

Januar 2011

Rapport

Hva vet vi om etnisk norsk
kulturkonsum?

Utarbeidet av Perduco Kultur for Norsk
Publikumsutvikling v/daglig leder og
BI-professor Anne-Britt Gran og
seniorrådgiver Hanne Vaagen

Innhold

HVA VET VI OM ETNISK NORSK KULTURKONSUM?	2
TEKNISK OM UNDERSØKELSENE NORSK KULTURBAROMETER OG KULTURKONSUM I KRISETIDER	3
HOVEDTREKKENE I DET ANALOGE KULTURFORBRUKET	4
Kjønn	4
Alder	5
Utdanning	5
Inntekt	6
Yrkesstatus	7
Geografi	8
DE ULIKE KULTURTILBUDENE	9
Kino	9
Folkebibliotek	11
Teater	12
Opera	16
Ballett-/danseforestilling	17
Konsert	20
Kunstutstilling	23
Museum	25
Kulturfestival – det demokratiske unntaket i kulturtilbudene	27

Hva vet vi om etnisk norsk kulturkonsum?

Den viktigste kilden til kunnskap om kulturkonsum i Norge er SSB's *Norsk kulturbarometer* som ble gjort for første gang i 1991 og deretter er gjennomført hvert fjerde år. Undersøkelsene måler primært det etnisk norske konsumet, og etnisitet/nasjonal bakgrunn er ikke bakgrunnsvariabel i undersøkelsen. I 2008 ble det også gjennomført en egen undersøkelse for befolkningen med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn (SSB 2009. *Kultur- og mediebruk blant personer med innvandrerbakgrunn. Resultater fra Kultur – og medieundersøkelsen 2008 og tilleggsutvalg blant innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre*). Hovedfunnene her var at innvandrerbefolkningen i mye mindre grad enn etniske nordmenn, benytter de fleste tradisjonelle kulturtilbud i Norge, med unntak av museer og biblioteker. Som hos den etnisk norske befolkningen, stiger forbruket med utdannelsesnivå og spesielt i forhold til utdanning over tre års lengde.

SSB måler kun såkalt analogt kulturkonsum, altså live-besøk på kino, konserter, museer osv., og ikke de ulike formene for digitalt konsum som nedlasting og streaming. Det digitale konsumet er inne i en voldsom vekstperiode med lanseringen av nye digitale tjenester som streaming av musikk og e-boken. BI's *Kulturkonsum i krisetider* inkluderer alt digitalt kulturkonsum siden høsten 2008. En fullstendig rapport med dette materialet skal ferdigstilles i løpet av 2011, og inngår derfor ikke i denne fremstillingen av kulturkonsum.

Siste ordinære kulturbarometermåling ble gjennomført i 2008, og det er disse tallene som ligger til grunn for denne oversiktsrapporten. Vi har valgt ikke å ta med idrett og tros- og livssynsmøter i denne rapporten, da de ikke faller innenfor NPU's kjernevirksomhet. SSB's undersøkelse vil bli supplert med noe tallmateriale fra BI's *Kulturkonsum i krisetider*, spesielt knyttet til fylkesmessige forskjeller i det analoge kulturforbruket. Der SSB's *kulturbarometer* bryter ned på landsdelene Oslo/Akershus, Østlandet ellers, Agder/Rogaland, Vestlandet, Trøndelag og Nord-Norge har BI's kulturkonsum-undersøkelse fylkessammenlignbare tall. Det muliggjør å komme enda tettere på de geografiske forskjellene i kulturforbruket i Norge. Dette tallmaterialet på fylkesnivå presenteres her for første gang i sin helhet.

Teknisk om undersøkelsene Norsk kulturbarometer og Kulturkonsum i krisetider

Begge undersøkelsene er gjennomført på telefon (CATI), mens metodikken for øvrig er forskjellig. SSB opererer med et representativt utvalg av befolkningen i aldersgruppen 9-79 år og de har i tillegg et tilfeldig utvalg i aldersgruppen 9-15 år (like stort som i det opprinnelige representative utvalget) for bedre å kunne beskrive barn- og ungdoms forbruk. 56,9 prosent av et landsomfattende utvalg på 3 472 personer besvarte undersøkelsen, altså 1998 stykker. Det spørres om kulturforbruk siste 12 måneder.

BI's *Kulturkonsum i krisetider*, som er gjennomført av analysebyrået Perduco, opererer med kvoteutvalg på 100 respondenter i hvert fylke i aldersgruppen 15 år og eldre. Mens SSB har et hovedfokus på barn og unge, er denne aldersgruppen ikke med i BI's undersøkelse. Det kan påvirke resultater på totalnivå, spesielt ved typisk ungdomsaktiviteter som kino og skoleaktivitet som museumsbesøk. Resultatene er videre vektet på alder, kjønn og geografi i forhold til den faktiske befolkningssammensetningen på 15 år eller eldre. Undersøkelsen gjennomføres *halvårlig* blant 1900 respondenter, og det spørres om kulturforbruk siste 6 måneder. Tallene er derfor ikke sammenlignbare med SSB's *Norsk kulturbarometer*. Grunnen til at undersøkelsen gjennomføres halvårlig er at man i utgangspunktet ønsket å fange opp effekten av finanskrisen på kulturkonsumet og at det digitale forbruket endrer seg svært hurtig.

Det tallmaterialet som brukes her er resultatene fra høsten 2008 (gjennomført 14. til 28. november) og våren 2009 (gjennomført 4. til 16. juni), det vil si totalt 3800 respondenter og 200 i hvert fylke når høst og vår legges sammen. Resultatene på totalnivå (n=3800) er beheftet med en feilmargin på +/- 0.7-1.6 prosentpoeng og på fylkesnivå +/- 3.1-7.1 prosentpoeng. Prosentresultatet pluss/minus feilmarginen, gir et 95 prosent konfidensintervall. Et konfidensintervall på 95 prosent betyr at vi med 95 prosent sannsynlighet kan si at resultatet for hele populasjonen ligger innenfor det aktuelle intervallet. Beregningene av feilmarginer forutsetter at det ikke forekommer systematiske skjevheter og feil i utvalget eller rene målefeil.

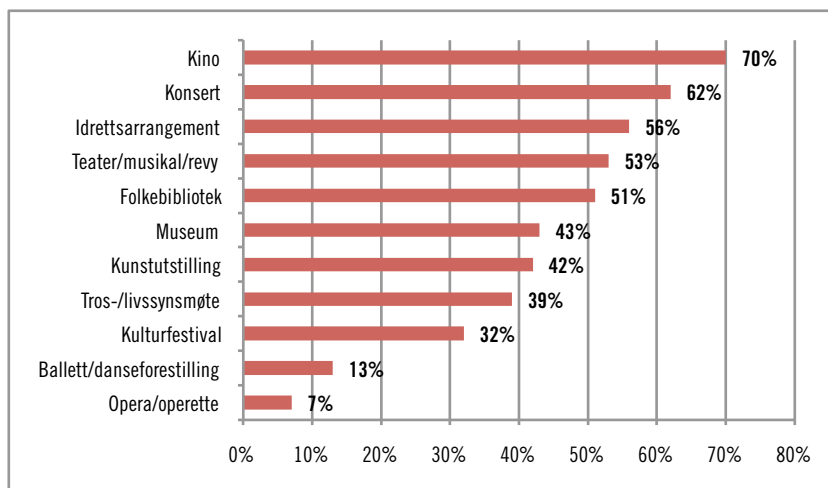
Hovedtrekkene i det analoge kulturforbruket

Kino er den absolutt foretrukne kulturaktiviteten i Norge. I SSB's *Norsk kulturbarometer 2008* har 70 prosent av befolkningen vært på kino i løpet av 2008. Deretter følger konsertbesøk med 62 prosent av befolkningen, teater/musikal/revy med 52 prosent og folkebibliotek med 51 prosent. Museumsbesøk ligger på 43 prosent av befolkningen og kunstutstilling på 42 prosent, fulgt av kulturfestival på 32 prosent. Betydelig færre besøker ballett- og danseforestillinger og opera, fortrinnsvis 13 og 7 prosent av befolkningen.

I BI's undersøkelse skilles det i utgangspunktet mellom "klassisk og moderne teater" og "revy, show og stand up", der 32 prosent av befolkningen har besøkt teater og 32 prosent har vært på revy, show eller stand up siste 6 måneder. Det skilles videre mellom klassisk konsert og populærmusikk-konsert, der 16 prosent av befolkningen har besøkt klassisk konsert og 36 prosent har vært på konsert med populærmusikk i løpet av et halvt år.

Figur 1. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 12 måneder.

