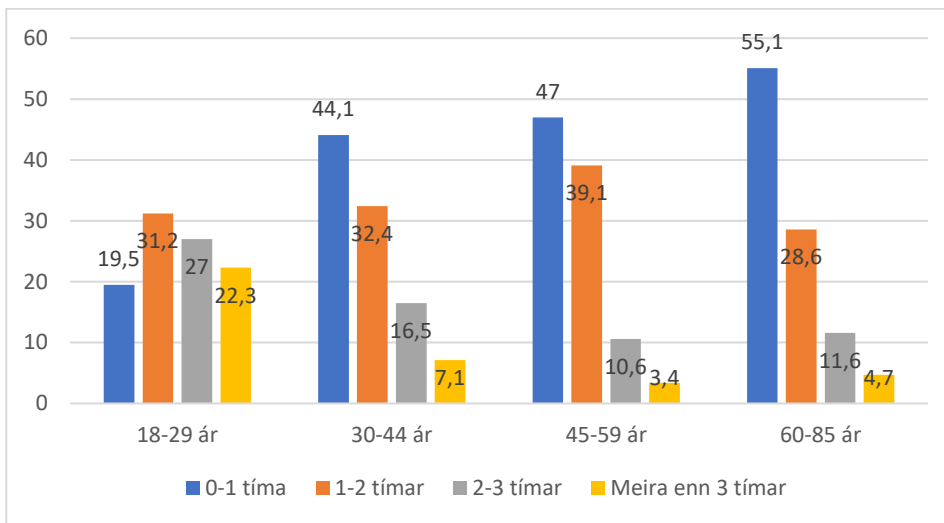
Sama mynd ger seg galdandi fyri kvinnur. 99% av kvinnunum í aldrinum 18-29 ár nýta teir sosialu miðlarnar fleiri ferðir um dagin til at nýta teir dagliga, og hetta er galdandi fyri 79% av kvinnunum í aldrinum 60-85 ár. Tað sæst tó ein munur í millum, hvussu nógv menn og kvinnur brúka teir sosialu miðlarnar og aldursbólkar. Hyggja vit eftir teimum, ið eru 30 ár og eldri, so er tað í størri mun kvinnur, ið ofta nýta teir sosialu miðlarnar. Hyggja vit eftir aldursbólkinum 45-59 ár so eru tað 87% av monnunum og 96% av kvinnunum, ið nýta teir sosialu miðlarnar dagliga. Og hyggja vit eftir aldursbólkinum 60-85 ár, er tað 69% av monnunum og 79% av kvinnunum, ið dagliga nýta teir sosialu miðlarnar.

Figur 3: Vísir prosentpartin av, hvussu nógv tíð menn brúka uppá teir sosialu miðlarnar býtt uppí aldursbólkar



*sambandið millum aldur og nýtslu á sosialu miðlinum er hásignifikant $\chi^2, p < 0,001$.

Figur 4: Vísir prosentpartin av, hvussu nógv tíð kvinnur brúka uppá teir sosialu miðlarnar býtt uppí aldursbólkar



*sambandið millum aldur og nýtslu á sosialu miðlunum er hásignifikant $\chi^2, p < 0,001$.

Stabbamyndirnar nr. 3 og 4 vísa, at tað serliga eru tey í aldursbólkinum 18-29 ár og serliga kvinnur, ið brúka nógv tíð á teimum sosialu miðlunum. Tað eru 21% av monnunum og 27% av kvinnunum í aldursbólkinum 18-29 ár, ið nýta teir sosialu miðlarnar 2-3 tímar hvønn dag. Og tað eru 11% av monnunum og 22% av kvinnunum í aldursbólkinum 18-29 ár, ið nýta teir sosialu miðlarnar meira enn 3 tímar hvønn dag.