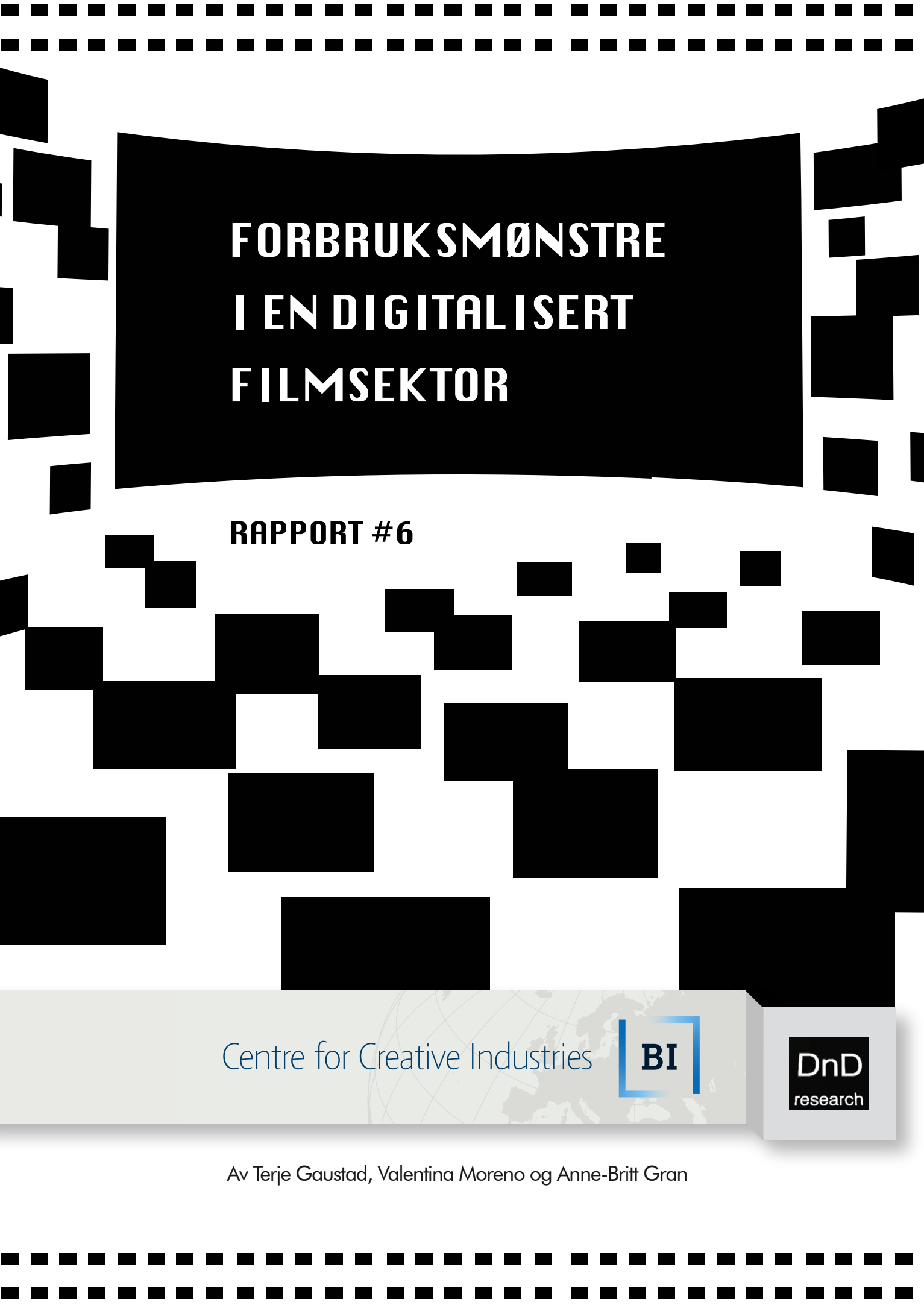




FORBRUKSMØNSTRE I EN DIGITALISERT FILMSEKTOR

RAPPORT #6

Centre for Creative Industries



DnD
research

Av Terje Gaustad, Valentina Moreno og Anne-Britt Gran

BI Centre for Creative Industries 2020

DnD-rapport nr. 6 *Forbruksmønstre i en digitalisert filmsektor*

Digitization and Diversity-prosjektet (Norges forskningsråd, KULMEDIA-programmet)

Terje Gaustad, Valentina Moreno og Anne-Britt Gran

Copyright © 2020 by BI Centre for Creative Industries

All Rights Reserved

Utgitt av BI Centre for Creative Industries

Handelshøyskolen BI

Nydalsveien 37

0484 Oslo

Mobil: 0047 46410678

E-post terje.gaustad@bi.no

Hjemmeside forskningsprosjektet Digitization and Diversity: <http://www.bi/dnd>

Hjemmeside forskningssenteret: <http://www.bi/ccl>

Twitter: @DnD_research og @BI_CCI

Designer: Betty Chiang

Forord

I forbindelse med symposiene med våre bransjepartnere i forskningsprosjektet Digitization and Diversity (2015-2020), finansiert av Norges forskningsråds KULMEDIA-program, har vi laget flere kortfattede rapporter med utvalgte hovedfunn fra våre kvantitative undersøkelser. Dette er sluttrapporten til forskningsteamet i delprosjektet Film. Film & Kino har vært vår hovedpartner og har bidratt med verdifull visnings- og besøksdata for norske kinoer gjennom hele digitaliseringsprosessen, samt synspunkter og kvalitative innspill til resultatene av våre analyser.

Rapporten inneholder resultater fra to befolkningsundersøkelser om film og TV-forbruk utført i 2018. I tillegg inneholder vedlegg resultater fra en tilsvarende undersøkelse i 2016. Gjennomføring av undersøkelsene ble koordinert av tidligere vitenskapelige assistent i prosjektet, Øyvind Torp. Resultatene fra disse kvantitative undersøkelsene tegner et bilde av en bransje som er i ferd med å ta ny form etter digitaliseringens turbulente tid.

Vi håper at både fagfeller, bransjeaktører og kulturpolitiske aktører kan ha utbytte av rapporten.

Oslo, 31. mars 2020

Ass. professor og prosjektleder for delprosjektet film og kino, Terje Gaustad (BI:CCI), vitenskapelig assistent Valentina Moreno (BI:CCI) og prosjektleder prof. Anne-Britt Gran (BI:CCI)

Innhold

Forord.....	1
1. Om forskningsprosjektet Digitization and Diversity – Potentials and Challenges for Diversity in the Culture and Media Sector.....	3
2. Befolkningsundersøkelsene i 2016 og 2018 – en sammenligning	6
2.1. Kort om metode	6
2.2. Filmforbruk.....	6
3. Resultater fra befolkningsundersøkelsene i 2018.....	9
3.1. Kort om metode	9
3.2. Spillefilm - volum	10
3.3. Kino - hyppighet	12
3.4. Hvor vi ser spillefilm	13
3.5. TV-serier – antall timer	16
3.6. Gratis lineær-TV	17
3.7. Simultan bruk av TV-programmers applikasjoner og nettsider	18
3.8. Kabel/satellitt versus internett	19
3.9. Strømmetjenester	20
3.10. Binge watching	21
3.11. Sosial TV-seing.....	23
3.12. Premierer og spoilere	24
3.13. BitTorrent og Pirate Bay	25
3.14. Deling av strømmetjenester.....	26
3.15. Sport	27
3.16. Bygdekino	28
4. Vedlegg 1 - Resultater fra befolkningsundersøkelsen i 2016.....	34
4.1. Kort om metode	34
4.2. Spillefilmenes nasjonalitet	34
4.3. Sjanger i ulike tjenester	38
4.4. TV-serienes nasjonalitet.....	42
4.5. Påstandsbatteri	44
5. Om forskerne	47
6. Publikasjoner, presentasjoner og formidling.....	50
6.1. Vitenskapelig publikasjoner	50
6.2. Presentasjoner på konferanser og formidling.....	50
7. Vedlegg 2 - Feilmarginer	52
8. Referanser	53

1. Om forskningsprosjektet Digitization and Diversity – Potentials and Challenges for Diversity in the Culture and Media Sector

Prosjektet er et samarbeid mellom Handelshøyskolen BI, NTNU, Nasjonalbiblioteket og Universitetet i København. Det er finansiert av Norsk forskningsråd gjennom KULMEDIA programmet, som igjen er finansiert av Kulturdepartementet. Prosjektet har involvert 20 forskere, hvorav tre doktorgradsstipendiater, en postdoktor og en vitenskapelig assistent. Teamet er utpreget tverrfaglig sammensatt, og består av både humanister, jurister, økonomer og andre samfunnsforskere.

I prosjektet undersøkte vi hvordan offentlige og private digitaliseringsinitiativ påvirker mangfoldet i sektoren. Mangfold ble undersøkt på flere måter og langs flere dimensjoner: Innholdsmangfold (en estetisk-ekspressiv dimensjon), hvem er forbrukerne (kulturelt og demografisk mangfold), digitale forbruksmønstre og hvordan digitale tjenester brukes, mangfold i distribusjons- og formidlingskanaler og i teknologi/formater (en teknokulturell dimensjon).

Vi fokuserte på digitaliseringen av fire bransjer: Bokbransjen og biblioteker, museum, film og presse med fokus på lokalavisene. Innflytelsesrike globale aktører som Google, Facebook, Amazon mfl. analyseres i forhold til deres betydning i den spesifikke bransje. I Norge spiller staten en betydelig rolle i både finansieringen og digitaliseringen av sektoren, og vi undersøker derfor også noen offentlige digitaliseringsprosjekter.

Vi har gjennomført en rekke spørreundersøkelse både i den norske befolkningen og blant brukerne av bestemte digitale tjenester, som Nasjonalbibliotekets digitale boktjeneste (tidligere kjent som bokhylla) og museumstjenesten digitaltmuseum.no. I tillegg anvendes det en rekke andre humanistiske og samfunnsvitenskapelige metoder i prosjektet, samt et bredt spekter av teoretiske tilnærminger. Med en så tverrfaglig tilnærming, håper vi på å kunne forstå det komplekse fenomenet digitalisering på en adekvat og relevant måte.

Hver bransje er organisert som et selvstendig delprosjekt, med prosjektleder, en stipendiat og et forskningsteam. Hvert delprosjekt har også en hovedpartner i bransjen, som bidrar med datamateriale, muliggjør undersøkelser blant brukere av digitale tjenester og kommer med synspunkter på metode og resultater. Formålet med partnerne er å utveksle informasjon, refleksjon og å sikre relevans i hele forskningsprosjektet.

Forskningsdesignet i prosjektet har vært eksplorativt, og statistikken er derfor primært av såkalt deskriptiv type. Vi har stilt utforskende spørsmål om bruk og preferanser, fremfor å teste hypoteser. Det overordnede forskningsspørsmålet i prosjektet har vært: Hvordan påvirker digitaliseringen de ulike mangfoldsdimensjonene i kultur- og mediesektoren?

Andre viktige problemstillinger har vært:

- Hvem benytter og hvordan bruker den heterogene befolkningen de private og offentlige digitale tjenestene?
- Hva er de uforutsette konsekvensene av digitaliseringen for mangfoldet i sektoren og i kultur- og mediepolitikken?
- Hvordan endrer digitaliseringen vilkåret for kulturarvens mangfold når det gjelder utvelgelse, formidling, deltagelse og bruk av digitale verktøy for analyse av store datamengder?
- Hvordan påvirker digitale innovasjoner, forretningsmodeller og distribusjonskanaler mangfoldet av innhold som tilbys og benyttes?

I kultur- og mediepolitikken er kultur- og mediemangfold en hovedmålsetting, og det å sørge for offentlighetens infrastruktur er en hovedoppgave. Nye digitale vilkår for produksjon, distribusjon og konsumpsjon betyr nye utfordringer for politikkutforming og virkemiddelapparatet. Forskningsprosjektet tok sikte på å bidra med en kunnskapsproduksjon som er relevant for både de aktuelle bransjene og for kultur- og mediepolitikkutforming i en digital tid.

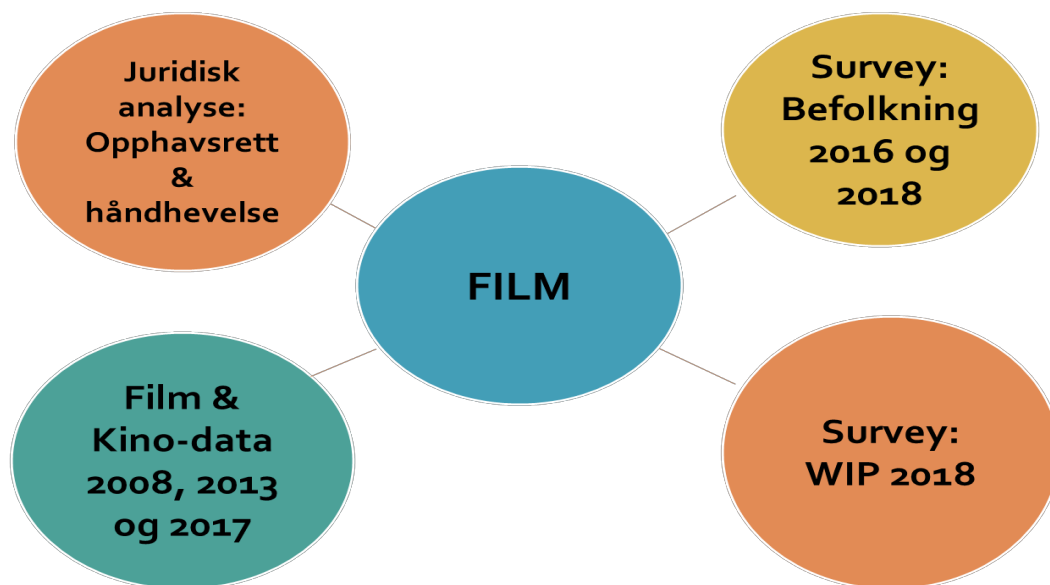
I delprosjektet Film har vi arbeidet med surveys og analyse av bransjedata, og disse kvantitative metodene er blitt supplert med kvalitative data innhentet blant annet i form av dybdeintervjuer. Videre har delprosjektet inkludert omfattende juridiske analyser for Norge, Sverige og Danmark, samt på EU-nivå. I de juridiske analysene har vi sett på hvordan digitaliseringen har påvirket mulighetene til å håndheve rettigheter, og konsentrert oss om hvor effektive norske håndhevingsreglene er vurdert opp mot forutsetninger i EU-direktiver og Norges EØS-rettslige forpliktelser, og i forhold til hvordan disse er implementert i de andre skandinaviske landene (se Eidsvold-Tøien & Viken, 2019). Befolkningssurveys er gjennomført to ganger (i 2016 og 2018) for å kartlegge forbruksmønstre i alle visningskanaler samt folks forståelse av og holdninger til lovverket (opphavsretten). Gjennom et samarbeid med Film & Kino har vi i tillegg analysert komplette datasett for visninger og besøk ved norske kinoer (for 2008, 2013 og 2017) for å avdekke endringer i både tilbud og forbruk gjennom kinoenes digitaliseringsprosess (se blant annet Gaustad, Gran & Torp, 2020).

I motsetning til de tre andre arbeidspakkene i dette forskningsprosjektet, har dette delprosjektet ikke inkludert en doktorgradsstipendiat.

I denne rapporten presenterer vi et utvalg hovedfunn fra surveyene på en deskriptiv måte. Teoretiske analyser av tallmaterialet er gjort i vitenskapelige presentasjoner og publikasjoner, som

er samlet bakerst i rapporten. Når denne rapporten ferdigstilles, foregår det fremdeles publiseringsarbeid i denne arbeidspakken.

Under følger en oversikt over forskningsaktiviteter i dette delprosjektet:



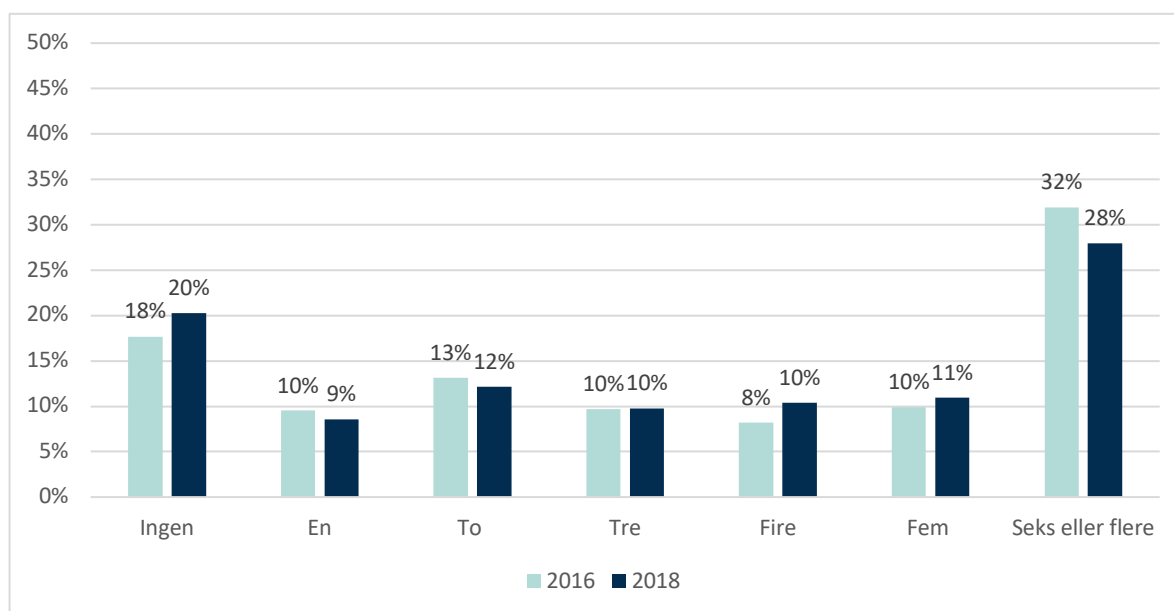
2. Befolkningsundersøkelsene i 2016 og 2018 – en sammenligning

2.1. Kort om metode

Befolkningsundersøkelsene ble gjennomført via Opinion i Norstats webpanel høsten 2016 (N=1500) og høsten 2018 (N=1665). Resultatene er vektet på kjønn, alder, geografi og utdanning i forhold til den faktiske fordelingen i den norske befolkningen. Vektingen kompenserer for eventuelle skjevheter i den gruppen som har valgt å besvare undersøkelsen. Tid er behandlet som kategorisk variabel, og data er analysert ved bruk av ANOVA-testing ved numeriske variabler og Kji-kvadrat på kategoriske variabler. Signifikansnivået ble satt til $p=0.05$.

2.2. Filmforbruk

Det første vi har spurt befolkningen om er hvor mange spillefilmer de har sett i de siste 2 månedene. De ble bedt om å oppgi et antall.

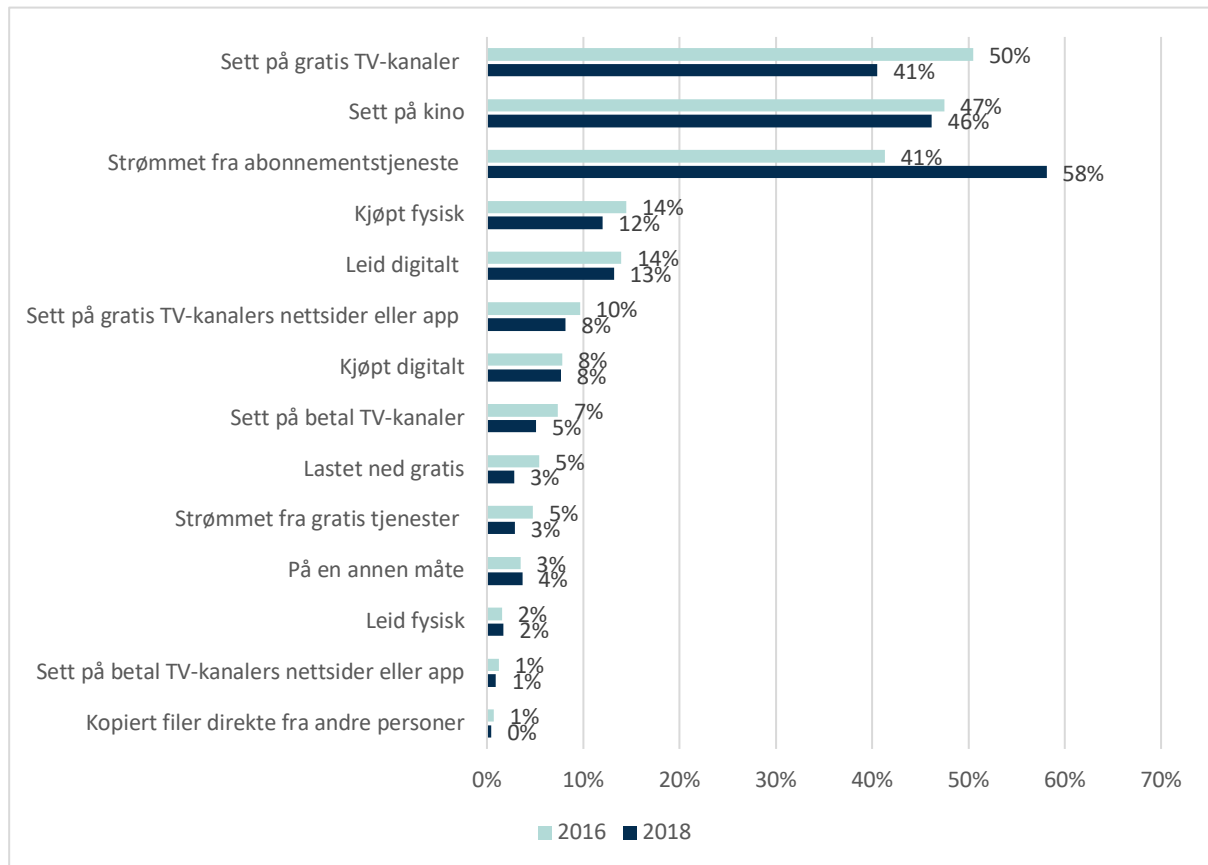


Figur 1 viser hvor mange spillefilmer befolkningen har sett de siste 2 månedene. De ble bedt om å oppgi antall filmer inkludert filmer de har begynt å se, men ikke sett ferdig. N(2016)=1500, N(2018)=1665.

I 2016 svarte 18 prosent at de ikke hadde sett noen spillefilmer de siste 2 månedene. Denne andelen har økt litt, men ikke signifikant, til 20 prosent i 2018. Andelen som svarer én film lå også

stabilt på 10 prosent i 2016 og 9 prosent i 2018. Det samme gjelder for to spillefilmer (13 prosent i 2016 og 12 prosent i 2018) og tre spillefilmer med 10 prosent i begge årene. Andelen som har svart fire spillefilmer har økt signifikant fra 8 prosent i 2016 til 10 prosent i 2018. Fem spillefilmer oppga 10 prosent i 2016 og 11 prosent i 2018, ikke en signifikant endring, mens andelen som har sett seks eller flere spillefilmer har falt signifikant fra 32 prosent i 2016 til 28 prosent i 2018. Det har med andre ord blitt færre storkonsumenter av film på disse to årene.