N= 1998. Kilde SSB: Norsk kulturbarometer 2008

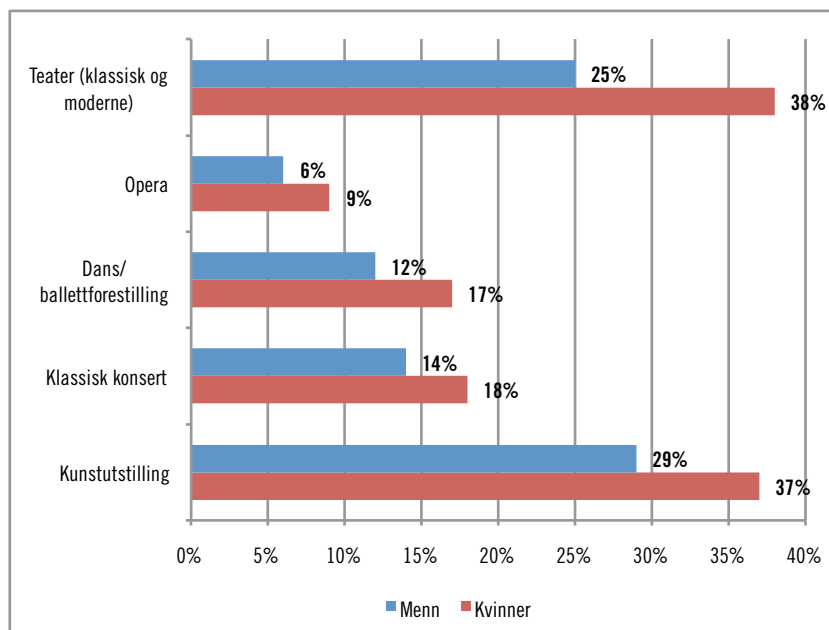


KJØNN

Kvinner benytter de fleste kulturtilbudene mer enn menn, med unntak av festivaler og populærmusikk-konserter, som har størst andel menn som brukere. Kino og museer har en relativt jevn fordeling mellom kjønnene

når det gjelder forbruk. Under ser vi en oversikt over de kulturformene der kjønnsforskjellene er størst i kvinnens favør.

Figur 2. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på kjønn.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



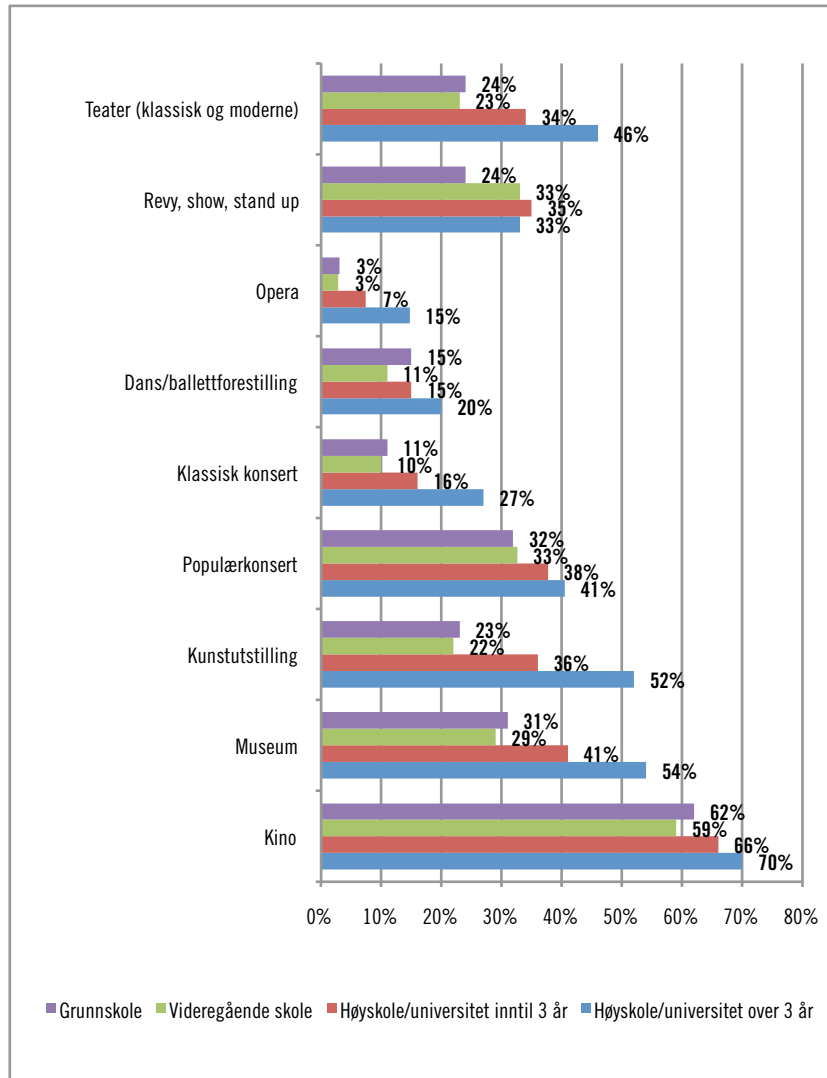
ALDER

Barn og ungdom går mest på kino, museum og ballett/danseforestilling, mens unge mennesker går mest på festivaler og konserter. Opera og kunstutstillinger blir mest besøkt av middelaldrende og eldre mennesker, mens teater/musikal/revy er jevnere fordelt i befolkningen. Besøket er dog mer genrespesifikt, i den forstand at ulike genre innen musikk og scenekunst når ulike aldersgrupper, noe vi kommer tilbake til.

UTDANNING

Folks utdanning har størst betydning for kulturforbruket. Det å ha utdanning på 3 år eller mer har stor betydning for alt kulturkonsum – kino, opera, ballett/dans, kunstutstillinger, konserter og museer – med unntak av festivaler. Utdanning slår også noe mindre ut for revy, show og stand up, kino og populærmusikk-konserter enn for de tradisjonelle kulturformene. Under ser vi en oversikt fra *Kulturkonsum i krisetider* som viser de utdanningsmessige forskjellene i forbruk.

Figur 3. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på utdanning.
 N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009

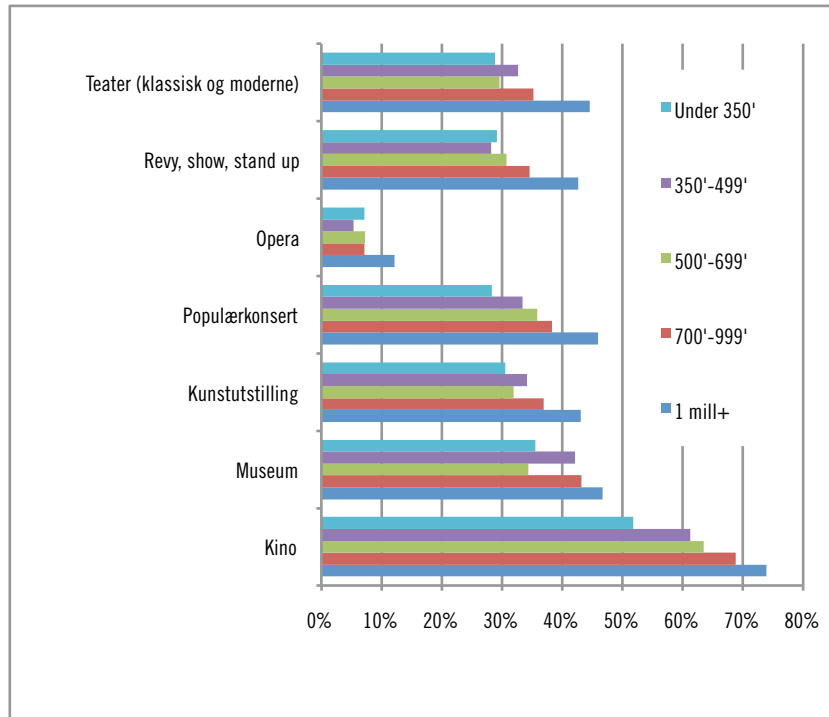


INNETKT

Etter utdanning er det inntekt som har størst betydning for kulturkonsumet. Sammenhengen mellom inntekt og forbruk finnes i varierende grad når det gjelder kino, opera, kunstutstillinger og ballett/dans, men den er mest tydelig når det gjelder teaterbesøk. Igjen er det festivalbesøket som er mest demokratisk, i den forstand at forbruket ikke øker noe med inntekt. I *Kulturkonsum i krisetider* slår inntekt heller ikke ut for klassisk konsert, når klassisk og populærmusikk-konsert innledningsvis er atskilte kategorier.

Under følger BI's oversikt over forholdet mellom inntekt og kulturkonsum der sammenhengene er signifikante.

FIGUR 4. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på inntekt.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



YRKESSTATUS

Tatt i betraktning at det er utdanning og delvis inntekt som påvirker kulturkonsumet, er det ikke overraskende at det er de yrkene med høy utdanning og god inntekt som dominerer kulturkonsumet. I SSB's kategorisering som bygger på Standard for inndeling etter sosioøkonomisk status (Standard for norsk statistikk nr. 5) er dette yrkesgruppe 1-3; 1) Administrative ledere og politikere, 2) akademikere og 3) yrker med kortere høyskole- og universitetsutdanning og teknikere. Innen de fleste kulturtilbud, festivalen er stadig unntaket, synker forbruket betraktelig i alle de andre yrkeskategoriene; 4) kontor- og kundeserviceyrker, 5) salgs, service- og omsorgsyrker, 6) yrker innen jordbruk, skogbruk og fiske, 7) håndverkere og lignende, 8) prosess- og maskinoperatører og transportarbeidere og lignende og 9) yrker uten krav til utdanning.

GEOGRAFI

Tilgjengelighet i forhold til fysisk avstand er avgjørende for kulturforbruket. Mest tilgjengelig er kino og bibliotek (og idrettsarenaer), og minst tilgjengelig er teater- og konsertlokaler.

