

S O M

Kampen om publiken
Biografen i den digitala medieåldern

2006



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

SOM-INSTITUTET
samhälle opinion massmedia

Rudolf Antoni

s a m h ä l l e o p i n i o n m a s s m e d i a

Innehåll

Om SOM-undersökningen	s. 1
Förord	s. 3
Biografen, filmen och samhället	s. 5
Biobesök 2005	s. 6
Ny teknik	s. 9
Filmens skilda fönster	s.10
Viktigt då man går på bio	s.12
Olika sorters film	s.15
Attityder till film och bio	s.18
Priset på en biobiljett	s.19
Nedladdning av film	s.21
Nedladdningens effekter	s.23
De som inte går på bio	s.25
Perspektiv på biobesöken	s.27
Referenser	s.33

Bilaga 1 – Tabeller

Bilaga 2 - Frågor om film och bio som ingick i Riks-SOM 2005

OM SOM-UNDERSÖKNINGEN

Underlaget för föreliggande rapport är frågor som sedan 1988 har ställts inom ramen för SOM-institutets nationella frågeundersökning. SOM-institutet vid Göteborgs universitet är en forsknings- och utbildningsorganisation som bildats gemensamt av Institutionen för journalistik och masskommunikation, Statsvetenskapliga institutionen och Förvaltningshögskolan i syfte att genomföra representativa frågeundersökningar. Den första nationella frågeundersökningen (Riks-SOM) gjordes 1986. Den första regionala studien (Väst-SOM) gjordes 1992. Utöver dessa två årliga undersökningar genomförs med jämna mellanrum dessutom en rad andra undersökningar med jämförbart material som exempelvis de västsvenska kommunundersökningarna och storstadsundersökningarna, samt den regionala Skåneundersökningen 2004 (Syd-SOM).

Den undersökning som denna rapport bygger på är den årliga nationella undersökningen Riks-SOM under perioden 1988-2005. SOM-undersökningarna genomförs i form av en postenkät till ett slumpmässigt antal personer boende i Sverige. Undersökningen omfattade i flera år åldersintervallet 15-80 år, men utökades fr o m 2000 till att inkludera även åldersgruppen 81-85 år. Andelen svarande har genom åren hållit sig kring 65 - 70 procent. Urvalsstorleken var 1996 till 1997 2800 personer. 1998 och 1999 dubblades undersökningen och blev 2x2800 personer men är från och med år 2000 2x3000 personer.

Föreliggande rapport avser att dels redovisa resultaten från de rikstäckande SOM-undersökningarna från 1988-2005 avseende biografbesökens utveckling respektive biografpublikens sammansättning och dels redovisa resultaten från biograffrågorna som ställts inom ramen för 2005 års undersökning.

För konstruktion av frågor har SOM-institutets ledningsgrupp, professor Sören Holmberg, docent Lennart Nilsson, professor Lennart Weibull och Rudolf Antoni svarat. Rudolf Antoni har dessutom stått för datainsamling, databearbetning och analys.

Förord

År 1995 fick SOM-institutet i uppdrag av Svenska Filminstitutet att dels belysa biografbesökens utveckling respektive biografpublikens sammansättning över tid på grundval av frågor ställda i de nationella SOM-undersökningarna. Tio år senare förnyades detta uppdrag med en betydande satsning på frågor inom ramen för 2005 års undersökning. Huvudsyftet med medverkan i undersökningen var följande övergripande frågeställning:

- Varför minskar biografbesöken i Sverige?
- Hur kan man vända denna trend?

Med utgångspunkt i dessa allmänna frågor formulerades en rad konkreta problemområden som skulle utredas inom ramen för 2005 års nationella SOM-undersökning:

- Vem går på bio och vem gör det inte?
- Vilka värden förknippas med biobesök?
- Vilka attityder och preferenser råder gällande priser, genrer, filmens ursprung och biografmiljön?
- Hur ser konkurrensen ut från andra medieformat?
- Hur värderas biobesök jämfört med i första hand andra visningsfönster, men även i förhållande till andra saker?
- Hur utbredd är nedladdningen av filmer och i vilken utsträckning påverkar detta biobesöken?

Föreliggande rapport avser att redovisa resultaten från de rikstäckande SOM-undersökningarna från 1988-2005 avseende biografbesökens utveckling respektive biografpublikens sammansättning och mer specifikt resultaten från biograffrågorna som ställdes inom ramen för 2005 års undersökning.