Videre spurte vi alle de som har sett en eller flere spillefilmer om *hvor* de har sett disse spillefilmene. For en detaljert gjennomgang og beskrivelse av markedskanalene som benyttes her og videre i rapporten, se Gaustad, Theie, Eidsvold-Tøien, Torp, Gran & Espelien, 2018:10-12).



Figur 2 viser hvor befolkningen har sett spillefilmene de har sett de siste 2 månedene. Filter: De som har sett en eller flere spillefilmer de siste 2 månedene. Flere svar mulig. N(2016)=1235, N(2018)=1276.

I 2016 så halvparten (50 prosent) av befolkningen på spillefilm på en gratis TV-kanal som NRK, TV2, TVNorge eller lignende. Denne andelen har falt signifikant til 41 prosent i 2018. Det alternativet som øker mest er strømmet fra abonnementstjeneste (Netflix, HBO Nordic, TV2 Sumo, Viaplay eller lignende) som fikk en oppslutning på 41 prosent i 2016 og 58 prosent i 2018. Dette er en signifikant men ikke overraskende økning. For det første har strømmetjenestenes totale markedsandel vokst i perioden (Gaustad, Grünfeld, Engelstad, Dombu, Flesche & Lind, 2019).

Videre opplever mange at lineær-TV-kanalenes rigide sendeskjema er mindre attraktive enn tidsfleksible strømmetjenester spesielt for lengre formater som spillefilm. Kino ligger stabilt på 47 prosent i 2016 og 46 prosent i 2018.



Sett på betalte TV-kanaler som C More og Viasat Film har falt signifikant fra 7 prosent i 2016 til 5 prosent i 2018. Lastet ned gratis (fra Pirate Bay eller lignende) og strømmet fra gratis tjeneste som Popcorn Time, Solar Movie eller lignende har begge falt fra 5 prosent i 2016 til 3 prosent i 2018, noe som er en signifikant nedgang. Ellers foreligger det ingen signifikante endringer for de øvrige alternativene.

Det er påvist generelle signifikante endringer for dette spørsmålet samlet sett fra 2016 til 2018. Vi kan derfor konkludere med at det er en tendens om at folk ser mindre på film på andre måter enn strømming fra abonnementstjeneste.

3. Resultater fra befolkningsundersøkelsene i 2018

3.1. Kort om metode

Det er utført to befolkningsundersøkelser i 2018. Den ene ble utført utelukkende for dette forskningsprosjektet (DnD-undersøkelsen), mens den andre også inngår i det internasjonale samarbeidet World Internet Project (WIP-undersøkelsen).

Begge befolkningsundersøkelsene ble gjennomført via Opinion i Norstats webpanel mellom 15. og 30. november 2018. Det betyr at det er Norges internettbefolkning som har besvart undersøkelsen, 98 prosent av den norske befolkningen har tilgang til Internett. 99 prosent eier eller har tilgang til mobiltelefon, og 95 prosent har smarttelefon (SSB 2019). Det er 1665 respondenter som har besvart DnD-undersøkelsen og 1664 som har besvart WIP-undersøkelsen. Resultatene er vektet på kjønn, alder, geografi og utdanning i forhold til den faktiske fordelingen i den norske befolkningen. Vektingen kompenserer for eventuelle skjevheter i den gruppen som har valgt å besvare undersøkelsen.

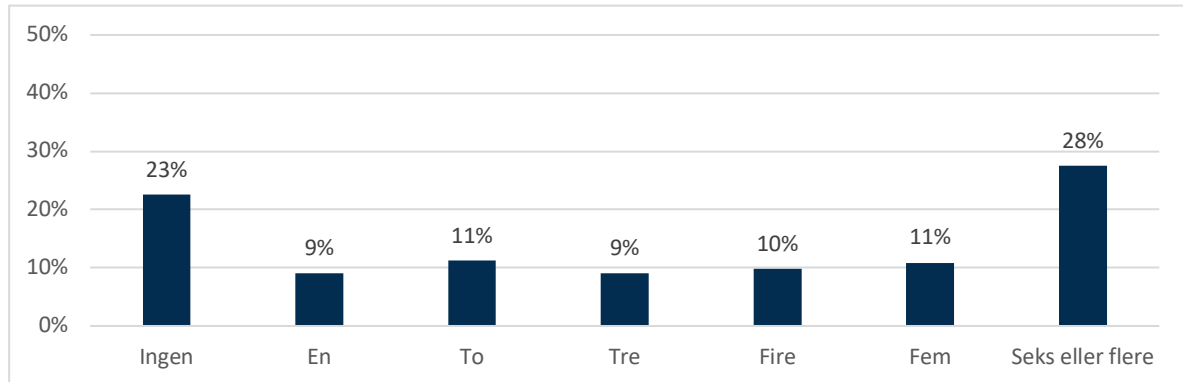
Alle undersøkelser er beheftet med feilmarginer. Feilmarginene knytter seg i hovedsak til statistisk usikkerhet. Dette er utvalgsskjevheter, som medfører at utvalget ikke er identisk med universet eller målgruppen. I vårt tilfelle betyr dette at vi med 95% sannsynlighet kan si at det riktige resultatet ligger innenfor $\pm 1,1$ og $\pm 2,5$ prosentpoeng, avhengig av prosentresultatets størrelse. Se vedlegg 1 for tabelloversikt for feilmargin.

Signifikanstesten som er benyttet er z-test for forskjeller mellom to kolonneproporsjoner, dvs at andelen i hver kolonne er testet mot andelen i alle de andre kolonnene som hører under samme bakgrunnsvariabel. For eksempel er hver enkelt alderskategori testet mot hver enkelt av de andre alderskategoriene under bakgrunnsvariabelen alder. Testen er på 0,05-nivå.



3.2. Spillefilm - volum

Vi skal her presentere sentrale bakgrunnsvariabler som kjønn, alder, geografi og utdanning for de ulike svarene. Hvem ser ingen, få og mange filmer i løpet av 2 måneder?



Figur 3 viser prosentvis hvor mange spillefilmer befolkningen har sett de siste 2 månedene. N(2018)=1665.

Det er flest som har sett seks filmer eller flere i den norske befolkningen (28 prosent), fulgt av de som ikke har sett noen filmer de siste to månedene (23 prosent). De som har sett en, to, tre, fire og fem filmer ligger jevnt på 9-11 prosent.

Hvem er de som ikke har sett noen spillefilmer de siste 2 månedene? Det er ingen signifikante forskjeller mellom menn og kvinner, men det er en signifikant overvekt av de eldre. 40 prosent av 60-åringene og 49 prosent av de som er 70 år eller eldre har ikke sett noen spillefilmer de siste 2 månedene. Det er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 9 prosent, 20-åringene med 8 prosent, 30-åringene med 18 prosent, 40-åringene med 16 prosent og 50-åringene med 22 prosent. 30-, 40- og 50-åringene har også en signifikant høyere andel som har svart *ingen* enn 15-19-åringene og 20-åringene. Det er heller ingen signifikante forskjeller når det gjelder utdannelsesnivå eller hvor i landet de bor. Utdanning har stor betydning for kulturkonsum, noe vi også ser for kino (SSB 2017), mens hjemmekonsumet er mer demokratisk distribuert i befolkningen.

Det er også en overvekt av de eldre som bare har sett én film de siste 2 månedene. 14 prosent blant de på 70 år+, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 5 prosent, 30-åringene med 8 prosent og 40-åringene med 7 prosent. 10 prosent av 50-åringene og 11 prosent av 60-åringene har oppgitt at de kun har sett én spillefilm de siste 2 månedene. Det er ingen signifikante forskjeller for andre bakgrunnsvariabler.

11 prosent av befolkningen har oppgitt at de har sett to spillefilmer de siste 2 månedene. Av de som har svart dette er det en signifikant overvekt av 30-åringer med 16 prosent i forhold til 15-19-åringene med 10 prosent, 20-åringene med 7 prosent og 40-åringene med 10 prosent. 14 prosent av befolkningen på Sør-/Vestlandet har oppgitt å se to filmer de siste 2 månedene. Dette er en signifikant høyere andel av befolkningen i Oslo med 8 prosent og Østlandet for øvrig med 9

prosent. 14 prosent av befolkningen i Nord-Norge har også sett to spillefilmer som er en signifikant høyere andel enn de som bor på Østlandet for øvrig. Det er også en signifikant høyere andel med kort universitet/høyskoleutdanning som har sett to filmer de siste 2 månedene enn de uten høyere utdanning med 15 mot 10 prosent.

9 prosent av befolkningen oppgir å ha sett tre filmer de siste 2 månedene. 16 prosent av 20-åringene har oppgitt dette, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 9 prosent, 40-åringene med 5 prosent, 50-åringene med 10 prosent, 60-åringene med 4 prosent og de over 70 år med 8 prosent. 12 prosent av 15-19-åringene har sett tre filmer, noe som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene (5 prosent) og 60-åringene (8 prosent). Det er ingen signifikante forskjeller for andre bakgrunnsvariabler.

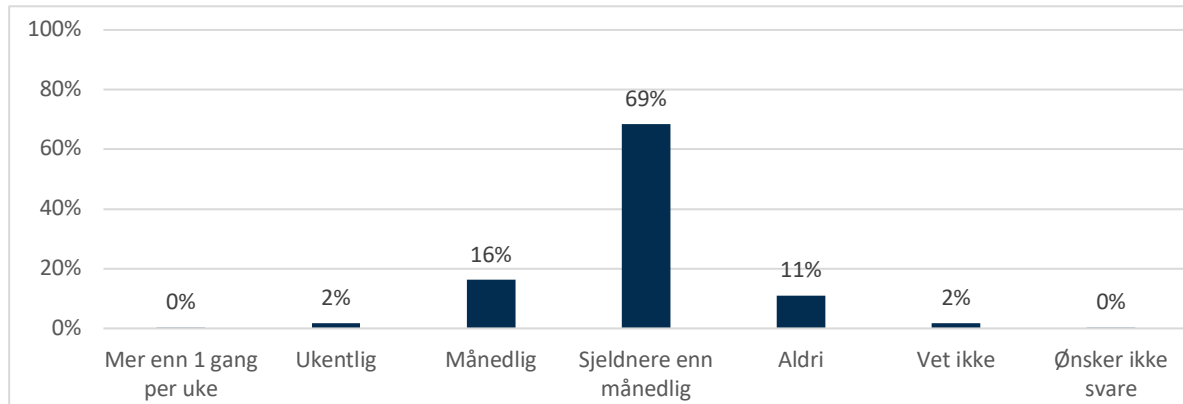
10 prosent av befolkningen har sett fire filmer de siste 2 månedene. Av disse er andelen 15 prosent for 15-19 åringene, 12 prosent i 30-åringene, 11 prosent i 40-åringene og 12 prosent for 60-åringene, noe som er en signifikant høyere andel enn 50-åringene med 6 prosent og de over 70 år med 2 prosent. 11 prosent av 20-åringene har også sett fire filmer de siste to månedene som er en signifikant høyere andel enn de over 70 år (2 prosent). Det er ingen signifikante forskjeller for andre bakgrunnsvariabler.

11 prosent av befolkningen har sett fem filmer de siste 2 månedene. 14 prosent av de som har svart dette er i alderen 15-19 år, 17 prosent er i 20-årene og 13 prosent er i 50-årene. Dette er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 8 prosent, 60-åringene med 6 prosent og de over 70 år med 4 prosent. 12 prosent av 40-åringene har også oppgitt å ha sett fem filmer som er en signifikant høyere andel enn 60-åringene og over 70 år+. Når det gjelder hvor de som har sett fem filmer bor, er andelen 13 prosent i Oslo, 12 prosent på Østlandet for øvrig og 11 prosent på Sør-/Vestlandet, noe som er en signifikant høyere andel enn befolkningen i Nord-Norge med 6 prosent.

Det er flest, 28 prosent, av befolkningen som oppgir å ha sett seks eller flere filmer de siste 2 månedene. 38 prosent av 40-åringene oppgir dette, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 28 prosent, 50-åringene med 27 prosent, 60-åringene med 16 prosent og de over 70 år med 13 prosent. 35 prosent av 15-19-åringene har sett seks eller flere filmer som er en signifikant høyere andel enn 50- og 60-åringene og de over 70 år. Det er en signifikant høyere andel Oslo-borgere (33 prosent) som oppgir å ha sett seks eller flere filmer enn andelen på Sør-/Vestlandet (25 prosent) og Trøndelag (21 prosent). Det er også en signifikant høyere andel uten høyere utdanning som har sett seks eller flere filmer enn de med kort høyere utdanning med 29 prosent mot 24 prosent. Andelen er også 24 prosent for de med lang universitets- og høyskoleutdanningen.

3.3. Kino - hyppighet

I WIP-undersøkelsen inngår spørsmål om hvor ofte folk går på kino. Hvem får ofte, sjelden og aldri på kino i Norge?



Figur 4 viser prosentvis hvor ofte befolkningen i snitt går på kino. N(2018)=1664. WIP.

Den største delen av den norske befolkning, 69 prosent, går på kino sjeldnere enn en gang i måneden. 16 prosent oppgir at de går månedlig på kino, 2 prosent ukentlig, mens 11 prosent oppgir at de aldri går på kino.

En svært liten andel av befolkningen går på kino mer enn 1 gang i uken. 0,3 prosent. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller for noen av bakgrunnsvariablene. 2 prosent av befolkningen oppgir at de går på kino ukentlig. Blant disse er det en signifikant høyere andel 20-åringene med 4 prosent enn 50-åringene med 1 prosent, 60-åringene med 1 prosent og de over 70 år med 0 prosent. Det er også en signifikant overvekt av osloborgere som går på kino ukentlig enn de som bor på Østlandet for øvrig med 4 mot 1 prosent. Dette er naturlig da osloborgere har relativt enkel tilgang til sine kinoer og kino i dag er den eneste markedskanalen for spillefilm som krever fysisk nærhet til publikum.

Det er 16 prosent av befolkningen som har oppgitt at de månedlig er på kino. Det er her en signifikant overvekt av de yngste. 38 prosent av 15-19-åringene oppgir at de er på kino månedlig, noe som er en signifikant høyere andel enn alle de andre alderskategoriene; 24 prosent av 20-åringene, 18 prosent av 30-åringene, 12 prosent av 40-åringene, 10 prosent av 50-åringene, 6 prosent av 60-åringene og 11 prosent av de over 70 år. Når det gjelder geografi, har 20 prosent av befolkningen i Oslo og 19 prosent av befolkningen på Østlandet for øvrig oppgitt at de er månedlig på kino. Dette er en signifikant høyere andel enn befolkningen på Sør-/Vestlandet og Trøndelag med henholdsvis 14 og 17 prosent. Det er også en signifikant høyere andel Trøndere som er månedlig på kino enn de fra Nord-Norge med 17 mot 9 prosent. Det er ingen signifikante forskjeller for kjønn og utdannelse.

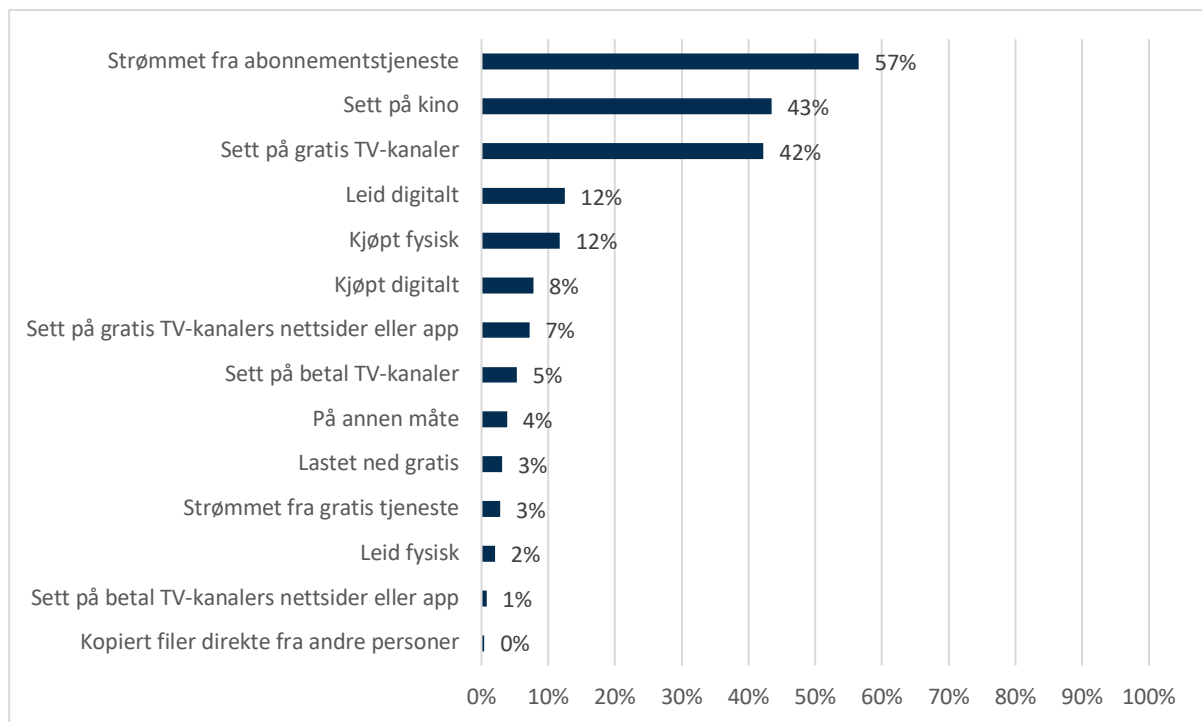
Flest, 69 prosent av befolkningen, går sjeldnere enn månedlig på kino. Av disse er det en signifikant høyere andel 50-åringene med 75 prosent enn 15-19-åringene med 54 prosent, 20-åringene med 66 prosent og de over 70 år med 61 prosent. 66 prosent av 20-åringene, 72 prosent

av 30- og 40-åringene, 69 prosent av 60-åringene har vært på kino sjeldnere enn månedlig. Når det gjelder geografi er 71 prosent av befolkningen fra Sør-/Vestlandet og 73 prosent av befolkningen fra Nord-Norge på kino sjeldnere enn månedlig. Dette er en signifikant høyere andel enn befolkningen i Oslo med 63 prosent. Det er ingen signifikante forskjeller for kjønn og utdannelse.

11 prosent av befolkningen oppgir at de aldri går på kino. Her er de eldre overrepresentert. 21 prosent av 60-åringene og 25 prosent av de over 70 oppgir at de aldri er på kino, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 2 prosent, 20-åringene med 3 prosent, 30-åringene med 6 prosent, 40-åringene med 13 prosent og 50-åringene med 9 prosent. I Nord-Norge oppgir 16 prosent at de aldri er på kino, noe som er en signifikant høyere andel enn befolkningen på Sør-/Vestlandet med 10 prosent. Av befolkningen i Oslo er det 11 prosent som oppgir at de aldri går på kino.

3.4. Hvor vi ser spillefilm

Vi har spurt de som har oppgitt at de har sett minimum én eller flere spillefilm de siste 2 månedene om hvor de har sett disse spillefilmene.



Figur 5 viser hvor stor andel av befolkningen som har sett spillefilmer på ulike måter de siste 2 månedene. Filter: De som har sett en eller flere spillefilmer de siste 2 månedene. Flere svar mulig. N(2018)=1276.

Strømming ligger på topp med 57 prosent, fulgt av kino på 43 prosent og gratis TV-kanaler med 42 prosent. Deretter er det stor avstand til leid digitalt og kjøpt fysisk, begge med 12 prosent. Digital leie er tjenester fra leverandører som Viaplay, Canal Digital og Get filmleie, hvor du kjøper tilgang til en spesifikk film for en begrenset tidsperiode (typisk 48 timer). Færrest benytter

filkopiering fra andre (0 prosent), nettsider eller app på betalte TV-kanaler (1 prosent), leid fysisk (2 prosent), strømmet fra gratis tjeneste og lastet ned gratis (begge 3 prosent).

57 prosent av befolkningen har strømmet spillefilm fra abonnementstjenester. Ikke overraskende er det en overvekt av yngre som oppgir dette. 80 prosent av 15-19-åringene strømmer spillefilmer fra abonnementstjenester, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 69 prosent, 40-åringene med 57 prosent, 50-åringene med 36 prosent, 60-åringene med 43 prosent og de over 70 år med 19 prosent. 77 prosent av 20-åringene og 69 prosent av 30-åringene strømmer spillefilmer fra abonnementstjenester, noe som er en signifikant høyere andel enn alle aldergrupper over 40 år. Det er ingen signifikante forskjeller for andre bakgrunnsvariabler.

43 prosent av befolkningen har sett en eller flere spillefilmer på kino de siste 2 månedene. Også her er de yngre i signifikant overvekt. 63 prosent av 15-19-åringene har vært på kino, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 45 prosent, 40-åringene med 42 prosent, 50-åringene med 34 prosent, 60-åringene med 28 prosent og de over 70 år med 30 prosent. Av 20-åringene har 54 prosent sett minst en spillefilm på kino de siste 2 månedene som er en signifikant høyere andel enn de over 40 år. Når det gjelder geografi har 55 prosent av befolkningen i Oslo sett en film på kino de siste 2 månedene, noe som er en signifikant høyere andel enn de som bor på Østlandet for øvrig med 45 prosent, Sør-/Vestlandet med 41 prosent, Trøndelag med 39 prosent og Nord-Norge med 35 prosent. Dette henger sammen med kinotilbudet i de ulike landsdelene. Det er ingen signifikante forskjeller for kjønn og utdanning.

Når det gjelder hvorvidt de har sett en spillefilm på en gratis TV-kanal (NRK, TV2, TVNorge eller lignende) de siste 2 månedene oppgir 42 prosent at det har de. Det er de eldre som er i overvekt her. 64 prosent av 50-åringene og de over 70 år har oppgitt at de har sett spillefilm på gratis lineær TV som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 17 prosent, 20-åringene med 17 prosent, 30-åringene med 27 prosent og 40-åringene med 52 prosent. 30-åringene har også en signifikant høyere andel som ser film på gratis-TV enn 15-19-åringene og 20-åringene. Det er ingen signifikante forskjeller for kjønn, geografi og utdanning.

12 prosent av befolkningen oppgir å ha leid en spillefilm digitalt for eksempel på iTunes, Google Play, Canal Digital, Altibox, Get Filmleie, eller lignende. Her er det en signifikant høyere andel 40-åringene med 20 prosent mot 15-19-åringene med 9 prosent, 50-åringene med 11 prosent, 60-åringene med 9 prosent og de over 70 år mer 3 prosent. 23 prosent av befolkningen i Nord-Norge har leid en spillefilm digitalt, noe som er en signifikant høyere andel enn befolkningen i Oslo med 11 prosent, Østlandet for øvrig med 13 prosent, Sør-/Vestlandet med 11 prosent og Trøndelag med 6 prosent. Det er også en signifikant høyere andel som bor på Østlandet for øvrig som har leid spillefilm digitalt enn de i Trøndelag (13 mot 6 prosent). Befolkningen med kort høyere utdanning har en signifikant høyere andel som har leid spillefilm digitalt enn de uten høyere utdanning med 17 mot 10 prosent.

