

ARBETSRAPPORT NR 56
1996

Jakten på den försvinnande publiken

Om besök och besökare på
svenska biografer

Marina Ghersetti

ARBETSRAPPORT NR 56
1996

Jakten på den försvinnande publiken

Om besök och besökare på
svenska biografer

Marina Ghersetti

ARBETSRAPPORT NR 56
1996

Jakten på den försvinnande publiken

Om besök och besökare på
svenska biografer

Marina Ghersetti

INNEHÅLL

	sida:
Figur- och tabellförteckning	5
1 Inledning	7
2 Den svenska biopubliken 1956 till 1995	7
3 En publik i förändring	10
3.1 Biopubliken — förändringar under senare år	10
3.2 De flesta går på bio, men sällan	12
3.3 Vad styr biobesöken — en förklaringsmodell	13
4 Var finns närmaste biograf?	14
4.1 Stortadsbor flitigaste biobesökarna	14
5 Biobesök: Livsform och livssituation	16
5.2 Kvinnor som män	16
5.3 Ungdomar minskar sina biobesök	17
5.4 Utbildning och klasstillhörighet	19
5.5 Ekonomi och biobesök	21
6 Filmutbudet	22
6.1 Repertoarens betydelse	22
7 Inflytande från andra medier	24
7.1 En integrerad filmmarknad	24
7.2 Konkurrens från andra filmmedier	24
8 En fråga om livsstil?	26
8.1 Biografbesök och andra fritidsintressen	26
8.2 Biobesök som livsstil	26
8.3 En fördjupad bild	28
9 Sammanfattning	29
Bilaga 1	33
Litteraturförteckning	35

FIGUR- OCH TABELLFÖRTECKNING

	sida:
Figur 2.1: Antal biobesök per år 1956 - 1993/94 (miljoner)	6
Figur 2.2: Antal visade filmer 1963/64 - 1993/94	6
Figur 2.3: Andel av befolkning som har tillgång till videobandspelare i hemmet 1978 - 1994	7
Tabell 2.1: Filmtittande en genomsnittlig dag 1994	7
Tabell 3.1.1: SOM-undersökningarna 1988, 1991, 1994, procent	9
Tabell 3.2.1: Biobesök, detaljerad översikt 1988 - 1994, svenskar 15 - 75 år	10
Figur 3.2.1: Biobesök, övergripande grupper 1988 - 1994, svenskar 15 - 75 år	10
Figur 3.3.1: Förklaringsfaktorer	11
Figur 4.1.1: Antal biografialonger 1984/85 - 1993/94	12
Figur 4.1.2: Biobesök i förhållande till bostadsort 1988, 1991, 1994, procent	13
Figur 5.1.1: Biobesök fördelade på kön, procent	14
Figur 5.1.2: Biobesök för män respektive kvinnor som gått ofta på bio, efter bostadsort, procent	15
Tabell 5.2.1: Biobesök i förhållande till ålder, procent	16
Tabell 5.2.2: Biobesök bland de som går ofta i förhållande till ålder och bostadsort, procent	16
Tabell 5.2.3: Effekt av kön, ålder och bostadort på biobesök, procent	17
Figur 5.3.1: Biobesök efter utbildningsgrad, procent	18
Tabell 5.3.1: Biobesök i förhållande till subjektiv klasstillhörighet, procent	19
Figur 5.4.1: Biobesök i förhållande till ekonomisk situation, procent	20
Tabell 6.1.1: Publiktoppen för 1988, 1991, 1994	21
Figur 7.2.1: Antal uthyrda videokassetter (tusental)	22
Figur 7.2.2: Andel som ofta hyr videofilm, i förhållande till ålder	23
Tabell 8.2.1: Fyra huvudgrupper av fritidsaktiviteter 1988 och 1994	24
Tabell 8.3.1: Fem huvudgrupper av fritidsaktiviteter 1994	26
 <u>Bilaga 1:</u>	
Tabell A: Besöksfrekvens bio	31
Tabell B: Besöksfrekvens bio i förhållande till storlek på bostadsorten 1994	31

1 INLEDNING

Ett hundra år har gått sedan biograffilmen kom till Sverige. Hundra år av underhållning, förströelse och verklighetsflykt men också av konstnärliga utmaningar, bildning, fostran och samtidsorientering. Filmens roller och funktioner har varit många och omväxlande — både för den enskilde biografbesökaren och i ett samhälleligt perspektiv.

Biograffilmen kom i en tid av stora samhälleliga förändringar. Industrialismen blomstrade och en ny befolkningsstruktur växte fram. Nya samhällsklasser med nya levnadsvanor, ändrade ekonomiska förutsättningar och behov av fritidsnöjen skapade en efterfråga på billig, massfabrikerad underhållning. Från första stund hittade biograffilmen sin största publik i en växande industriarbetarklass. En klass som under det kommande seklet skulle utsättas för och genomgå många omvälvande och snabba förändringar.

Betydelsen av samhällsutvecklingen och de förändringar denna medfört för biograffilmen i Sverige och den svenska filmindustrin har beskrivits och dokumenterats utomordentligt av ett flertal författare; Leif Furhammar, Joel Olsson och Rune Waldekrantz är endast några namn. Mindre uppmärksamhet har dock ägnats den svenska biografpubliken. Kanske kan detta bero på att inget behov fanns av att studera eller analysera vilka som gick på bio, när och på vilka filmer så länge tillströmningen var riklig och biografalongerna välfyllda. Med en ständigt minskande publik har dock dessa frågor blivit allt mer aktuella, framför allt för filmindustrin och biografägarna, men även ur ett sociologiskt och kulturellt perspektiv.

Syftet med denna rapport är därför att översiktligt kartlägga dagens biopublik. Hur många svenskar går på bio och hur ofta? Vilka individuella förutsättningar och omständigheter påverkar människors biovanor? Hur ser den svenska biopubliken ut? Finns exempelvis skillnader mellan kvinnors och mäns biovanor, mellan äldre och yngre besökare, mellan stadsbor och landsortsbefolkning? Mot bakgrund av den ihållande och kraftiga nedgången i biobesöken kan det dessutom vara både intressant och relevant att se om och i så fall vilka förändringar som inträffat i publikens sammansättning. Rapporten bygger därför på jämförande tidsstudier.

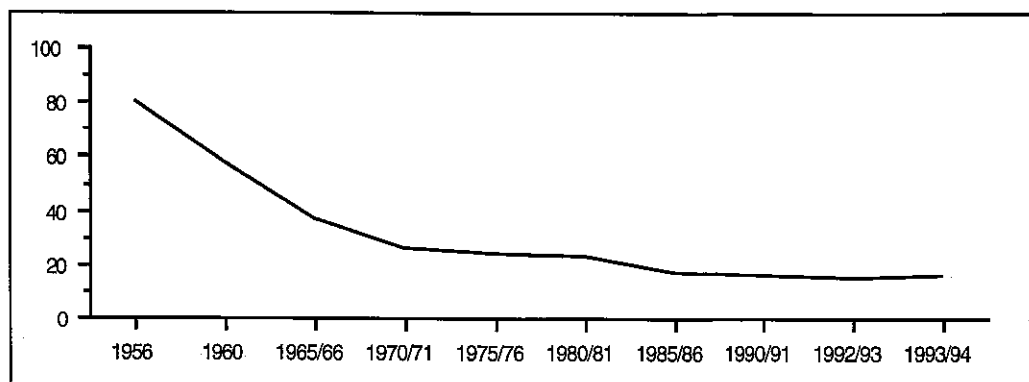
En kort redovisning av vad som utmärkt biopubliken i Sverige under efterkrigstiden ges i nästa avsnitt. I avsnitt tre presenteras den förklaringsmodell som ligger till grund för analysen, samt det undersökningsmaterial som använts. Resultatredovisningen börjar med att analysera ett antal individuella faktorer som kan tänkas vara av betydelse för publikens biobesök. Även alternativa och konkurrerande filmmediers betydelse diskuteras. Analysen avslutas med att anknyta biografbesök till individuella livsstilsformer.

2 DEN SVENSKA BIOPUBLIKEN 1956 TILL 1995

1956 prisbelönades Ingemar Bergman på filmfestivalen i Cannes för sin film *Sommarnattens leende*, Federico Fellinis film *La Strada* kom till Sverige och 80 miljoner svenskar gick på bio. Fler biografer byggdes än någonsin tidigare sedan andra världskrigets utbrott (Furhammar 1991). Aldrig förut hade så många gått på bio i Sverige under ett och samma år. Det skulle inte heller komma att upprepas. 1956 inträffade inte endast femtitalets publikrekord utan också startpunkten för en mycket dramatisk och ihållande nedgång för biografbesök i Sverige.

Året därpå, 1957, introducerades reguljära TV-sändningar i Sverige. Det nya mediet expanderade i samma rasande takt som biobesöken minskade. 1963 hade 1,8 miljoner svenskar skaffat sig TV-licens. Samtidigt hade antalet biobesök halverats till 40 miljoner (Björkegren 1994).

Figur 2.1: Antal biobesök per år 1956 - 1993/94 (miljoner)



Källa: Reimer 1995

Under 60-, 70- och 80-talen fortsatte den ständiga minskningen av publiksiffrorna och den svenska biografbranschens ekonomiska problem tilltog. Statliga stödåtgärder sattes in bland annat i form av en sänkning av biografbiljetternas nöjesskatt och inrättandet av Svenska Filminstitutet 1963. Institutet finansierades genom en avgift på tio procent av bruttobiljettintäkterna från biografier med dagliga föreställningar. Ur dessa insamlade medel delades efterhandsstöd ut, i direkt proportion till en films biljettintäkter, samt förlusttäckningsbidrag till konstnärligt värdefull film.

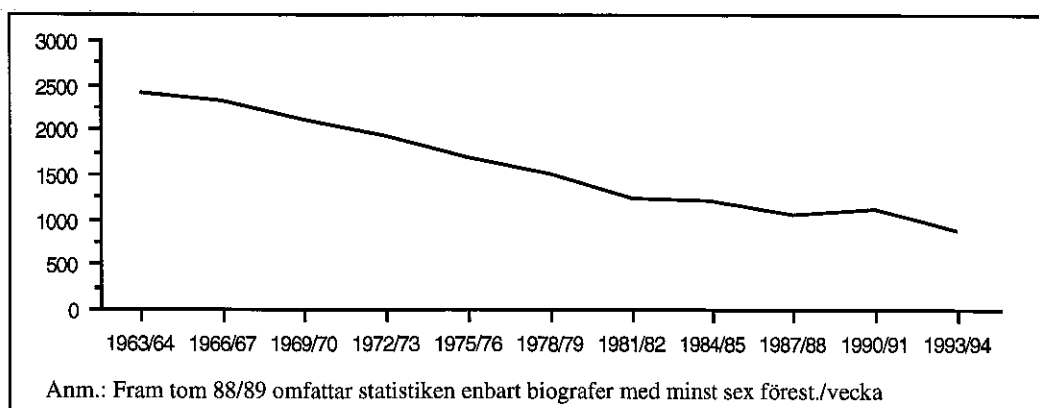
Den minskande publiktillströmningen drabbade inte enbart biografägarna utan även den svenska filmproduktionen. Från Svenska Filminstitutets sida gjordes därför en medveten satsning på ekonomiskt stöd till produktion av kvalitetsfilm. Regissörer som Ingemar Bergman, Jan Troell och Bo Widerberg var de stora mottagarna av denna form av stöd.