För konstruktion av frågor har SOM-institutets ledningsgrupp, professor Sören Holmberg, docent Lennart Nilsson, professor Lennart Weibull, och undertecknad svarat.

Göteborg i april 2006

Rudolf Antoni

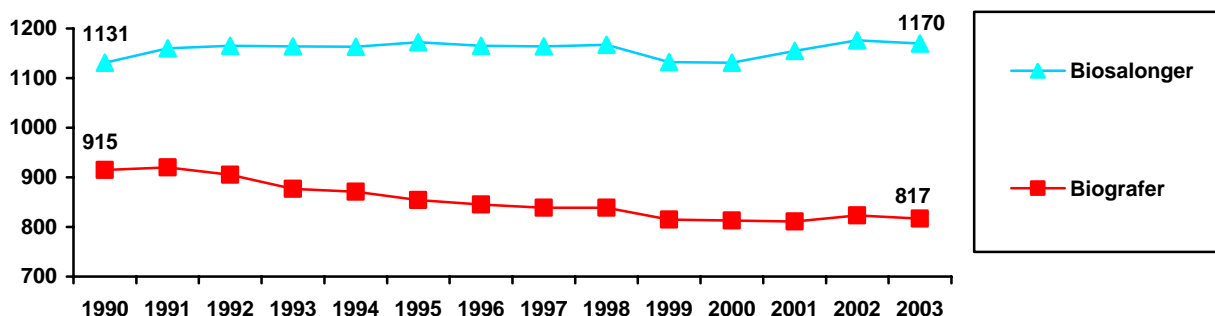
Biografen, filmen och samhället

Biografilmerna kom till i en tid av stora samhälleliga förändringar. Den blomstrande industrialismen innebar en geografisk koncentration av befolkningen och i förlängningen att helt nya samhällsklasser växte fram i städerna. Med detta följde nya levnadsvanor, ändrade ekonomiska förutsättningar och ett allt större behov av fritidsnöjen. I denna kontext fann den förhållandevis billiga massproducerade biofilmen snabbt sin publik i den växande industriarbetarklassen. Under det senaste seklet har dock denna klass såväl som samhället i stort genomgått många omvälvande förändringar och det finns mycket som tyder på att vi idag befinner oss mitt inne i en förändring vars magnitud på många sätt motsvarar den ursprungliga övergången från bondesamhälle till industrisamhälle. (Florida 2005) Om vi kommer att kalla det nya framväxande samhället för kunskapssamhälle, it-samhälle eller någonting annat återstår att se. Det är dock troligt att denna förändring kommer att få stora konsekvenser för biografbranschen specifikt och i ett vidare perspektiv hela underhållningsindustrin.

Det svenska medielandskapet har under de senaste femton åren mer än fördubblats om man ser till antalet vägar medieinnehållet kan nå ut till publiken med. (Bergström 2005) Vi har ny teknologi som exempelvis internet, mobiltelefoni och digital-TV som var och en för sig innebär en mängd olika användningsområden. Och skulle man försöka sig på att kvantifiera innehållet på internet – det totala utbudet, så är det rimligt att påstå att det idag är i stort sett outtömligt. Det kan tyckas som ett tecken i tiden att den klassiska filmen King Kong från 1933 nyproducerades av Peter Jackson 2005. Kanske står biofilmen nu som då inför en stor ny värld. På 1930-talet markerade berättelsen om den kolossala romantikern början på biografilmens verkliga storhetstid men frågan är vad som väntar under 2000-talets första decennier.

Även inom biografbranschen har det skett förändringar under de senaste 15-20 åren. Figur 1 nedan visar hur antalet biografier har minskat samtidigt som antalet biosalonger har ökat något. Vi befinner oss idag inte längre i de stora biografernas tid. Utvecklingen har länge gått mot större så kallade multiplex där man kan visa film i flera mindre salonger samtidigt. Som ett exempel på denna förändring var antalet stolar per salong i början på 1990-talet i genomsnitt nära 200 per salong. 2003 hade motsvarande siffra sjunkit till 167. (se figur 2)