12 prosent av befolkningen oppgir å ha sett en spillefilm de siste to månedene som er kjøpt fysisk på DVD/Blu-ray. Her er mennene i signifikant overvekt med 14 prosent mot 10 prosent kvinner. Også for dette alternativene er det en signifikant høyere andel 40-åringene som oppgir å ha sett en

spillefilm de har kjøpt fysisk med 19 prosent mot 10 prosent av 15-19-åringene, 10 prosent av 20-åringene, 10 prosent av 50-åringene, 6 prosent av 60-åringene og 2 prosent av de over 70 år. 16 prosent av 30-åringene har oppgitt å ha sett en spillefilm de har kjøpt fysisk som er en signifikant høyere andel enn 60-åringene og de over 70 år (6 og 2 prosent). Når det gjelder geografi, har 14 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig svart at har sett en spillefilm som er kjøpt fysisk de siste 2 månedene, noe som er en signifikant høyere andel enn de som bor på Sør-/Vestlandet med 9 prosent. Det er ingen signifikante forskjeller for utdanning.

8 prosent av befolkningen har sett en spillefilm de har kjøpt digitalt de siste to månedene. Dette kan være fra kanaler/plattformer som iTunes, Xbox Video/Microsoft Film og TV eller lignende. 11 prosent av 30-åringene og 11 prosent av 40-åringene har oppgitt dette, noe som er en signifikant høyere andel enn de som er 70 år eller eldre med 3 prosent. 40-åringene har også en signifikant høyere andel enn 50-åringene med 6 prosent. Ellers foreligger det ingen signifikante endringer.

Andelen som har sett en spillefilm på gratis TV-kanalers nettside eller app (nrk.no, NRKS TV-app eller lignende) ligger på 7 prosent. Den eneste signifikante forskjeller vi finner her er at det er en signifikant høyere andel med kort universitet- eller høyskoleutdanning som har brukt nettsiden eller appen til gratis TV-kanaler enn de uten høyere utdanning, 11 versus 6 prosent.

Når det gjelder hvor mange som oppgir at de har sett en spillefilm på betal-TV-kanaler som C More First, C More Hits, Viasat Film, eller lignende de siste 2 månedene ligger denne andelen på 10 prosent. Her er det en signifikant høyere andel 50-åringer med 10 prosent mot 20-åringer med 4 prosent, 30-åringer med 5 prosent, 40-åringer med 4 prosent, 60-åringer med 3 prosent og de som er over 70 år med 2 prosent. Dette er den eneste signifikante forskjellen vi finner.

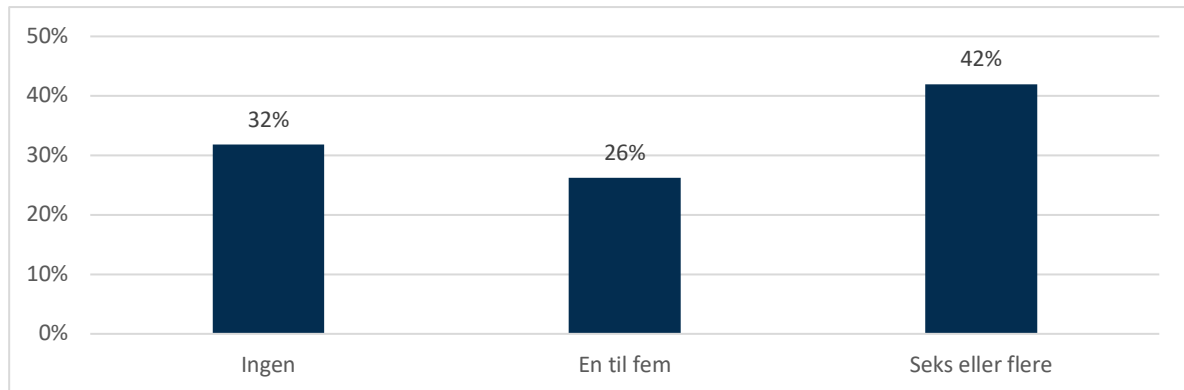
3 prosent av befolkningen oppgir å ha sett en spillefilm de har lastet ned gratis (fra Pirate Bay eller lignende) de siste to månedene. Det er en signifikant høyere andel menn som oppgir å ha sett en spillefilm de har lastet ned gratis med 5 mot 1 prosent kvinner. Ikke overraskende er det de yngre som dominerer for dette alternativet. 8 prosent av 20-åringene har sett en spillefilm de har lastet ned gratis, noe som er en signifikant høyere andel enn 40-åringer med 1 prosent, 50-åringer med 0 prosent, 60-åringer med 2 prosent og de over 70 år med 1 prosent. 6 prosent av 30-åringene har svart at de har sett en spillefilm som er lastet ned gratis som er en signifikant høyere andel enn i de eldre aldersgruppene.

3 prosent har også oppgitt å strømmet en spillefilm fra gratis tjeneste som for eksempel Popcorn Time, Solar Movie, eller lignende de siste 2 månedene. Også her er det en signifikant overvekt av de yngre. 9 prosent av 15-19-åringene har strømmet en spillefilm gratis som er en signifikant høyere andel enn 20-åringene med 4 prosent, 30-åringene med 4 prosent, 40-åringene med 1 prosent og 50-åringene med 1 prosent (ingen som er over 60 år har krysset av for dette alternativet). 20- og 30-åringene har også en signifikant høyere andel som har strømmet gratis enn 40- og 50-åringer med 4 mot 1 prosent. Det er ingen andre signifikante forskjeller her.

Færrest har benyttet alternativene leid fysisk med 2 prosent, sett på betal TV-kanalers hjemmeside eller app med 1 prosent og kopiert filer direkte fra andre personer med 0 prosent.

3.5. TV-serier – antall timer

Vi har spurt om er hvor mange timer befolkningen har brukt til å følge TV-serier de siste 2 ukene. Hvem er storkonsumentene her?



Figur 6 viser prosentvis hvor mange timer befolkningen har brukt til å følge TV-serier (TV-drama som f.eks. Game of Thrones, Heimebane og Lovleg) de siste 2 ukene (på TV, nett eller andre steder). N(2018)=1665.

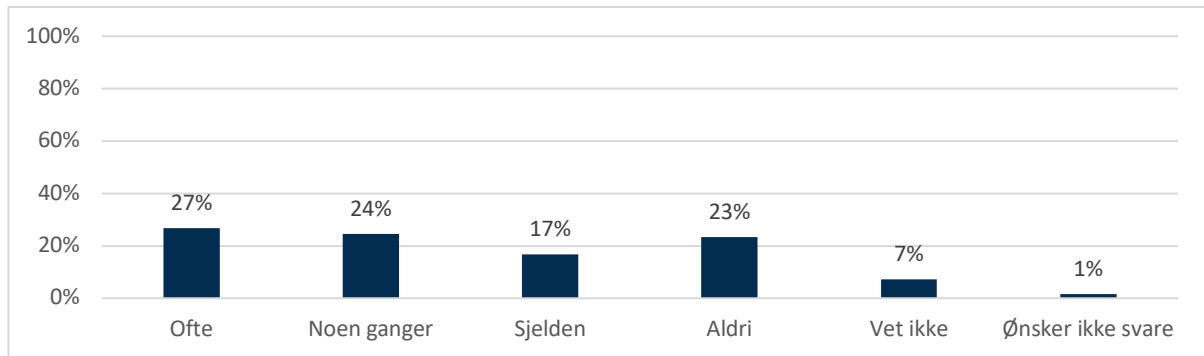
32 prosent av befolkningen oppgir at de ikke har brukt noen timer til å følge TV-serier som for eksempel Game of Thrones, Heimebane og Lovleg de siste 2 ukene. Det er en signifikant høyere andel menn som har svart dette med 34 prosent mot 29 prosent kvinner. De eldre aldersgruppene har også en signifikant høyere andel som har svart at de ikke følger noen TV-serier; 46 prosent av 50-åringene, 48-prosent av 60-åringene og 44 prosent av de over 70 år, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 16 prosent, 20-åringene med 13 prosent, 30-åringene med 19 prosent og 40-åringene med 33 prosent. Når det gjelder utdanningsnivå er det en signifikant høyere andel uten universitet- eller høyskoleutdanning (34 prosent) som ikke følger noen TV-serier enn de med kort utdanning (28 prosent).

26 prosent som oppgir at de har brukt én til fem timer de siste 2 ukene på å følge TV-serier. Også her er det en signifikant høyere andel menn med 29 prosent mot 23 prosent for kvinner. 32 prosent av de over 70 år har svart at de har brukt én til fem timer, noe som er en signifikant høyere andel enn de i 20-årene med 21 prosent og de i 40-årene med 22 prosent. Ellers foreligger det ingen signifikante forskjeller her.

42 prosent av befolkningen oppgir at de har brukt seks timer eller mer de siste 2 ukene til å følge TV-serier. Her er det en signifikant høyere andel kvinner med 47 prosent mot 37 prosent menn. Ikke overraskende er de yngre i signifikant overvekt blant disse. 66 prosent av 20-åringene oppgir at de har brukt seks timer eller mer på å følge TV-serier, noe som er en signifikant høyere andel enn de i 30-årene med 52 prosent, 40-årene med 45 prosent, 50-årene med 27 prosent, 60-årene med 27 prosent og de over 70 år med 24 prosent. Av 15-19-åringene oppgir 58 prosent at de har brukt seks timer eller mer på TV-serier, noe som er en signifikant høyere andel enn de i aldersgruppene over 40 år. Når det gjelder utdanning, oppgir 46 prosent av de med kort høyere utdanning at de har brukt seks timer eller mer, noe som er en signifikant høyere andel enn de uten høyere utdanning med 40 prosent.

3.6. Gratis lineær-TV

Vi har undersøkt befolkningens forhold til lineær-TV, hvor seerne forhold seg til et sendeskjema med programmer satt opp til bestemte tidspunkter. Dette er den tradisjonelle måten å se TV på som vi er vant med fra NRK, TV 2 og andre kanaler. Det første spørsmålet vi stilte dem var om de ser filmer, sport, serier og TV-programmer på gratis lineær-TV.



Figur 7 viser prosentvis hvor ofte befolkningen ser på filmer, sport, serier og TV-programmer på gratis lineær-TV. N(2018)=1664. WIP

27 prosent oppgir at de ofte ser på filmer, sport, serier og TV-programmer på gratis lineær-TV. 35 prosent av 40-åringene oppgir at de ofte ser på gratis lineær-TV, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 20 prosent, 20-åringene med 17 prosent og 30-åringene med 24 prosent. 29 prosent av 50-åringene og 30 prosent av 60-åringene har også krysset av for ofte som er en signifikant høyere andel enn 15-19- og 20-åringen (20 og 17 prosent). 28 prosent av de i aldersgruppen 70år + har svart ofte. At ikke flere i den øverste aldergruppen oppgir at de ser ofte kan delvis skyldes at noen oppfatter NRK som betalt i stedet for gratis på grunn av lisensavgiften. Når det gjelder utdanning har 33 prosent av de med lang høyskole- eller universitetsutdannelse oppgitt at de ofte ser på gratis lineær-TV, noe som er en signifikant høyere andel enn de uten høyere utdanning med 25 prosent.

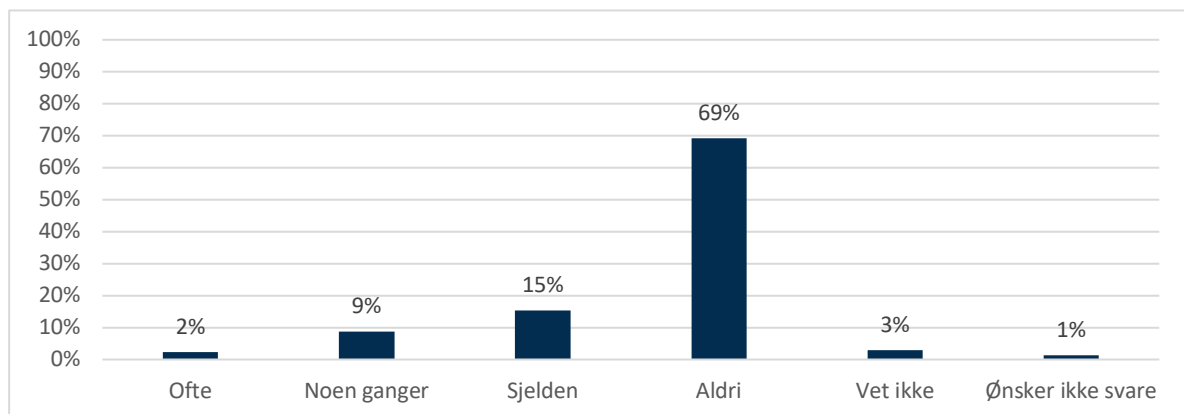
24 prosent av befolkningen oppgir at de *noen ganger* ser filmer, sport, serier og TV-programmer på gratis lineær-TV. Her er den yngre delen av befolkningen overrepresentert. 33 prosent av 20-åringene har svart dette som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 24 prosent, 50-åringene med 23 prosent, 60-åringene med 16 prosent og de over 70 år med 19 prosent. 31 prosent av 15-19-åringene oppgir at de noen ganger ser på gratis lineær-TV. De med kort (28 prosent) og lang (30 prosent) universitet eller høyskoleutdanning har en høyere andel som ser på gratis lineær-TV enn de uten høyere utdanning med 22 prosent.

Det er 17 prosent av befolkningen som oppgir at de *sjelden* ser på gratis lineær-TV. 24 prosent av 15-19-åringene og 22 prosent av 30-åringene ser sjelden på gratis lineær-TV, noe som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 15 prosent, 50-åringene med 15 prosent, 60-åringene med 12 prosent og de over 70 år med 9 prosent. 20 prosent av 20-åringene ser også sjelden på gratis lineær-TV. Blant de med kort høyere utdanning har 20 prosent oppgitt at de sjelden ser på filmer, sport, serier og TV-programmer på gratis lineær-TV. Dette er en signifikant høyere andel enn de uten høyere utdanning med 16 prosent.

23 prosent av befolkningen oppgir at de aldri ser på filmer, sport, serier og TV-programmer på gratis lineær-TV. 36 prosent av 60-åringene og 38 prosent av de over 70 år har krysset av for dette alternativet som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 11 prosent, 20-åringene med 22 prosent, 30-åringene med 20 prosent, 40-åringene med 15 prosent og 50-åringene med 23 prosent. Igjen kan den høye andelen blant de eldre aldergruppene skyldes at de ikke oppfatter NRK som gratis lineær-TV. Det er også en signifikant høyere andel blant de som ikke har høyere utdanning som aldri ser på gratis lineær-TV enn de med høyere utdanning med 26 prosent mot 17 prosent.

3.7. Simultan bruk av TV-programmers applikasjoner og nettsider

Vi har også undersøkt hvor stor andel av befolkningen som ser på TV-programmer som The Voice eller Farmen, mens de samtidig bruker TV-programmets nettside eller app.



Figur 8 viser prosentvis hvor ofte befolkningen ser på TV-programmer som The Voice eller Farmen, mens de samtidig bruker TV-programmets nettside eller app. N(2018)=1664. WIP.

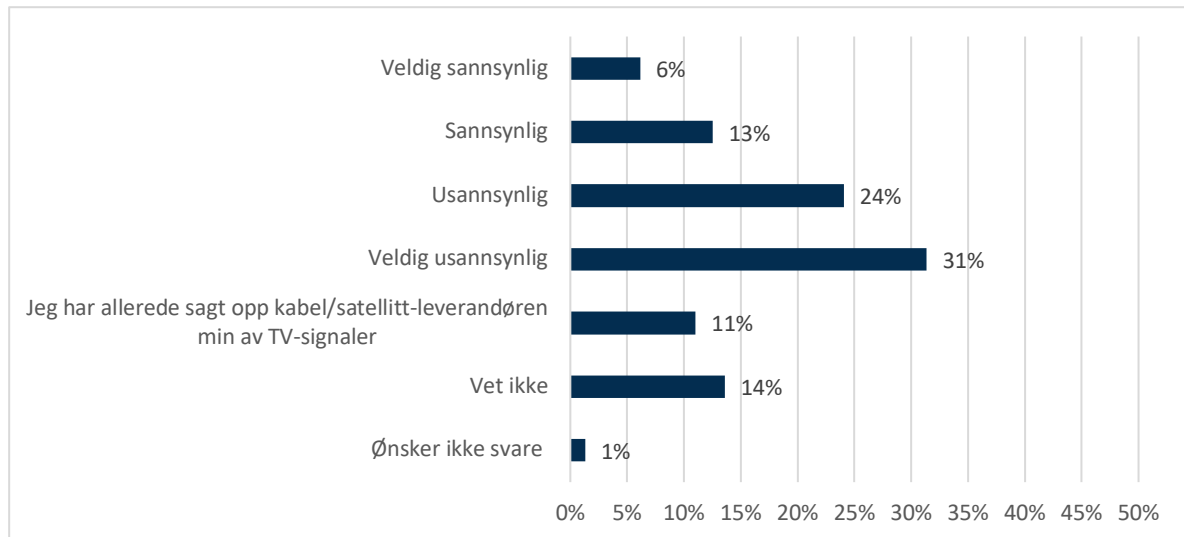
Kun 2 prosent av befolkningen oppgir at de *ofte* ser på slike TV-programmer samtidig som de bruker TV-programmets nettside eller app. Her er det en signifikant overvekt av 15-19-åringer og 20-åringer. 9 prosent av befolkningen oppgir at de *noen ganger* gjør dette. Det er en signifikant høyere andel kvinner som svarer noen ganger enn menn med 11 mot 7 prosent. Andelen 15-19-åringer, 26 prosent, er signifikant høyere enn for 30-, 40-, 60-åringene og 70 år+. Når det gjelder geografi, har 12 prosent av befolkningen i Oslo og 11 prosent av befolkningen på Sør-/Vestlandet oppgitt noen ganger, noe som er en signifikant høyere andel enn befolkningen på Østlandet for øvrig med 6 prosent. 15 prosent av befolkningen oppgir at de *sjelden* ser på programmer som The Voice eller Farmen samtidig som de bruker tilhørende nettside eller app. Det er en signifikant høyere andel kvinner som oppgir sjelden med 18 mot 13 prosent. Det er en signifikant overvekt av 15-19-åringer som svarer dette.

Det er en størst andel, 69 prosent, av befolkningen oppgir at de *aldri* ser på TV-programmer samtidig som de bruker nettsiden eller appen til programmet. Her er det en signifikant høyere andel menn, med 74 prosent mot 65 prosent kvinner. De eldre, 60 år+, har også en høyere andel som aldri gjør dette. Det er en signifikant høyere andel av befolkningen i Nord-Norge, 77 prosent, som svarer aldri enn de som bor på Østlandet for øvrig med 69 prosent, Sør-/Vestlandet med 67

prosent og Trøndelag med 66 prosent. Når det gjelder utdanning, har de med lang høyere utdanning signifikant høyere andel som har svart aldri enn de uten høyere utdanning med 76 mot 67 prosent.

3.8. Kabel/satellitt versus internett

Vi har også undersøkt hvor sannsynlig det er at befolkningen kutter i eller sier opp kabel/satellitt-leverandøren sin av TV-signaler til fordel for å kun se TV over internett.



Figur 9 viser prosentvis hvor sannsynlig det er at befolkningen kutter i eller sier opp kabel/satellitt-leverandøren sin av TV-signaler til fordel for å se TV over internett. N(2018)=1664. WIP.

6 prosent svarer at det er *veldig sannsynlig*. Her er det en signifikant overvekt av menn med 7 mot 5 prosent kvinner. De unge voksne er også de som hyppigst har krysset av for dette alternativet. 11 prosent av 20-åringene og 13 prosent av 30-åringene har svart at dette er veldig sannsynlig som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 4 prosent, 50-åringene med 5 prosent, 60-åringene med 0 prosent og de over 70 år med 1 prosent. Blant de i alderen 15-19 år har 8 prosent krysset av på veldig sannsynlig. Det er også en signifikant høyere andel Oslo-borgere som har svart at dette er veldig sannsynlig med 9 prosent enn de som bor på Østlandet for øvrig med 5 prosent.

13 prosent av befolkningen oppgir at det er *sannsynlig* at de vil kutte eller si opp kabel/satellitt-leverandøren sin av TV-signaler til fordel for å kun se TV over internett. De yngre dominerer også her. 25 prosent av 15-19-åringene har svart at dette er sannsynlig som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 14 prosent, 50-åringene med 7 prosent, 60-åringene med 5 prosent og de over 70 år med 1 prosent. 19 prosent av 20-åringene, 18 prosent av 30-åringene og 14 prosent av 40-åringene har også svart at det er sannsynlig å kutte TV-signaler til fordel for TV over internett som er en signifikant høyere andel enn de i aldersgruppene 50-, 60- og over 70 år. Det er også signifikant høyere andel 50- og 60-åringene som har svart at dette er sannsynlig enn de over 70 år. Det er en signifikant høyere andel beboere i Oslo og på Østlandet for øvrig som har svart at dette er sannsynlig enn de på Sør-/Vestlandet med henholdsvis 15 og 14 prosent mot 9 prosent.

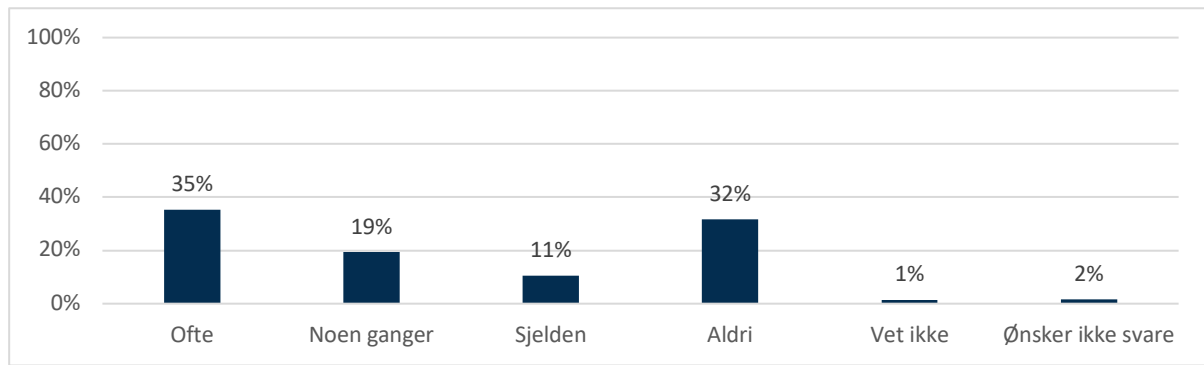
Det er 24 prosent av befolkningen som mener det er *usannsynlig* at de vil kutte eller si opp TV-signaler til fordel for TV over internett. 30 prosent av 40-åringene har oppgitt dette som er en signifikant høyere andel enn 20-åringene med 14 prosent, 30-åringene med 11 prosent og de over 70 år med 21 prosent. Befolkningen på Østlandet for øvrig har 27 prosent som anser dette som usannsynlig som er en signifikant høyere andel enn befolkningen i Oslo med 19 prosent.