Den svenska filmens marknadsandelar av den svenska biopubliken sjönk dock obönhörligt under hela 60-talet och merparten svenska filmer gick med förlust. De flesta kassasuccéerna var utländska filmer, flertalet med amerikanskt ursprung.

Vid början av 70-talet var publiksiffrorna nere i 26 miljoner, en minskning med 68 procent jämfört med toppåret 1956. Biljettpriserna höjdes och repertoaren anpassades allt mer till den ungdomspublik som förblivit biograffilmen trogen sedan 50-talet, då den drogs till stjärnor som James Dean, Marilyn Monroe, Marlon Brando och Elvis Presley.

1972 förnyades filmbranschens avtal med staten. De sjunkande publiksiffrorna hade då kraftigt reducerat möjligheterna till produktionsstöd. Dessutom försvann den breda publikfilmens möjligheter till stöd genom att det publikrelaterade efterhandsstödet avskaffades.

Figur 2.2: Antal visade filmer 1963/64 - 1993/94



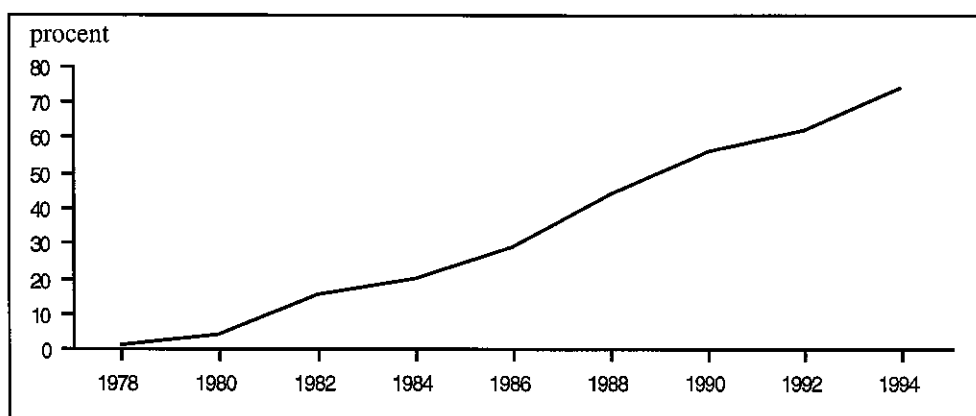
Källa: Svenska Filminstitutets verksamhetsberättelser (bearbetning)

De sjunkande publiksiffrorna följdes av en nedläggning av biograflokaler. Biografbranschens utbud riktades alltmer in på vissa publikgrupper och på breda filmer som kunde förväntas dra en stor publik. Antalet filmer som visats per år i Sverige har kännetecknats av en ihållande minskning.

Nya publikframgångar för den svenska filmen kom först mot slutet av 70-talet då Lasse Åberg återupplivade den svenska lustspelstraditionen med filmerna *Repmånad* (1979) och *Sällskapsresan* (1980). De båda filmerna fick publiksiffror på drygt 1,5 respektive 2 miljoner åskådare. I övrigt dominerade amerikanska actionkomedier biorepertoaren, ett mönster som kom att bestå även framledes.

Med 80-talet introducerades ytterligare ett nytt medium som tillsammans med biograferna hårt konkurrerade om den filmintresserade publiken, nämligen videomediet. När marknaden av hyrvideofilm började växa fram i början av 80-talet blev videon för många en hembiograf. 1994 hade 70 procent av svenska befolkningen tillgång till en videobandspelare i bostaden.

Figur 2.3: Andel av befolkningen som har tillgång till videobandspelare i hemmet 1978-1994



Källa: Carlsson och Anshelm 1995

Under senare hälften av 80-talet utökades antalet konkurrenter om filmpubliken. De nationella TV-kanalernas filmutbud mångdubblades och med avregleringen av TV-marknaden startades satellitdistribuerade filmkanaler. Svensk TV-publik kunde 1993 ta emot elva långfilmskanaler, åtta av dessa distribuerade genom kabelnät (Findahl 1995). Samtidigt började marknaden för köpfilm snabbt växa (Anshelm 1995). Biografbesöken sjönk från 20 miljoner till 15 miljoner under 80-talet.

Tabell 2.1: Filmtittande en genomsnittlig dag 1994

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	14-19	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Bio	1	1	1	1	2	1	0	0	0	1	2
Hyrvideofilm	3	4	2	6	8	4	1	0	1	4	3
Köpvideofilm	2	2	1	5	3	2	0	0	0	2	2
Filmkanal	5	7	3	10	10	6	3	0	4	5	3
Andel som besökt bio en genomsnittsmånad	25	24	25	42	55	28	15	4	10	3	36

Källa: Mediebarometer 1994

Säsongen 1992/93 var det sämsta publikåret någonsin för biograferna i Sverige. För första gången kröp antalet besök under 15 miljonersträcket. Under den påföljande säsongen vände emellertid den nedåtgående kurvan, och en ökning av biobesöken på drygt elva procent kunde konstateras för 93/94.

3 EN PUBLIK I FÖRÄNDRING

3.1 Biopubliken — förändringar under senare år

För att kunna uppnå kunskap om de långsiktiga förändringar som inträffat i publikens sammansättning, krävs tillgång till uppgifter om utvecklingen inom olika publikgrupper. Den svenska biopubliken är naturligtvis inte homogen, utan rymmer inom sig en stor variation vad gäller intresse för, tillgängligheten till och möjlighet att ta del av biograffilm. Olika publikgrupper har således olika kvaliteter, olika karaktärer. Dessa egenskaper blir tillgängliga genom detaljerade frågeundersökningar. Genom att statistiskt kombinera uppgifter om publikens individuella egenskaper, som exempelvis kön, ålder och inkomst, med uppgifter om fritidsintressen och fritidsaktiviteter kan man få en bild av hur publiken fördelar sig över att antal mindre grupper av olika karaktär.

Undersökningens syfte är således att beskriva sammansättningen i den svenska biopubliken, om denna har förändrats över tid och i så fall hur. Ett flertal tidigare undersökningar har tagit fasta vid volymen i biobesöken, dvs hur stor publiken har varit, antingen för en genomsnittlig dag eller för något längre tidsperioder. (Jmf. exempelvis Mediebarometer 1994, Carlsson och Anshelm 1995.) Ambitionen i denna rapport är att dessutom studera kvaliteter hos publiken, att försöka få kunskap om dess karaktär.

Värdet i tidsmässiga jämförelser ligger naturligtvis i att kunna kartlägga om och när förändringar inträffat samt hur dessa förändringar ser ut. Beroende på tidsstudiens omfång kan ibland även indikationer ges om förändringarnas art, dvs om resultaten pekar på ihållande tendenser eller mer tillfälliga skiftningar.

För att kunna spåra eventuella förändringar i biopubliken kommer jämförelser att göras mellan mätningar utförda vid tre olika tillfällen. Det statistiska material som framtagits särskilt för denna rapport är hämtat från SOM-undersökningarna 1988, 1991 och 1994. Undersökningarna är ett samarbete mellan Institutionen för journalistik och masskommunikation, Förvaltningshögskolan och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Riks-SOM är en nationell frågeundersökning som genomförts varje år, med början 1986, med ett representativt urval av den svenska befolkningen. Varje undersökning har genomförts med nästan identiska förutsättningar vilket möjliggör goda jämförelser mellan åren. Undersökningen utgår från ett formulär med frågor som bland annat rör människors konsumtion av och attityder till massmedier samt frågor kring fritidsvanor och -intressen. I frågeformuläret registreras även individuella bakgrundsegenskaper som exempelvis kön, ålder, utbildning och ekonomisk situation (Rönström 1995).

Underlaget för föreliggande rapport är personer mellan 15 och 75 år som är bosatta i Sverige. Frågeundersökningen har under samtliga tre år genomförts under månaderna oktober och november och baseras på tolv månaders perioder. I rapporten dras vid flera tillfällen paralleller mellan SOM-materialet och statistiska uppgifter från Svenska Filminstitutet. De sistnämnda baseras på säsongsvisa mätningar, dvs tolv månaders perioder som inkluderar en höst- och en

vårsäsong. Mätperioderna för de två typerna av data är således inte identiska. När paralleller dras, görs detta endast i syfte att visa på tendenser. Direkta jämförelser görs inte.

Tabell 3.1.1 presenterar en sammanställning över hur många som besvarat de frågor som ingår i SOM-undersökningarna samt hur svaren fördelar sig procentuellt på olika frågor.

Tabell 3.1.1: SOM-undersökningarna 1988, 1991 och 1994, procent

		Besöker bio: 1988	1991	1994		Besöker bio: 1988	1991	1994		
Biobesök	nästan aldrig	58	58	59	Utbildning	nästan aldrig	77	76	78	
	ibland	27	28	27		ibland	16	17	15	
	ofta	15	14	14		ofta	7	7	6	
	<i>antal</i>	1512	1499	1473		<i>antal</i>	586	603	521	
Bostadsområde					Medelhög	nästan aldrig	53	53	60	
	Landsbygd	nästan aldrig	69	67		73	ibland	34	30	28
	ibland	22	24	20		ofta	13	17	12	
	ofta	9	9	7		<i>antal</i>	426	414	280	
Tätort	nästan aldrig	58	61	64	Hög	nästan aldrig	39	37	41	
	ibland	26	26	24		ibland	35	41	38	
	ofta	16	13	12		ofta	26	22	21	
	<i>antal</i>	532	565	531		<i>antal</i>	487	462	562	
Stad	nästan aldrig	53	50	50	Privatekonomi	Förbättrats	nästan aldrig	44	44	45
	ibland	31	32	32		ibland	32	33	35	
	ofta	17	18	18		ofta	24	23	21	
	<i>antal</i>	695	643	676		<i>antal</i>	433	339	287	
Kön					Samma	nästan aldrig	64	61	63	
	Kvinnor	nästan aldrig	58	57		58	ibland	25	27	25
	ibland	28	30	28		ofta	11	12	12	
	ofta	14	14	14		<i>antal</i>	776	773	724	
Män	nästan aldrig	57	59	61	Försämrats	nästan aldrig	63	61	63	
	ibland	27	26	26		ibland	26	27	26	
	ofta	16	15	13		ofta	11	12	11	
	<i>antal</i>	721	782	735		<i>antal</i>	277	371	447	
Ålder					Subjektiv klasstillhörighet	Arbetsfamilj	nästan aldrig	62	63	66
	15-24 år	nästan aldrig	10	13		17	ibland	24	25	24
	ibland	40	34	47		ofta	14	12	10	
	ofta	51	53	36		<i>antal</i>	686	623	598	
25-44 år	nästan aldrig	55	53	54	Jordbrukarfamilj	nästan aldrig	78	78	85	
	ibland	35	37	33		ibland	18	13	8	
	ofta	11	10	13		ofta	5	9	6	
	<i>antal</i>	602	533	530		<i>antal</i>	67	69	48	
45-64 år	nästan aldrig	80	75	74	Tjänstemannafamilj	nästan aldrig	57	58	52	
	ibland	18	22	19		ibland	27	30	33	
	ofta	2	3	7		ofta	16	13	15	
	<i>antal</i>	420	482	498		<i>antal</i>	411	368	401	
65-75 år	nästan aldrig	94	88	87	Högre tjänstemanna-/ akademikerfamilj	nästan aldrig	35	39	44	
	ibland	6	10	9		ibland	45	41	33	
	ofta	0	2	5		ofta	20	20	23	
	<i>antal</i>	183	210	209		<i>antal</i>	173	179	181	
					Egen företagare	nästan aldrig	58	61	63	
				ibland		32	27	22		
				ofta		11	12	15		
				<i>antal</i>		120	164	121		

3.2 De flesta går på bio, men sällan

En av de många frågorna i SOM-undersökningarna tar fasta på om och hur ofta man går på bio. Frågan avser biobesök under de senaste tolv månaderna. Svarsalternativen möjliggör en ganska detaljerad översikt av de svarandes biovanor.