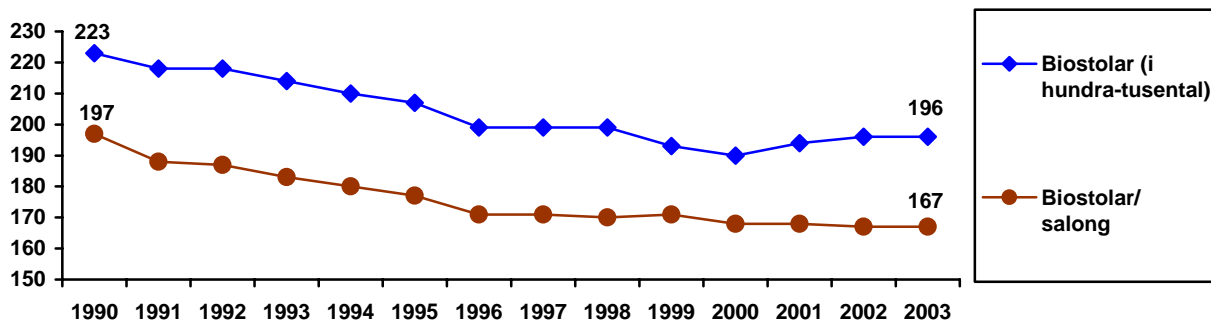
Figur 1 Biografer och biosalonger i Sverige 1990-2003 (antal)



Källa: Mediesverige 2004

Men även om antalet salonger har ökat de senaste åren så har det faktiska antalet biografstolar minskat med nära 30 000 under de senaste 15 åren. I övergången från en stor salong till flera mindre salonger har man med andra ord förlorat ett visst utrymme för publiken. (se figur 2)

Figur 2 Biografstolar i Sverige 1990-2003 (antal i hundratusental och genomsnittligt antal per salong)

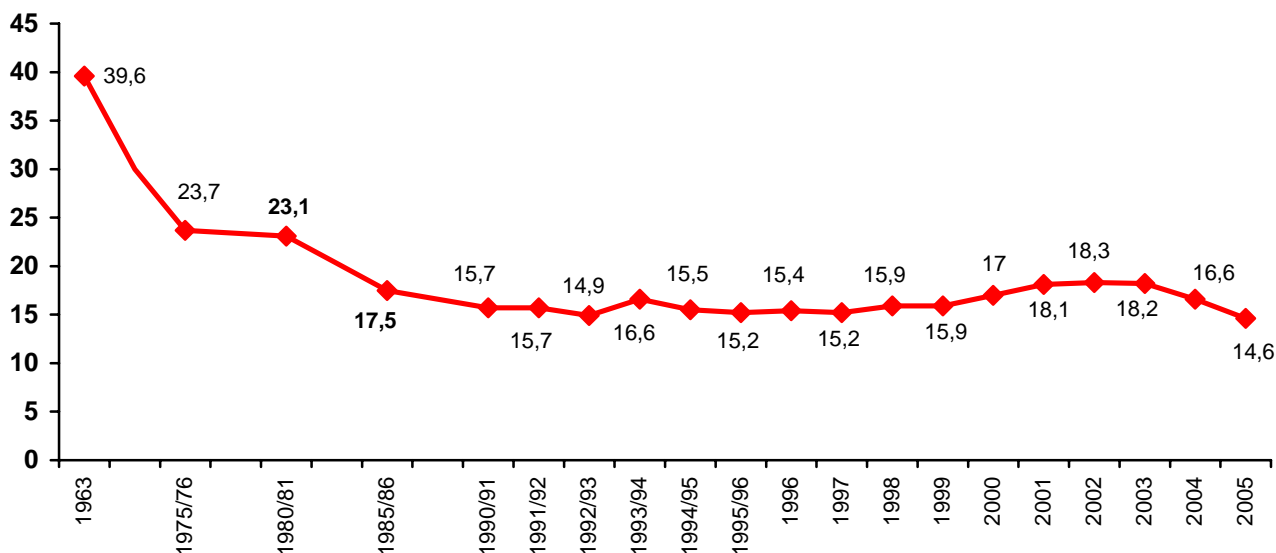


Källa: Mediesverige 2004

Biobesök 2005

Det finns många åsikter om hur framtiden för biografbranschen kommer att se ut. En del dömer ut den som ett förlegat eko från det förflutna medan andra snarare ser tekniska och innehållsliga utvecklingsmöjligheter. Faktum är dock att publiken de senaste åren i allt större utsträckning sviker biograferna. Statistiken från helåret 2005 visar det lägsta antalet biobesök sedan dessa började mätas i Sverige. 2005 såg länge ut att bli ett riktigt katastrofår för biografbranschen men räddades i december till ett något bättre resultat av storfilmer som Narnia, tidigare nämnda King Kong och den senaste filmen i serien om Harry Potter. (SFI) Det slutliga resultatet på 14,6 miljoner besök innebär i genomsnitt 1,6 biobesök per invånare i Sverige under det gångna året.