Andelen som benytter kulturtilbudene er større i de tettest befolkede områdene enn i spredtbygde strøk. Unntaket er folkebibliotek og festivaler.

Profesjonelle kulturtilbud er mest benyttet av folk i storbyene, mens barn og unge, lavt utdannede og de som bor i spredtbygde strøk i minst grad benytter profesjonelle tilbud.

Oslo/Akershus har høyest andel kulturbrukere i mange av tilbudene, men ikke alle. Vi skal se nærmere på den geografiske fordelingen under hvert kulturtilbud.

De ulike kulturtilbudene

KINO

70 prosent av befolkningen har vært på kino i 2008 (SSB). Kino er en av de mest tilgjengelige kulturarenaene i Norge, tilgjengelig i meningen "kort fysisk avstand" til selve lokalet. Kinobrukerne var i snitt 5,1 ganger på kino i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både forbrukere og ikke-forbrukere) var på 3,6 besøk.

I 1991 (SSB's første kulturforbruksmåling) hadde 58 prosent av befolkningen vært på kino og antall besøk for hele befolkningen var 4,3 besøk.

Utviklingen siden 1991 viser at en stadig større andel av befolkningen går på kino, men at kinogjengerne i dag går sjeldnere enn før.

Kriminal/action, komedier og barne/familiefilmer er de prefererte sjangrene på kino.

Kjønn og alder

Før 2004 gikk flere kvinner enn menn på kino, men i dag er det like mange menn som er kinogjengere. Menn går nå også oftere på kino enn kvinner. Aldersmessig er det flest kinogjengere i aldersgruppen 20-24 år, der hele 94 prosent har vært på kino siste 12 måneder, fulgt av aldersgruppen 13-19 på 91 prosent. Aldersgruppen 20-24 år hadde høyest besøksfrekvens med et gjennomsnitt på 8 besøk i løpet av et år. Dette er dog en nedgang fra et gjennomsnitt i samme aldersgruppe på 10,6 kinobesøk i 1991.

Utdanning

Andelen som benytter seg av kinotilbudet øker med utdannelsesnivået. 63 prosent av de som kun har videregående skole var på kino i 2008, mens hele 90 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning hadde vært på kino.

Inntekt og yrkesstatus

Inntekt har også betydning for kinobesøket, men ikke i like stor grad som utdanning. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 59 prosent vært på kino, mot 82 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er videre flere kinogjengere i yrkesgruppe 1-3, 1) administrative ledere og

politikere, 2) akademiske yrker og 3) yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i alle de 6 andre yrkesgruppene (81 prosent i yrkesgruppe 1-2 mot 66 prosent i yrkesgruppe 6-9).

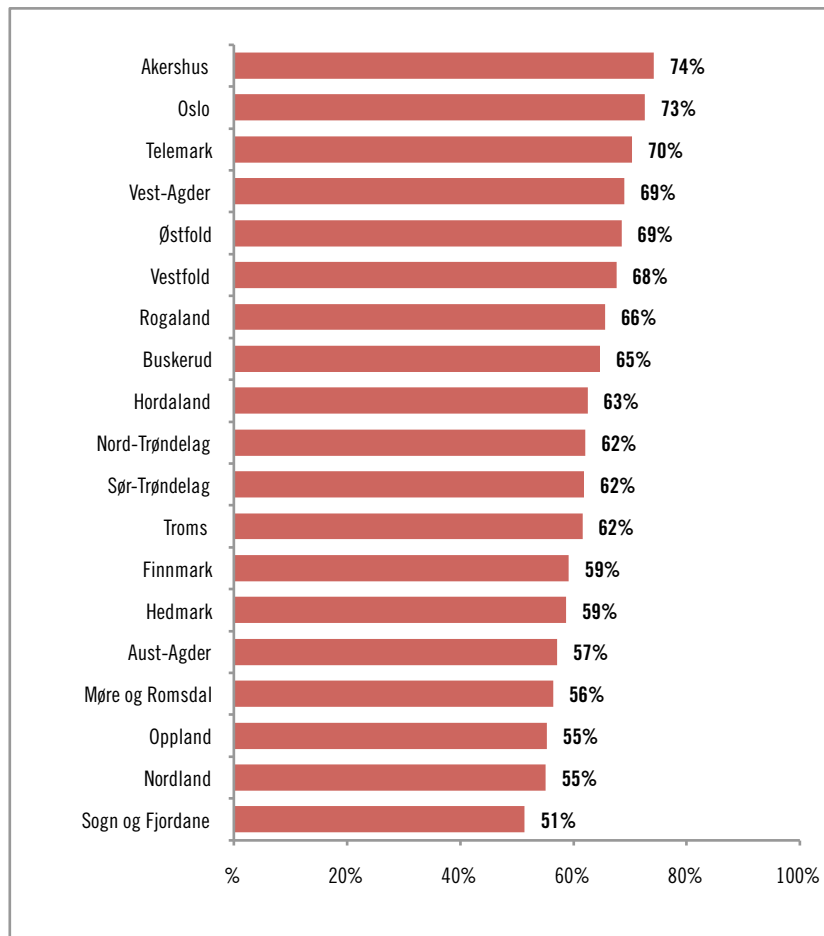
Til tross for at kino er blant de mest tilgjengelige kulturarenaene i Norge, og relativt sett blant de rimeligste tilbudene, er kinobesøket likevel svært sosialt betinget.

Geografi

Det er flest kinogjengere i Oslo/Akershus (79 prosent) og færrest på Vestlandet (63 prosent). Befolkningstetthet er avgjørende her; 83 prosent blant befolkningen i de større byene har vært på kino, mot 59 prosent i spredtbygde strøk. Hvis vi bryter ned kinoforbruket på fylkesnivå bekreftes det samme inntrykket.

Figur 5. Andel som har besøkt KINO siste 6 måneder fordelt på fylke.

N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Personer fra tettbygde fylker som Akershus og Oslo går i større grad på kino sammenlignet med mer spredtbygde fylker som Sogn og Fjordane, Oppland og Nordland, som bør ses i sammenheng med blant annet tilgjengelighet av kinotilbud.

Den hyppigst forekomne *voksne* kinogjengeren bor i byen, har høy utdannelse og god inntekt, og tilhører yrkesgruppe 1-3.

FOLKEBIBLIOTEK

51 prosent av befolkningen har vært på folkebibliotek i 2008 (SSB). Det er opp to prosentpoeng fra 1991. Folkebibliotek er også en av de mest tilgjengelige kulturarenaene i Norge. Brukerne var i snitt 10,6 ganger på folkebibliotek i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både brukere og ikke-brukere) var på 5,5 besøk.

Kjønn og alder

Lang flere kvinner enn menn har vært på folkebibliotek i 2008 (58 prosent mot 45 prosent). Aldersmessig er det flest brukere i aldersgruppen 9-12 år, der hele 69 prosent har vært på folkebibliotek siste 12 måneder, mens i den voksne befolkningen er det flest 35-44 åringene som benytter folkebibliotekene med en andel på 57 prosent.

Utdanning

Andelen som benytter seg av folkebibliotektilbudet øker kraftig med utdannelsesnivået. 42 prosent av de som kun har videregående skole var på folkebibliotek i 2008, mot 70 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning.

Inntekt og yrkesstatus

Inntekt har også betydning for folkebibliotekforbruket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 41 prosent vært på folkebibliotek i 2008, mot 56 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er også langt flere folkebibliotekbrukere i yrkesgruppe 1-3, 1) administrative ledere og politikere, 2) akademiske yrker og 3) yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i alle de andre 6 andre yrkesgruppene (55 prosent i yrkesgruppe 1-2 mot 32 prosent i yrkesgruppe 6-9).

Geografi

Bruken av folkebibliotekene er relativt jevnt fordelt geografisk, og forskjellen på tettbygde og spredtbygde strøk er heller ikke stor. Her skiller folkebibliotekene seg fra de fleste andre kulturtilbud, som er preget av store geografiske forskjeller og som er mest utbredt i tettbygde strøk.

Kulturkonsum i krisetider måler ikke bruk av folkebibliotekene, og vi har derfor ikke fylkessammenlignbare tall her.

Den hyppigst forekomne *voksne* folkebiblioteksbrukeren bor overalt i landet, har høy utdanning og relativt høy inntekt, og tilhører primært yrkesgruppe 1-3.

TEATER

53 prosent av befolkningen har vært på teater/musikal/revy i 2008 (SSB), mens 32 prosent av befolkningen på 15 år eller eldre har vært på klassisk teater og 32 prosent har vært på revy/show/stand up i løpet av et halvt år (BI). Teater er en av de minst tilgjengelige kulturarenaene i Norge. Teaterbrukerne var i snitt 2,6 ganger på teater/musikal/revy i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både forbrukere og ikke-forbrukere) var på 1,4 besøk.

BI's undersøkelse viser at brukerne av klassisk og moderne teater i snitt hadde 2,6 besøk på et år, mens brukerne av revy/show/stand up hadde et snitt på 1,85 besøk. Dette gir totalt sett en høyere besøksfrekvens enn det SSB opererer med når det spørres om "teater/musikal/revy".