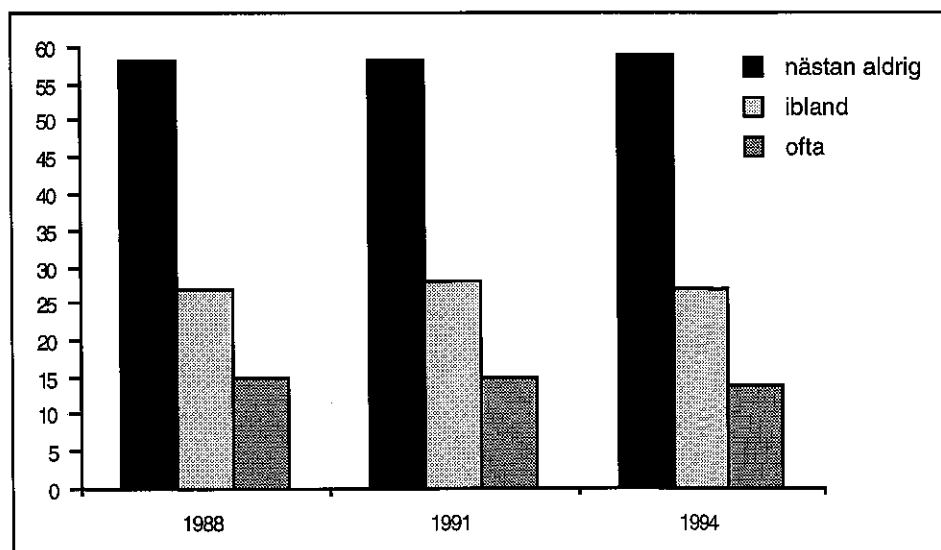
Tabell 3.2.1: Biobesök, detaljerad översikt 1988 - 1994, svenskar 15 - 75 år, procent

	1988	1991	1994
Ingen gång	41	38	39
Någon gång under året	17	20	20
Någon gång i halvåret	12	14	12
Någon gång i kvartalet	15	14	14
Någon gång i månaden	12	12	12
Någon gång i veckan	2	2	2
Flera gånger i veckan	1	0	0
Summa:	100	100	99
Antal	1512	1499	1473

En dryg tredjedel, 39 procent, av svenskarna gick 1994 överhuvudtaget inte på bio, endast två procent gick minst en gång i veckan. Siffrorna är nästan identiska med dem för 1991 och 1988, även om det skett en svag minskning inom den grupp som aldrig gått på bio under det senaste året. Denna minskning motsvarar troligtvis de stigande publiksiffrorna för 1993/94 som redovisats i tabell 2.1. De flesta svenskar som går på bio verkar dock begränsa sig till några få besök om året; någon gång i halvåret eller i kvartalet.

I den fortsatta framställningen samlas de ovanstående sju intervallen på hur ofta man går på bio i tre mer övergripande grupper, nämligen nästan aldrig (aldrig, någon gång under året), ibland (någon gång i halvåret, någon gång i kvartalet) och ofta (minst någon gång i månaden). De innebär givetvis grövre mått på biobesök än de sju ursprungliga, men medför samtidigt fördelen att inom sig inkludera tillräckligt många personer för att de uppgifter som redovisas skall vara statistiskt giltiga och representativa.

Figur 3.2.1: Biobesök, övergripande grupper 1988 - 1994, svenskar 15 - 75 år, procent



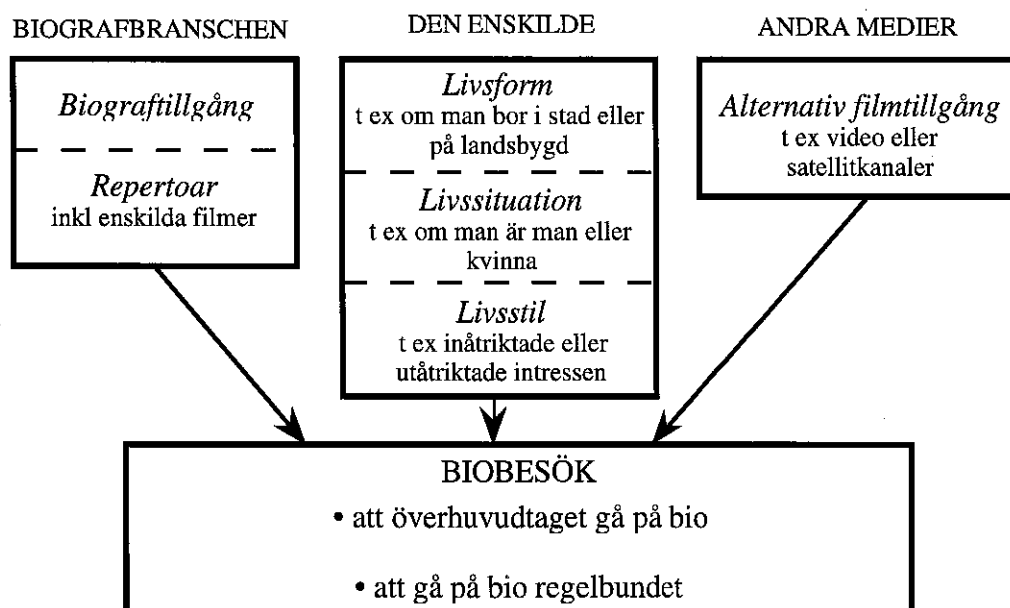
Med dessa tre nya grupper som utgångspunkt finner man att 60 procent av den svenska befolkningen 1994 under de senaste tolv månaderna nästan aldrig gått på bio. En knapp tredjedel hade gått på bio ibland under samma år; med andra ord någon gång i halvåret eller i kvartalet. Endast 14 procent gick minst någon gång i månaden eller oftare. En nästan identisk fördelning av biobesöken framträder i den undersökning av besöksfrekvens på bio som undersökningsföretaget Infratest Burke AB tagit fram för 1994 (se tabell A i bilaga 1). Mot bakgrund av att den senare undersökningen gjorts via telefonintervjuer, och materialet alltså samlats in med en annan metod än SOM-materialet, måste tillförlitligheten i den besöksfrekvens som framtagits här anses vara mycket hög.

Mellan åren 1988 och 1994 har inga större förändringar inträffat vad gäller svenskarnas benägenhet att se film på biograf. Andelarna som nästan aldrig, ibland eller ofta gått på bio är så gott som identiska mellan de tre jämförda åren.

3.3 Vad styr biobesöken — en förklaringsmodell

Ett antal olika faktorer styr givetvis människors benägenhet att gå på biograf för att se film. Dessa kan dels sammanhänga med egenskaper hos den svenska biografbranschen, dels med egenskaper hos den enskilde individen och dels med egenskaper hos övriga filmmedier som publiken kan ha tillgång till.

Figur 3.3.1: Förklaringsfaktorer



En första förutsättning för biografbesök är naturligt nog tillgång till biografier och biograf-film. Om det geografiska avståndet mellan publiken och utbudet blir för stort ökar sannolikheten kraftigt för att publiken hellre gör något annat än att gå på bio. Den första gruppen av faktorer kan således sägas vara förknippade med egenskaper hos *biografbranschen*.

Till de faktorer som sammanhänger med den enskilde individen kan man dels räkna hans eller hennes *livsform*. Med livsform menas här faktorer som exempelvis utbildning, ekonomisk situation, bostadsort och klasstillhörighet. Dessa är några faktorer som utifrån den enskildes roll

i produktionen, hans grad av inflytande, hans kulturella och ekonomiska tillgångar avgör individens position i den givna samhällsstrukturen. (Jmf. Lööv och Miegel 1990.)

Till individuella faktorer måste även räknas kön och ålder, vilka utgör vad man kan kalla individens *livssituation*. Här avses inte kön och ålder i biologisk mening, utan snarare faktorernas sociala betydelse för individen. Faktorn kön skall således tolkas i egenskap av de könsroller den manifesteras i och faktorn ålder i egenskap av hur den styr en persons livscykel. Kön och ålder skall alltså uppfattas som faktorer vilka påverkar individens sociala roller och därmed också möjligheter och beteende.

Tillsammans är både livssituation och livsform avgörande för den *livsstil* individen väljer. Begreppet livsstil är mycket mångfasetterat och syftar bland annat till hur individen bemöter verkligheten och lever sitt liv, hur han utvecklar och uttrycker sin personlighet och identitet samt hans relationer till andra människor och grupper i samhället (Lööv och Miegel 1990). Denna rapport tar fasta vid hur livsstilen kommer till uttryck genom de mindre pliktfyllda aktiviteter en person ägnar sig åt på sin fritid. Livsstilen är ingen konstant företeelse, utan kan variera eller ändras beroende på förändringar i livsformen eller i livssituationen.

En tredje grupp faktorer är slutligen förknippade med de *övriga medier* som finns tillgängliga för publiken, som hyrvideo, köpvideo eller televisionens filmkanaler. Dessa medier skiljer sig från biograffilmen på framför allt två avgörande sätt. För det första till formatet; en TV-skärm kan svårligen mäta sig med biodeuken när det gäller kvalitet i ljud och bild. För det andra är både television och video medier man utnyttjar i hemmen, medan biograffilmen kräver av publiken att den förflyttar sig ut i en offentlig miljö. Ur publikens synsätt har således de båda typerna av filmmedier sina för- och nackdelar. Biograffilmen lockar med sitt större och bättre format. Televisionen och videofilmen lockar med hemmiljön.

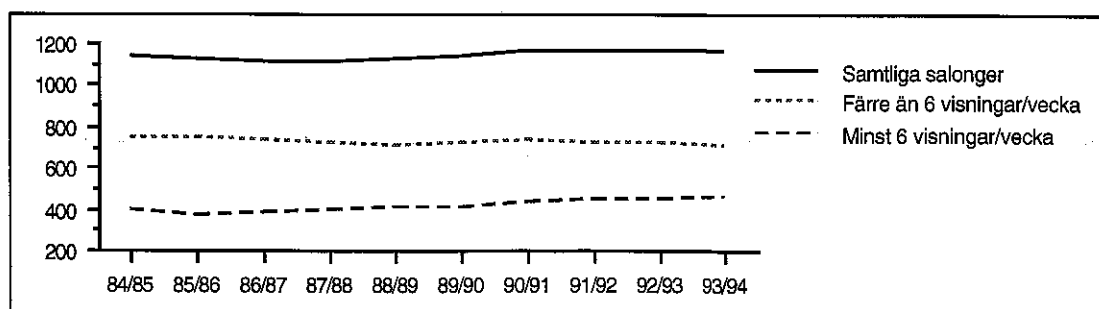
I den fortsatta framställningen kommer de skisserade faktorernas betydelse för biografbesöken att analyseras. Samtliga faktorer antas påverka den enskilde individens filmintresse och biobesök, antingen var och en för sig eller i samspel.