Figur 3 Antal biobesök per helår i Sverige (miljoner besök)



Källa: Svenska Filminstitutet

Den långsiktiga utvecklingen för biografbranschen har utmärkts av förändring. Från sin absoluta höjdpunkt 1956 då man noterade 80 miljoner biobesök i Sverige skedde ett drastiskt fall till omkring 16-17 miljoner under 80-talet – en minskning med nära 80 procentenheter på

30 år. Därefter har biobesöken varit ganska stabila med en viss ökning i början av 2000-talet. Från 2002 till 2005 har dock antalet biobesök per helår i Sverige minskat med nära 4 miljoner. (figur 3) Detta har föranlett en rad dagstidningsartiklar om biobranschens bekymmersamma framtid. Nedanstående rubriker utgör ett axplock av dessa från 2005-2006.

Film går sämst på bio – Tittandet flyttar in i hemmet. Svenska Dagbladet 05.10.15

Filmbranschen tvekar – publiken agerar. Sydsvenskan 06.01.22

Legal nedladdning av film nästa år. Svenska Dagbladet 05.11.02

Filmens väg från bio till TV allt snabbare. Göteborgs-Posten 06.02.23

Bergakungen ska vänd SF:s biotrend. Göteborgs-Posten 06.01.07

Publiken flyr den svenska filmen. Svenska Dagbladet 06.01.24

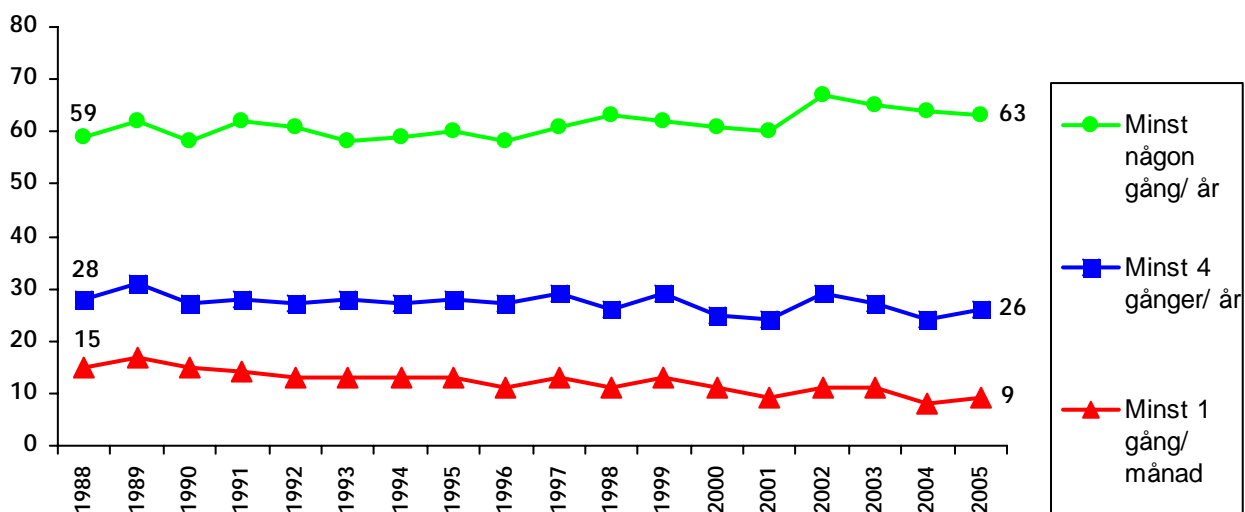
Fortsatt bioras. Göteborgs-Posten 06.02.06

Här rasar Filmsverige. Aftonbladet 06.04.18

Men det är inte självklart att de minskade antalet biobesök 2005 beror på att biografen som fenomen inte längre förmår locka publiken. En möjlig tolkning av siffrorna är att antalet biobesök 2005 ligger på en förhållandevis normal nivå medan de närmast föregående åren var ovanligt framgångsrika för branschen bland annat på grund av kassasuccéerna i Sagan om ringen-trilogin och de nya Star Wars-filmerna. Problemet består i så fall i hur man idag mäter framgång och vad man använder som måttstock. Ett faktum som är sant oavsett vilken tolkning man väljer är att biografbranschen står inför problemet med en förändrad publik. Mycket tyder på att dagens publik helt enkelt är mer känslig för utbudet och ställer högre krav än tidigare. Eller som Mr. Shaye, på New Line Cinema uttryckte det ”In previous years you could still count on enough people to come whether you failed at entertaining them or not, out of habit, or boredom, or a desire to get out of the house.” (The New York Times 2005) Så är inte fallet idag. Filmen har alltid stått central i det svenska samhället. Trots kraftigt minskad biopublik under 1960-talet behöll filmen ändå sin position (Ghersetti 1996) Nedgången hos biograferna kompensades åtminstone delvis av att filmen spillde över i andra medier som TV och hyrd videofilm. År 2005 är andelen som ser film på TV, video eller DVD en genomsnittlig vecka betydligt större än andelen som ser film på biograf. (Mediebarometern 2005) Det är alltså egentligen inte filmbranschen som helhet som nu har svårt att finna sin publik – snarare är det biografen som medium och filmvisningsformat som har problem.