I 1991 (SSB's første kulturforbruksmåling) hadde 44 prosent av befolkningen vært på teater og antall besøk for hele befolkningen var 1,1 besøk.

Utviklingen siden 1991 er at en betydelig større andel av befolkningen går på teater/musikal/revy i dag, og dagens teatergjengere besøker teater noe oftere enn i 1991. Veksten i teaterforbruket de siste årene skyldes ikke minst fremveksten av en rekke private teatre og nye genre som stand up, som spesielt appellerer til yngre mennesker.

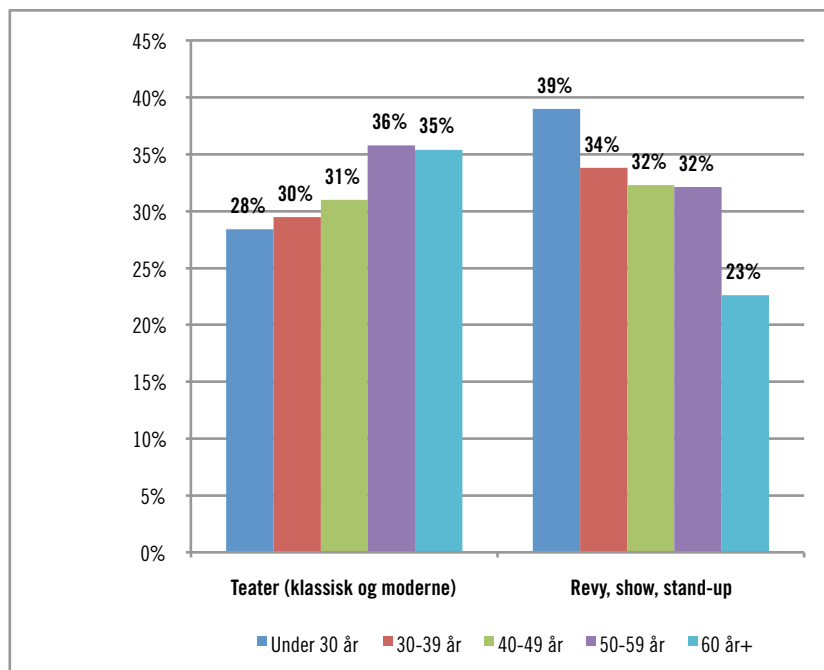
Norsk kulturbarometer 2008 viser også at det er sjangrene revy, komedie og musikal som er de mest populære blant publikum.

Kjønn og alder

Lang flere kvinner enn menn har vært på teater/musikal/revy i 2008 (57 prosent mot 49 prosent). Andelen menn som benytter teatertilbud har vokst

fra 38 prosent i 1991 til dagens 49 prosent, mens kvinners andel kun har gått opp fra 51 til 57 prosent i samme periode. Aldersmessig er det flest teatergjengere i aldersgruppen 16-19 år, der hele 65 prosent har vært på teater/musikal/revy siste 12 måneder, fulgt av 35-44 åringene med en andel på 61 prosent. Andelen som går på teater/musikal/revy er for øvrig nokså jevnt fordelt mellom aldersgruppene, slår SSB fast (s. 6). BI's *Kulturkonsum i krisetider* som har en annen kategorisering enn SSB her, viser at andelen besøkende på klassisk og moderne teater stiger noe med alder, mens andelen forbrukere av revy, show og stand up synker betydelig med alder.

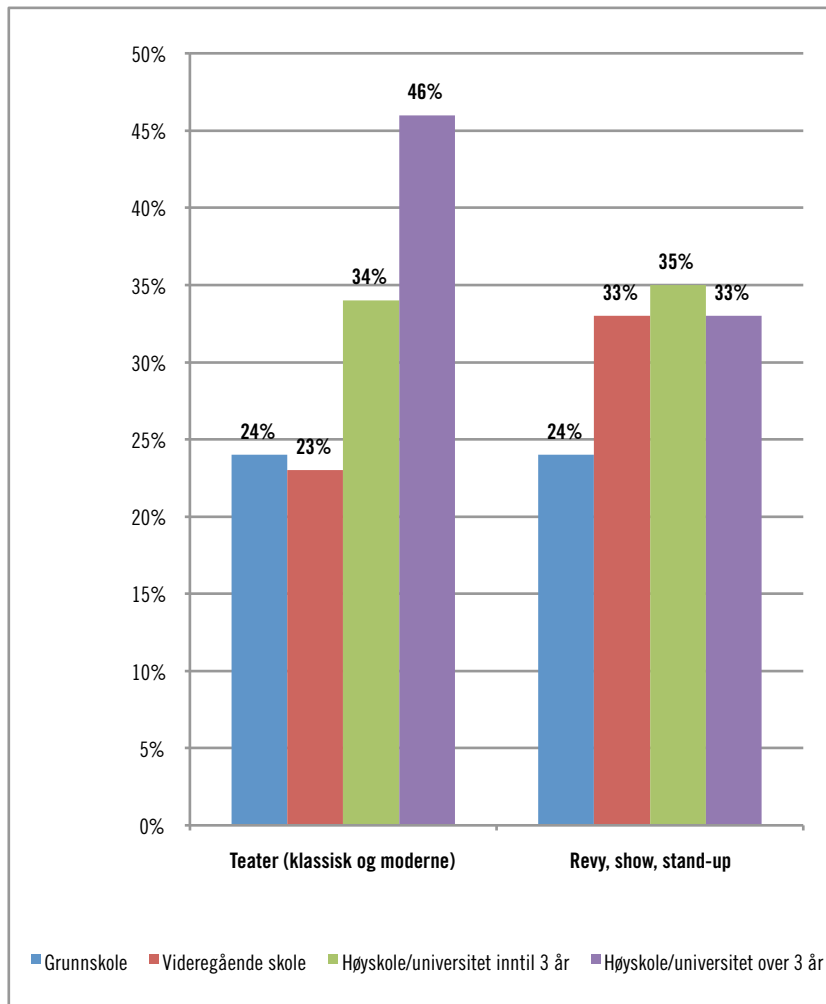
Figur 6. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på alder.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Utdanning

Andelen som benytter seg av teatertilbudet øker med utdannelsesnivået. 51 prosent av de som kun har videregående skole var på teater/musikal/revy i 2008, mot 67 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning. Når vi skiller klassisk teater fra de mer populære underholdningsformene revy/show/stand up, ser vi at utdanning betyr mye mer for klassisk teater enn for underholdningsformene revy, show og stand up.

Figur 7. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på utdanning.
 N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009

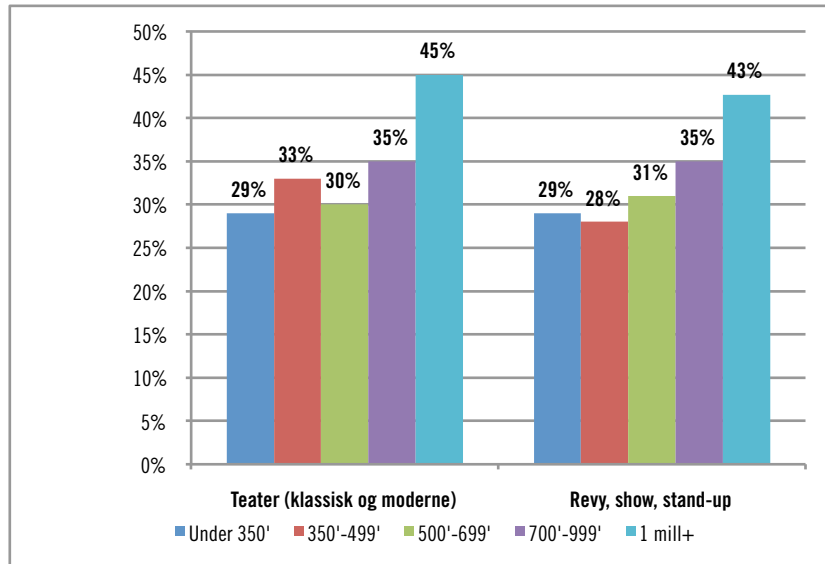


Inntekt og yrkesstatus

Inntekt har stor betydning for teaterforbruket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 43 prosent vært på teater/musikal/revy, mot 68 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er også langt flere teatergjengere i yrkesgruppe 1-3, administrative ledere, politikere, akademiske yrker og yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i alle de 6 andre yrkesgruppene (63 prosent i yrkesgruppe 1-2 mot 44 prosent i yrkesgruppe 6-9).

Kulturkonsum i krisetider viser at inntekt også har stor betydning for de rene underholdningsformene av scenegenrene. Det er spesielt husstandsinnkomst over 1 million kroner som slår ut her.