4 VAR FINNS NÄRMASTE BIOGRAF?

4.1 Storstadsbor flitigaste biobesökarna

Några av faktorerna ovan sammanhänger med varandra på ett uppenbart sätt. Storleken på en persons bostadsort har naturligtvis samband med antalet biografialonger och därmed filmutbudet han eller hon har tillgång till, och sannolikt även med tillgången till hyr- och köpvideokassetter.

Figur 4.1.1: Antal biografialonger 1984/85 - 1993/94



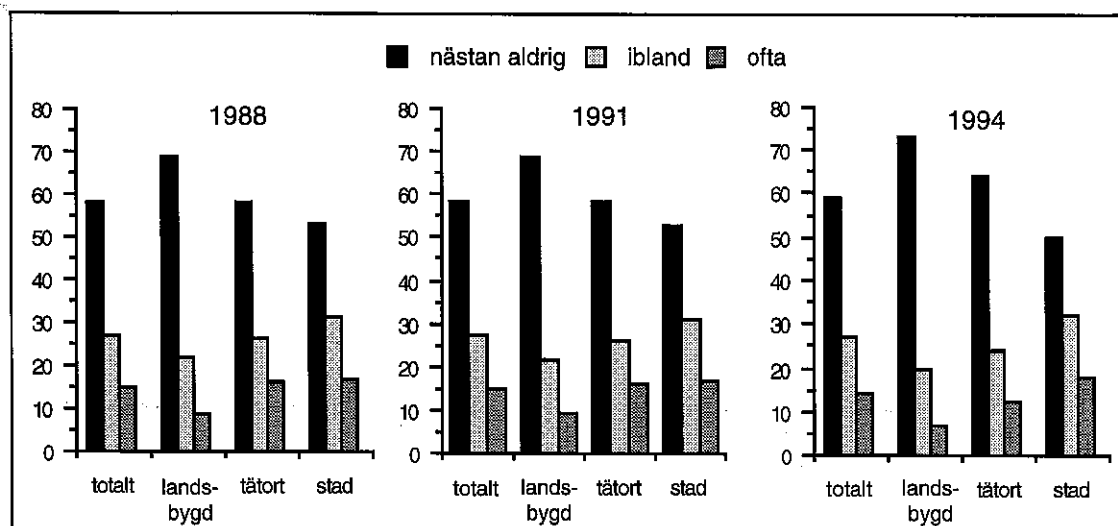
Källa: Svenska Filminstitutets verksamhetsberättelser (bearbetning)

Biosäsongen 1993/94 fanns det i Sverige 1.163 biografialonger. Av dessa utgjordes 39 procent av så kallade avgiftspliktiga biografialonger, dvs salonger med minst sex föreställningar per vecka. I merparten av salongerna visades alltså film högst fem gånger per vecka.

Vid en internationell jämförelse är Sverige idag Europas biografialtaste land, mätt i antal invånare per biografialong (Heurling 1993). Det totala antalet biografialonger har emellertid sjunkit i takt med den minskande publik tillströmningen. Antalet var som lägst 1987/88 med 1.112 salonger. Som en jämförelse kan nämnas att vi i Sverige hade omkring dubbelt så många säsongen 1963/64, nämligen 2.157 salonger.

Jämför man de avgiftspliktiga biografialongernas antal med de icke-avgiftspliktiga finner man att minskningen främst drabbat de sistnämnda, och att denna minskning hållit i sig fram till 1993/94. För de avgiftspliktiga däremot, har antalet salonger stigit successivt från och med mitten på 80-talet. De icke-avgiftspliktiga biografialongerna, dvs de med få föreställningar per vecka, har i första hand funnits på landsorten. Samtidigt som biografialer har lagts ned här har det skett en ökning av antalet salonger i storstäderna genom satsning på så kallade multibiografialer, dvs biografialpalats med många men relativt små salonger.

Figur 4.1.2: Biobesök i förhållande till bostadsort 1988, 1991, 1994, procent



Biografialtäten är ojämn mellan landsbygd, tätort och stad och ger naturligt nog utslag i antalet biografialbesök. Föga överraskande är antalet biobesök som lägst på landsbygden och som högst i städerna. 1994 gick varannan stadsbo på bio minst någon gång i halvåret, nästan var femte gick minst någon gång i månaden. Återigen sammanfaller SOM-undersökningens resultat med den undersökning av besöksfrekvensen på bio som undersökningsföretaget Infratest Burke AB gjort för 1994 (se tabell B i bilaga 1).

En jämförelse mellan de tre undersökningsåren ger att antalet biografialbesök minskat överlag bland landsbygds- och tätortsbefolkningen, främst bland de som gått på bio ofta, dvs minst en gång i månaden. Samtidigt har biobesöken ökat i städerna, både bland de flitigaste besökarna och bland de mer halvreguljära, alltså de som ibland gått på bio. Observationen överensstämmer direkt med utvecklingen i antalet biografialonger under senare år. Ett större antal salonger medför naturligtvis större och troligen även bredare filmutbud.

Förändringarna är relativt små men tendenserna tydliga. Bostadsortens storlek har stor betydelse för tillgång till biografialer och således för filmutbudet. Dessa båda faktorer påverkar i sin

tur antalet och frekvensen i biobesöken. I den fortsatta presentationen kommer därför analysen av de övriga faktorerna att göras mot bakgrund av bostadsort.

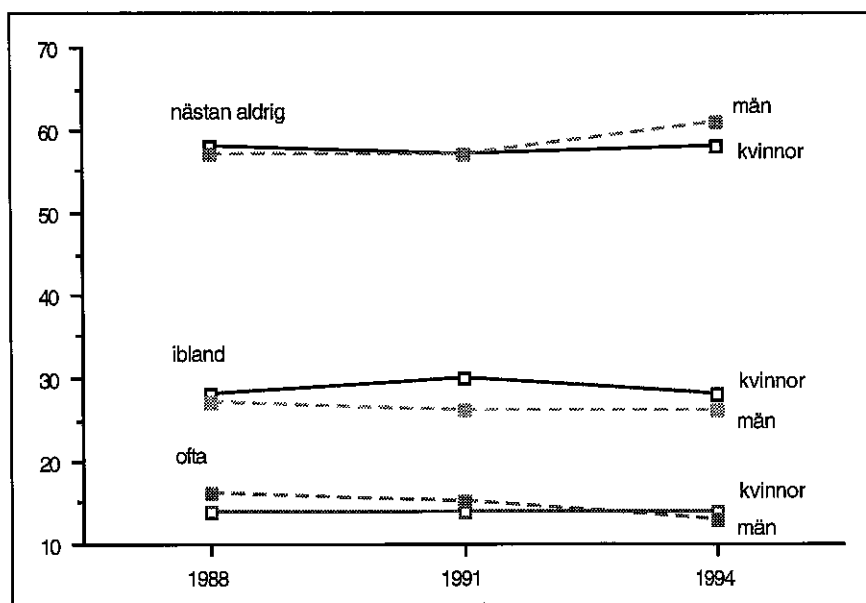
5 BIOBESÖK: LIVSFÖRM OCH LIVSSITUATION

I den fortsatta analysen kan det vid jämförelser mellan de tre granskade åren i vissa fall vara relevant att relatera till filmrepertoaren. Filmutbudet och enskilda filmer berörs som en tänkbar förklaring till variationer i publikintresset mellan enskilda år. Repertoarens betydelse för biobesöken diskuteras mer utförligt i avsnitt sex.

5.1 Kvinnor som män

I de flesta studier av den svenska allmänheten, dess vanor, attityder och värderingar har könsfaktorn visat sig vara av betydelse. Män och kvinnor beter sig olika, tycker olika och förhåller sig olika just därför att de tillhör olika kön. Det är därför rimligt att studera om könsfaktorn även har betydelse för biografbesöken.

Figur 5.1.1: Biobesök fördelade på kön, procent

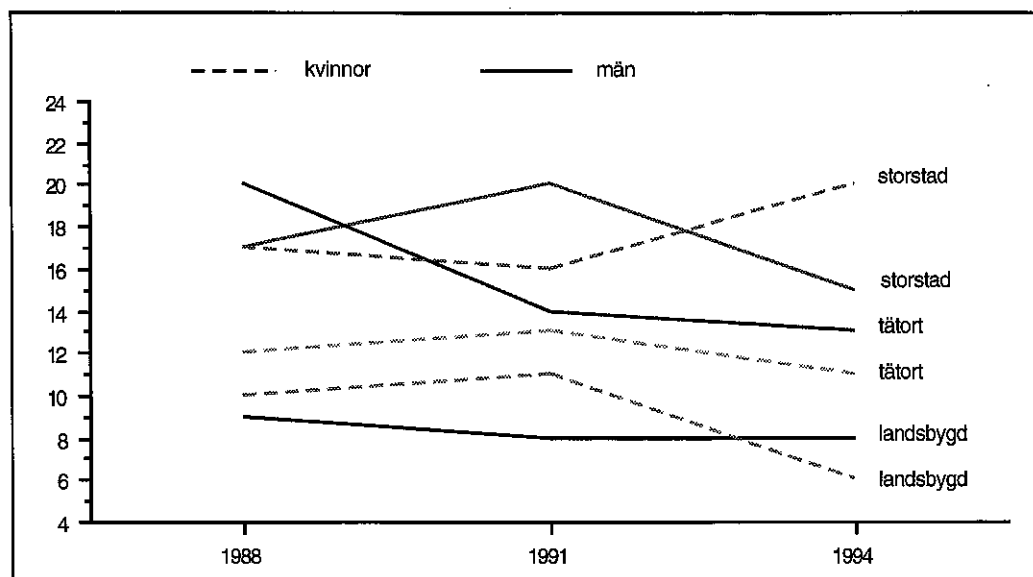


I stort sett fördelar sig biobesöken lika mellan kvinnor och män. I ett riksgenomsnitt uppger runt 60 procent av båda könen att de nästan aldrig gått på bio under de senaste tolv månaderna under samtliga tre undersökningsår. Även vad gäller andelen kvinnor och män som ibland går på bio ligger siffrorna mycket nära varandra. Här noterar man emellertid en svag uppgång för kvinnorna 1991, då 30 procent uppger att de ibland gått på bio mot 28 procent för 1988 och 1994. Tydligast är denna ökning för kvinnor bosatta på landsbygden och i städerna. En tänkbar förklaring kan stå att hitta i biorepertoaren under 1991. Möjligtvis innehöll filmutbudet på de svenska biograferna detta år filmer som till sin form och sitt innehåll tilltalade den kvinnliga publiken. Den publikmässigt mest framgångsrika filmen under säsongen 90/91 var den amerikan-

ska filmen *Pretty Woman*, men det är svårt att säga hur stor betydelse en enskild film har för ökningen av kvinnlig publik just denna säsong.

Männen som gått på bio ibland och ofta sjönk till antalet mellan 1988 och 1994. Mest markant är minskningen bland männen som uppger att de gått ofta på bio.

Figur 5.1.2: Biobesök för män respektive kvinnor som gått ofta på bio, efter bostadsort, procent



1988 uppgav 20 procent av männen bosatta i tätort att de gick ofta på bio. Tre år senare har denna siffra sjunkit till 13 procent. I städerna inträffar emellertid den kraftigaste minskningen under de granskade sex åren bland männen som gått ofta på bio mellan åren 1991 och 1994. Andelen sjunker från 20 procent till 15 procent.