Om man i SOM-undersökningen ser till andelen biobesökare i Sverige har dessa dock inte minskat de senaste 18 åren. Det vill säga att andelen som överhuvudtaget går på bio under ett år stadigt ligger omkring 60 procent. Faktum är att andelen biobesökare de senaste åren ligger över genomsnittet för hela tidsperioden 1988-2005. För att finna förklaringen till den nedåtgående trenden i antalet biobesök måste man istället se till besöksfrekvens. Det vill säga hur stor andel som ofta går på bio. Här sker det uppenbara förändringar över tid. Trots att 2002 besöksmässigt var ett rekordår för biograferna jämfört med hela 1990-talet så ökar inte andelen som går på bio ofta. Tvärtom är det vid flera tillfällen under de senaste 18 åren betydligt fler som ofta går på bio än det är 2002. Detta tyder på att tröskeln för att gå på bio har höjts. (se figur 4 och tabell 1-2) När repertoaren lockar en bred publik tycks den med andra ord inte vara tillräckligt bred för att locka till många besök.

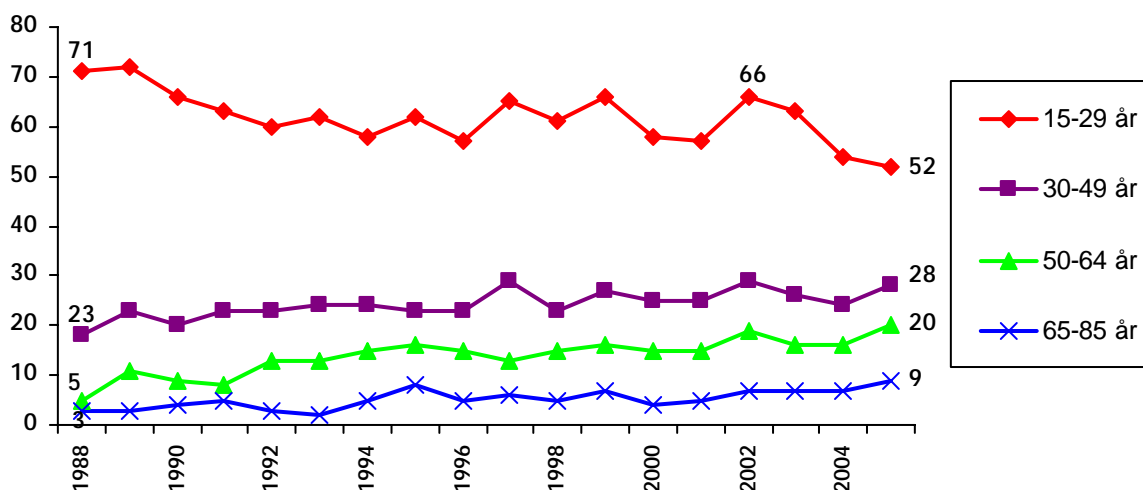
Figur 4 Biobesök i Sverige 1988-2005 (procent)



Källa: SOM-undersökningen 1988-2005

De som går mest på bio är ungdomar och unga vuxna. Upp till fyrtioårsåldern går minst 10 procent på bio minst en gång i månaden. (se tabell 6) Därefter är det betydligt färre som går så ofta. Vilka som går mest på bio av män och kvinnor varierar från år till år. Detta går troligen att relatera till repertoaren respektive år. Problemet för biograferna ligger dock i stor utsträckning hos ungdomarna. Det är i denna grupp man har störst andel som ofta går på bio, det är här man har sin största publik, men samtidigt är det i denna grupp som man tappar mest. (se figur 5)

Figur 5 Biobesök minst 4 gånger/år i olika åldersgrupper 1988-2005 (procent)