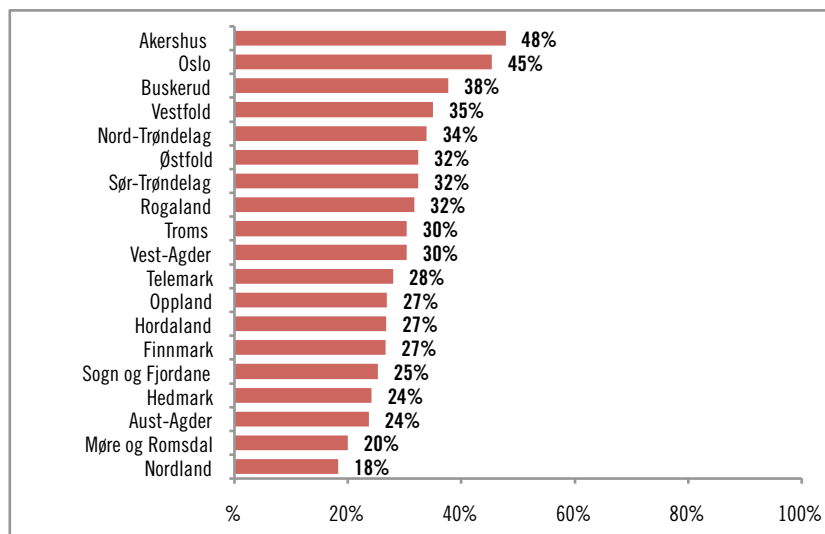
Figur 8. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på inntekt.
 N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Geografi

Det er flest teatergjengere i Oslo/Akershus (56 prosent), Østlandet ellers (55 prosent), Agder/Rogaland (55 prosent) og færrest på Vestlandet (49 prosent). Teater er også et byfenomen. Hvis vi bryter ned teaterforbruket på fylkesnivå, ser konsumet slik ut.

Figur 9. Andel som har besøkt TEATER siste 6 måneder fordelt på fylke.
 N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Akershus og Oslo har desidert størst andel personer som har gått på teater i løpet av en 6 måneders periode, mens Nordland har minst andel, tett fulgt av Møre og Romsdal. Ulik tilgjengelighet når det gjelder teaterarenaer er her en viktig forklaring.

Det er derimot ikke signifikante fylkesforskjeller når det gjelder revy, show og stand up, som slik sett har en mer demokratisk geografisk spredning enn klassisk og moderne teater.

Den hyppigst forekomne voksne teatergjengeren bor også i byen, har høy utdanning og høy inntekt, og tilhører yrkesgruppe 1-3.

OPERA

7 prosent av befolkningen har vært på opera/operette i 2008 (SSB). Det er opp to prosentpoeng fra 1991. Opera er også en av de minst tilgjengelige kulturarenaene i Norge. Operabrukerne var i snitt 1,5 ganger på opera/operette i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både brukere og ikke-brukere) var på 0,1 besøk.

Kjønn og alder

Lang flere kvinner enn menn har vært på opera/operette i 2008 (8 prosent mot 5 prosent). Aldersmessig er det flest operagjengere i aldersgruppen 67-79 år, der hele 12 prosent har vært på opera siste 12 måneder, fulgt av 55-66 åringene med en andel på 9 prosent.

Utdanning

Andelen som benytter seg av operatilbudet øker kraftig med utdanningsnivået. 5 prosent av de som kun har videregående skole var på opera i 2008, mot 17 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning.

Inntekt og yrkesstatus

Inntekt har også stor betydning for operaforbruket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 4 prosent vært på opera/operette i 2008, mot 10 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er også langt flere teatergjengere i yrkesgruppe 1-3, 1) administrative ledere og politikere, 2) akademiske yrker og 3) yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i alle de andre 6 andre yrkesgruppene (10 prosent i yrkesgruppe 1-2 mot 3 prosent i yrkesgruppe 6-9). I operaforbruket er det også større forskjeller innad i de "kulturelle" yrkesgruppene 1-

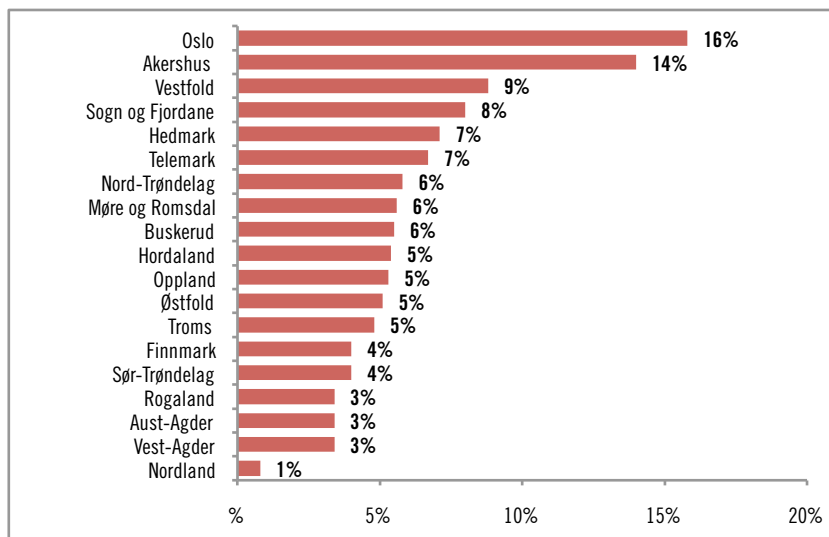
3; det er flere i yrkesgruppe 1 og 2 som er operabrukere enn i yrkesgruppe 3 (10 prosent mot 7 prosent).

Geografi

Det er flest operagjengere i Oslo/Akershus (11 prosent), og færrest i Agder/Rogaland (2 prosent). Opera er også et byfenomen, med 10 prosent besøkende i tettbygde strøk mot 3 prosent i spredtbygde. Hvis vi bryter ned operaforbruket på fylkesnivå, ser konsumet slik ut:

Figur 10. Andel som har besøkt OPERA siste 6 måneder fordelt på fylke.

N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Langt flere personer i Oslo og Akershus besøker opera sammenlignet med landet for øvrig, mens Nordland er det mest underrepresenterte fylket når det gjelder andelen operabrukere. Tilgjengeligheten til kunstformen opera er svært ujevn i Norge, og det er altså ikke slik at hele befolkningen valfarter til den nye operaen i Bjørvika.

Den hyppigst forekomne operagjengeren er over 67 år, bor i byen, har høy utdannelse og god inntekt, og tilhører yrkesgruppe 1 eller 2.

BALLETT-/DANSEFORESTILLING

13 prosent av befolkningen har vært på ballett-/danseforestilling i 2008 (SSB). Det er opp fra 8 prosentpoeng i 1991, og vi har her å gjøre med en kulturform i sterk vekst. Brukerne var i snitt 2,0 ganger på ballett-

/danseforestilling i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både brukere og ikke-brukere) var på 0,3 besøk.

Den største andelen har vært på klassisk ballett og på moderne ballett/dans.

I *Kulturkonsum i krisetider* er andelen av befolkningen som har vært på "dans/ballettforestilling" siste 6 måneder på hele 15 prosent, noe som kan skyldes formuleringen at dans nevnes *før* ballett (undersøkelsene gjøres på telefon). "Dans" er et videre begrep som gir flere assosiasjoner enn ballett, som primært assosieres med klassisk ballett.

Kjønn og alder

Langt flere kvinner enn menn har vært på ballett-/danseforestilling i 2008 (17 prosent mot 10 prosent). Aldersmessig er det flest ballettgjengere i aldersgruppen 9-12 år, der hele 22 prosent har vært på ballett-/danseforestilling siste 12 måneder, fulgt av 13-15 åringene med en andel på 21 prosent. Av de voksne (over 20 år) er det 35-44 åringene som er ivrigst, 18 prosent av dem har sett ballett-/danseforestillinger i 2008.

Utdanning

Andelen som benytter seg av ballett og dansetilbudet øker kraftig med utdannelsesnivået. 10 prosent av de som kun har videregående skole var på ballet/dans i 2008, mot 19 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning.

Inntekt og yrkesstatus

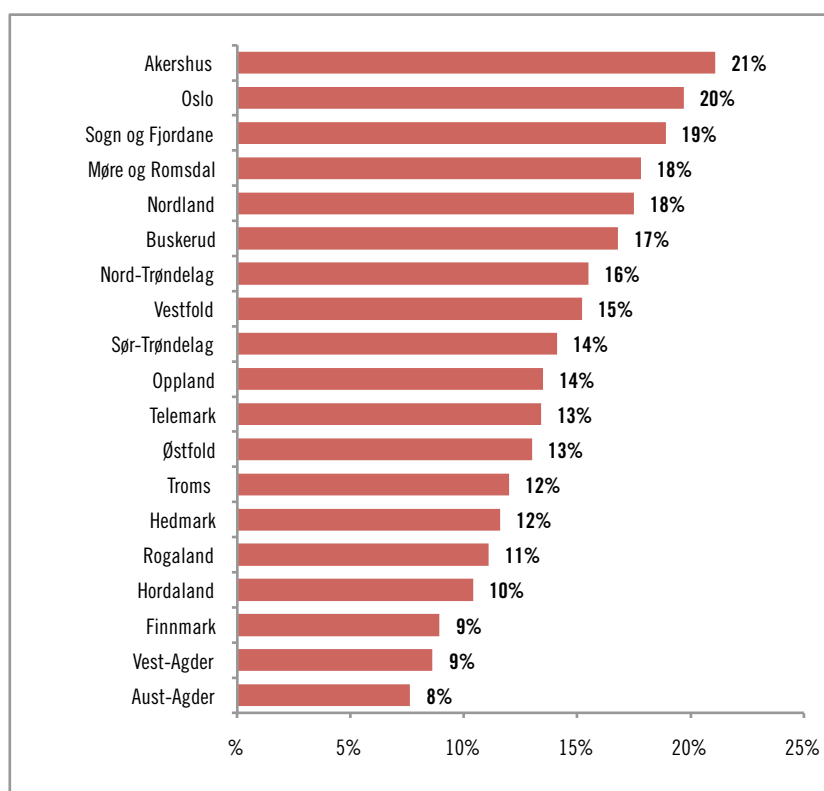
Inntekt har også stor betydning for ballett-/danseforbruket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 7 prosent vært på opera/operette i 2008, mot 20 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er også langt flere forbrukere i yrkesgruppe 1-3, 1) administrative ledere og politikere, 2) akademiske yrker og 3) yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i de andre 6 yrkesgruppene (15 prosent i yrkesgruppe 1-2 mot 5 prosent i yrkesgruppe 6-9). Vi kan her merke oss at yrkesgruppene 4 og 5, kontor- og kundeserviceyrker og salgs-, service- og omsorgsyrker, har en andel brukere på 11 prosent. Det er mindre avstand her mellom yrkeskategoriene 1-3 og 4-5 her enn i de tidligere omtalte kulturformene.