31 prosent av befolkningen anser det som *veldig usannsynlig* at de kommer til å kutte eller si opp kabel/satellitt-leverandøren sin til fordel for TV over internett. Ikke overraskende er de eldre dominerende her. 55 prosent av 60-åringene og 59 prosent av de over 70 år mener dette er veldig usannsynlig, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 13 prosent, 20-åringene med 11 prosent, 30-åringene med 12 prosent, 40-åringene med 29 prosent og 50-åringene med 52 prosent. 33 prosent av befolkningen på Sør-/Vestlandet og 36 prosent av befolkningen i Trøndelag har også krysset av for veldig usannsynlig som er en signifikant høyere andel enn befolkningen i Oslo med 25 prosent. De uten høyere utdanning har også en signifikant høyere andel enn de med høyere utdanning med 34 prosent mot 27 prosent for kort og 23 prosent for lang høyere utdanning.

11 prosent oppgir at de allerede *har sagt opp kabel/satellitt-leverandøren* sin. Her er den en signifikant høyere andel menn med 13 mot 9 prosent kvinner. Når det gjelder alderskategorier har 24 prosent av de i 20- og 30-årene allerede sagt opp leverandøren sin, noe som naturlig nok er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 7 prosent (det er sjelden så unge i utgangspunktet har egne abonnementer på kabel/satellitt), 40-åringene med 10 prosent, 50-åringene med 4 prosent, 60-åringene med 4 prosent og de over 70 år med 3 prosent. Andelen Oslo-borgere som allerede har sagt opp er på 14 prosent, noe som er signifikant høyere enn befolkningen på Østlandet for øvrig med 9 prosent. Blant de med kort universitet- eller høyskoleutdannelse har 15 prosent allerede sagt opp leverandøren av TV-signaler, noe som er en signifikant høyere andel enn de uten høyere utdanning med 10 prosent.

3.9. Strømmetjenester

Først vil vi presentere resultatene for hvor ofte befolkningen ser på filmer eller andre originale programmer gjennom abonnementsbasert strømmetjeneste som HBO, Netflix, Viaplay, Amazon eller andre.



Figur 10 viser prosentvis hvor ofte befolkningen ser på filmer, serier eller andre originale programmer gjennom en abonnementsbasert strømmetjeneste. N(2018)=1664. WIP.

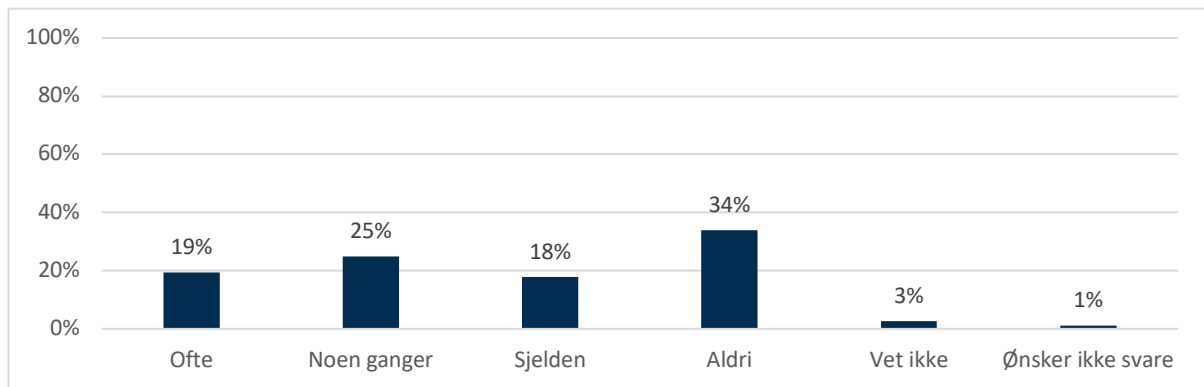
35 prosent av befolkningen oppgir at de *ofte* ser på filmer, serier eller andre originale programmer på abonnementsbasert strømmetjeneste. Det er en signifikant høyere andel kvinner som har svart ofte med 38 prosent mot 32 prosent for menn. Ikke overraskende er det de yngre som er dominerende her. 63 prosent av 20-åringene bruker abonnementsbasert strømmetjeneste ofte, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 53 prosent, 40-åringene med 38 prosent, 50-åringene med 19 prosent, 60-åringene med 13 prosent og de over 70 med 3 prosent. Beboerne i Oslo har en andel på 43 prosent som oppgir å bruke abonnementsbaserte strømmetjenester ofte. Dette er signifikant høyere andel enn de som bor på Østlandet for øvrig og Sør-/Vestlandet med 34 prosent. 40 prosent av de med kort høyere utdanning har krysset av for ofte, noe som er en signifikant høyere andel enn de uten høyere utdanning med 34 prosent.

Det er 19 prosent av befolkningen som oppgir å bruke abonnementsbaserte strømmetjenester *noen ganger*. 23 prosent av 30-åringene, 25 prosent av 40-åringene og 20 prosent av 50-åringene har svart dette, noe som er en signifikant høyere andel enn 60-åringene med 14 prosent og de over 70 år med 10 prosent. 20 prosent av 15-19-åringene og 19 prosent av 20-åringene bruker abonnementsbaserte strømmetjenester noen ganger. Andelen som oppgir at de *sjelden* ser på filmer, serier eller andre originale programmer gjennom en abonnementsbasert strømmetjeneste er på 11 prosent. 14 prosent av 40- og 50-åringene bruker abonnementsbaserte strømmetjenester sjelden som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 6 prosent, 20-åringene med 8 prosent og de over 70 år med 4 prosent.

32 prosent av befolkningen oppgir at de *aldri* bruker abonnementsbasert strømmetjenester. Ikke overraskende er de eldre dominerende her. 82 prosent av de over 70 år har ikke brukt en slik tjeneste, noe som er en signifikant høyere andel enn samtlige av de yngre alderskategoriene. 34 prosent av de uten høyere utdanning har aldri brukt en abonnementsbasert strømmetjeneste, noe som er en signifikant høyere andel enn de med kort høyskole- eller universitetsutdannelse.

3.10. Binge watching

Videre har vi undersøkt hvor ofte befolkningen ser flere episoder av det samme programmet/serien på rad, da tre eller mer. Det som på folkemunne kalles «binge watching».



Figur 11 viser prosentvis hvor ofte befolkningen ser på tre eller flere episoder av det samme programmet/den samme serie på rad («binge watching»). N(2018)=1664. WIP.

19 prosent av befolkningen har svart at de *ofte* ser flere episoder av samme programmet/serien på rad. Her er det en signifikant overvekt av kvinner som har oppgitt dette med 24 prosent mot 15 prosent for menn. De yngre er også i overvekt her. 42 prosent av 15-19-åringene svarer at de ofte ser flere episoder, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 31 prosent, 40-åringene med 17 prosent, 50-åringene med 6 prosent, 60-åringene med 7 prosent og de over 70 år med 1 prosent. Befolkningen i Oslo har en signifikant høyere andel som har svart at de ofte ser flere enn tre episoder på rad enn de som bor på Østlandet for øvrig og de som bor på Sør-/Vestlandet, 25 mot 17 og 18 prosent.

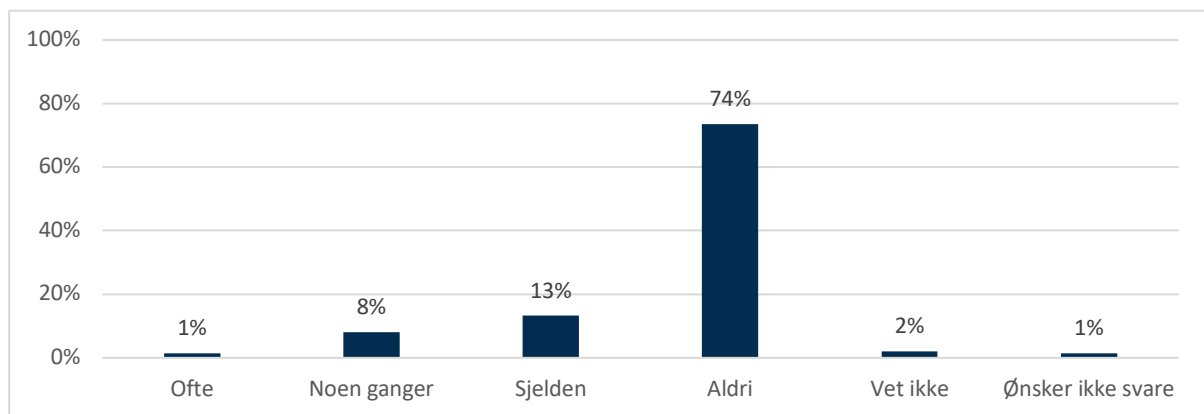
Andelen av befolkningen som oppgir at de *noen ganger* ser tre eller flere episoder på rad en serie eller et program er 25 prosent. 29 prosent av 15-19-åringer, 37 prosent av 20-åringene, 33 prosent av 30-åringene og 33 prosent av 40-åringene har krysset av for dette alternativet, noe som er en signifikant høyere andel enn 50-åringene med 19 prosent, 60-åringene med 13 prosent og de over 70 år med 8 prosent. Det er en signifikant høyere andel av befolkningen i Oslo som har oppgitt at de noen ganger ser på flere episoder på rad enn de som bor på Østlandet for øvrig og i Nord-Norge med 32 mot 22 og 19 prosent. De som har kort (28 prosent) og lang (34 prosent) høyere utdanning har en signifikant høyere andel som har svart *noen ganger* enn de uten høyere utdanning på 22 prosent.

Det er 18 prosent av befolkningen som oppgir å *sjelden* se mer enn tre episoder på rad av et program eller serie. Av alderskategoriene er det en signifikant høyere andel av 30-åringene med 20 prosent, 40-åringene med 22 prosent og 50-åringene med 19 prosent som sjelden «binge» serier enn de over 70 år med 12 prosent. Befolkningen i Nord-Norge har en signifikant høyere andel som har svart sjelden med 24 prosent enn de som bor på Østlandet for øvrig med 17 prosent og Sør-/Vestlandet med 16 prosent. De med kort og lang universitet- eller høyskoleutdanning har en signifikant høyere andel som sjelden ser flere episoder på rad enn de uten utdannelse med 12 og 23 prosent versus 16 prosent.

34 prosent av befolkningen ser *aldri* tre eller flere episoder på rad av en serie eller program. Blant disse er det en signifikant overvekt av menn med 36 prosent mot 32 prosent kvinner. De eldre er også overrepresentert. 76 prosent av de over 70 år har svart dette som er en signifikant høyere andel enn samtlige av de yngre aldersgruppene. 7 prosent av 15-19 åringene, 6 prosent av 20-

åringene, 14 prosent av 30-åringene, 25 prosent av 40-åringene, 49 prosent av 50-åringene og 63 prosent av 60-åringene har oppgitt at de aldri ser flere episoder på rad. 38 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig, 34 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet, 32 prosent av de som bor i Trøndelag og 33 prosent av de som bor i Nord-Norge har aldri sett flere episoder på rad som er en signifikant høyere andel enn de som bor i Oslo med 23 prosent. De uten høyere utdanning har også en signifikant høyere andel som har svart aldri enn de med høyere utdanning med 37 prosent mot 29 prosent for kort og 26 prosent for lang.

3.11. Sosial TV-seing



Figur 12 viser prosentvis hvor ofte befolkningen avtaler å se et TV-program samtidig med venner som er et annet sted, slik at de kan dele opplevelsen med hverandre. N(2018)=1664. WIP.

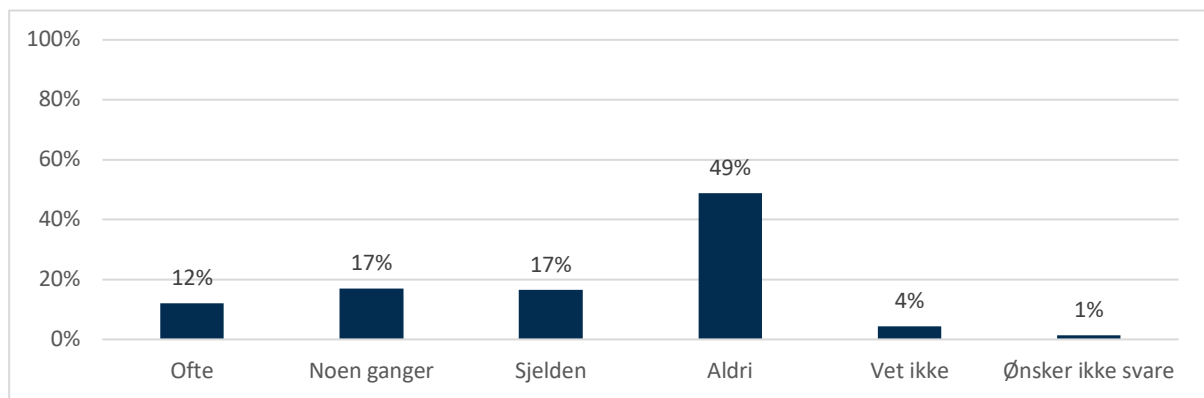
Kun 1 prosent av befolkningen oppgir at de *ofte* avtaler å se et TV-program samtidig med venner som er et annet sted, slik at dere kan dele opplevelsen. Her er de yngste i overvekt. 7 prosent av 15-19-åringene oppgir at de gjør dette, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 1 prosent, 40-åringene med 0 prosent og 60-åringene med 0 prosent. 3 prosent av de i 20-årene har også krysset av for ofte som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 0 prosent. Det er en andel på 8 prosent som oppgir *noen ganger*. Av disse er det 18 prosent av 15-19-åringene og 16 prosent av 20-åringene som oppgir dette, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 9 prosent, 40-åringene med 8 prosent, 60-åringene med 6 prosent og 70-åringene med 0 prosent. Det er en signifikant høyere andel av beboerne i Oslo med 14 prosent som har svart at de *noen ganger* avtaler å se TV-program med venner et annet sted enn de som bor på Østlandet for øvrig med 8 prosent, Sør-/Vestlandet med 7 prosent og Nord-Norge med 5 prosent. 13 prosent av befolkningen oppgir at de *sjelden* avtaler med venner at de samtidig skal se TV-program på forskjellige steder. Også her er det en signifikant overvekt av 15-19-åringene med 25 prosent og 20-åringene med 24 prosent

Det er tydelig at det ikke er så vanlig å avtale og se TV-programmer samtidig som venner på forskjellige steder, slik at man kan dele opplevelsen med hverandre. Hele 74 prosent svarer at de aldri gjør dette. Her er det en signifikant overvekt av de over 70 år med 88 prosent mot 45 prosent av 15-19-åringene, 57 prosent av 20-åringene, 75 prosent av 30-åringene, 79 prosent av 40-åringene, 79 prosent av 50-åringene. 81 prosent av befolkningen i Nord-Norge har aldri avtalt å se

et TV-program samtidig som venner et annet sted som er en signifikant høyere andel enn de i Oslo med 68 prosent og de på Sør-/Vestlandet med 72 prosent. Når det gjelder utdanning, har 80 prosent av de med lang høyere utdanning oppgitt at de aldri har avtalt å se TV-programmer samtidig som venner andre steder, noe som er en signifikant høyere andel enn de uten høyere utdanning med 72 prosent.

3.12. Premierer og spoilere

Vi har videre undersøkt hvor ofte befolkningen ser en original serie så nær episodens premiere som mulig, slik at de kan unngå å få med seg innholdet i episoden («spoilet») gjennom sosiale medier før de har sett det for eksempel Game of Thrones.



Figur 13 viser prosentvis hvor ofte befolkningen ser et originalt program/serie (f.eks. Game of Thrones) så nær episodens premiere som mulig, slik at du kan unngå å høre eller lese om innholdet i episoden (å bli «spoilet») gjennom sosiale medier før du får sett det. N(2018)=1664. WIP

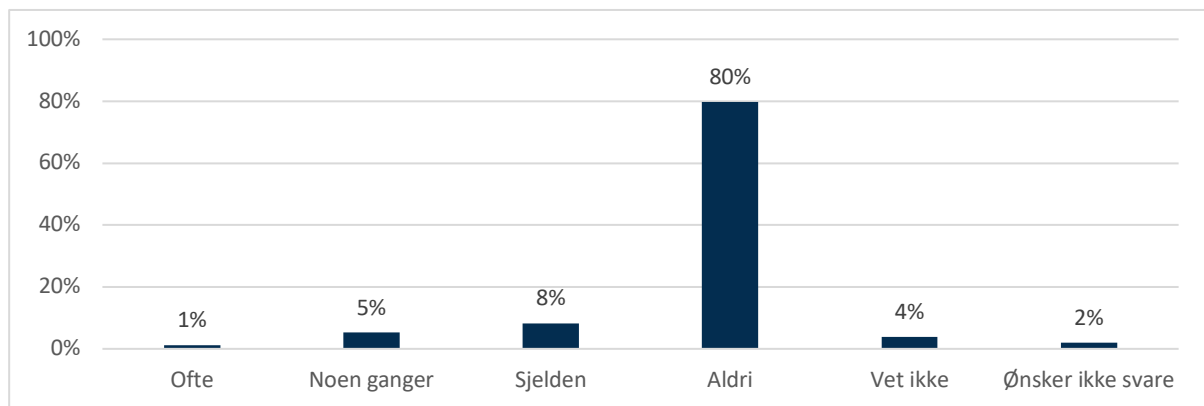
12 prosent oppgir at de ofte ser episoder så nær premieren som mulig for å unngå å få vite innholdet før de har sett dem selv. Her er de yngre i signifikant overvekt. 25 prosent av 15-19-åringene og 27 prosent av 20-åringene har svart ofte, noe som er en signifikant høyere andel enn de i 30-årene med 16 prosent, 40-årene med 11 prosent, 50-årene med 5 prosent, 60-årene med 5 prosent og de over 70 år med 2 prosent. 18 prosent av befolkningen i Oslo oppgir at de ofte ser episoder med en gang de kommer ut for å unngå å finne ut hva som skjer i episoden. Dette er en signifikant høyere andel enn de som bor på Østlandet for øvrig med 10 prosent, Sør-/Vestlandet med 12 prosent og Trøndelag med 8 prosent. 16 prosent av befolkningen i Nord-Norge har også svart dette som er en signifikant høyere andel enn de i Trøndelag (8 prosent). Når det gjelder utdanning er det 17 prosent som ofte ser episoder med en gang, noe som er en signifikant høyere andel enn de uten høyere utdanning med 11 prosent.

17 prosent av befolkningen oppgir at de noen ganger ser episodene nær premieren for å unngå spoilere. 29 prosent av 15-19-åringene, 29 prosent av 20-åringene og 25 prosent av 30-åringene har svart noen ganger, noe som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 18 prosent, 50-åringene med 10 prosent, 60-åringene med 6 prosent og de over 70 år med 5 prosent. 17 prosent av befolkningen svarer at de sjelden på dette spørsmålet. Av 30-åringene er det 22 prosent som svarer sjelden, noe som er en signifikant høyere andel enn 50-åringene med 15 prosent, 60-åringene med 13 prosent og de over 70 år med 5 prosent.

Nesten halvparten (49 prosent) av befolkningen oppgir at de *aldri* har sett en episode med en gang den kommer ut for å unngå «spoilers». Her er de eldre i overvekt. 78 prosent av 60-åringene og 84 prosent av de over 70 år har svart aldri, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 19 prosent, 20-åringene med 19 prosent, 30-åringene med 29 prosent, 40-åringene med 46 prosent og 50-åringene med 65 prosent. Når det gjelder bosted har 52 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig, 49 prosent av de som bor på Sør-Vestlandet og 52 prosent av de som bor i Nord-Norge oppgitt at de aldri ser episodene med en gang de kommer ut som er en signifikant høyere andel enn de som bor i Oslo med 40 prosent. De uten høyere utdanning har også en signifikant høyere andel som har svart aldri, 52 prosent, enn de med kort (44 prosent) og lang (41 prosent) høyere utdanning.

3.13. BitTorrent og Pirate Bay

Det neste vi har undersøkt er hvor ofte befolkningen ser film eller TV ved å bruke peer-to-peer tjenester som BitTorrent eller The Pirate Bay.



Figur 14 viser prosentvis hvor ofte befolkningen ser film eller TV ved å bruke peer-to-peer tjenester som BitTorrent eller The Pirate Bay uten å betale. N(2018)=1664. WIP

Det er kun 1 prosent av befolkningen som oppgir at de *ofte* bruker peer-to-peer tjenester til å se film eller TV. Av 20- og 30-åringene er det 3 prosent som har svart ofte, noe som er en signifikant høyere andel enn 40- og 50-åringene med 0 prosent. 2 prosent av 15-19-åringene gjør dette ofte. 5 prosent av befolkningen oppgir at de *noen ganger* bruker peer-to-peer tjenester til å se film eller TV. Her er det en signifikant overvekt av menn med 7 mot 3 prosent. Det er 12 prosent av 20-åringene som noen ganger bruker peer-to-peer tjenester, noe som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 7 prosent, 50-åringene med 1 prosent, 60-åringene med 1 prosent og de over 70 år med 0 prosent. 8 prosent av 15-19-åringene svarer noen ganger. Osloborgerne har den signifikant høyeste andelen som bruker peer-to-peer-tjenester med 12 prosent mot Østlandet for øvrig med 5 prosent, Sør-/Vestlandet med 4 prosent, Trøndelag med 3 prosent og Nord-Norge med 4 prosent.

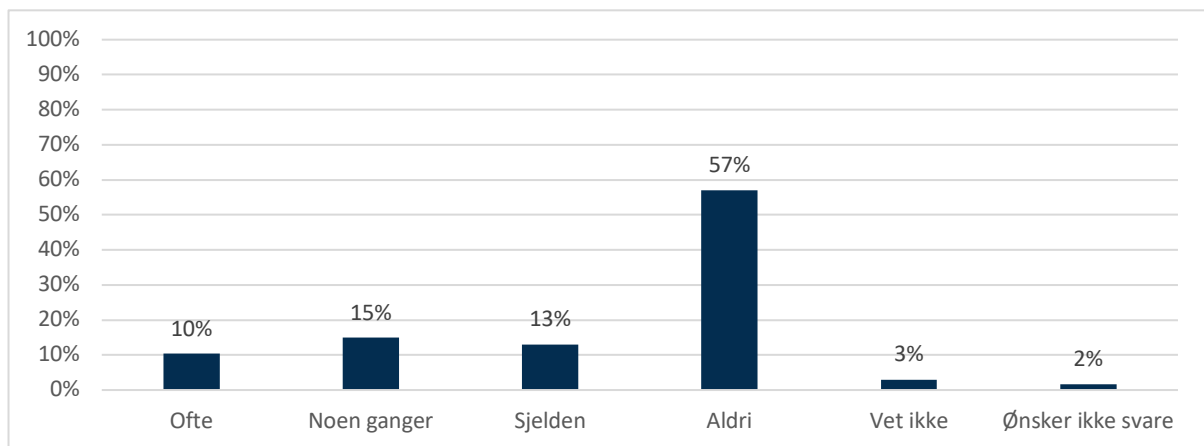
Andelen som svarer at de *sjelden* bruker peer-to-peer tjenester ligger på 8 prosent av befolkningen. Også her er det en signifikant høyere andel menn som har svart dette med 11 mot 5 prosent. 14 prosent av 15-19-åringene, 17 prosent av 20-åringene og 14 prosent av 30-åringene

svarer at de sjelden bruker peer-to-peertjenester, noe som er en signifikant høyere andel enn de i 40-årene med 5 prosent, 50-årene med 5 prosent, 60-årene med 3 prosent og de over 70 år med 2 prosent. 13 prosent av de som bor i Oslo bruker peer-to-peer tjenester sjelden, noe som er en signifikant høyere andel enn de som bor på Østlandet for øvrig med 7 prosent.