Källa: SOM-undersökningen 1988-2005

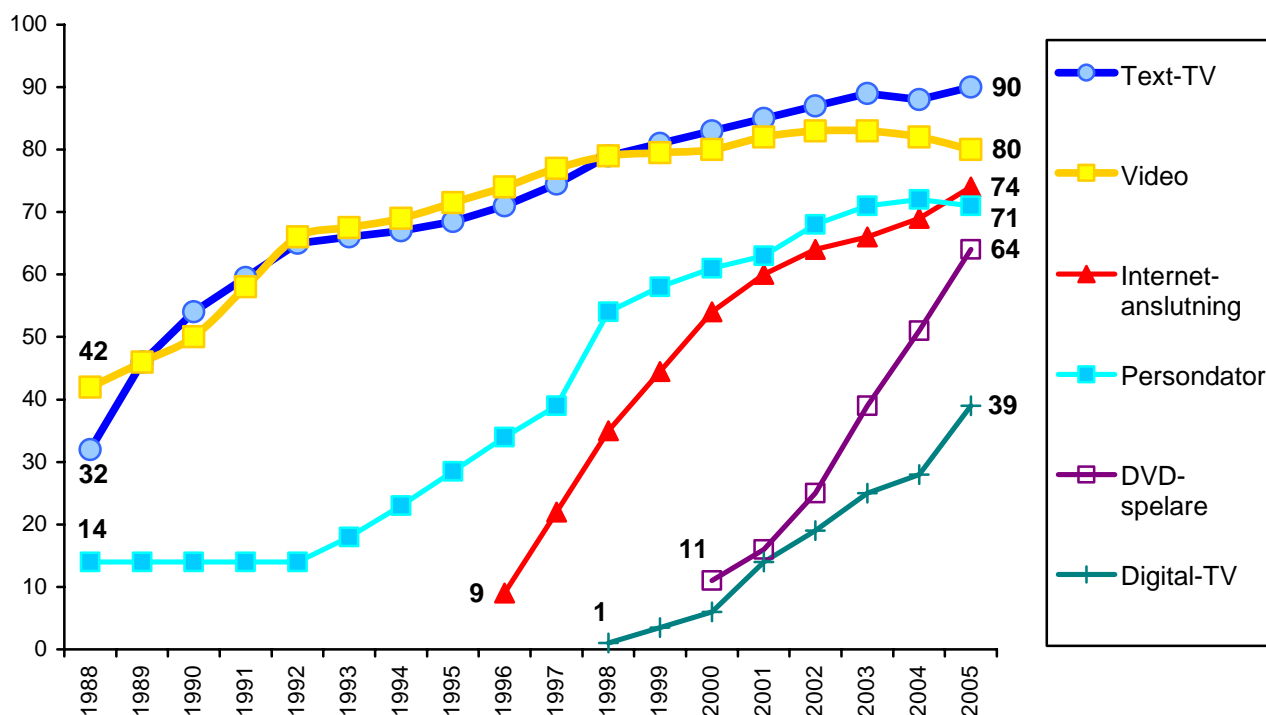
Ett i det långa loppet minst sagt alarmerande problem inte bara för biobranschen utan för många av de mer traditionella medierna är de generationskillnader som kan uppmätas. När

60-talisterna var i 20-årsåldern var det 40 procent av dem som gick på bio minst en gång i månaden. När 70-talisterna var i 20-årsålderna var det 35 procent som gick på bio så ofta och nu när 80-talisterna är i 20-årsåldern är det endast drygt 20 procent av dem som går på bio minst en gång i månaden. Detta är en snabb utveckling och en brant nedåtgående trend. Liknande långsiktiga mönster återfinns när det gäller morgontidningsläsning, lyssnande på Sveriges Radios olika kanaler och tittande på SVT. De traditionella trovärdiga medierna förlorar här mark till nya medier och i många fall mer lättsmält innehåll. Exempel på medier som enligt denna analys har framtiden för sig är Kanal 5, RIX FM, Metro och nyheter på internet. (opublicerade resultat redovisade av Åsa Nilsson vid SOM-seminariet den 6 april 2006)

Ny teknik

Sedan mitten på 1990-talet har den svenska mediemarknaden genomgått en stor ansiktslyftning. Nya medier och nya underhållningsformat har dykt upp i hög takt. En del har kommit och gått, men de flesta har kommit för att stanna. I figur sex nedan redovisas ett antal relevanta medier som på olika sätt kan tänkas konkurrera med biograferna om uppmärksamheten – framförallt när det gäller det mest tekniktrendkänsliga skiktet i dagens samhälle – unga och högutbildade män i storstadsregionerna.