I *Kulturkonsum i krisetider* gir ikke inntekt like stort utslag på andelen forbrukere, noe som kan skyldes at man har fanget opp mindre finkulturelle danseformer på grunn av formuleringen "dans/ballettforestilling".

Geografi

Det er flest ballettgjengere i Oslo/Akershus (17 prosent), og færrest på Vestlandet (10 prosent). Ballett/dans er også et byfenomen, med 18 prosent besøkende i tettbygde strøk mot 9 prosent i spredtbygde. Hvis vi bryter ned ballett/danseforbruket på fylkesnivå, ser konsumet slik ut:

Figur 11. Andel som har besøkt DANS/BALLETT siste 6 måneder fordelt på fylke.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Akershus og Oslo har størst andel personer som har besøkt dans/ballett i løpet av en 6 måneders periode tett fulgt av Sogn og Fjordane, Møre og Romsdal og Nordland. Agderfylkene og Finnmark har lavest andel besøkende.

Den hyppigst forekomne voksne ballettgjengeren er mellom 35 og 44 år, bor i byen, har høy utdanning og god inntekt, og tilhører yrkesgruppe 1-3.

KONSERT

62 prosent av befolkningen har vært på konsert i 2008 (SSB). Det er opp fra 48 prosent i 1991, og vi har igjen å gjøre med en kulturaktivitet i sterk vekst. Brukerne var i snitt 4,6 ganger på konsert i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både forbrukere og ikke-forbrukere) var på 2,9 besøk.

Av de som hadde besøkt en konsert, hadde størst andel vært på pop/rock konsert (over 50 prosent), deretter fulgt av konsert med klassisk musikk (10 prosent).

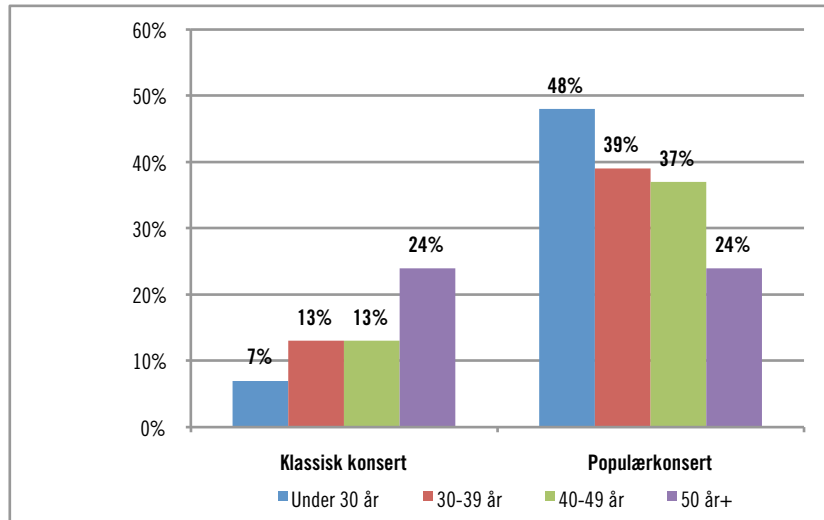
I *Kulturkonsum i krisetider* der vi fra våren 2009 i innledningsspørsmålet har skilt mellom klassisk konsert, populærmusikk-konsert og folkemusikk- eller jazzkonsert er andelen 16 prosent på klassisk, 35 prosent på populærmusikk og 15 prosent på folkemusikk/jazz (besøk siste 6 måneder – 1900 respondenter).

Kjønn og alder

Like mange kvinner som menn har vært på konsert i 2008 (SSB). Aldersmessig er det flest konsertgjengere i aldersgruppen 20-24 år, der hele 75 prosent har vært på konsert siste 12 måneder, fulgt av 16-19 åringene med en andel på 71 prosent, og 25-34 åringene på 70 prosent.

Dette *kan* gi et inntrykk at det er ungdommen som dominerer konsertarenaen, og at konsertarenaen er kjønnsnøytral. Men hvis vi ser på alder og kjønn i forhold til sjangrene klassisk og populærmusikk, forandrer bildet seg betydelig. Da ser vi at kvinnene er ivrigst på klassiske konserter (18 mot 14 prosent) og mennene på konserter med populærmusikk (38 mot 33 prosent). Enda større er aldersforskjellene når det gjelder klassisk og populærmusikkforbruket, der de over 50 år dominerer på klassiske konserter, mens de under 30 år dominerer på konserter med populærmusikk:

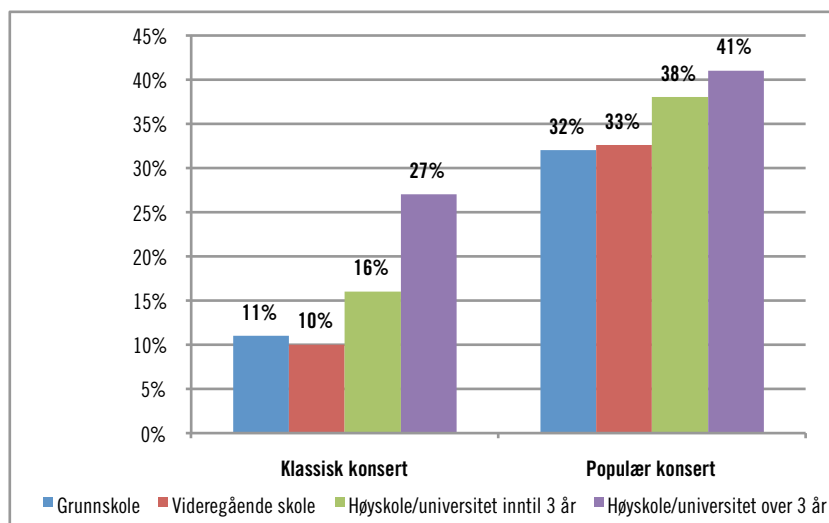
Figur 12 Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på alder.
 N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Utdanning

Andelen som benytter seg av konserttilbudet øker med utdannelsesnivået. 61 prosent av de som kun har videregående skole var på konsert i 2008, mot 74 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning (SSB). Når vi skiller mellom klassisk og populærmusikk-konserter ser vi at sammenhengen mellom utdanning og bruk av klassisk musikk er mye sterkere enn den er for utdanning og populærmusikk.

Figur 13. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på utdanning.
 N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009

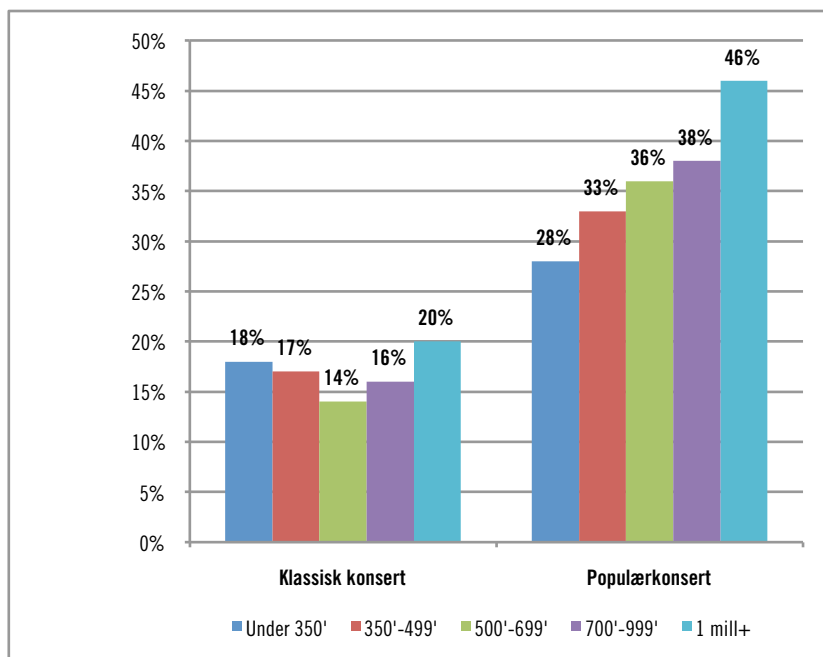


Inntekt og yrkesstatus

Inntekt har også betydning for konsertforbruket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 53 prosent vært på konsert i 2008, mot 68 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er også flere forbrukere i yrkesgruppe 1-3, 1) administrative ledere og politikere, 2) akademiske yrker og 3) yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i de andre 6 yrkesgruppene (74 prosent i yrkesgruppe 1-2 mot 61 prosent i yrkesgruppe 6-9).