Återigen kan en tänkbar förklaring till den manliga publikens ändrade biobesök möjligtvis hittas i årens respektive biorepertoar. Bland de tio mest populära filmerna säsongen 87/88 återfanns tre som kan tillskrivas genrerna action- och thrillerfilmer, filmer som förmodligen i större utsträckning tilltalat män än kvinnor. Ingen av de tio publikmässigt mest framgångsrika filmerna säsongen 93/94 vände sig dock till en utpräglad manlig publik. Tolkningar av männens ändrade biografbesök utifrån biorepertoaren bör dock göras med viss försiktighet.

5.2 Ungdomar minskar sina biobesök

Ju äldre publiken är, desto mer obenägen är den att se film på biograf. Åldern är en faktor som markant påverkar biobesöken. 1988 var andelen personer mellan 65 och 75 år som nästan aldrig gick på bio nio gånger större (94 procent) än samma andel personer mellan 15 och 24 år (tio procent).

Som tidigare påpekats, var ungdomarna den del av publiken som i det längsta förblev biograffilmen trogen. Enligt massmedieforskaren Bo Reimer är en förklaring till detta att ungdomar i större utsträckning än andra åldersgrupper rör sig i vad man kan kalla samhällets offentliga sfär (Reimer 1994). Den offentliga sfären är den, som till skillnad från den privata sfären, omfattar miljöer utanför hemmet. De flesta massmedier tar man idag del av inom den privata sfären. Biograffilm och teater tillhör dock den offentliga sfären.

Tabell 5.2.1: Biobesök i förhållande till ålder, procent

		1988	1991	1994
15-24 år				
Besöker bio:	nästan aldrig	10	13	17
	ibland	40	34	47
	ofta	51	53	36
25-44 år				
Besöker bio:	nästan aldrig	55	53	54
	ibland	35	37	33
	ofta	11	10	13
45-64 år				
Besöker bio:	nästan aldrig	80	75	74
	ibland	18	22	19
	ofta	2	3	7
65-75 år				
Besöker bio:	nästan aldrig	94	88	87
	ibland	6	10	9
	ofta	0	2	5
Antal		1506	1495	1473

När man jämför biobesöken inom de olika åldersgrupperna över tid, så är det mest slående resultatet att ungdomspubliken markant minskat sina biobesök, framför allt under 90-talet. Andelen ungdomar som nästan aldrig går på bio ökade mellan 1988 och 1994 från tio procent till 17 procent. Den största förändringen inom denna åldersgrupp är emellertid den relativt stora minskningen från 53 procent 1991 till 36 procent 1994 bland de som går på bio ofta. Under samma treårsperiod ökade antalet ungdomar som går på bio ibland från 34 procent till 47 procent.

Något färre ungdomar gick alltså på bio 1994 än 1988. Siffrorna betyder dock inte att ungdomarna har lämnat biograffilmen. Tvärtom är ungdomarna den grupp som fortfarande går på bio mest av alla åldersgrupper. En trolig förklaring till deras flitiga biobesökande kan vara att aktiviteten inom denna åldersgrupp har en viktig social funktion. Ungdomar träffas och umgås genom att gå på bio. Det är alltså inte säkert att filmutbudet är den faktor som i första hand lockar ungdomarna till biograferna.

Tabell 5.2.2: Biobesök bland de som går ofta i förhållande till ålder och bostadsort, procent

Landsbygd Tätort Stad Totalt				Landsbygd Tätort Stad Totalt					
15-24 år				45-64 år					
1988	39	56	52	51	1988	0	2	3	2
1991	42	51	59	53	1991	0	4	5	3
1994	28	37	37	36	1994	4	3	13	7
25-44 år				65-75 år					
1988	4	7	16	11	1988	0	0	0	0
1991	8	6	14	10	1991	0	1	4	2
1994	6	9	20	13	1994	5	7	4	5

Inom övriga åldersgrupper har biografbesöken ökat något under 90-talet bland de som går ofta på bio. Särskilt tydlig är ökningen hos personer mellan 45-64 år som bor i städer. 1988 uppgav endast tre procent av dessa att de gått ofta på bio medan fyra gånger så många (13 procent) var

lika flitiga biobesökare under 1994. Även pensionärer, dvs gruppen 65-75 år, har ökat sina biobesök, framför allt under 90-talet och framför allt på landsbygden och i tätorterna. På de senaste årens biorepertoar har återfunnits ett antal filmer som behandlat ämnen som kanske framför allt riktat sig till en mogen biopublik. Även om dessa filmer inte nödvändigtvis hamnat bland de publikmässigt mest framgångrika, kan de ändå ha bidragit till att den äldre publiken i större utsträckning sökt sig till biograferna.

Både bostadsort, kön och ålder är faktorer som har visat sig ha betydelse för människors benägenhet att gå på bio. Så långt i analysen har man dock inte kunnat utläsa om någon av dessa har större effekt på biobesöken än de andra.

I nedanstående tabell har de tre faktorernas effekt på biobesök jämförts hos publik som går på bio ofta för åren 1988 och 1994.

Tabell 5.2.3: Effekt av kön, ålder och bostadsort på biobesök, procent

		1988		1994	
		Kvinnor	Män	Kvinnor	Män
Landsbygd		10	9	10	8
Stad		17	17	20	16
		-7	-8	-10	-8
		1	0	2	4

		1988		1994	
		15-24 år	45-64 år	15-24 år	45-64 år
Landsbygd		39	0	28	4
Stad		52	3	34	13
		-13	-3	-9	-9
		39	49	24	24

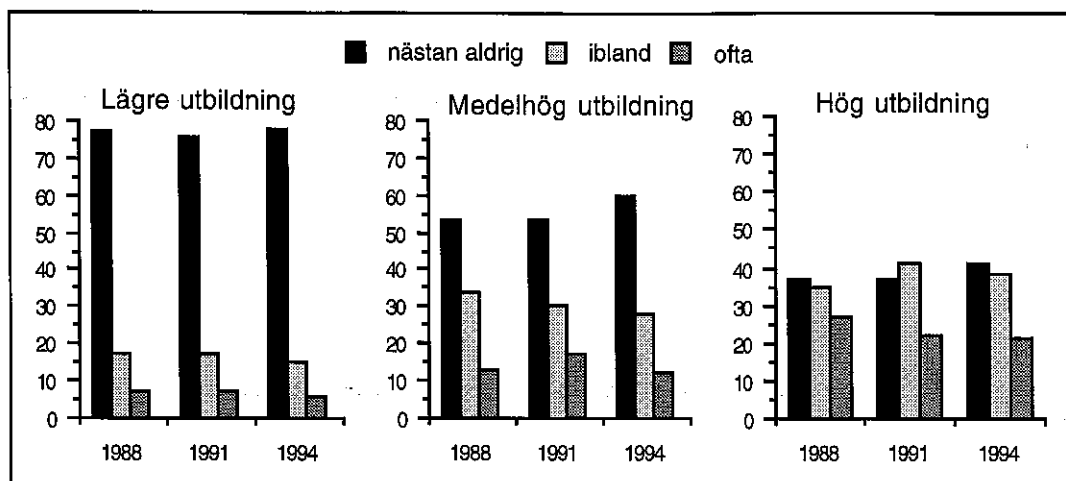
Effektmåtten i tabellen visar andelen kvinnor minus andelen män, respektive andelen 15-24 år minus andelen 45-64 år. Likaså visar effektmåtten för bostadsort andelen landsbygdsbor minus andelen stadsbor.

För de båda åren finner man att åldersfaktorn är den faktor som har störst betydelse av de tre för människors benägenhet att gå på bio. Biografbesök är således en åldersbunden aktivitet, ett resultat som stödjer antagandet att biobesök som ett sätt att träffas och umgås styr ungdomarnas biovanor. Bostadsort, och därmed tillgången till biografer och filmer, styr biobesöken i andra hand. Minst effekt har faktorn kön, vilket bör kunna tolkas som att både män och kvinnor finner lika stort nöje i att gå på bio.

5.3 Utbildning och klasstillhörighet

Tidigare studier har visat att grad av utbildning, dvs antal år man utbildat sig, och tillhörighet i samhällsklass är två faktorer som i samspel påverkar en persons biovanor. Högutbildade personer, i synnerhet de hemmahörande i övre medelklass, är i högre utsträckning benägna att gå på bio än personer med lägre utbildning och hemmahörande i andra samhällsklasser (Reimer 1994). Dessa skillnader är framför allt kulturellt betingade. Människor från övre medelklassen är bärare av vad som brukar kallas ett kulturellt kapital, där biobesök ingår som en "normal" vana. Dvs att ett besök på bio snarare är en vardagssyssla än en märkvärdig och exklusiv aktivitet.

Figur 5.3.1: Biobesök efter utbildningsgrad, procent



För samtliga tre jämförda år gäller att högutbildade personer, dvs med högskole- och/eller universitetsutbildning, i större utsträckning går på bio än personer med låg (grundskola) eller medelhög (gymnasium eller motsvarande) utbildning.

Bland lågutbildade personer har biovanorna varit oförändrade sedan 1988. Fördelningen mellan andelen som nästan aldrig, ibland och ofta går på bio är så gott som identisk under de tre jämförda åren. Drygt tre fjärdedelar av denna grupp går nästan aldrig på bio. Detta gäller i synnerhet personer med lägre utbildning som är bosatta på landsbygden, där över 80 procent mycket sällan besöker biograf.

Skillnaderna är heller inte stora vid en tidsmässig jämförelse bland personer med medelhög utbildning. Även här utgörs den största andelen av personer som nästan aldrig går på bio. I ett riksgenomsnitt har andelen ökat från 53 procent 1988 till 60 procent 1994. Ökningen har främst skett bland personer bosatta på landsbygden eller i tätorter. Parallellt med denna förändring har besöken minskat något bland personer med medelhög utbildning som går på bio ibland, från 34 procent till 28 procent. Under 1991 ökar andelen personer som går på bio ofta jämfört med 1988 för att sjunka igen 1994.

Bland högutbildade är skillnaden mellan andelen som nästan aldrig går på bio och andelen som går på bio ibland liten under samtliga tre granskade år. Siffrorna pendlar mellan 35 procent och 41 procent. Man noterar dock att 1991 skiljer sig i detta avseende från de två övriga åren genom att andelen som går på bio ibland är något högre än andelen som går nästan aldrig. En tänkbar förklaring till detta, liksom till ökningen för samma år bland de med medelhög utbildning som går ofta på bio, är troligtvis filmutbudets sammansättning under säsongen 1990/1991. Samtidigt som detta lockade fler personer med medelhög utbildning att gå ofta på bio minskade biobesöken bland de högutbildade cineasterna.

Nedgången i biobesök mellan 1988 och 1991 bland högutbildade som ofta går på bio låg kvar 1994. Som tidigare påpekats har biografbranschen på senare år allt mer satsat på breda filmer som vänder sig till en stor publik. Detta på bekostnad av de smala filmerna som troligtvis främst haft sin publik bland akademiska cineaster. För denna grupp har således utbudet av sevärda filmer minskat.

Utbildningsgrad samspelar ofta med klasstillhörighet. I SOM-undersökningen uppger de tillfrågade subjektiv klasstillhörighet, dvs vilken samhällsklass de upplever sig tillhöra.

Personer hemmahörande i högre tjänstemanna-/akademikerfamiljer utgör den samhällsklass som i störst utsträckning går på bio. Minst går personer hemmahörande i jordbrukarfamiljer

på bio. En bidragande orsak till detta är naturligtvis att jordbrukarfamiljer är bosatta på landsbygden, där tillgång på biografer och filmutbudet spelar en stor roll för biobesöken.