Figur 6 Medieinnehav i hushållet i Sverige 1988-2005 (procent)



Källa: Bergström 2005 och SOM-undersökningen 2005.

Diagrammet visar genomsnittet för hela befolkningen mellan 15-85 år som har tillgång till olika sorters medieteknologi i sina hushåll. Om dessa fördelas ytterligare efter kön, ålder, och utbildning skulle vissa av dessa grupper, till exempel män, unga och högutbildade ha betydligt högre andel med persondator och internetanslutning. Tekniktätthet innebär dock inte per automatik att man har tillgång till just den typ av teknik som kan tänkas konkurrera med

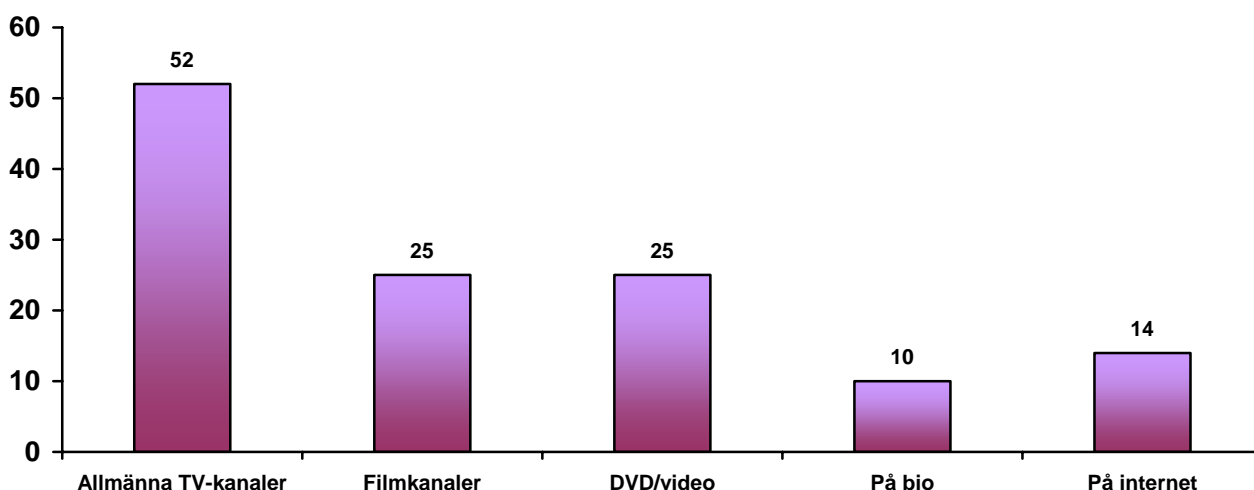
biografen. Om man exempelvis ser till andelen som har storbilds-TV eller hemmabioanläggning så är det fler bland de med medellåg utbildning än bland högutbildade och andelen med digital-TV är större på landsbygden än i storstaden. (se tabell 7)

Genom ett sammanslaget index av den filmteknik man innehar i hemmet (TV, video, dvd-spelare, storbilds-TV/hemmabio och digital-TV) kan man urskilja särskilt tekniktäta grupper i samhället. Mest tekniktäta är ungdomar innan de flyttar hemifrån (15-19 år) Mer än hälften av dem har tillgång till fyra eller fem av ovanstående apparater/teknologier i sina hem. Därefter sjunker andelen med mycket filmteknik i hushållet bland de mellan 20-29 år för att sedan öka i 30-årsåldern igen. Gruppen egna företagare är också långt framme när det gäller teknik-innehavet och så även de med medellåg utbildning. Anledningen till att de med medellåg utbildning skiljer sig stort från de med låg utbildning är att den sistnämnda gruppen i stor utsträckning består av äldre. När det gäller sysselsättning så är det främst studerande och förvärvsarbetande som har mycket filmteknik i sina hem. Likaså är det flest som har mycket filmteknik i sina hem i den grupp som ofta går på bio ofta även om denna skillnad inte är särskilt stor. (se tabell 8) Bland de som har tillgång till all den teknologi som ingår i indexet är det 14 procent som ofta går på bio och 19 procent som aldrig går på bio. Bland de som endast har tillgång till en eller två av de olika teknologierna är det istället 8-10 procent som går ofta på bio och omkring 50 procent som aldrig går på bio.