Hele 80 prosent av befolkningen svarer at de *aldri* bruker peer-to-peer-tjenester til å se TV eller film. Her er det en signifikant høyere andel kvinner med 85 mot 75 prosent menn. Ikke overraskende er det en overvekt av de eldste her; 94 prosent av 60-åringene og 95 prosent av de over 70 år svarer at de aldri har brukt en peer-to-peer tjeneste. Når det kommer til geografi, er det 87 prosent av de som bor i Trøndelag som svarer at de aldri har brukt peer-to-peer tjenester, noe som er en signifikant høyere andel enn de som bor i Oslo med 72 prosent og Sør-/Vestlandet med 77 prosent.

3.14. Deling av strømmetjenester

Vi har deretter undersøkt hvor stor andel av befolkningen som deler bruker-ID og passord til betalte strømmetjenester med andre, mao at to eller flere personer benytter seg av samme Netflix-konto.



Figur 15 viser prosentvis hvor ofte befolkningen deler bruker-ID og passord til betalte strømmetjenester (f.eks. at to eller flere personer benytter seg av samme Netflix-konto). N(2018)=1664. WIP.

Det er flest som aldri deler strømmetjenesten med andre, 57 prosent.

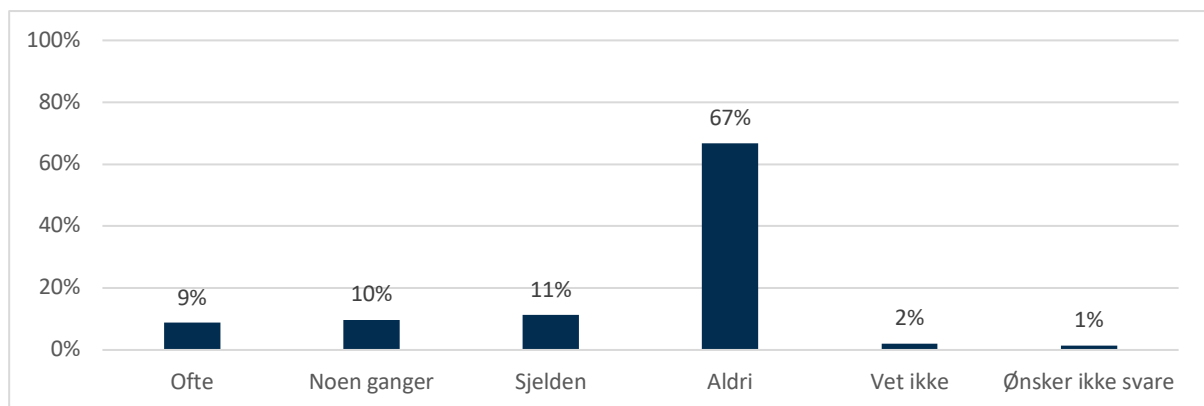
10 prosent av befolkningen svarte at de *ofte* deler bruker-ID og passord til betalte tjenester. Av disse er det en signifikant overvekt av kvinner med 13 mot 8 prosent. 23. prosent av 20-åringene svarer at de har delt bruker-ID og passord, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 13 prosent, 30-åringene med 13 prosent, 40-åringene med 13 prosent, 50-åringene med 6 prosent, 60-åringene med 3 prosent og de over 70 år med 1 prosent. Når det gjelder utdanning er det en signifikant høyere andel med kort høyere utdanning som ofte har delt bruker-ID og passord enn de uten høyere utdanning med 14 mot 9 prosent.

Det er 15 prosent som svarer at de *noen ganger* deler bruker-ID og passord. 27 prosent av 20-åringene og 22 prosent av 30-åringene gjør dette, noe som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 15 prosent, 50-åringene med 12 prosent, 60-åringene med 5 prosent og de over 70 år med 2 prosent. 20 prosent av 15-19-åringene noen ganger har delt bruker-ID og passord. 13 prosent svarer at de *sjelden* deler bruker-ID og passord. Her er det en signifikant høyere andel menn med 15 prosent mot 11 prosent kvinner. 24 prosent av 15-19-åringene har sjeldent delt bruker-ID og passord, noe som er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 15 prosent, 40-åringene med 11 prosent, 50-åringene med 10 prosent, 60-åringene med 8 prosent og de over 70 år med 3 prosent.

Over halvparten av befolkningen (57 prosent) oppgir at de *aldri* deler bruker-ID og passord til betalte tjenester. De eldre er i overvekt her. 83 prosent av 60-åringene og 89 prosent av de over 70 år har svart dette som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 35 prosent, 20-åringene med 23 prosent, 30-åringene med 46 prosent, 40-åringene med 56 prosent, 50-åringene med 67 prosent. Når det gjelder geografi, er det 60 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig og 59 prosent av de som bor i Nord-Norge som aldri har delt passord og bruker-ID, noe som er signifikant høyere enn de som bor i Oslo med 49 år.

3.15. Sport

Annet innhold som sport kan konkurrere med film og dramaserier både om seernes tid og penger, men også om ressurser og synlighet i visningskanalene. Vi har undersøkt hvor ofte befolkningen ser på sport gjennom betalingsbasert abonnementstjeneste eller kanalpakke.



Figur 16 viser prosentvis hvor ofte befolkningen ser sport gjennom betalingsbasert abonnementstjeneste/kanalpakke. N(2018)=1664. WIP.

Det er en andel på 9 prosent som oppgir at de *ofte* ser sport gjennom betalingsbasert abonnementstjeneste/kanalpakke. Av disse er det en signifikant overvekt av menn med 12 mot 5 prosent. For aldersgruppene er det en signifikant høyere andel 30-åringer som ofte gjør dette med 13 prosent mot 15-19-åringene med 7 prosent og 50-åringene med 5 prosent. 10 prosent av 20-åringene og 12 prosent av 40-åringene har oppgitt at de ofte ser sport gjennom betalingstjenester. Når det kommer til geografi, har 10 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet

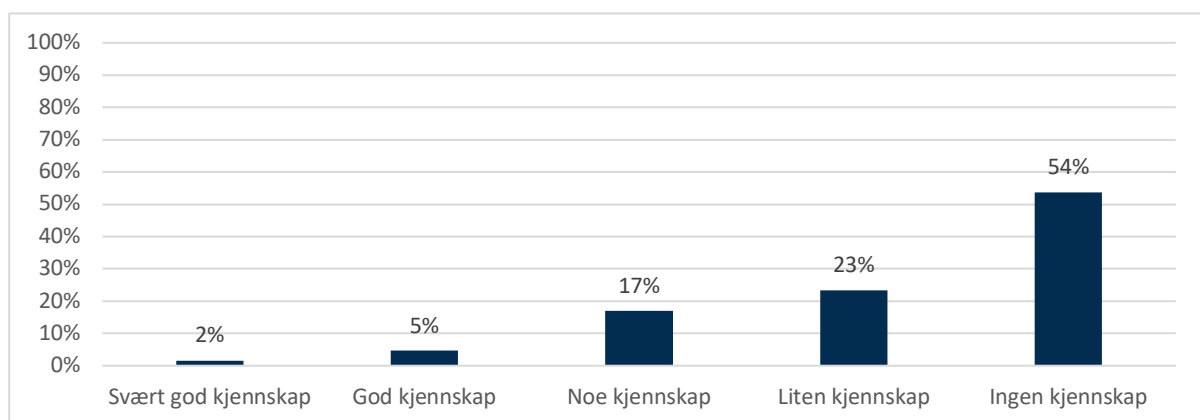
oppgitt at de ofte ser sport gjennom betalingstjenester, noe som er en signifikant høyere andel enn de som bor i Oslo med 5 prosent.

10 prosent har svart at de *noen ganger* ser sport gjennom betalingsbasert abonnements-tjeneste/kanalpakke. Også her er det en signifikant overvekt av menn med 14 mot 6 prosent. De yngste har også en signifikant høyere andel som oppgir at de noen ganger ser sport gjennom betalingstjenester. Av befolkningen i Oslo svarer 16 prosent at de noen ganger bruker betalingsbaserte tjenester til å se sport. Dette er en signifikant høyere andel enn de som bor på Østlandet for øvrig med 9 prosent, Trøndelag med 9 prosent og i Nord-Norge med 6 prosent. Det er 11 prosent at befolkningen som svarer at de *sjelden* på dette spørsmålet. Her er det en signifikant lavere andel av de over 70 med 1 prosent mot samtlige av de andre alderskategoriene. Befolkningen i Trøndelag har en andel på 18 prosent som har krysset av for sjelden. Det er en signifikant høyere andel enn befolkningen på Østlandet for øvrig med 10 prosent, Sør-/Vestlandet med 11 prosent og Nord-Norge med 8 prosent.

67 prosent svarer at de *aldri* har brukt betalingsbasert abonnements-tjeneste eller kanalpakke til å se sport. Kvinner har en signifikant høyere andel her, 75 mot 59 prosent menn. 82 prosent av de over 70 år har aldri brukt betalingstjenester til å se sport, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 52 prosent, 20-åringene med 20-prosent, 30-åringene med 61 prosent, 40-åringene med 65 prosent, 50-åringene med 73 prosent og 60-åringene med 72 prosent. Av de som bor i Nord-Norge har 74 prosent ikke sett sport med betalingstjenester, noe som er signifikant høyere enn de som bor i Oslo med 64 prosent, Sør-/Vestlandet med 66 prosent og Trøndelag med 62 prosent.

3.16. Bygdekinoen

Bygdekinoen er Film & Kinos tilbud om kino på steder som ikke har egen fast kino. Bygdekinoen har mobilt utstyr og viser film i alle typer lokaler over hele landet, og den er som de ordinære kinoene blitt digitalisert. Vi har undersøkt hvilket forhold befolkningen har til bygdekinoen. Det første vi har spurt om er hvor god kjennskap de har til kinotilbudet Bygdekinoen.



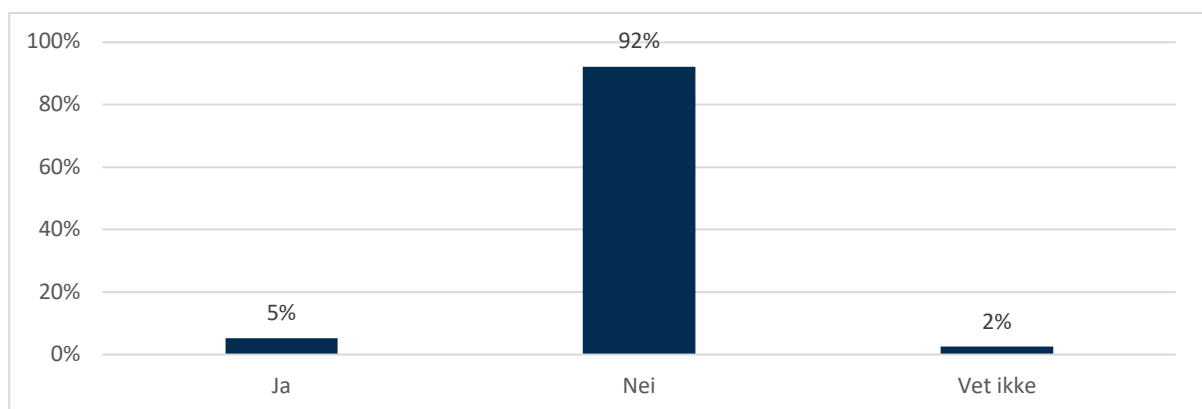
Figur 17 viser prosentvis hvor god kjennskap befolkningen har til Bygdekinoen. N(2018)=1665.

Kun 7 prosent av befolkningen svarer at de har god eller svært god kjennskap til kinotilbudet til Bygdekinoen. 10 prosent av befolkningen i Trøndelag har oppgitt at de har god kjennskap til Bygdekinoen, noe som er en signifikant høyere andel enn befolkningen i Oslo med 2 prosent og befolkningen på Østlandet for øvrig med 4 prosent. Dette henger sammen med hvor bygdekinoen har sitt primære nedslagsfelt, og det er ikke på sentrale Østlandet. Av andre bakgrunnsvariabler ser vi at det er en signifikant høyere andel uten høyere utdanning som har svært god kjennskap til Bygdekinoen enn de med kort høyere utdanning med 2 mot 0 prosent.

17 prosent av befolkningen har oppgitt at de har *noe* kjennskap til Bygdekinoen. Det er her en overvekt av eldre. 24 prosent av 60-åringene og 23 prosent av de over 70 år har svart at de har noe kjennskap til bygdekinoen, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 13 prosent, 20-åringene med 9 prosent, 30-åringene med 14 prosent og 50-åringene med 16 prosent. Av 40-åringene oppgir 19 prosent og av 50-åringene svarer 16 prosent at de har noe kjennskap. Når det gjelder bosted er det naturlig nok en signifikant lavere andel av de som bor i Oslo som har noe kjennskap til Bygdekinoen enn de øvrige landsdelene.

77 prosent av befolkningen oppgir at de har lite eller ingen kjennskap. 25 prosent av 30-åringene, 23 prosent av 40-åringene, 24 prosent av 50-åringene, 24 prosent av 60-åringene og 28 prosent av de over 70 år har oppgitt at de har *liten kjennskap*, noe som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 15 prosent. Av de som bor i Nord-Norge har 35 prosent oppgitt at de har liten kjennskap som er en signifikant høyere andel enn de som bor i Oslo med 18 prosent, Østlandet for øvrig med 22 prosent og Sør-/Vestlandet med 24 prosent. De yngste har den største andelen som oppgir at de har *ingen kjennskap* til Bygdekinoen. 64 prosent av 15-19-åringene og 65 prosent av 20-åringene har svart at de har ingen kjennskap, noe som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 50 prosent, 50-åringene med 52 prosent, 60-åringene med 47 prosent og de over 70 år med 45 prosent. 70 prosent av de som bor i Oslo oppgir at de har ingen kjennskap til Bygdekinoen, noe som er signifikant høyere enn resten av landet; 56 prosent for Østlandet for øvrig, 50 prosent for Sør-/Vestlandet, 45 prosent for Trøndelag og 44 prosent for Nord-Norge.

Videre har vi spurt befolkningen om de har sett film gjennom kinotilbudet til Bygdekinoen i løpet av det siste året.

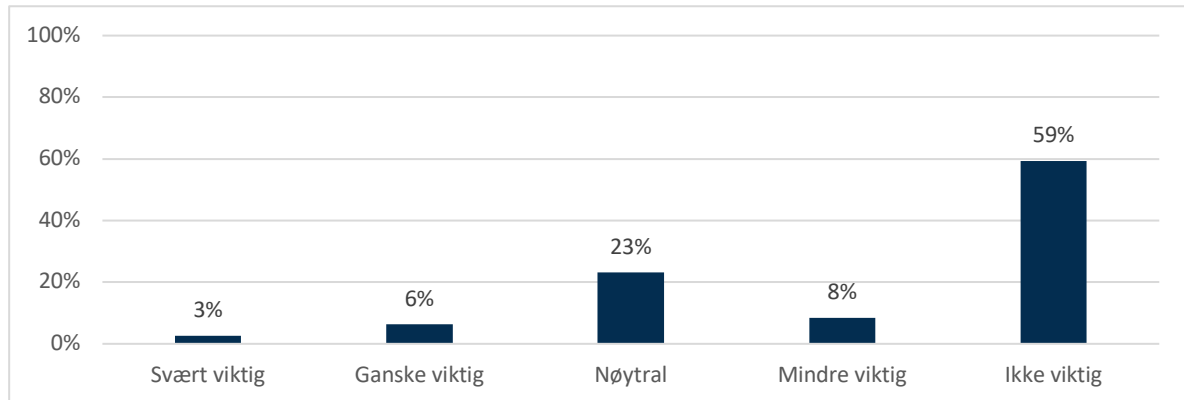


Figur 18 viser prosentvis hvor stor andel av befolkningen som har sett film gjennom kinotilbudet Bygdekinoen i løpet av de siste 12 månedene. N(2018)=1665.

5 prosent av befolkningen oppgir at de har sett en film gjennom Bygdekinoen» de siste 12 månedene. Her er det en overvekt av 15-19-åringene med 11 prosent. Dette er signifikant høyere enn de i 20-årene med 4 prosent, 30-årene med 3 prosent, 40-årene med 6 prosent, 50-årene med 4 prosent og de over 70 år med 2 prosent. Det er 6 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig, 7 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet og 6 prosent av de som bor i Trøndelag som svarer at de har vært på Bygdekinoen det siste året som er signifikant høyere enn de som bor i Oslo med 2 prosent.

92 prosent har svart at de ikke har sett film på Bygdekinoen det siste året. De i 15-19-årene har en signifikant lavere andel som har svart nei på dette spørsmålet enn de i 20-årene (94 prosent), 30-årene (94 prosent), 40-årene (92 prosent), 50-årene (93 prosent), 60-årene (92 prosent) og de over 70 år (98 prosent). Når det gjelder utdanning er det 95 prosent av de med kort høyere utdanning og 96 prosent av de med lang høyere utdanning som oppgir at de ikke har sett en film på Bygdekinoen det siste året, noe som er signifikant høyere enn de uten høyere utdanning.

Vi har videre spurt befolkningen om hvor viktig bygdekinotilbudet er for dem.



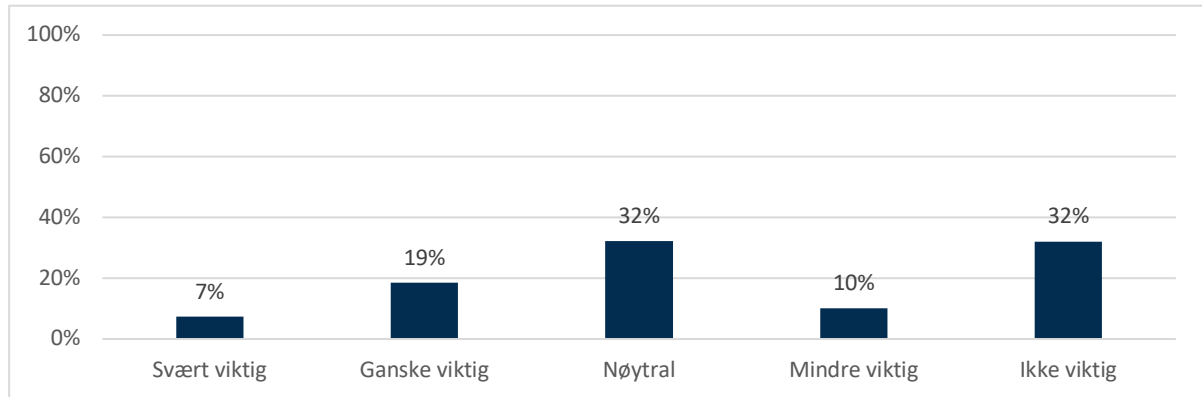
Figur 19 viser prosentvis hvor viktig kinotilbudet Bygdekinoen er for befolkningen. N(2018)=1665.

Det er 9 prosent av befolkningen som oppgir at kinotilbudet Bygdekinoen er svært eller ganske viktig for dem. Av de som oppgir at det er *svært viktig* er det en signifikant høyere andel 40-åringene med 5 prosent enn 60-åringene med 1 prosent og de over 70 år med 1 prosent. 9 prosent av 30-åringene og 10 prosent av 40-åringene har svart at tilbudet er *ganske viktig*, noe som er signifikant høyere enn 50-åringene med 4 prosent, 60-åringene med 4 prosent og de over 70 år med 3 prosent. 4 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig har svart at Bygdekinotilbudet er svært viktig for dem, noe som er en signifikant høyere andel enn de som bor i Nord-Norge. 10 prosent av de som bor i Trøndelag har svart at tilbudet er ganske viktig for dem som er signifikant høyere enn de som bor på Østlandet for øvrig med 6 prosent. Når det kommer til utdanningsnivå er det 3 prosent av de som ikke har høyere utdanning som svarer at tilbudet er svært viktig. Dette er signifikant høyere enn de med kort høyere utdanning med 1 prosent.

Andelen som har svart at Bygdekinoen er mindre eller ikke viktig for dem er 67 prosent. Blant de som svarer at det er *mindre viktig* er den eneste signifikante forskjellen at det er en høyere andel av befolkningen som bor på Sør-/Vestlandet enn de som bor på Østlandet for øvrig med 11 mot 7

prosent. Blant de som mener kinotilbudet Bygdekinoen *ikke er viktig* er det en signifikant overvekt av menn med 62 mot 57 prosent kvinner. De eldste er også overrepresentert her.

Videre har vi undersøkt hvor viktig befolkningen mener bygdekinotilbudet er for andre i lokalsamfunnet sitt; venner, familie og bekjente.



Figur 20 viser prosentvis hvor viktig befolkningen mener Bygdekinotilbudet er for andre i lokalsamfunnet sitt. N(2018)=1665.

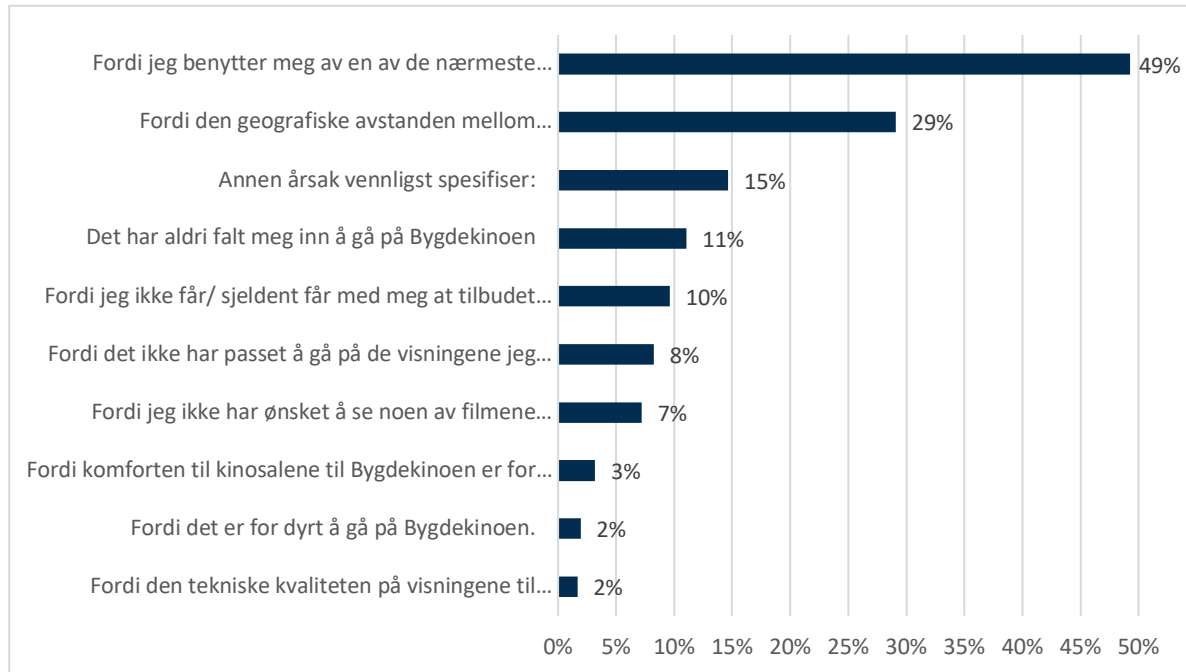
Andelen som har svart at de mener bygdekinotilbudet er svært eller ganske viktig for lokalsamfunnet sitt er på 26 prosent. Det er en mye høyere andel enn de som svarte at det var viktig for dem selv, som var på 9 prosent.