Tabell 5.3.1: Biobesök i förhållande till subjektiv klasstillhörighet, procent

		1988	1991	1994
Arbetarfamilj				
Besöker bio:	nästan aldrig	62	63	66
	ibland	24	25	24
	ofta	14	12	10
Jordbrukarfamilj				
Besöker bio:	nästan aldrig	78	78	85
	ibland	18	13	8
	ofta	5	9	6
Tjänstemannafamilj				
Besöker bio:	nästan aldrig	57	58	52
	ibland	27	30	33
	ofta	16	13	15
Högre tjänstemanna-/akademikerfamilj				
Besöker bio:	nästan aldrig	35	39	44
	ibland	45	41	33
	ofta	20	20	23
Egen företagare				
Besöker bio:	nästan aldrig	58	61	63
	ibland	32	27	22
	ofta	11	12	15
Antal		1457	1403	1349

För personer ur arbetarfamiljer gäller att de generellt sett går något mindre på bio jämfört de övriga samhällsklasserna (undantaget jordbrukarfamiljer) och att biobesöken minskat något i denna grupp från 1988 till 1994.

Även bland personer från högre tjänstemanna-/akademikerfamiljer och egen företagarfamiljer minskar biobesöken något, dock enbart bland de som ibland går på bio. De som går på bio ofta ökar däremot i antal inom dessa två grupper 1994 jämfört 1991 och 1988.

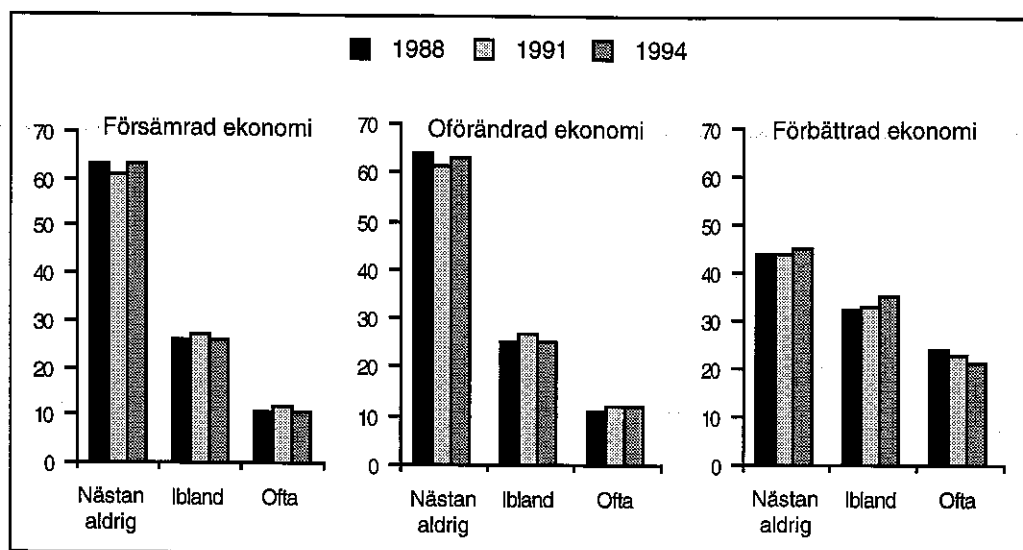
Biobesöken bland de hemmahörande i tjänstemannafamiljer har ökat något under samma period. Framför allt gäller detta de som går på bio ibland: 1988 uppgav 27 procent att de ibland gått på bio, 1994 var motvarande siffra 33 procent. Andelen som nästan aldrig gått på bio under de senaste tolv månaderna minskade motsvarande, från 57 procent till 52 procent.

Ovanstående förändringar i biovanor bland de olika samhällsklasserna tyder på att biofilmsrepertoaren under säsongen 1993/94 i första hand tilltalade personer ur medel- och övre medelklass. Dessa resultat är inte minst intressanta om man relaterar till den sociala fördelningen bland publiken i början av 1900-talet, då filmen etablerades som massmedium och framför allt hittade sin publik i industriarbetarklassen. Radikala förändringar har alltså inträffat i detta avseende under seklets gång.

5.4 Ekonomi och biobesök

De personer som upplever att deras ekonomi förbättrats under det senaste året går i ett riksgenomsnitt på bio i större utsträckning än de som upplever att deras ekonomi förblivit oförändrad eller har försämrats.

Figur 5.4.1: Biobesök i förhållande till ekonomisk situation, procent



Inom de två sistnämnda grupperna är vanorna när det gäller biobesök närmast identiska. Ungefär en tredjedel uppger att de nästan aldrig varit på bio under de senaste tolv månaderna, en dryg fjärdedel har varit på bio ibland och drygt var tionde har varit på bio ofta. För dessa två grupper har heller inga nämnvärda förändringar inträffat under tidsperioden 1988-94 vad gäller biovanorna.

Personer vars ekonomi förbättrats går däremot i betydligt större utsträckning på bio. Dubbelt så många som inom de två övriga grupperna, dvs runt 20 procent, inom denna grupp uppger att de går ofta på bio under de tre granskade åren. Andelen som nästan aldrig går ligger mellan 15 och 20 procentenheter lägre jämfört med grupperna med oförändrad eller försämrad ekonomi.

Personer vars privatekonomi förbättrats under senaste året går visserligen oftare på bio än personer vars ekonomi är oförändrad eller har försämrats, men en svag tendens till minskning av besöken kan dock skönjas vid en jämförelse 88-94. Framför allt har andelen som gått på bio ofta minskat medan andelen som gått på bio ibland ökat motsvarande. Det bör dock påpekas att tendensen är mycket svag.

Möjligtvis är det så att biobesök inte är det första man skär ned på om ekonomin försämras eller förblir oförändrad. Utan detta anses vara ett relativt billigt nöje, jämfört många andra, och är något man fortsätter att unna sig, i den mån man gjort det tidigare.

Däremot är biobesök något som utökas om ekonomin förbättras. Återigen kan detta sammanhånga med att biobesök är ett billigt nöje — den ekonomiska förbättringen behöver inte vara särskilt stor för att man ändå skall ha råd att gå på bio något oftare.

6 FILMUTBUDET

6.1 Repertoarens betydelse

Naturligtvis är inte tillgången till biografteater och ett stort filmutbud de enda faktorer hos biografbranschen som påverkar antalet biobesök. Mest betydelse har sannolikt filmutbudets sammansättning.

Tabell 6.1.1: Publiktoppen för 1988, 1991, 1994

	Svensk/ utländsk	Antal besökare	Premiär- datum
1987/88			
Iskallt uppdrag	utl.	930.410	870710
Strul	sv.	788.645	880225
Leif	sv.	714.469	870626
Farlig förbindelse	utl.	689.168	880125
Plutonen	utl.	561.681	870320
Snuten i Hollywood II	utl.	555.229	870320
Dirty Dancing	utl.	490.708	871023
Dödligt vapen	utl.	456.194	870814
Mio min Mio	sv.	451.257	871016
Mitt liv som hund	sv.	414.997	851212
<i>Summa</i>		6.052.785	
Andel av samtliga besökare		41%	
1990/91			
Pretty Woman	utl.	1.376.622	900629
Den lilla sjöjungfrun	utl.	889.131	901130
Macken	sv.	806.290	901221
Dansar med vargar	utl.	803.364	910215
Ensam hemma	utl.	514.219	901214
Die Hard 2	utl.	496.216	900928
När lammen tystnar	utl.	482.486	910322
Tre män och en liten tjej	utl.	377.480	901207
Jakten på Röd Oktober	utl.	375.835	900810
Sova med fienden	utl.	363.821	910301
<i>Summa</i>		6.485.464	
Andel av samtliga besökare		49%	
1993/94			
Aladdin	utl.	1.047.615	931119
Jurassic Park	utl.	1.018.416	930903
Sunes sommar	sv.	936.540	931225
Jagad	utl.	703.356	930806
Drömkåken	sv.	572.866	931029
Sista dansen	sv.	504.580	931225
De tre musketörerna	utl.	458.802	931217
Schindler's List	utl.	448.061	940304
Hot Shots! 2	utl.	419.795	930806
Pianot	utl.	392.980	930827
<i>Summa</i>		6.503.011	
Andel av samtliga besökare		44%	

Källa: Svenska Filminstitutets verksamhetsberättelser (bearbetning)

blik som dras till biograferna för underhållningens och spänningens skull, sannolikt en yngre publik, även på de filmer som inte räknas till barnfilmerna.

Någon detaljerad statistik över hur publiken fördelar sig över repertoaren, dvs hur publik-sammansättningen ser ut för enskilda filmer, har denna rapport inte haft tillgång till. Några egentliga slutsatser om hur stor betydelse enskilda filmer har för respektive års biobesök och skiftningar i biopublikens sammansättning kan därför inte dras. I den mån undersökningens resultat relaterats till repertoaren har detta därför gjorts med stor försiktighet och med förbehåll om att repertoaren i detta sammanhang endast kunnat utgöra en eventuell, dock ej fastställd, förklaringsfaktor.

För samtliga säsonger som redovisas i tabell 6.1.1 drar de tio publikmässigt mest framgångsrika filmerna för respektive år mellan 40 och 50 procent av den totala biopubliken. Detta är en uppgift som bekräftar branschens satsning på — och möjligtvis även beroende av — ett fåtal säkra kort på repertoaren.

Slående är att endast åtta av de 30 filmerna är svenska. Andelen svenska filmer i publiktoppen för 1987/88 och för 1993/94 är högre än för hela repertoaren dessa säsonger, andelen för 1990/91 är lägre. Andelen svenska filmer som visades på avgiftspliktiga biografer mer än fördubblades under sista hälften av 80-talet. Från att ha utgjort runt tio procent av den samlade repertoaren under 70-talet har de svenska filmernas andel stigit till en dryg fjärdedel under de senaste fem åren (Carlsson och Anshelm 1995). Dominansen av utländsk film, och då i synnerhet amerikansk, har dock sammantaget varit överväldigande.

Filmerna som ingår i publiktoppen för de granskade åren tillhör framför allt de tre genrererna komedi, thriller och barnfilm. Gemensamt för dessa är handlingar som baseras på spänning, dramatik och/eller fartfylld underhållning. Med undantag av den nya zeeländska filmen *Pianot* lyser de mer stillsamma, episka filmerna med sin frånvaro. Nästan hälften av den svenska publiken har för respektive år framför allt prioriterat de ovanstående filmgenrererna framför repertoarens övriga utbud. Detta ger vissa indikationer om biopublikens sammansättning, nämligen en övervikt av pu-

7 INFLYTANDE FRÅN ANDRA MEDIER

7.1 En integrerad filmmarknad

Den största förändringen som inträffat på filmmarknaden under 90-talet är framväxten av ett omfattande filmutbud utanför biograferna, nämligen i form av videofilmen och televisionens filmkanaler. Dessa medier utgör tillsammans med biograferna delar i en integrerad filmmarknad och betraktas av distributionsbolagen som olika vägar till filmpubliken. Filmerna går numera ofta igenom olika faser på den gemensamma marknaden (Anshelm 1995).