I *Kulturkonsum i krisetider* ser vi at inntekt ikke er avgjørende for besøk på klassisk konsert, men gir betydelig utslag for forbruk av konserter med populærmusikk.

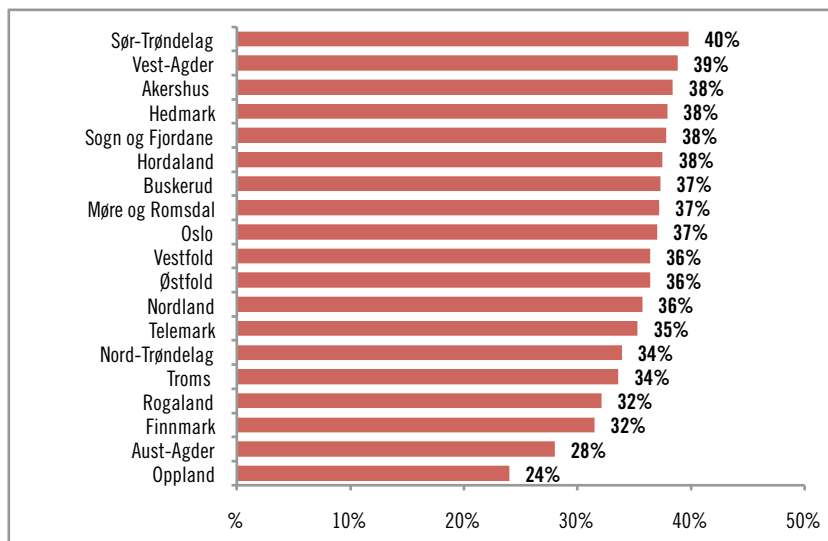
Figur 14. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 6 måneder fordelt på inntekt.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Geografi

Det er flest konsertgjengere i Trøndelag (67 prosent), og færrest i Oslo/Akershus (60 prosent) og Nord-Norge. Konserter er også et byfenomen, med 67 prosent besøkende i tettbygde strøk mot 54 prosent i spredtbygde. Hvis vi bryter ned populærmusikk-forbruket på fylkesnivå, ser konsertkonsumet slik ut:

Figur 15. Andel som har vært på POPULÆRKONSERT siste 6 måneder fordelt på fylke.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Sør-Trøndelag har høyest andel populærkonserthbrukere, tett fulgt av Vest-Agder, mens Oppland og Aust-Agder har lavest andel personer som har gått på populærkonserter i løpet av en 6 måneders periode.

Det er derimot ikke signifikante fylkesforskjeller når det gjelder klassisk konsert, som slik sett har en noe mer demokratisk geografisk spredning enn populærmusikken i konsertform.

Den hyppigst forekomne populærmusikk konsertgjengeren er under 30 år, mens den hyppigst forekomne klassisk musikk konsertgjengeren er over 50 år, har høy utdanning og god inntekt, og tilhører yrkesgruppe 1-3.

KUNSTUTSTILLING

42 prosent av befolkningen har vært på kunstutstilling i 2008 (SSB). Det er på samme nivå som i 1991. Brukerne var i snitt 3,1 ganger på utstilling i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både forbrukere og ikke-forbrukere) var på 1,3 utstillingsbesøk.

Den absolutt største andelen har vært på maleriutstilling (nesten 80 prosent).

Kjønn og alder

Langt flere kvinner enn menn har vært på kunstutstilling i 2008 (47 prosent mot 36 prosent). Aldersmessig er det flest utstillingsgjengere i al-

dersgruppen 55-56 år, der hele 51 prosent har vært på utstilling siste 12 måneder, tett fulgt av 45-54 åringene med en andel på 50 prosent.

Utdanning

Andelen som benytter seg av kunstutstillinger øker kraftig med utdannelsesnivået. 35 prosent av de som kun har videregående skole var på utstilling i 2008, mot 67 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning.

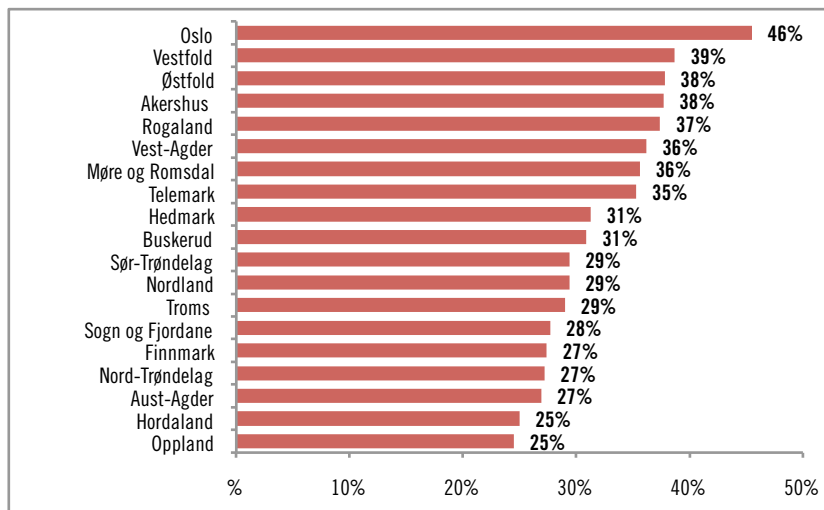
Inntekt og yrkesstatus

Inntekt har også stor betydning for kunstutstillingsforbruket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 32 prosent vært på utstilling i 2008, mot 50 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er også langt flere forbrukere i yrkesgruppe 1-3, 1) administrative ledere og politikere, 2) akademiske yrker og 3) yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i de andre 6 yrkesgruppene (54 prosent i yrkesgruppe 1-3 mot 31 prosent i yrkesgruppe 6-9).

Geografi

Det er flest utstillingsgjengere i Oslo/Akershus (47 prosent), og færrest i Nord-Norge (32 prosent). Kunstutstilling er også et byfenomen, med 49 prosent besøkende i tettbygde strøk mot 36 prosent i spredtbygde. Hvis vi bryter ned utstillingsforbruket på fylkesnivå, ser konsumet slik ut.

Figur 16. Andel som har besøkt KUNSTUTSTILLINGER siste 6 måneder fordelt på fylke.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Oslo har en langt høyere andel kunstutstillingsbesøkende enn landet for øvrig, mens Hordaland og Oppland har den laveste andelen.

Den hyppigst forekomne utstillingsgjengeren er mellom 45 og 66 år, bor i byen, har høy utdanning og god inntekt, og tilhører yrkesgruppe 1-3.

MUSEUM

43 prosent av befolkningen har vært på museum i 2008 (SSB). Det er omtrent på samme nivå som i 1991. Brukerne var i snitt 2,6 ganger på museum i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både forbrukere og ikke-forbrukere) var på 1,1 besøk.

Den største andelen har vært på folkemuseum (31 prosent), fulgt av kunstmuseum (18 prosent) og teknisk museum (17 prosent).

Kjønn og alder

Omtrent like mange kvinner som menn har vært på museum i 2008 (44 prosent mot 42 prosent). Aldersmessig er det flest museumsgjengere i aldersgruppen 9-12 år, der hele 58 prosent har vært på museum siste 12 måneder, fulgt av 13-15 åringene med en andel på 51 prosent. Av de voksne (over 20 år) er både 25-34 åringene og 35-44 åringene ivrige museumsbrukere med en andel på 45 og 46 prosent.

Utdanning

Andelen som benytter seg av museum øker kraftig med utdannelsesnivået. 36 prosent av de som kun har videregående skole var på museum i 2008, mot 62 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning.

Inntekt og yrkesstatus

Inntekt har også stor betydning for museumsforbruket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 37 prosent vært på museum i 2008, mot 53 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er også langt flere museumsbrukere i yrkesgruppe 1-3, 1) administrative ledere og politikere, 2) akademiske yrker og 3) yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere, enn i de andre 6 yrkesgruppene (49 prosent i yrkesgruppe 1-3 mot 36 prosent i yrkesgruppe 6-9).