Det er en signifikant overvekt av kvinner som mener tilbudet er *svært viktig* for lokalsamfunnet med 9 mot 6 prosent. 13 prosent av 40-åringene har oppgitt at dette er svært viktig. Det er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 3 prosent og 20-åringene med 4 prosent, 60-åringene med 4 prosent og de over 70 år med 6 prosent. Det er en signifikant høyere andel 50-åringene med 9 prosent som mener dette er svært viktig enn 15-19-, 20- og 60-åringene, og 30-åringene med 8 prosent mot 15-19-åringene. 22 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet og 24 prosent av de som bor i Trøndelag mener at bygdekinotilbudet er *ganske viktig* for lokalsamfunnet som er en signifikant høyere andel enn de som bor på Østlandet for øvrig med 15 prosent. Av de med kort universitet eller høyskoleutdanning er det 23 prosent som mener tilbudet er *ganske viktig*, noe som er signifikant høyere enn de uten høyere utdanning med 17 prosent.

Det er 32 prosent av befolkningen som oppgir at de er nøytrale i forhold til Bygdekinotilbudet. 42 prosent av befolkningen mener bygdekinotilbudet er mindre viktig eller ikke viktig for lokalsamfunnet. Menn er i signifikant overvekt for begge disse alternativene. 12 prosent menn mot 8 prosent kvinner har oppgitt at det er *mindre viktig* og 35 prosent menn mot 29 prosent kvinner svarte *ikke viktig*. 12 prosent av 40-åringene og 13 prosent av de over 70 år mener bygdekinotilbudet er mindre viktig for lokalsamfunnet. Dette er signifikant høyere enn 30-åringene med 7 prosent og 60-åringene med 7 prosent. Når det gjelder bosted, er det 14 prosent av de som bor i Nord-Norge som svarer at de mener Bygdekinotilbudet er *mindre viktig* for lokalsamfunnet sitt, noe som er en signifikant høyere andel enn Osloborgerne med 7 prosent og de som bor på Sør-/Vestlandet med 7 prosent. 35 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig og de som bor på Sør-/Vestlandet har svart at de mener bygdekinotilbudet *ikke er viktig* for

lokalsamfunnet, noe som er en signifikant høyere andel enn de som bor i Trøndelag med 22 prosent.

Vi har spurt alle de som har oppgitt at de ikke har benyttet seg av kinotilbudet til Bygdekinoen om hvorfor de ikke har gjort det.



Figur 21 viser prosentvis hvorfor befolkningen ikke har benyttet seg av kinotilbudet Bygdekinoen. Filter: De som ikke har sett en film gjennom kinotilbudet til Bygdekinoen i løpet av de siste 12 månedene og som har liten til svært god kjennskap til kinotilbudet bygdekinoen. Flere svar mulig. N(2018)=657.

Nesten halvparten av befolkningen (49 prosent) oppgir at de ikke har benyttet seg av bygdekinotilbudet fordi de benytter seg av de nærmeste ordinære kinoene når de skal på kino. De som er 70 år eller eldre er signifikant underrepresentert her (36 prosent) i forhold til 15-19-åringer med 54 prosent, 30-åringer med 55 prosent, 40-åringer med 52 prosent, 50-åringer med 50 prosent og 60-åringer med 51 prosent mot

Svaralternativet «fordi den geografiske avstanden mellom Bygdekinoens visningssteder og meg har vært for stor» svarer 29 prosent. Det er en signifikant høyere andel av befolkningen i Trøndelag med 36 prosent og befolkningen i Nord-Norge med 40 prosent som har krysset av for dette alternativet mot de som bor på Østlandet for øvrig med 23 prosent.

15 prosent av befolkningen har krysset av for at det er andre årsaker til at de ikke har benyttet seg av Bygdekinoen. De som krysset av for dette alternativet ble bedt om å spesifisere hva årsaker var. Etter en gjennomgang av svarene er det tre tendenser som peker seg særlig ut. Det er at de bor i en by der bygdekinoen ikke finnes, at tilbudet ikke finnes i området der de bor fordi den er nedlagt, eller at de ikke ser film på kino i utgangspunktet. Ellers er det en håndfull respondenter som svarer at det er kortere til vanlig kino eller at de ikke benytter seg av tilbudet på grunn av helsemessige årsaker.



Andelen som svarer at det aldri har falt dem inn å gå på Bygdekinoen er på 11 prosent. Det er en signifikant overvekt av de som bor på Østlandet for øvrig med 15 prosent i forhold til de som bor på Sør-/Vestlandet med 8 prosent og de som bor i Nord-Norge med 5 prosent.

Det er 10 prosent som oppgir at de ikke bruker Bygdekinoen fordi de ikke/sjelden får med seg at tilbudet Bygdekinoen er i nærheten før det er for sent å benytte seg av det. Her er det en signifikant høyere andel av de som bor i Trøndelag som svarer dette enn de som bor på Sør-/Vestlandet med 16 mot 8 prosent.

8 prosent svarer at de ikke har brukt tilbudet fordi det ikke har passet å gå på de visningene de egentlig kunne tenke seg å se. Her er det en signifikant høyere andel 20-åringene med 15 prosent enn de som er i 60-årene med 3 prosent.

Det er en andel på 7 prosent som svarer at de ikke har ønsket å se noen av filmene Bygdekinoen har vist. Det kan ha sammenheng med at den naturlig har et begrenset repertoar med en sal og begrenset spilletid på hvert spillested. 12 prosent av 15-19-åringene, 11 prosent av 20-åringene, 10 prosent av 30-åringene og 8 prosent av 50-åringene har svart dette, noe som er signifikant høyere enn de over 70 år med 2 prosent. Når det gjelder utdanningsnivå er det 9 prosent av de uten høyere utdanning og 9 prosent av de med lang høyere utdanning som har svart at de ikke har ønsket å se noen av filmene vist på Bygdekinoen. Dette er signifikant høyere enn de med kort høyere utdanning der 2 prosent har svart dette.

3 prosent har svart at grunnen til at de ikke har benyttet seg av Bygdekinotilbudet er fordi komforten til kinosalene er for dårlig. Setene er for vonde eller beinplassen er for liten og lignende. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller for bakgrunnsvariablene. Kun 2 prosent har svart at de mener det er for dyrt å gå på Bygdekinoen og 2 prosent har svart at de syns den tekniske kvaliteten på visningene er for dårlig.

4. Vedlegg 1 - Resultater fra befolkningsundersøkelsen i 2016

Her presenterer vi hovedfunn fra befolkningsundersøkelsen i 2016. Formålet med befolkningsundersøkelsene var primært å undersøke befolkningens forbruk av film og dramaserier. I et mangfoldsperspektiv, handler dette om både demografi og nye distribusjonskanaler.

4.1. Kort om metode

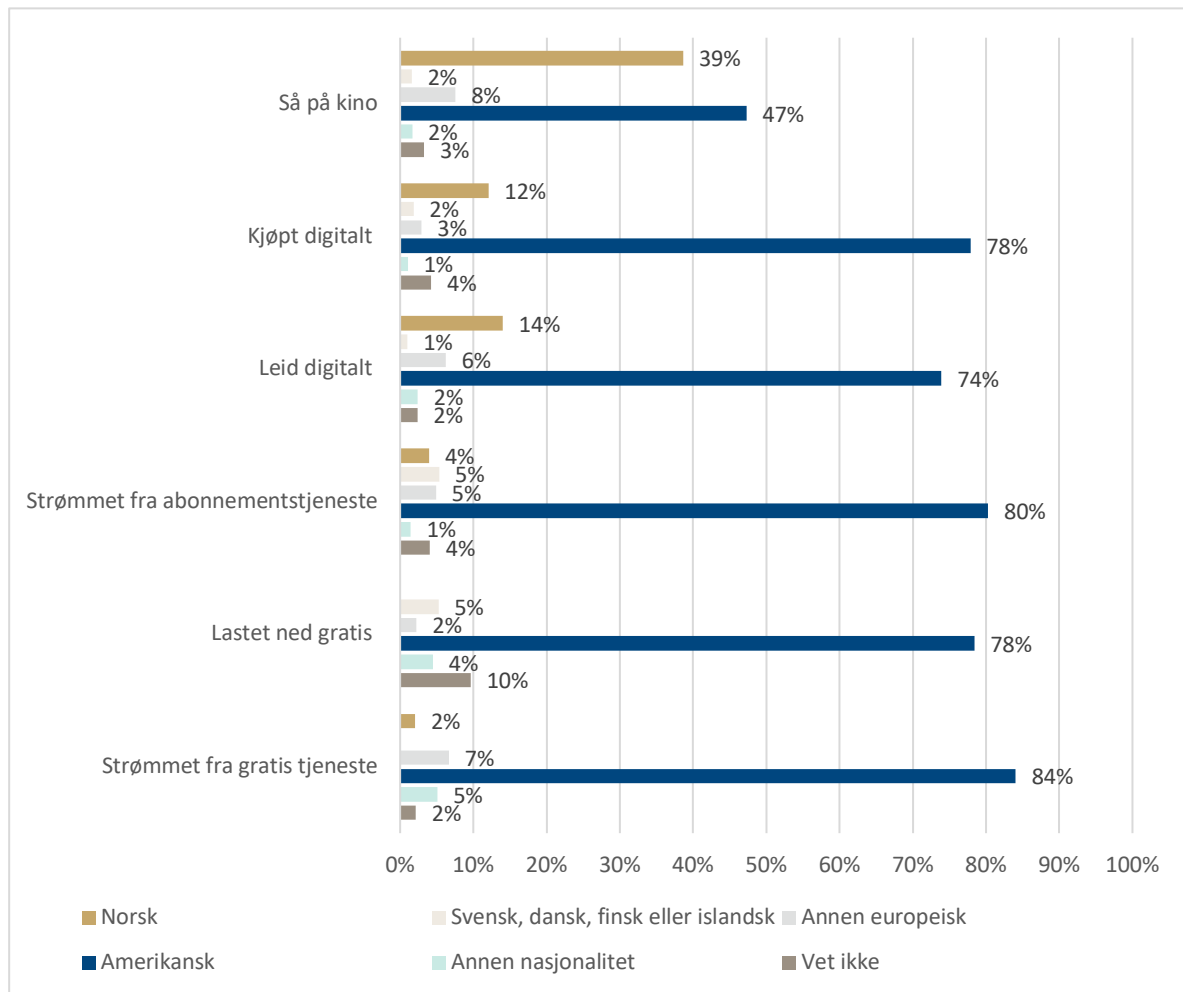
Befolkningsundersøkelsen er gjennomført via Opinion i Norstats webpanel mellom 28. november – 18. desember 2016. Det betyr at det er Norges internettbefolkning som har besvart undersøkelsen, 98 prosent av den norske befolkningen har tilgang til Internett. 99 prosent eier eller har tilgang til mobiltelefon, og 95 prosent har smarttelefon (SSB 2019). Det er 1500 respondenter som har besvart undersøkelsen. Resultatene er vektet på kjønn, alder, geografi og utdanning i forhold til den faktiske fordelingen i den norske befolkningen. Vektingen kompenserer for eventuelle skjevheter i den gruppen som har valgt å besvare undersøkelsen.

Alle undersøkelser er beheftet med feilmarginer. Feilmarginene knytter seg i hovedsak til statistisk usikkerhet. Dette er utvalgsskjevheter, som medfører at utvalget ikke er identisk med universet eller målgruppen. I vårt tilfelle betyr dette at vi med 95% sannsynlighet kan si at det riktige resultatet ligger innenfor $\pm 1,1$ og $\pm 2,5$ prosentpoeng, avhengig av prosentresultatets størrelse. Se vedlegg 1 for tabelloversikt for feilmargin.

Signifikanstesten som er benyttet er z-test for forskjeller mellom to kolonneproporsjoner, det vil si at andelen i hver kolonne er testet mot andelen i alle de andre kolonnene som hører under samme bakgrunnsvariabel. For eksempel er hver enkelt alderskategori testet mot hver enkelt av de andre alderskategoriene under bakgrunnsvariabelen alder. Testen er på 0,05-nivå.

4.2. Spillefilmenes nasjonalitet

I 2016 spurte vi de som hadde oppgitt å se spillefilm, hvilken nasjonalitet på den siste spillefilmen de hadde sett.



Figur 22 viser hvilken nasjonalitet den siste filmen befolkningen så på kino, kjøpte digitalt, leide digitalt, strømmet fra abonnements-tjeneste, lastet ned gratis, strømmet fra gratis tjeneste og kopierte filer direkte fra andre personer i 2016. Filter de som har sett spillefilm. N(kino)=553, N(kjøpt digitalt)=95, N(leid digitalt)=174, N(strømmet fra abonnements-tjeneste)=515, N(lastet ned gratis)=63, N(strømmet fra gratis tjeneste)=65.

39 prosent av de som har sett film på kino oppgir at denne filmen var norsk. De eldste er i overvekt her. 59 prosent av 50-åringene, 75 prosent av 60-åringene og 66 prosent av de over 70 år oppgir at den siste filmen de så på kino er norsk. Dette er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 23 prosent, 20-åringene med 19 prosent, 30-åringene med 32 prosent og 40-åringene med 41 prosent. Når det gjelder bosted, er det 43 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig som oppgir at den siste filmen de så på kino var norsk. Dette er signifikant høyere enn de som bor på Sør-/Vestlandet med 31 prosent. For svensk, dansk, finsk eller islandsk film er det kun 2 prosent som oppgir at dette var den forrige filmen de så på kino. Av disse er det en andel på 8 prosent av de over 70 år som er signifikant høyere enn 20- og 30-åringene med 1 prosent. For film fra et annet Europeisk land enn Norden er det 8 prosent som oppgir at dette var den forrige filmen de så på kino. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller.

Den største andelen av befolkningen (47 prosent) så amerikansk film på kino. Det er en overvekt av yngre som svarer at den siste filmen de så på kino var amerikansk. 64 prosent av 20-åringene svarte dette som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 44 prosent, 50-åringene med

35 prosent, 60-åringene med 17 prosent og de over 70 år med 19 prosent. 57 prosent av 15-19-åringene og 30-åringene oppga at de så amerikansk film som er signifikant høyere enn de i aldersgruppene 50-, 60- og over 70 år. Når det gjelder bosted er det en andel på 54 prosent av befolkningen på Sør-/Vestlandet som oppgir at de sist så en amerikansk film på kino. Dette er en signifikant høyere andel enn de som bor i Nord-Norge med 34 prosent.

Av de som oppgir at de har sett en spillefilm de har kjøpt digitalt er det 12 prosent som oppgir at den forrige filmen de kjøpte var norsk. Av de som bor i Nord-Norge er det en andel på 54 prosent som sist kjøpte en norsk film digitalt. Dette er signifikant høyere enn de som bor på Østlandet for øvrig med 4 prosent, Sør-/Vestlandet med 5 prosent og Trøndelag med 12 prosent. Av de som bor i Oslo er det 32 prosent som oppgir at den siste filmen var norsk som er signifikant høyere enn de på Østlandet for øvrig og Sør-/Vestlandet. 2 prosent av befolkningen oppgir svensk, dans, finsk eller islandsk film og 3 prosent oppgir annen europeisk film. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller.

Hele 78 prosent av befolkningen oppgir at den siste filmen de så som de hadde kjøpt digitalt var amerikansk. Hele 91 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig så sist en amerikansk film som de hadde kjøpt digitalt. Dette er en signifikant høyere andel enn de som bor i Oslo med 54 prosent og de som bor i Nord-Norge med 34 prosent. Av de som bor på Sør-/Vestlandet er det en andel på 80 prosent som også svarte dette som er signifikant høyere enn de i Nord-Norge med 34 prosent. Kun 1 prosent av befolkningen har svart at filmen hadde en annen nasjonalitet enn de overnevnte. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller.

Når det gjelder spillefilm som er *leid digitalt* (fra tjenester som Get Filmleie og lignende) oppgir 14 prosent at den forrige de så var norsk. De som bor i Nord-Norge i signifikant overvekt med 36 prosent mot de som bor i Oslo med 7 prosent. Det er også en signifikant høyere andel av de uten høyere utdanning som oppgir at de sist leide en norsk spillefilm digitalt med 19 prosent versus de med kort høyere utdanning med 4 prosent. Kun 1 prosent av befolkningen som har leid spillefilm digitalt leide sist en svensk, dansk, finsk eller islandsk film. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller. 6 prosent leide en annen europeisk film. Her er det en signifikant høyere andel av de over 70 år med 28 prosent enn de i 20-årene med 1 prosent og de i 40-årene med 1 prosent. Det er også en signifikant høyere andel 60-åringer med 13 prosent enn 40-åringer (1 prosent). Når det kommer til bosted er det en andel på 14 prosent av de som bor i Oslo, 10 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet og 9 prosent av de som bor i Nord-Norge som sist leide en annen europeisk film digitalt. Dette er signifikant høyere enn de som bor på Østlandet for øvrig med 0 prosent.

Nesten tre fjerdedeler (74 prosent) av befolkningen oppgir at den forrige filmen de så som de hadde leid digitalt var amerikansk. Blant disse er det en andel på 83 prosent av 40-åringene som har svart amerikansk film. 86 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig så sist en amerikansk film de leide digitalt. Dette er signifikant høyere enn de som bor på Sør-/Vestlandet med 63 prosent og de som bor i Nord-Norge med 44 prosent. Av de som bor i Trøndelag er det 83 prosent som sist så en amerikansk film som er signifikant høyere enn de i Nord-Norge. Når det kommer til utdanningsnivå er det en andel på 86 prosent av de med kort høyere utdanning som sist så en amerikansk film da de leide digitalt. Dette er signifikant høyere enn de uten høyere

utdanning med 69 prosent. Av de som oppgir at de har leid en spillefilm digitalt er det 2 prosent som oppgir at den siste filmen de så hadde en annen nasjonalitet. Her foreligger det ingen signifikante endringer.

Når det gjelder siste film som befolkningen har *strømmet fra abonnementstjeneste* er det 4 prosent som oppgir at denne er norsk og 5 prosent som oppgir at den er nordisk. For norske filmer foreligger det ingen signifikante forskjeller, mens for nordiske filmer er det 17 prosent av de som er i 50-årene og 24 prosent av de som er i 60-årene som har oppgitt dette. Det er signifikant høyere enn for 20-åringene med 2 prosent, 30-åringene med 6 prosent og 40-åringene med 4 prosent. Ingen 15-19-åringer har sett noen nordiske filmer så her blir det ikke utført signifikanstester. Av de over 70 år har 20 prosent oppgitt at de siste filmen de *strømmet fra betalingsbasert abonnementstjeneste* var nordisk. Dette er signifikant høyere enn 20- og 40-åringene. 5 prosent av de som har *strømmet fra abonnementstjeneste* så sist en annen europeisk film. Av disse er det en signifikant overvekt av de med kort høyere utdanning med 9 prosent og lang høyere utdanning med 11 prosent mot de uten høyere utdanning med 2 prosent

80 prosent av de som har *strømmet spillefilm fra abonnementstjeneste* har *strømmet en amerikansk film*. 92 prosent av 15-19-åringene oppgir dette som er signifikant høyere enn 20-åringene med 83 prosent, 30-åringene med 75 prosent, 40-åringene med 82 prosent, 50-åringene med 73 prosent, 60-åringene med 55 prosent og de over 70 år med 67 prosent. Av de som bor på Østlandet for øvrig er det 85 prosent som oppgir at de sist *strømmet en amerikansk film*. Dette er en signifikant høyere andel enn de som bor i Oslo med 74 prosent og de som bor i Nord-Norge med 70 prosent. Når det gjelder utdanningsnivå er det en signifikant høyere andel av de uten høyere utdanning som oppgir at de sist *strømmet en amerikansk film* enn de med lang høyere utdanning; 82 versus 68 prosent. Kun 1 prosent av de som har *strømmet film fra abonnementstjeneste* har *strømmet en film med en annen nasjonalitet*. Her er det en signifikant høyere andel av de over 70 år med 11 prosent mot 15-19-åringene med 1 prosent, 20-åringene med 2 prosent og 30-åringene med 2 prosent (ingen 40-, 50- og 60-åringer har oppgitt at de har sett en film med en annen nasjonalitet).

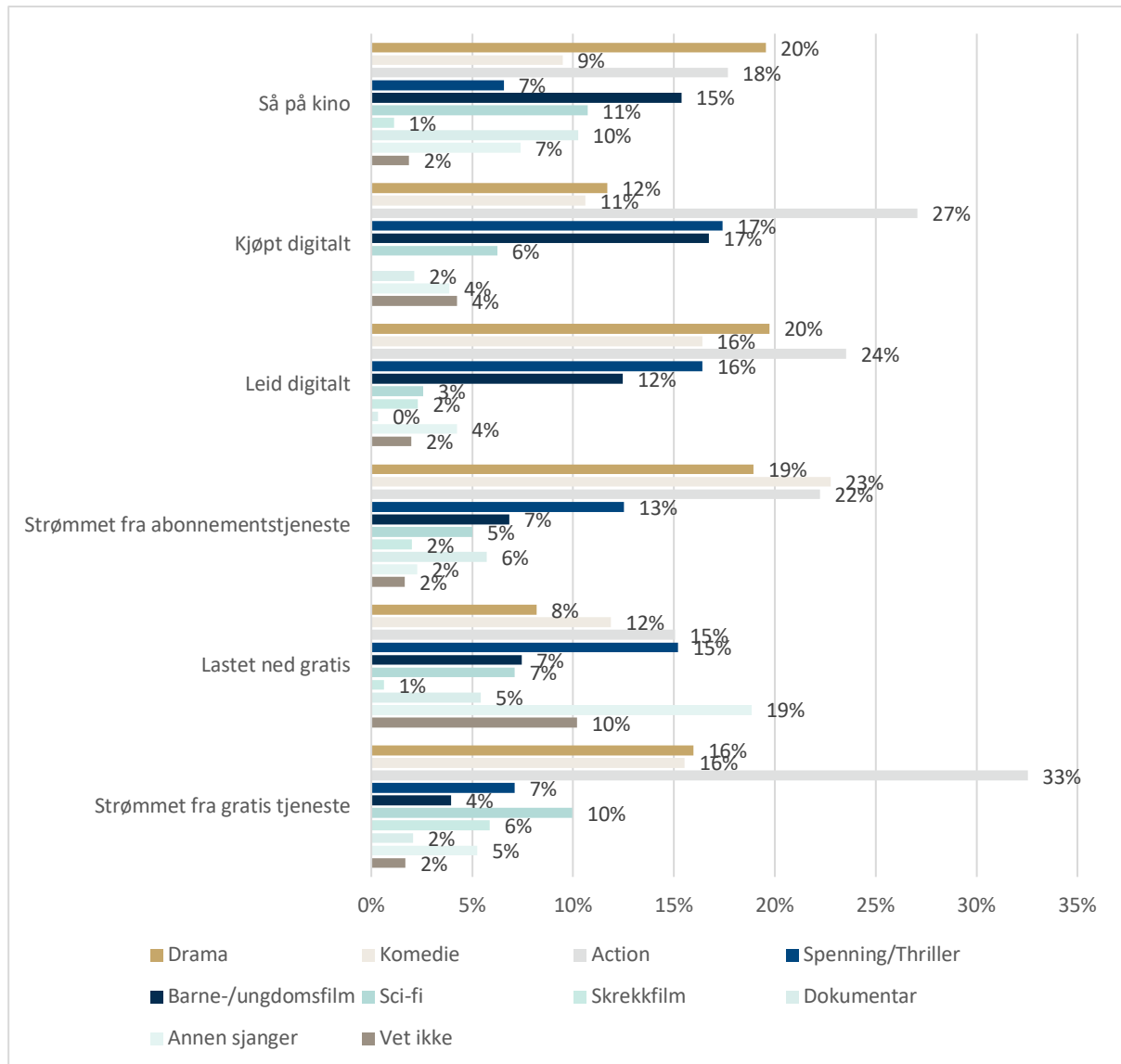
78 prosent oppga at den siste filmen de så via gratis nedlasting var amerikansk. Her er det en signifikant høyere andel av de som bor på Østlandet for øvrig enn i Trøndelag med 88 mot 50 prosent. Det var ingen som svarte at den forrige filmen de var norsk. Dette kan ha noe med at utvalget av norske filmer som er tilgjengelig til gratis nedlasting er svært begrenset. 5 prosent av de som har lastet ned gratis oppgir at den forrige filmen de så var svensk, dansk, finsk eller islandsk og 2 prosent oppgir annen europeisk film. Her foreligger det heller ingen signifikante forskjeller. Det er også flere av kategoriene som ikke har noen respondenter. 4 prosent oppgir en annen nasjonalitet. Heller ikke her foreligger det noen signifikante forskjeller for bakgrunnsvariablene.