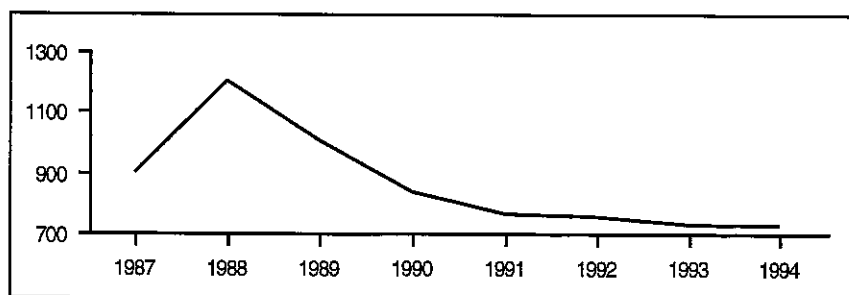
I den första fasen lanseras en film vanligtvis på biograferna. Dessa blir något av ett skyltfönster för filmens fortsatta framgångar i andra led på den integrerade marknaden. I nästa fas görs en bedömning av filmens möjligheter som hyr- eller köpvideo. Det är dock inte ovanligt att en ny film lanseras först på hyr- eller köpmarknaden. När filmen tjänat in tillräckligt på denna marknad går den in i fas tre, och rättigheterna säljs normalt till någon betal-TV-kanal. I den fjärde och sista fasen, då rättigheterna i vanliga fall inte är så dyra, kan övriga TV-kanaler visa filmen. De senaste åren har emellertid Sveriges Television, TV 4, TV 3 och Femman börjat förhandla med filmbolagen om visningsrättigheter för filmer som nyligen visats på biograferna.

De fyra faserna ger naturligtvis en förenklad bild av filmens väg på marknaden. Den pågående integrationen på filmmarknaden är emellertid av central betydelse för en förståelse av förändringarna i hela den audiovisuella industrisektorn. I synnerhet för vad som sannolikt ur publiksynpunkt är den viktigaste förändringen, nämligen den alltmer diversifierade tillgången till filmer. Video- och TV-filmens största konkurrensfaktor gentemot biografifilmen ligger inte i ett större eller särskilt annorlunda utbud utan i att publiken i långt större utsträckning själv kan bestämma när och var den vill se en film.

7.2 Konkurrens från andra filmmedier

Videomarknaden utvecklades under 80-talet och nådde sin topp, både volymmässigt och ekonomiskt, under slutet på samma decennium. Repertoaren har utvecklat en imponerande bredd, men tyngdpunkterna i utbudet har varit förskjutna åt ett fåtal genrer (Carlsson och Anshelm 1995). Statistik över uthyrningsvolymen fördelat på enskilda genrer finns inte att tillgå. Men uppgifter över premiärer på hyr- och köpfilmemarknaden kan ge indikationer om vilka typer av filmer som även har högst uthyrningsfrekvens. Av de titlar som var nya på hyrfilmemarknaden 1993 var hela 90 procent hemmahörande i genrerna thriller (22 procent), barnfilm (18 procent), komedi (18 procent), action (17 procent) och drama (15 procent).

Figur 7.2.1: Antal uthyrda videokassetter (tusental)



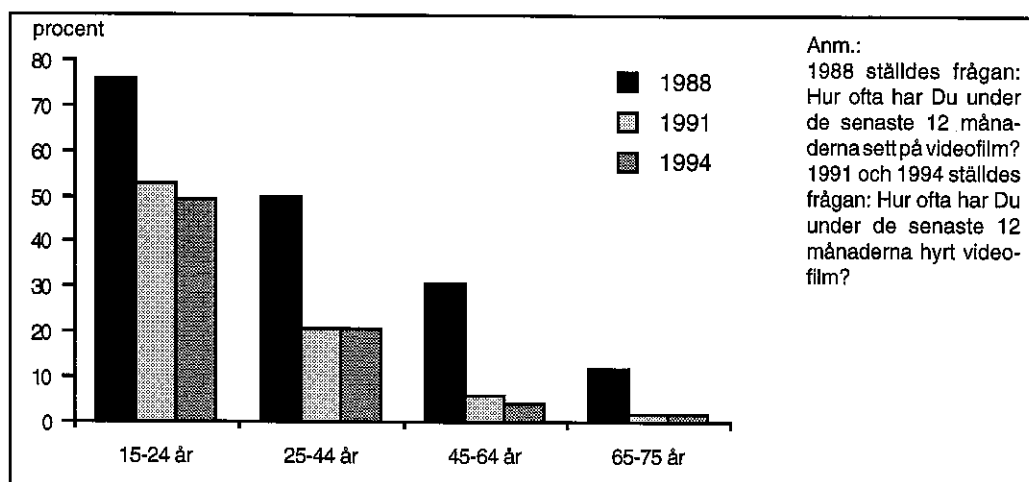
Källa: Carlsson och Anshelm 1995 (bearbetning)

Premiärerna på köpfilmmarknaden för samma år dominerades av titlar i barnfilmgenre (46 procent). Övriga genrer som utmärkte sig på denna marknad under 1993 var komedi (15 procent), drama (nio procent), thriller samt musik (vardera åtta procent). Att barnfilmer köps i långt större utsträckning än andra filmer kan förklaras med att barn, till skillnad från de flesta vuxna, gärna ser om samma film många gånger.

Som störst var videouthyrningen 1988 då antalet totalt uthyrda kassetter uppgick till 1,2 miljoner. Uthyrningssiffrorna sjönk dock mycket drastiskt under början på 90-talet, för att 1994 nästan ha halverats jämfört med toppåret 1988.

Samtidigt har andelen som uppgett att de sett/hyrt videofilm minskat betydligt mellan 1988 och 1991, särskilt bland de som uppgett att de sett/hyrt videofilm ofta, oavsett ålder.

Figur 7.2.2: Andel som ofta hyr videofilm, i förhållande till ålder



Minskningen fortsätter, dock inte lika kraftigt, mellan 1991 och 1994 bland ungdomar och medelålders personer. Pensionärer och filmtittare i ålderna 25-44 år som ofta hyr videofilmer fortsätter emellertid att hyra i samma utsträckning 1994 som 1991. Förklaringen till detta är troligtvis att dessa två sistnämnda grupper i högre grad än övrig publik är hänvisade till filmtittande i hemmet på grund av småbarn eller ovilja att röra sig i offentliga miljöer efter ett visst klockslag.

Om man jämför biobesök och hyra av videofilm över tid bland ungdomar (15-24 år) som ofta tittar på film, finner man att den största nedgången i videotittande ligger mellan 1988 och 1991. Den största nedgången i biografbesök ligger däremot mellan 1991 och 1994. Den mest sannolika förklaringen till denna är expansionen av TV:s filmutbud under 90-talet. Som visas i tabell 2.1 på sidan sex, har de nya filmkanalerna störst publik bland barn och ungdomar. En genomsnittlig dag tittar tio procent av alla mellan 15 och 24 år på någon filmkanal medan motsvarande siffror för biografaffilm är två procent, för hyrvideofilm åtta procent och för köpvideofilm tre procent. Av dessa fyra filmmedier hade således TV:s filmkanaler störst publik en genomsnittlig dag 1994 bland ungdomar. Att dessa TV-kanaler dragit en så stor ungdomspublik kan delvis förklaras med filmutbudet de tillhandahåller, men möjligtvis även med de sena, ofta nattliga, sändningstiderna (Cronholm 1993).

Siffrorna anger styrkan i sambandet mellan olika aktiviteter. Som starkast är sambandet vid 1, som svagast vid 0. Sambandet kan vara antingen positivt eller negativt. Positiva samband anger vilka aktiviteter som laddar på samma faktor, dvs tillsammans bildar ett livsstilmönster. Negativa samband, å andra sidan, anger vilka aktiviteter som inte ingår i samma livsstilmönster. I tabellen har endast aktiviteter som laddar med ett värde på minst 0.40 inkluderats i de olika faktorerna, då lägre samband statistiskt sätt är mindre pålitliga.

Tabellen på föregående sida visar vilka fritidsaktiviteter i undersökningsmaterialet som starkast samvarierar med varandra. Dvs att om man ägnar sig åt en av dessa aktiviteter är sannolikheten stor för att man också ägnar sig åt andra enligt ett visst mönster. Teoretiskt sett är det möjligt att vara mycket aktiv när det gäller flera livsstilar, men detta är i praktiken mindre troligt. Å andra sidan är inte livsstilarna ömsesidigt uteslutande, utan indikerar snarare en typ av orientering eller vanor som är överrepresenterade inom en viss grupp (Weibull 1995).

Fyra olika livsstilmönster framträder. Den första livsstilen är en utpräglad "nöjeslivsstil" och innehåller aktiviteterna gå på restaurant, gå på bio samt hyra av videofilm. Samtliga tre är aktiviteter som man gärna förknippar med stadsboende. Samtidigt har aktiviteterna trädgårdsarbete och deltagande i religiöst möte relativt starka negativa laddningar på denna faktor, framför allt för 1988. Vilket innebär att dessa två aktiviteter i högre grad är sällsynta bland de personer som är orienterade mot "nöjeslivsstilen".

Livsstil nummer två består av ett antal olika utomhusaktiviteter som motionerande, trädgårdsarbete och friluftsliv. Denna kan benämnas "friluftslivsstilen". För 1994 laddar även aktiviteten diskuterat politik högt på denna livsstil. Att just denna aktivitet laddar på olika livsstilar för de två undersökta åren kan bero på politiska frågor som varit särskilt dominerande i samhällsdebatten under respektive år. Den allt överskuggande debatten om ett svenskt EU-medlemskap 1994, med en stark fokusering på miljöfrågorna, kan möjligtvis vara en förklaring.

Den nästa livsstilen omfattar aktiviteter som teaterbesök, läsning av böcker och deltagande i religiösa möten, aktiviteter som kan samlas under benämningen "kulturlivsstilen". För 1988 ingår aktiviteten diskuterat politik i denna livsstilen. Markant negativ laddning har aktiviteten spelat på tips, lotto, V75.

Den fjärde och sista livsstilen kan kallas "hemmalivsstilen" och innehåller aktiviteter som främst tilldrar sig i hemmiljö, som att läsa veckotidningar ofta och att spela på tips, lotto eller V75. Den sistnämnda aktiviteten laddar på denne livsstil endast för 1994. En tänkbar förklaring till att livsstilen ändrat karaktär mellan de två mättillfällena kan vara Bingolotto, TV4:s spelprogram som inte fanns 1988. Sannolikt ingår detta som en spelaktivitet för 1994.

Varje indelning i livsstilar kan ifrågasättas. Detsamma gäller rubriceringen av dem. Genom att studera vilka fritidsvanor eller fritidsintressen som ryms inom var och en av dem bör grupperingen ändå kunna ge en meningsfull bild. Tabell 8.2.1 visar att de livsstilmönster som framträder för de två åren är så gott som identiska. Livsstilarna, så som de definierats här, är alltså konstanta över tid.

Biobesök som fritidsaktivitet har starkast statistiskt samband med andra nöjesbetonade aktiviteter. Detta kan tolkas som att de flesta som gått på bio under 1988 och 1994 främst tillfredsställt behovet av underhållning genom sina biografbesök. Detta mönster är lika tydligt för de båda åren även om sambanden mellan de olika nöjesaktiviteterna är något starkare 1994 än 1988.

Biobesökens laddning på "kulturlivsstilen" bör emellertid också noteras. Det statistiska måttet är visserligen lägre än vad som i denna undersökning satts som gräns för faktorladdning. Icke desto mindre framträder ett samband, om än svagt, mellan vad som i detta sammanhang kallas för "kulturella" fritidsaktiviteter och biografbesök. Detta samband är relativt sett starkare för 1988 än för 1994.