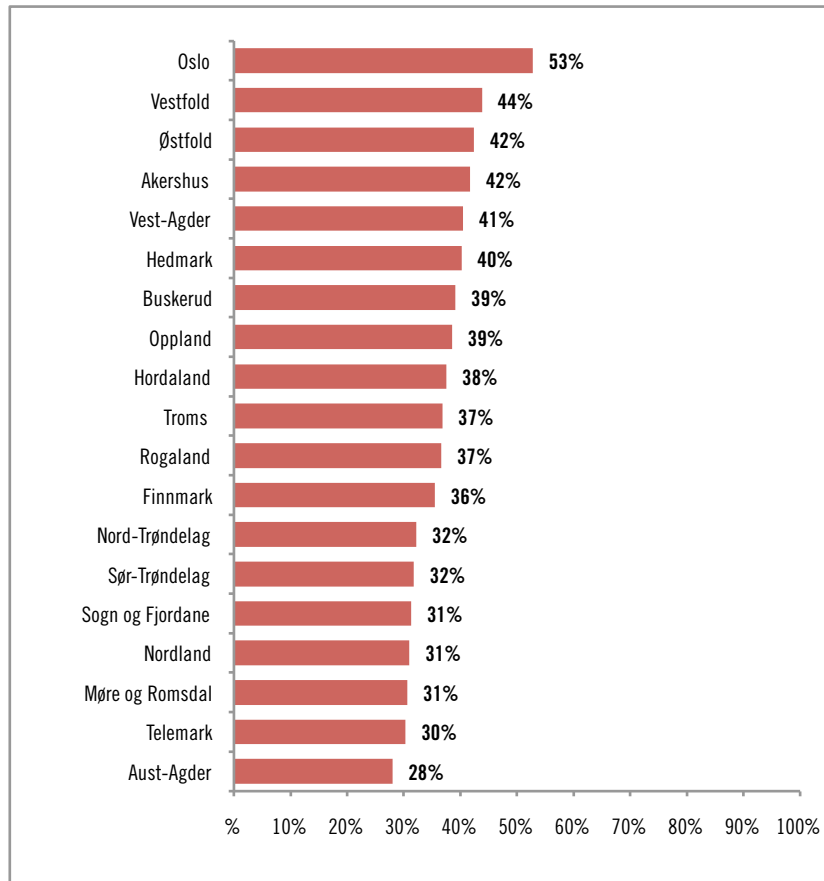
Geografi

Det er flest museumsbrukere i Oslo/Akershus (51 prosent), og færrest på Vestlandet (38 prosent) og i Nord-Norge (39 prosent). Museum er også et

byfenomen, med 51 prosent besøkende i tettbygde strøk mot 39 prosent i spredtbygde. Hvis vi bryter ned museumsforbruket på fylkesnivå, ser konsumet slik ut:

Figur 17. Andel som har besøkt MUSEUM siste 6 måneder fordelt på fylke.

N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Oslo har absolutt størst andel museumsbesøkende sammenlignet med samtlige andre fylker, mens Aust-Agder har lavest andel.

Den hyppigst forekomne museumsgjengeren er 9-15 år, mens den hyppigst forekomne voksne museumsgjengeren bor i byen, har høy utdanning og god inntekt, og tilhører yrkesgruppe 1-3.

KULTURFESTIVAL – DET DEMOKRATISKE UNNTAKET I KULTURTILBUDENE

32 prosent av befolkningen har vært på kulturfestival i 2008 (SSB). Det er opp fra 28 prosent i 2004 da festivalbesøket ble målt for første gang, og vi har her å gjøre med en kulturform i betydelig vekst. Brukerne var i snitt 1,8 ganger på kulturfestival i 2008, mens snittet for hele befolkningen (både brukere og ikke-brukere) var på 0,6 besøk.

Den største andelen har vært på musikkfestival og spesielt i sjangeren pop/rock.

Kjønn og alder

Det er flere menn enn kvinner som har vært på kulturfestival i 2008 (35 prosent mot 29 prosent). Aldersmessig er det flest festivalgjengere i aldersgruppen 16-19 år og 20-24 år prosent, fortrinnsvis 53 prosent og 49 prosent av disse aldersgruppene har vært på kulturfestival siste 12 måneder.

Utdanning

Andelen som benytter seg av kulturfestival stiger i noen grad med utdannelsesnivået, men langt mindre enn i de andre kulturforbruk. 31 prosent av de som kun har videregående skole var på kulturfestival i 2008, mot 38 prosent av de med lang universitets/høgskoleutdanning. I BI's undersøkelse, der kategorien heter bare "festival" og ikke *kulturfestival* gir utdanning ikke noe utslag for andelen festivalbesøkende.

Inntekt og yrkesstatus

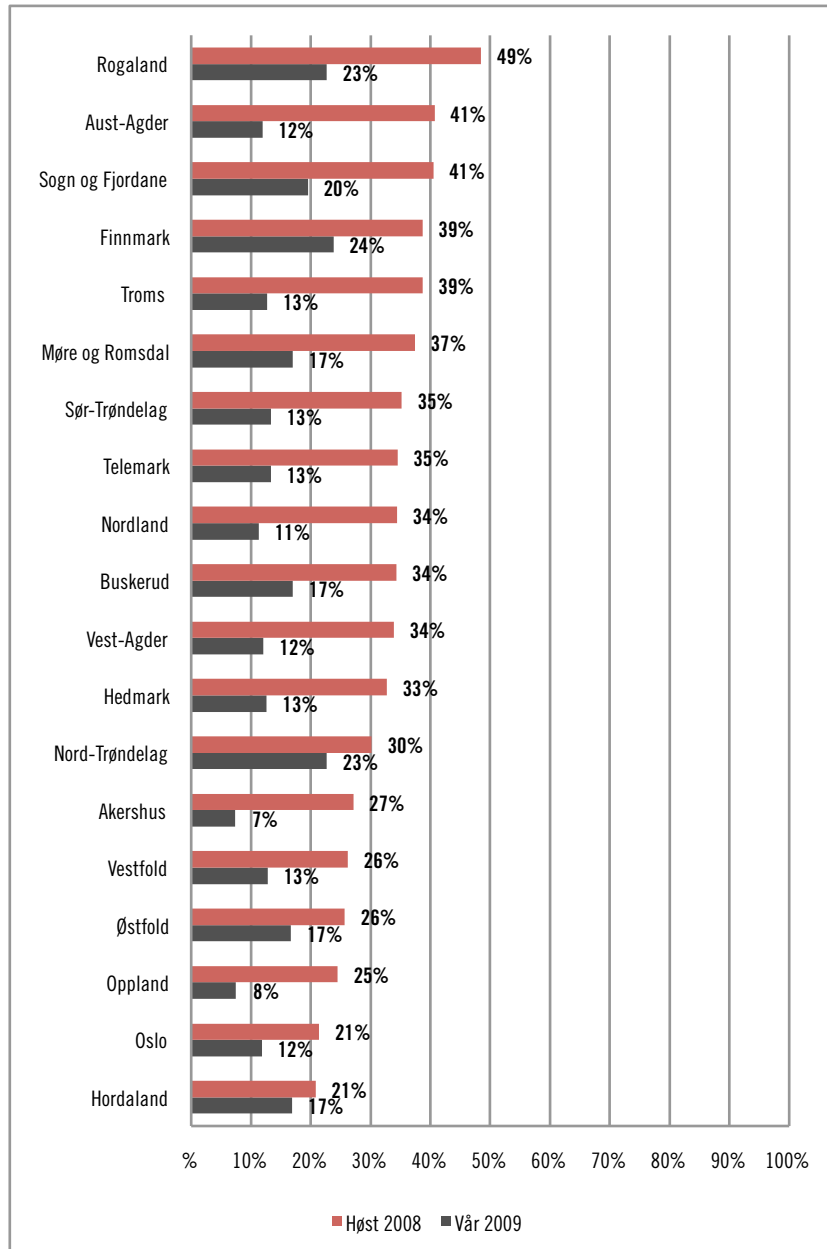
Inntekt har ingen betydning for festivalbesøket. Blant de med husholdningsinntekt under 300 000,-, hadde 31 prosent vært på kulturfestival i 2008, mot 34 prosent i inntektsgruppen 900 000,-. Det er flest forbrukere i yrkesgruppe 6-9; 6) yrker innen jordbruk, skogbruk og fiske, 7) håndverkere og lignende, 8) prosess- og maskinoperatører og transportarbeidere og lignende og 9) yrker uten krav til utdanning (44 prosent i denne yrkesgruppe mot 37 prosent i yrkesgruppe 1-2 og 32 prosent i yrkesgruppe 3).

Geografi

Det er flest festivalgjengere i Trøndelag (42 prosent), og færrest i Oslo/Akershus (23 prosent). Kulturfestival er *ikke* et byfenomen, det er 34

prosent besøkende i tettbygde strøk mot 31 prosent i spredtbygde. Hvis vi bryter ned festivalforbruket på fylkesnivå, ser konsumet slik ut:

Figur 18. Andel som har besøkt FESTIVALER siste 6 måneder fordelt på fylke.
N= 3800. Kilde BI: Kulturkonsum i krisetider høst 2008/vår 2009



Siden festivalsesongen primært er om sommeren, har vi valgt å skille mellom høst og vår i denne fremstillingen.

Oslo og Hordaland har minst andel personer som oppgir at de har besøkt festivaler høsten 2008, mens Rogaland har størst andel personer som oppgir at de har besøkt festivaler på dette tidspunktet, noe som kan forklares med at Stavanger var Europeisk kulturhovedstad i 2008. Finnmark har en relativt større andel personer som har besøkt festivaler i løpet av våren 2009, sammenlignet med landet forøvrig. Nord-Trøndelag synes også relativt sett å ha en større andel personer som besøker festivaler våren 2009 sammenlignet med høsten 2008.

Den hyppigst forekomne festivalgjengeren er mellom 16-og 24 år, bor like gjerne i spredtbygde strøk som tettbygde, har like gjerne lav inntekt som høy og har like gjerne lav utdanning som høy.



”For art's sake”