Hele 84 prosent oppgir at de har *strømmet gratis en amerikansk film fra tjenester som Popcorn Time, Solar Movie eller lignende*. Av disse er det en signifikant høyere andel 15-19-åringer enn 30-åringer med 93 mot 64 prosent. Det er 2 prosent av de som oppgir å ha *strømmet spillefilm fra gratis tjeneste* som svarer at den forrige filmen de *strømmet* var norsk, ingen har *strømmet en*

nordisk film og 7 prosent har strømmet en film fra en annen europeisk nasjon. Det foreligger ingen signifikante endringer her. 5 prosent har strømmet en film med annen nasjonalitet fra en gratis tjeneste.

4.3. Sjanger i ulike tjenester

Videre har vi undersøkt hvilken sjanger den siste filmen de så på følgende steder/tjenester hadde. Dette er slik de svarte:



Figur 23 viser hvilken sjanger den siste filmen befolkningen så på kino, kjøpte digitalt, leide digitalt, strømmet fra abonnementstjeneste, lastet ned gratis, strømmet fra gratis tjeneste og kopierte filer direkte fra andre personer i 2016. Filter de som har sett film. N(kino)=553, N(kjøpt digitalt)=95, N(leid digitalt)=174, N(strømmet fra abonnementstjeneste)=515, N(lastet ned gratis)=63, N(strømmet fra gratis tjeneste)=65.

Av alle som så film på kino var det 20 prosent som sist så en dramafilm. Her er kvinner i signifikant overvekt med 24 prosent mot 15 prosent menn. Det er også en overvekt av eldre som sist så

dramafilm på kino. 44 prosent av de over 70 år har svart dram, noe som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 12 prosent, 20-åringene med 11 prosent, 30-åringene med 17 prosent og 40-åringene med 21 prosent. Når det gjelder utdanningsnivå er det en signifikant høyere andel med kort høyere utdanning med 24 prosent og lang høyere utdanning med 34 prosent som sist så dramafilm på kino enn de uten høyere utdanning med 15 prosent.

9 prosent av befolkningen så komedie sist på kino. Også her er det en signifikant overvekt av kvinner med 14 mot 5 prosent menn. Andelen med kort høyere utdanning ligger på 15 prosent, noe som er signifikant høyere enn for de uten høyere utdanning med 8 prosent.

Den sjangeren som har størst oppslutning blant kinogjengere er actionfilmen med 18 prosent. Her er det en signifikant overvekt av menn med 25 mot 10 prosent. 28 prosent av 15-19-åringene, 20 prosent av 20-åringene, 21 prosent av 30-åringene, 17 prosent av 40-åringene og 17 prosent 50-åringene så sist actionfilm på kino, noe som er signifikant høyere enn 60-åringene og de over 70 år med 3 prosent hver. 7 prosent av befolkningen så spenningsfilm eller thriller sist de var på kino. Her forelå det ingen signifikante endringer.

For sjangeren barne-/ungdomsfilm er det en andel på 15 prosent som oppgir at det var det de sist så på kino. Det er en signifikant overvekt av kvinner med 21 mot 10 prosent menn. For aldersgruppene er det en overvekt av de som selv har barn i kinoalder. 25 prosent av de i 30-årene var sist å så barne-/ungdomsfilm på kino. Dette er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 3 prosent, 20-åringene med 13 prosent og de over 70 år med 6 prosent. 2

11 prosent svarte at de sist så sci-fi på kino. Her er det en signifikant overvekt av menn med 15 mot 7 prosent. 19 prosent av 20-åringene så denne sjangeren som er en signifikant høyere andel enn 40-åringene med 8 prosent, 50-åringene med 1 prosent og 60-åringene med 3 prosent. Av 15-19-åringene var det 14 prosent og av 30-åringene var det 13 prosent som sist så sci-fi på kino som er signifikant høyere enn 50- og 60-åringene. Ingen over 70 år har krysset av for dette alternativet. Kun 1 prosent av befolkningen oppgir at de siste spillefilmen de så på kino var en skrekkfilm. Her foreligger det ingen signifikante endringer.

Dokumentarfilm får en oppslutning på 10 prosent. Her er de eldre i signifikant overvekt. 34 prosent av 60-åringene så dokumentar sist gang de var på kino. Dette er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 8 prosent, 20-åringene med 3 prosent, 30-åringene med 3 prosent, 40-åringene med 5 prosent og 50-åringene med 16 prosent.

Av de som har svart at har *kjøpt spillefilm digitalt* er det 12 prosent som sist så en dramafilm som var kjøpt digitalt. Her er det en signifikant overvekt av kvinner med 24 prosent mot 5 prosent menn. 25 prosent av 20-åringene og 31 prosent av 30-åringene så sist en dramafilm som de hadde kjøpt digitalt. Dette er signifikant høyere enn 40-åringene med 4 prosent. Når det gjelder utdanningsnivå har 25 prosent av de med kort høyere utdanning oppgitt at de sist så en dramafilm som var kjøpt digitalt, noe som er signifikant høyere enn de uten høyere utdanning med 5 prosent. 11 prosent av befolkningen har oppgitt at den siste filmen de så som de har kjøpt digitalt var en komedie. 27 prosent svarte at de sist så en actionfilm som var kjøpt digitalt. Trøndere er de som

virker å være mest glad i actionfilm. 45 prosent av de som bor i Trøndelag så sist en actionfilm, noe som er signifikant høyere enn de som bor på Sør-/Vestlandet med 4 prosent.

17 prosent av befolkningen oppgir at de sist så en spenningsfilm eller thriller som de hadde kjøpt digitalt. Her er det en signifikant overvekt av 60-åringer med 52 prosent mot 20-åringer med 8 prosent og 30-åringer med 14 prosent. 17 prosent av befolkningen har oppgitt at den siste de filmen de så som var kjøpt digitalt var en barne-/ungdomsfilm. Sci-fi-film er det 6 prosent som oppgir at var den forrige filmen de så som var kjøpt digitalt.

Når det gjelder den forrige filmen de så som var *leid digitalt* er det 20 prosent som oppgir at dette var en dramafilm. 28 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet, 30 prosent av de som bor i Trøndelag og 39 prosent av de som bor i Nord-Norge har svart dette som er signifikant høyere enn de som bor på Østlandet for øvrig med 8 prosent. 16 prosent svarer at den forrige filmen de leide digitalt og så var en komedie. Det er en signifikant høyere andel av de over 70 år som sist så en komedie de leide digitalt enn de i 40-årene med 41 mot 9 prosent. 44 prosent av de som bor i Nord-Norge så sist en komedie som var leid digitalt. Dette er signifikant høyere enn de på Sør-/Vestlandet med 8 prosent og Trøndelag med 8 prosent.

24 prosent av befolkningen oppgir at den forrige filmen de leide digitalt var en actionfilm. Her er det en signifikant overvekt av menn med 30 mot 17 prosent. 40-åringene har en andel på 34 prosent som sist så en actionfilm som var leid digitalt. Dette er signifikant høyere enn 20-åringene med 12 prosent og 30-åringene med 14 prosent. 34 prosent av de som bor i Oslo så sist en actionfilm som var leid digitalt. Dette er signifikant høyere enn de på Sør-/Vestlandet med 15 prosent.

Det er en andel på 16 prosent som har oppgitt at den forrige filmen de så var en spenningsfilm eller thriller. 60-åringene er i signifikant overvekt her med 40 prosent mot 30-åringene med 11 prosent og 40-åringene med 15 prosent.

Når det gjelder sjangeren barne-/ungdomsfilm er det en andel på 12 prosent som oppgir at dette var den forrige filmen de leide digitalt. 17 prosent av 20-åringene, 21 prosent av 30-åringene og 38 prosent av 50-åringene har svart at de sist så en barne-/ungdomsfilm. Dette er en signifikant høyere andel enn de i 40-årene med 2 prosent. Når det kommer til bosted er det en andel på 27 prosent av de som bor i Trøndelag som har oppgitt at den siste filmen de så som var leid digitalt var en barne-/ungdomsfilm. Dette er en signifikant høyere andel enn de i Oslo med 7 prosent og de på Østlandet for øvrig med 4 prosent.

3 prosent av befolkningen oppgir at den forrige filmen de så som var leid digitalt var en sci-fi, 2 prosent oppgir at dette var en skrekkfilm, 0 prosent svarte at dette var en dokumentar og 4 prosent har svart at dette var en annen sjanger enn de overnevnte. De eneste signifikante forskjellen vi finner her er at det er en signifikant høyere andel med kort høyere utdanning som oppgir at den forrige filmen de så var en annen film enn de uten høyere utdanning med 2 prosent.

Av de som oppgir at de har *strømmet film* fra abonnementstjeneste er det 19 prosent som sist strømmet en dramafilm. Her er det en signifikant overvekt av kvinner med 24 prosent mot 14

prosent menn. 29 prosent av 15-19-åringene og 20 prosent av 30-åringene strømmet dramafilm sist fra abonnementstjeneste som er signifikant høyere enn 20-åringene med 10 prosent.

23 prosent av befolkningen oppgir at den forrige filmen de strømmet var en komedie. Også for denne sjangeren er det en signifikant overvekt av kvinner med 28 prosent mot 18 prosent menn. Av 15-19-åringene er det 34 prosent og av de over 70 år er det 38 prosent som oppgir at de sist strømmet en komedie. Dette er signifikant høyere enn 40-åringene med 15 prosent, 50-åringene med 8 prosent og 60-åringene med 10 prosent. Når det gjelder bosted er 27 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet som oppgir at de sist så komedie som er en signifikant høyere andel enn de i Oslo med 15 prosent.

22 prosent av befolkningen som har strømmet fra abonnementstjeneste har sett en actionfilm. Her er det en signifikant høyere andel menn med 33 prosent mot 12 prosent kvinner. 30 prosent av 40-åringene strømmet sist en actionfilm, noe som er en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene med 17 prosent og 40-åringene med 10 prosent. Befolkningen i Nord-Norge har en signifikant høyere andel som sist strømmet en actionfilm med 35 prosent mot 19 prosent av de på Sør-/Vestlandet og 15 prosent av de i Trøndelag.

13 prosent av befolkningen strømmet sist en spenningsfilm eller thriller. Her er det en signifikant høyere andel 60-åring med 49 prosent mot 15-19-åringene med 1 prosent, 20-åring med 9 prosent, 30-åring med 11 prosent, 40-åring med 17 prosent og 50-åring med 30 prosent. Når det gjelder utdanningsnivå er det en signifikant høyere andel med kort høyere utdanning som sist strømmet en spenningsfilm eller thriller med 17 prosent mot de uten høyere utdanning med 10 prosent.

Av de som har strømmet spillefilm fra abonnementstjeneste er det en andel på 7 prosent som sist strømmet en barne-/ungdomsfilm. Her er det en signifikant overvekt av kvinner med 10 prosent mot 4 prosent menn. 50-åringene har en signifikant høyere andel enn 15-19-åringene som sist strømmet en barne-/ungdomsfilm med 16 mot 4 prosent. Når det gjelder bosted, er det en signifikant høyere andel av befolkningen i Trøndelag med 12 prosent som sist strømmet en barne-/ungdomsfilm enn de i Oslo med 3 prosent.

5 prosent av befolkningen strømmet sist en film i sjangeren sci-fi. Menn er i signifikant overvekt med 7 prosent mot 3 prosent kvinner. 8 prosent av 20- og 40-åringene strømmet sist en sci-fi-film som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 1 prosent. 2 prosent av befolkningen strømmet sist en skrekkfilm. Her er det en signifikant overvekt av kvinner med 3 mot 1 prosent menn.

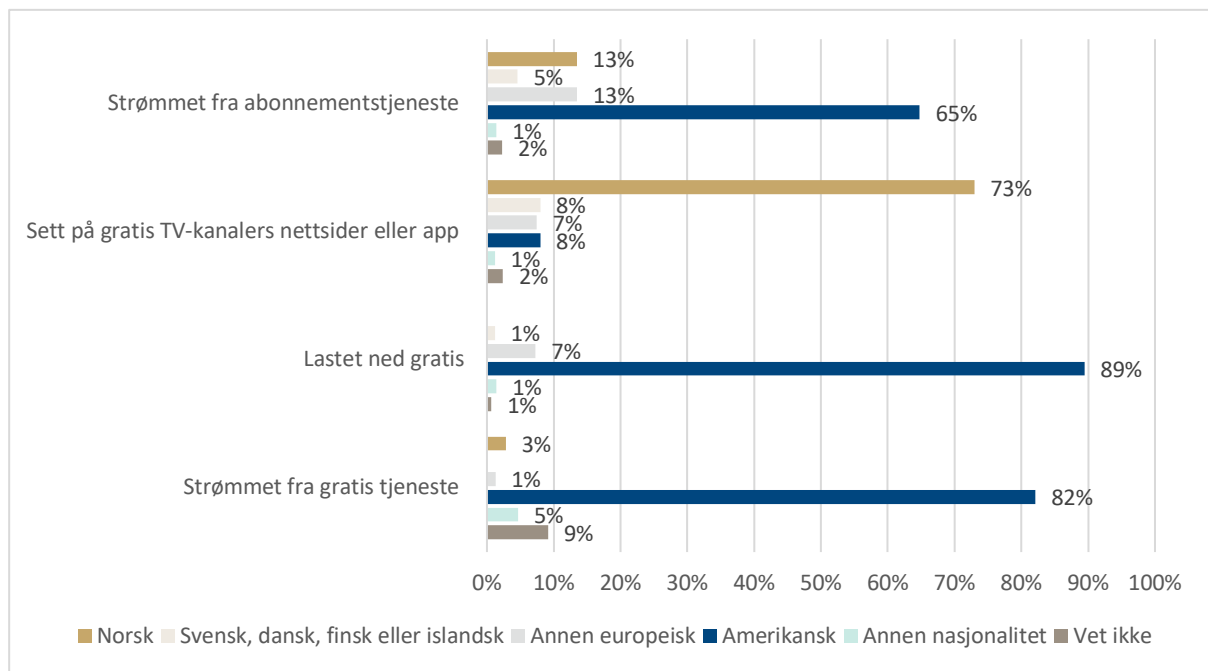
Dokumentarfilm fikk en oppslutning på 6 prosent av befolkningen. De over 70 år har en andel på 28 prosent som har oppgitt at de sist strømmet en dokumentarfilm, noe som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 3 prosent, 20-åringene med 8 prosent, 30-åringene med 8 prosent, 40-åringene med 3 prosent og 60-åringene med 4 prosent. Når det gjelder bosted, er det en andel på 11 prosent av befolkningen i Nord-Norge som sist strømmet en dokumentarfilm, noe som er signifikant høyere enn de i Trøndelag med 2 prosent.

Når det gjelder de som har sett en spillefilm de *har lastet ned gratis* fra tjenester som Pirate Bay eller lignende er det 8 prosent som oppgir at den forrige filmen de så var en dramafilm. 12 prosent svarte at dette var en komedie. Her foreligger det en signifikant høyere andel med lang høyere utdanning med 28 prosent mot de uten høyere utdanning med 4 prosent. Andelen som sist så en actionfilm som de hadde nedlastet gratis er på 15 prosent. De med kort høyere utdanning har en signifikant høyere andel som har krysset av for actionfilm med 30 prosent mot de uten høyere utdanning med 9 prosent. 15 prosent av befolkningen har oppgitt at de sist så en spenningsfilm eller thriller som de hadde lastet ned gratis. 40-åringene er i signifikant overvekt enn 20-åringene med 48 mot 6 prosent for denne sjangeren. Barne-/ungdomsfilm får en oppslutning på 7 prosent av befolkningen. Sci-fi får også en oppslutning på 7 prosent. Her er det en signifikant høyere andel 60-åringer med 47 prosent mot 5 prosent av 20-åringene. Kun 1 prosent så sist på skrekkfilm som var gratis nedlastet. 5 prosent har oppgitt at de sist så en dokumentarfilm. 19 prosent svarte at de sist så en annen sjanger enn de overnevnte.

Blant de som har *strømmet spillefilm fra gratis tjenester* fra tjenester som Popcorn Time, Solar Movie eller lignende er det 16 prosent som oppgir at den forrige filmen de strømmet var en dramafilm. Her er det en signifikant overvekt av kvinner med 31 prosent mot 6 prosent menn. For aldersgruppene er det påfallende at det er ingen over 50 år som har oppgitt at de har strømmet en spillefilm fra gratis tjeneste. 45 prosent av 20-åringene oppgir at de har strømmet en dramafilm gratis, noe som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 12 prosent og 30-åringene med 2 prosent. Det er en andel på 16 prosent som sist så en komedie de strømmet gratis. I Oslo er det en andel på 50 prosent som svarte at de strømmet en komedie, noe som er en signifikant høyere andel enn befolkningen på Sør-/Vestlandet med 2 prosent. 33 prosent av befolkningen oppga at de sist strømmet en actionfilm på gratistjeneste. 53 prosent av 15-19-åringene og 45 prosent av 30-åringene så sist en actionfilm, noe som er signifikant høyere enn 20-åringene med 5 prosent. Når det gjelder bosted, er det en andel på 52 prosent av de som bor på Østlandet for øvrig som sist strømmet en actionfilm. Dette er signifikant høyere enn de som bo på Sør-/Vestlandet med 21 prosent. 7 prosent av befolkningen strømmet sist en spenningsfilm eller thriller på en gratis strømmetjeneste, 4 prosent strømmet en barne-/ungdomsfilm, 10 prosent strømmet sci-fi, 6 prosent strømmet skrekkfilm, 2 prosent strømmet en dokumentar, og 5 prosent strømmet en annen sjanger. Her for disse sjangrene foreligger det ingen signifikante endringer for bakgrunnsvariablene.

4.4. TV-serienes nasjonalitet

Vi har undersøkt hvilke nasjonaliteter den siste TV-serien befolkningen så på fra ulike tjenester/plattformer hadde.



Figur 24 viser hvilken nasjonalitet den siste tv-serien befolkningen leide digitalt, strømmet fra abonnementstjeneste, sett på gratis TV-kanalers hjemmesider eller ap, sett på betal TV-kanalers hjemmesider eller ap, lastet ned gratis, strømmet fra gratis tjeneste og kopierte filer direkte fra andre personer i 2016. Filter de som har sett tv-serier. N(strømmet fra abonnementstjeneste)=446, N(sett på gratis TV-kanalers nettsider eller ap)=182, N(lastet ned gratis)=54, N(strømmet fra gratis tjeneste)=49.

Av de som oppgir at de har strømmet en tv-serie fra en abonnementstjeneste er det 13 prosent som opplyser om at den siste serien de så var norsk. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller for bakgrunnsvariablene. 5 prosent av befolkningen har oppgitt at den forrige TV-serien de så var svensk, dansk, finsk eller islandsk. Blant 60-åringene var det 30 prosent og blant de over 70 år var det 24 prosent som sist så en nordisk serie. Dette er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 2 prosent, 20-åringene med 1 prosent, 30-åringene med 6 prosent og 40-åringene med 2 prosent. 12 prosent av 50-åringene så også en nordisk serie sist på en strømmetjeneste som er signifikant høyere enn 15-19- og 20-åringene. 30-åringene har en signifikant høyere andel enn 20-åringene. Når det gjelder bosted er det 7 prosent av de som bor i Oslo og 10 prosent av de som bor i Trøndelag som sist strømmet en TV-serie fra Sverige, Danmark, Finland eller Island som er signifikant høyere enn Sør-/Vestlandet med 1 prosent.

13 prosent oppgir at den forrige TV-serien de strømmet fra en abonnementstjeneste var fra et annet europeisk land. Her er det en signifikant overvekt av kvinner med 17 prosent mot 10 prosent menn. De eldre er også her i overtall. 31 prosent av 60-åringene og 37 prosent av de over 70 år strømmet sist en annen europeisk serie som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 9 prosent, 20-åringene med 11 prosent og 30-åringene med 12 prosent.

Den største andelen av de som har strømmet en TV-serie fra abonnementstjeneste har strømmet en amerikansk serie, 65 prosent. Blant 15-19-åringene er det 71 prosent som oppgir dette, noe som er en signifikant høyere andel enn 60-åringene med 24 prosent og de over 70 år med 39 prosent. Når det kommer til bosted er det en andel på 75 prosent av de som bor på Sør-/Vestlandet som sist strømmet en amerikansk serie som er signifikant høyere enn de som bor på

Østlandet for øvrig med 57 prosent. Kun 1 prosent oppgir at den forrige TV-serien de strømmet hadde en annen nasjonalitet enn de overnevnte.

Som vi ser av grafen er at på gratis TV-kanalers nettsider eller applikasjoner at de norske seriene er de mest sette med 73 prosent oppslutning. De yngste er i signifikant overvekt her. Hele 93 prosent av 15-19-åringene og 92 prosent av 20-åringene oppgir at den forrige TV-serien de så på nettsiden eller appen til gratis-TV var norsk. 2. og 3. sesong av NRKs nettdrama SKAM bidro utvilsomt til disse høye andelene. Dette er signifikant høyere enn 30-åringene med 74 prosent, 40-åringene med 56 prosent, 50-åringene med 50 prosent, 60-åringene med 36 prosent og de over 70 år med 24 prosent.