8.3 En fördjupad bild

Utfallet av en faktoranalys är alltid beroende av karaktären på de aktiviteter som ingår i analysen och deras antal. I den ovanstående analysen ingår de tolv aktiviteter som var gemensamma för de två granskade åren. Vid varje mättillfälle ställdes emellertid frågor kring ett flertal andra aktiviteter. En analys baserad på fler än de tolv ovanstående aktiviteterna möjliggör en något djupare kunskap om samband mellan olika fritidsintressen.

Tabell 8.3.1: Fem huvudgrupper av fritidsaktiviteter 1994

	faktor 1	faktor 2	faktor 3	faktor 4	faktor 5
gått på bio	0.73	0.32	-0.03	-0.05	-0.07
gått på restaurant, pub, bar	0.63	0.28	0.07	0.33	-0.03
hyrt videofilm	0.78	0.02	-0.16	0.08	0.02
spelat in TV-program på video	0.56	-0.12	0.15	0.04	0.24
köpt grammofon-/CD-skiva	0.73	0.07	-0.02	0.03	0.03
skrivit på persondator	0.41	0.33	0.21	0.13	-0.25
gått på teater	0.23	0.55	0.17	-0.14	-0.03
läst någon bok	0.03	0.71	0	0.03	0.12
diskuterat politik	0.08	0.62	0.22	0.17	0.03
rest utomlands	0.30	0.35	0.28	0.13	-0.09
deltagit i religiöst möte	-0.15	0.32	-0.03	-0.54	0.15
idkat friluftsliv	-0.02	0.25	0.69	0	0.03
motionerat, idrottat	0.41	0.08	0.58	-0.12	-0.03
syslat med trädgårdsarbete	-0.35	0.03	0.64	0.06	0.20
rökt, snusat	-0.06	0.12	-0.26	0.71	0
druckit sprit, vin, straköl	0.23	0.24	0.23	0.67	-0.03
läst veckotidning	0.04	0.08	-0.03	-0.05	0.77
läst direktreklam	0.04	0.03	0.11	-0.06	0.73
spelat på tips, lotto, V75	-0.02	-0.41	0.15	0.38	0.39
Förklarad varians (%)	20	10	8	8	7

För 1994 har en faktoranalys gjorts där 19 olika fritidsaktiviteter tagits med. Analysen utfaller denna gång i fem olika faktorer. Siffrorna skall tolkas enligt samma kriterier som vid den första faktoranalysen.

Aktiviteten biobesök laddar i denna analysen starkast på faktor 1, vilken innehåller fritidsintressen som ger indikationer om en livsstil typisk för storstadsbor, och i synnerhet yngre sådana. Personer orienterade mot denna livsstil utmärker sig genom en stor variation i sina fritidsintressen — de ägnar sig i relativt stor utsträckning åt olika film- och bildmedier, är musikintresserade, vistas gärna ute i offentliga miljöer och har anammat den nya tekniken i form av persondatorer. Även vad gäller motionerande och idrott är aktivitetsgraden förhållandevis hög.

Återigen visar emellertid analysen på samband även mellan biobesök och mer klassiska "finkulturella" aktiviteter. Faktor 2 rymmer aktiviteter som teaterbesök, läsning av böcker och politiska diskussioner. I viss, om än begränsad, utsträckning ägnar personer orienterade mot denna livsstil sig också åt restaurantbesök, resor utomlands och religiösa sammankomster. Aktiviteterna som laddar högst på och har samband med denna faktor antyder en livsstil som i första hand återfinns bland människor med ett brett intresse för kultur och möjligtvis med en levnadsstandard över genomsnittet.

Sammantaget visar de två faktoranalyser som gjorts här att biobesök först och främst ingår i en utåtriktad, aktiv livsstil centrerad kring olika nöjesaktiviteter. En livsstil som huvudsakligen kännetecknar ungdomar, och kanske framför allt storstadsungdomar. Men biobesök är också, om

än i mindre grad, förknippade med en mer "mogen" livsstil där tyngdpunkten ligger vid olika kulturella aktiviteter och där även ett intresse för samhällsfrågor och i viss mån andliga frågor präglar livsstilsmönstret. Denna livsstil är sannolikt vanligast bland personer som lämnat ungdomsåren och som vidareutbildat sig.

9 SAMMANFATTNING

Att gå på bio är ett nöje som de flesta svenskar unnar sig, om än i begränsad utsträckning. Endast två procent går på bio minst en gång i veckan, runt 40 procent gör det aldrig under en tolv månaders period.

Anledningarna till att en person går på bio, eller inte gör det, och hur ofta han går är som vi visat flera. Tillgänglighet till biografer och biofilmer är naturligtvis faktorer som spelar in. Flest salonger och störst utbud hittar man i storstäderna, och det är också där den största publiken och de flitigaste biobesökarna finns. Stadsbor går på bio oftare än landsbygds- och tätortsbefolkningen. Denna tendens har dessutom förstärkts mellan 1988 och 1994.

Den enskilda faktor som på längre sikt verkar ha störst betydelse för biografbesöken finner man dock inte bland branschens egenskaper, utan på individnivå. Biobesök verkar vara en fritidsaktivitet som är starkt åldersrelaterad. Den grupp som i särklass utmärker sig för att regelbundet och ofta gå på bio — nu som förr — är ungdomarna, i synnerhet storstadsungdomar. För denna åldersgrupp har biobesöken sannolikt en icke oväsentlig social funktion. Yngre människor träffas och umgås i samband med biobesök, de går sällan ensamma. Biobesök är något som ingår i en ungdomlig livsstil, tillsammans med ett antal andra utåtriktade och nöjesbetonade aktiviteter.

En översiktlig genomgång av biorepertoarens mest populära filmer antyder också en inriktning mot ungdomspubliken. Om dessa filmer toppar publikstatistiken därför att de har en stor ungdomspublik, eller om dessa filmer satts på repertoaren för att särskilt locka just ungdomarna är svårt att säga. Förmodligen är publiktoppen ett resultat av både filmernas innehåll och ungdomarnas preferenser.

Det är mot denna bakgrund synnerligen intressant att notera att biobesöken under senare år minskat mest framför allt bland ungdomar. Minskningen har varit måttlig men tydlig. Förmodligen har utbudet av hyr- och köpvideo samt televisionens nya filmkanaler och satsning på ett utökat filmutbud lockat en del av biografernas ungdomspublik. Det vore ganska naturligt att söka förklaringen till denna utveckling i ekonomiska faktorer, som att ungdomsarbetslösheten har stigit under 90-talet, att ungdomarnas ekonomiska rörlighet har begränsats och att de därför väljer det billigare alternativet video- eller TV-film. Analysen visar dock att en försämring av privatekonomin inte medför minskade biobesök. Däremot kan en förbättring av privatekonomin medföra att besöken ökar. En sannolik förklaring till att ungdomarna är öppna för att ersätta biograffilmen med video- och TV-filmen är snarare att filmtittandets sociala funktion är lika stor, kanske till och med större, vad gäller video- och TV-film. De två sistnämnda filmmedierna är dessutom mer flexibla än biograffilmen i både tid och rum. Detta skulle i så fall innebära att filmtittandets sociala funktion för ungdomspubliken är överlägset eventuella kvalitetsmässiga fördelar biograffilmen har framför andra filmmedier.

Vid analysen av biografbesökens anknytning till livsstilar framgick att förutom att tillhöra en typisk ungdomlig och storstadspräglad "nöjeslivsstil", så har biobesöken även samband med en mer "mogen" och om man så vill "kulturell" livsstil. Intresset för biograffilm och benägenheten att gå på bio finns även hos en något äldre, ofta välutbildad publik. Film har alltså inte uteslutande

en underhållande eller eskapistisk funktion, utan för delar av publiken har den kanske främst ett kulturellt och konstnärligt värde. Undersökningen visade också att biobesöken var något vanligare bland högutbildade människor ur medel- och övre medelklass, än bland andra samhällsklasser och bland människor med lägre utbildning. Utbildning och tillhörighet i samhällsklass är självklart två faktorer som har starkt ömsesidigt samband.

Bland denna publik märks generellt sett ingen tilltagande nedgång i biobesök på senare år, utan snarare en svag ökning. Det är mycket som tyder på att biografbesöken hos denna kulturellt sett medvetna publik inte kan ersättas med andra filmmedier på samma sätt som bland ungdomspubliken. I så fall innebär detta att biografifilmen hos denna publik har ett kvalitativt värde som inte återfinns i video- eller i TV-filmer.

Två huvudgrupper kan alltså urskiljas bland den publik som regelbundet och relativt ofta går på bio: Ungdomsgruppen som visserligen är störst, men minskar, som kanske främst väljer biografifilmen av sociala skäl och som är öppen för alternativ från andra filmmedier. Och den mindre, men måhända mer trogna gruppen, som väljer att se film på bio av kvalitetsskäl, för upplevelsen av stor duk och bra ljud, och som därför inte lika lätt låter sig nöjas med TV-rutan som alternativt filmmedium.

I rapporten har biografbesökens omfattning och intensitet förklarats utifrån tre grupper av faktorer, nämligen faktorer hos biografbranschen, den enskilde individen och andra medier. Sammanfattningsvis finner man att bostadsortens utbud av biografier, naturligt nog, verkar vara den mest grundläggande förutsättningen för biobesök. En ort utan biografialong har heller ingen repertoar och får med nödvändighet ingen publik. Av de individrelaterade faktorerna är ålder den mest avgörande för biovanorna. Givet ett visst intresse är biobesök något man ägnar sig åt i olika utsträckning beroende på var man befinner sig i livscykel. Övriga individuella faktorer som kön, klasstillhörighet, utbildning och ekonomisk situation påverkar endast i mindre omfattning.

Repertoarens sammansättning har i det stora och hela varit relativt oförändrad under undersökningsperioden. Enskilda filmer kan ha bidragit till en svag, men tillfällig, ökning inom vissa publikgrupper. I huvudsak verkar de mest populära filmerna tilltala de yngre åldersskikten bland publiken.

Konkurrensen från andra filmmedier har hårdnat under 90-talet och är förmodligen den enskilda faktor som bidragit mest till att ungdomspubliken minskat. Stora strukturella ändringar har inträffat under de senare åren på filmmarknaden. Ett antal tidigare oberoende filmproducenter och -distributörer utgör idag en integrerad marknad där biografen, videon och televisionen ingår i en gemensam lansering av nya filmer. Denna rapport har konstaterat att publiken i stor utsträckning har lämnat biograferna, men det är inte därmed sagt att den också har lämnat filmen.

BILAGA 1

Tabell A: Besöksfrekvens bio, 1994

	Besöksfrekvens bio
Mer sällan än 1 ggn/halvår	57
1 gång/halvår - 2 ggr/kvartalet	30
1 ggn/månaden eller oftare	13
Summa	100

Källa: Infratest Burke AB

Tabell B: Besöksfrekvens bio i förhållande till storlek på bostadsorten, 1994

Storlek bostadsorten	100.000 - invånare	50.000 - 99.999 in.	20.000 - 49.999 in.	5000 - 19.999 in.	Mindre tätort > 5000 in.	Ren lands- bygd
Mer sällan än 1 ggn/halvår	47	50	57	61	64	72
1 ggn/halvår - 2 ggr/kvartalet	34	34	30	28	26	21
1 ggn/månaden eller oftare	19	16	13	11	10	7
Summa	100	100	100	100	100	100

Källa: Infratest Burke AB