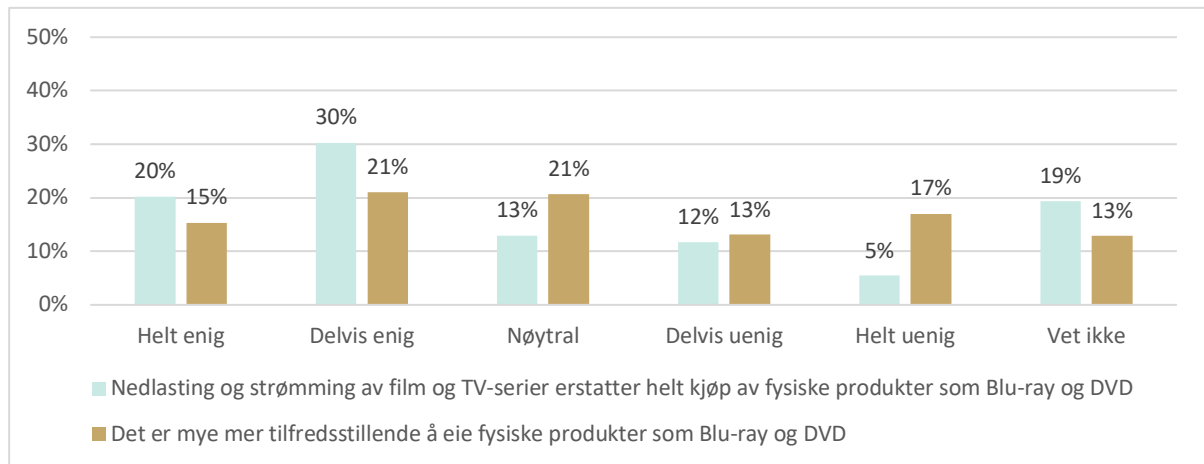
8 prosent av de som har sett en TV-serie på gratis TV-kanalers nettside eller app oppgir at den forrige serien de så var svensk, dansk, finsk eller islandsk, mens 7 prosent oppgir at den var fra et annet europeisk land. Her er det en signifikant overvekt av de over 70 år med 43 prosent som sist så en TV-serie fra et annet europeisk land enn de i 30-årene med 7 prosent. 8 prosent svarte at den forrige serien de så på online plattformer for gratis TV-kanaler var amerikansk. 21 prosent av 50-åringene så sist en amerikansk serie som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 3 prosent. Kun 1 prosent av befolkningen oppgir at den forrige serien de så på gratis TV-kanalers nettsider eller app hadde en annen nasjonalitet enn overnevnte.

Når det gjelder de som oppgir at de har sett en TV-serie de har lastet ned gratis fra tjenester som Pirate Bay eller lignende er det ingen som oppgir at den forrige TV-serien de så var norsk, mens kun 1 prosent oppgir at den var svensk, dansk finsk eller islandsk. 7 prosent svarte at den forrige TV-serien de så som var lastet ned gratis var fra et annet europeisk land, mens hele 89 prosent svarte at den var amerikansk. Kun 1 prosent har oppgitt at den hadde en annen nasjonalitet. Utvalget blant de som oppgir at de har lastet ned gratis er så lite at det skal mye til for å påvise signifikante forskjeller for bakgrunnsvariablene. Dette er derfor ikke påvist her.

Blant de som har strømmet TV-serie fra gratis tjenester som Popcorn Time, Sola Movie eller lignende er det 3 prosent som oppgir at den forrige TV-serien de strømmet var norsk. Ingen har svart at den forrige TV-serien de strømmet var svensk, dansk, finsk, eller islandsk, mens kun 1 prosent strømmet sist en TV-serie fra et annet europeisk land. Hele 82 prosent strømmet sist en amerikansk TV-serie, mens 5 prosent svarte at den hadde en annen nasjonalitet. Det er heller ikke her påvist noen signifikante forskjeller her.

4.5. Eie eller leie

Vi har undersøkt om befolkningen mener nedlasting og strømming av film og tv-serier er en erstatning for kjøpt av fysiske produkter eller om de mener det er mye mer tilfredsstillende å eie det fysiske produktet som Blu-ray og DVD. De ble bedt om å svare på en skala fra hel enig til helt uenig. Dette er slik de svarte:



Figur 25 viser prosentvis hvor enige befolkningen er i påstandene: «Nedlasting og strømming av film og TV-serier erstatter helt kjøp av fysiske produkter som Blu-ray og DVD» og «Det er mye mer tilfredsstillende å eie fysiske produkter som Blu-ray og DVD». N(2016)=1500.

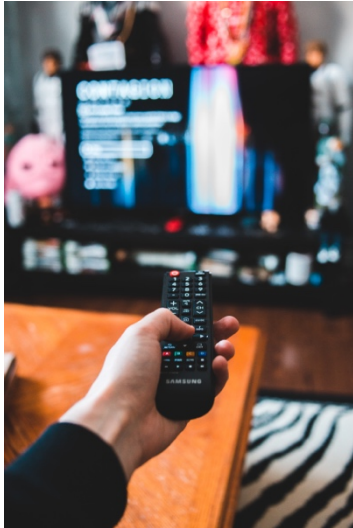
Halvparten av befolkningen (50 prosent) er helt eller delvis enig i påstanden om «nedlasting og strømming av film og TV-serier erstatter helt kjøpt av fysiske produkter som Blue ray og DVD». Blant de som er *helt enige* i denne påstanden er det en signifikant overvekt av menn med 23 mot 17 prosent kvinner. Det er en signifikant overvekt av de yngre som er helt eller delvis enig i denne påstanden. 30 prosent av 20- og 30-åringene er helt enig som er en signifikant høyere andel enn 50-åringene med 18 prosent, 60-åringene med 9 prosent og de over 70 år med 7 prosent. 27 prosent av 15-19-åringene, 24 prosent av 40-åringene og 18 prosent av 50-åringene har også oppgitt at de er *helt enig* i denne påstanden som er signifikant høyere enn 60-åringene og de over 70 år.

Av de som har oppgitt at de er *delvis enig* er det 36 prosent av i 15-19-årene, 33 prosent i 20-årene, 39 prosent i 30-årene og 35 prosent i 40 årene. Dette er en signifikant høyere andel enn 60-åringene og de over 70 år med 21 prosent hver. 29 prosent av 50-åringene er delvis enig i påstanden om at nedlasting og strømming erstatter helt kjøp av fysiske produkter som er signifikant høyere enn 60-åringene. Når det kommer til bosted er det en tredjedel (33 prosent) av de som bor i Oslo som oppgir at de er helt enig i påstanden. Dette er signifikant høyere enn de som bor på Østlandet for øvrig med 19 prosent, Sør-/Vestlandet med 16 prosent, Trøndelag med 22 prosent og i Nord-Norge med 20 prosent. Ser vi på utdanningsnivå er det en signifikant høyere andel med lang universitet- eller høyskoleutdanning som er helt enig i påstanden om at nedlasting og strømming erstatter kjøp av fysiske produkter enn de uten høyere utdanning med 26 mot 19 prosent. 35 prosent av de med kort høyere utdanning og 37 prosent av de med lang høyere utdanning har oppgitt at de er delvis enig i påstanden som er signifikant høyere enn de uten høyere utdanning med 28 prosent.

13 prosent av befolkningen har svart at de er nøytrale til påstanden om at fysisk kjøpt av produkter kan erstattes av strømming eller nedlasting.

Ser vi på de som har oppgitt at de er helt eller delvis uenige i påstanden om at nedlasting og strømming erstatter kjøpt av fysiske produkter ligger dette på 17 prosent. Blant de som er *helt*

uenig er 15-19-åringene i overvekt med 12 prosent. Dette er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 4 prosent, 40-åringene med 3 prosent, 50-åringene med 2 prosent og de over 70 år med 4 prosent. 15 prosent av 20-åringene, 13 prosent av 30-, 40-, og 50-åringene og 11 prosent av 60-åringene er *delvis uenig* i påstanden om at strømming/nedlasting erstatter fysisk kjøp som er signifikant høyere enn 15-19-åringene med 5 prosent.



Til sammenligning er det en andel på 36 prosent som oppgir at de er helt eller delvis enig i påstanden om det er mye mer tilfredsstillende å eie fysiske produkter som Blu-ray og DVD. Her foreligger det ingen signifikante forskjeller mellom kjønnene. Blant alderskategoriene er det 27 prosent av 30-åringene som oppgir at de er *delvis enig* i denne påstanden. Dette er en signifikant høyere andel enn 60-åringene med 18 prosent og de over 70 år med 15 prosent. Når det gjelder utdanningsnivå er det en signifikant høyere andel av de uten høyere utdanning som er helt enig i at det er mer tilfredsstillende å eie det fysiske produktet med 17 prosent mot 12 prosent av de med kort høyere utdanning.

21 prosent har oppgitt at de er nøytrale til påstanden om at det er mer tilfredsstillende å eie fysiske produkter som Blu-ray og DVD.

Andelen som oppgir at de er helt eller delvis uenig i påstanden om at å eie fysiske produkter er mye mer tilfredsstillende er på 30 prosent. 21 prosent av 40-åringene oppgir at de er *helt uenig* i denne påstanden som er en signifikant høyere andel enn 50-åringene med 9 prosent og 60-åringene med 14 prosent. Ellers er 17 prosent av 15-19-åringene, 20-prosent av 30-åringene og 21 prosent av 30-åringene som oppgir at de er helt uenig som er signifikant høyere enn 50-åringene. 21 prosent av 15-19-åringene er *delvis uenig* i påstanden om at det er mer tilfredsstillende å eie fysiske produkter. Dette er en signifikant høyere andel enn 30-åringene med 14 prosent, 60-åringene med 8 prosent og de over 70 år med 6 prosent. Det er også en signifikant høyere andel 20-åringene med 16 prosent, 30-åringene med 14 prosent, 40-åringene med 15 prosent, og 50-åringene med 15 prosent som er delvis uenig i påstanden enn 60-åringene og de over 70 år. Når det gjelder utdanningsnivå er 20 prosent av de med kort høyere utdanning og 23 prosent av de med lang høyere utdanning *helt uenig* i påstanden om at det er mer tilfredsstillende å eie det fysiske produktet som er signifikant høyere enn de uten høyere utdanning med 15 prosent. De med kort høyere utdanning har en andel på 16 prosent som er *delvis uenig* i denne påstanden som er signifikant høyere enn de uten høyere utdanning med 12 prosent.

5. Om forskerne



Anne-Britt Gran

Professor på Handelshøyskolen
BI, leder av Centre for Creative
Industries og prosjektleder for
Digitization and Diversity

Anne-Britt Gran har vært tilknyttet BI siden 1999, der hun har vært med på å utvikle bachelorprogrammet i Kultur og ledelse. Gran har tidligere arbeidet på Universitetet i Oslo, NTNU og Universitetet i Århus. Hun har forsket på blant annet moderne teaterhistorie, postmodernisme og postkolonialisme, teaterorganisering, kulturpolitikk, kultursponsing, estetisering av økonomien, samarbeid mellom kultur- og næringsliv, digitalt kulturkonsum og digitalisering. I dette prosjektet arbeider hun spesielt med digitalt kulturkonsum, utilsiktede konsekvenser av ny teknologi, mangfold og kulturpolitiske problemstillinger.



Terje Gaustad

Assistant Professor ved
Handelshøyskolen BI og
prosjektleder av arbeidspakke 3
(- Filmbransjen)

Terje Gaustad er assistant professor ved Institutt for kommunikasjon og kultur ved Handelshøyskolen BI. Han har doktorgrad i strategisk ledelse fra BI, og i sin avhandling gjorde han en transaksjonsøkonomisk analyse av verdiskaping i amerikansk filmbransje. Fra 1999 til 2004 arbeidet Gaustad som forsker på BIs Senter for medieøkonomi, og siden 2005 har han utviklet kurs og undervist på bachelor og executive utdanningen ved BI. Gaustads forskningsinteresser er primært organisasjons- og institusjonell økonomi med fokus på medie-, kultur- og underholdningsbransjene. Utover sitt akademiske arbeid har han bred erfaring fra internasjonal filmbransje. Gaustad leder arbeidspakke 3 om filmbransje.



Irina Eidsvold-Tøien

Førsteamanuensis ved
Handelshøyskolen BI

Dr. juris (PHD) Irina Eidsvold-Tøien har nylig skrevet doktorgradsarbeid på Universitetet i Oslo, i opphavsrett: «Skapende, utøvende kunstnere». Hovedspørsmålet hun reiser i oppgaven er hvorvidt de utøvenes fortolkninger (utøverprestasjonen) innfrir kravet til «åndsverk» og kan beskyttes av opphavsretten. Dette bekrefter hun i arbeidet. Irina har tidligere vært juridisk sjef for komponistorganisasjonen TONO og advokat med immaterialrett som hovedarbeidsområde. Hun har også utdannelse som skuespiller fra Statens teaterhøgskole (1982-85), og jobber fortsatt som skuespiller innimellom. Eidsvold-Tøien er i dag ansatt som førsteamanuensis på BI. I tillegg til å undervise i opphavsrett for kulturnæringen («Kultur og kommunikasjon»), er hun forsker. For tiden deltar hun i Digitization and Diversity, hvor hun arbeider her i filmgruppa, sammen med Terje Gaustad og Monica Viken.



Monica Viken

Førsteamanuensis ved
Handelshøyskolen BI

Monica Viken er førsteamanuensis PhD i juridiske fag på Institutt for rettsvitenskap ved Handelshøyskolen BI. Hun er cand. jur. fra Universitetet i Oslo 1995 og PhD fra Copenhagen Business School 2011. Hennes avhandling handlet om bruk av markedsundersøkelser som bevis i varemerke- og markedsføringsrett og er utgitt på Gyldendal Akademisk Forlag. Monica Viken er Associate Dean for Bachelorstudiet i forretningsjus og økonomi og er ansvarlig for en rekke kurs innen juridiske emner på BI. Hun underviser og forsker i immaterialrett, markedsføringsrett, eiendomsmeglingsrett, kjøpsrett og kontraktsrett. Hun er også medredaktør for Tidsskrift for forretningsjus. I Digitization and Diversity prosjektet er hun med på arbeidspakken om film, med fokus på opphavsrett.

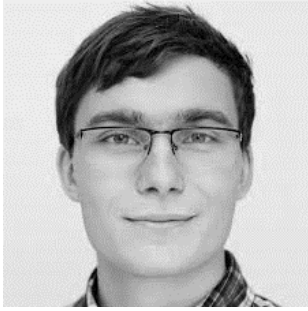


Valentina Moreno

Vitenskapelig assistent

Postdoktor i prosjektet,
Handelshøyskolen BI

Moreno er tilknyttet Institutt for kommunikasjon og kultur på BI, Centre for Creative Industries. Hun har en mastergrad i rettsvitenskap fra Universitetet i Bergen med spesialisering i immaterialretten, samt en bachelorgrad i Creative Industries Management fra Handelshøyskolen BI. I prosjektet jobber hun blant annet med analyse av surveys. Hun har vært tilknyttet prosjektet siden oktober 2018 og deltar i flere av delprosjektene.



Øyvind Torp

tidligere forsker i prosjektet

Øyvind Torp var tilknyttet forsker ved Handelshøyskolen BIs Centre for Creative Industries (BI:CCI) og jobbet med økonomiskadministrativ kartlegging, utredning, forskning, analyse og evaluering innenfor kreativ næring. Torp er utdannet fra Handelshøyskolen BI med Bachelorgrad i Kultur og ledelse og MSc i Strategisk markedsføringsledelse.

6. Publikasjoner, presentasjoner og formidling

6.1. Vitenskapelig publikasjoner

Eidsvold-Tøien, Irina & Viken, Monica. 2019. Hvor effektive er de norske opphavsrettslige håndhevingsregler? *NIR : Nordiskt immateriellt rättsskydd*, 40(3), 318-356

Gaustad, Terje. 2017. [Det smale mangfoldet: kinomarkedet etter digitaliseringen](https://www.idunn.no/pof/2017/02/det_smale_mangfoldet_kinomarkedet_etter_digitaliseringen). Oslo: Praktisk økonomi og finans, 2(33), 203-219. Hentet fra https://www.idunn.no/pof/2017/02/det_smale_mangfoldet_kinomarkedet_etter_digitaliseringen

Gaustad, Terje; Gran, Anne-Britt & Torp, Øyvind (2020). Digitizing local cinema: Lessons on diversity from Norway. I Rajala, Anne; Lindblom, Daniel & Stocchetti, Matteo (Reds) *The Political Economy of Local Cinema: A Critical Introduction*. Peter Lang Publishing Group.

Gaustad, Terje & Eidsvold-Tøien, Irina. Economic Consequences of Nuances in National Implementation of International Law. Forthcoming.

Gran, Anne-Britt & Gaustad, Terje. The Unintended Consequences of Digitizing Movie Theatres for Diversity. Forthcoming.

Gaustad, Terje & Gran, Anne-Britt. «Digitalisering av norske kinoer – blockbusters og nytt mangfold», kommer i antologien *Mangfold i spill* på Universitetsforlaget (red. Gran og Røssaak).

6.2. Presentasjoner på konferanser og formidling

Gaustad, Terje & Eidsvold-Tøien, Irina. 2019. Economic Consequences of Nuances in National Implementation of International Law. The Society for Economic Research on Copyright Issues Annual Congress. Montpellier. 8-9.7.2019

Gaustad, Terje & Torp, Øyvind. 2018. Kinomarkeder i endring; digitalisering og konkurranse. Seminar i samarbeid med Film & Kino og Den Norske Filmfestivalen, 19. august 2018 i Haugesund.

Gaustad, Terje. 2018. The Winner Takes It All? Tromsø International Film Festival (TIFF). Åpningskonferansen. 15.1.2018

Gaustad, Terje & Torp, Øyvind. 2017. Det smale mangfoldet. Seminar i samarbeid med Film & Kino og Den Norske Filmfestivalen, 20. august 2017 i Haugesund.

Gaustad, Terje & Torp, Øyvind. 2017. Det smale filmmangfoldet. Kronikk i *Dagsavisen*, 19. september 2017.

Tøien, Irina Eidsvold. Kunstnerne har grunn til bekymring. Kronikk i *Dagens Næringsliv*, 11. mai. 2017.

Tøien, Irina Eidsvold & Irgens-Jensen, Harald. 2017. Nyheter på opphavsrettsområdet siden sist. Det årlige opphavsrettskurset; Park hotell, Sandefjord 9. mars 2017.

Tøien, Irina Eidsvold. 2017. «Hva er vitsen med opphavsrett!» Bogstadtanken. Samfunn og fag; 17. februar 2017.

Tøien, Irina Eidsvold. 2017. «Norsk rett 2015-2017», Nordisk opphavsrettssymposium; Helsinki, 6.-9. september 2017.

7. Vedlegg 2 - Feilmarginer

	Prosentresultat									
	5,00 %	10,00 %	15,00 %	20,00 %	25,00 %	30,00 %	35,00 %	40,00 %	45,00 %	50,00 %
Utvalgsstørrelse										
25	8,50 %	11,80 %	14,00 %	15,70 %	17,00 %	18,00 %	18,70 %	19,20 %	19,50 %	19,60 %
50	6,00 %	8,30 %	9,90 %	11,10 %	12,00 %	12,70 %	13,20 %	13,60 %	13,80 %	13,90 %
75	4,90 %	6,80 %	8,10 %	9,10 %	9,80 %	10,40 %	10,80 %	11,10 %	11,30 %	11,30 %
100	4,30 %	5,90 %	7,00 %	7,80 %	8,50 %	9,00 %	9,30 %	9,60 %	9,80 %	9,80 %
150	3,50 %	4,80 %	5,70 %	6,40 %	6,90 %	7,30 %	7,60 %	7,80 %	8,00 %	8,00 %
200	3,00 %	4,20 %	4,90 %	5,50 %	6,00 %	6,40 %	6,60 %	6,80 %	6,90 %	6,90 %
250	2,70 %	3,70 %	4,40 %	5,00 %	5,40 %	5,70 %	5,90 %	6,10 %	6,20 %	6,20 %
300	2,50 %	3,40 %	4,00 %	4,50 %	4,90 %	5,20 %	5,40 %	5,50 %	5,60 %	5,70 %
400	2,10 %	2,90 %	3,50 %	3,90 %	4,20 %	4,50 %	4,70 %	4,80 %	4,90 %	4,90 %
500	1,90 %	2,60 %	3,10 %	3,50 %	3,80 %	4,00 %	4,20 %	4,30 %	4,40 %	4,40 %
600	1,70 %	2,40 %	2,90 %	3,20 %	3,50 %	3,70 %	3,80 %	3,90 %	4,00 %	4,00 %
700	1,60 %	2,20 %	2,60 %	3,00 %	3,20 %	3,40 %	3,50 %	3,60 %	3,70 %	3,70 %
800	1,50 %	2,10 %	2,50 %	2,80 %	3,00 %	3,20 %	3,30 %	3,40 %	3,40 %	3,50 %
900	1,40 %	2,00 %	2,30 %	2,60 %	2,80 %	3,00 %	3,10 %	3,20 %	3,30 %	3,30 %
1000	1,40 %	1,90 %	2,20 %	2,50 %	2,70 %	2,80 %	3,00 %	3,00 %	3,10 %	3,10 %
1200	1,20 %	1,70 %	2,00 %	2,30 %	2,50 %	2,60 %	2,70 %	2,80 %	2,80 %	2,80 %
1400	1,10 %	1,60 %	1,90 %	2,10 %	2,30 %	2,40 %	2,50 %	2,60 %	2,60 %	2,60 %
1600	1,10 %	1,50 %	1,70 %	2,00 %	2,10 %	2,20 %	2,30 %	2,40 %	2,40 %	2,50 %
1800	1,00 %	1,40 %	1,60 %	1,80 %	2,00 %	2,10 %	2,20 %	2,30 %	2,30 %	2,30 %
2000	1,00 %	1,30 %	1,60 %	1,80 %	1,90 %	2,00 %	2,10 %	2,10 %	2,20 %	2,20 %

8. Referanser

Eidsvold-Tøien, Irina & Viken, Monica. 2019. Hvor effektive er de norske opphavsrettslige håndhevingsregler? *NIR : Nordiskt immateriellt rättsskydd*, 40(3), 318-356

Gaustad, Terje; Gran, Anne-Britt & Torp, Øyvind (2020). Digitizing local cinema: Lessons on diversity from Norway. I Rajala, Anne; Lindblom, Daniel & Stocchetti, Matteo (Eds) *The Political Economy of Local Cinema: A Critical Introduction*. Peter Lang Publishing Group.

Gaustad, Terje, Grünfeld, Leo A., Engelstad, Audun, Dombu, Siri Voll, Flesche, Bjørn I. & Lind, Lars H. (2019). *Evaluering av tilskuddsordningene på filmområdet*. Rapport 97/2019. Oslo: Menon Economics

Gaustad, Terje, Theie, Marcus Gjems., Eidsvold-Tøien, Irina, Torp, Øyvind, Gran, Anne-Britt & Espelien, Anne (2018). *Utredning av pengestrømmene i verdikjeden for norske filmer og serier*. Rapport 5/2018. Oslo: Menon Economics.

SSB 2017. Norsk kulturbarometer 2016.