Filmens skilda fönster

Hälften av befolkningen mellan 15-85 år ser minst en gång i veckan på film på allmänna TV-kanaler. (se figur 7) En fjärdedel tittar lika ofta på film på någon filmkanal och en fjärdedel ser film på dvd/video så ofta. Totalt 10 procent uppger att de ser film på bio minst någon gång i månaden och 14 procent uppger att de någon gång om året ser på film via internet. Det senare svaret måste i praktiken tolkas som att de laddar ner film från internet.

Figur 7 Andel som ser film via olika visningsfönster (procent)



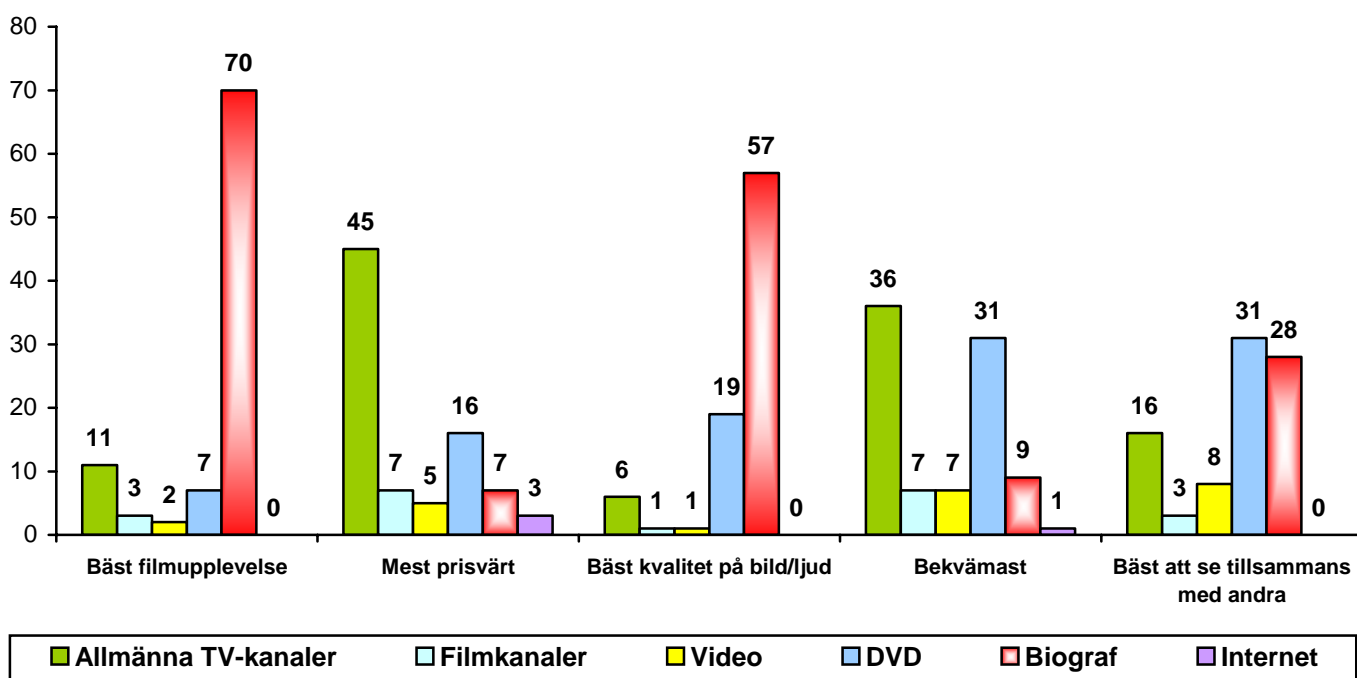
Källa: SOM-undersökningen 2005

Kommentar: För tittande på TV-kanaler, Filmkanaler och video/dvd avses minst 1 gång/vecka. För bio avses minst 1 gång/månad och för internet avses minst 1 gång/år.

För samtliga visningsfönster gäller att ungdomar mellan 15-19 år ser mer på film än andra. Högutbildade ser lite mer på film på allmänna TV-kanaler än andra medan lågutbildade tittar mer på film på filmkanaler. Arbetare och företagare tittar mer på filmkanaler och dvd/video än andra och de med invandrabakgrund ser betydligt mer film på dvd/video än de med helsvensk bakgrund. Värt att notera är också att de som ofta går på bio överlag tittar mer på film än andra oavsett filmens format/visningsfönster. (se tabell 24-31)

Bäst filmupplevelse och bäst kvalitet på bild och ljud anser man i allmänhet idag att man får på biografen. På dessa områden finns det än så länge ingen direkt konkurrens från andra format. Däremot anses allmänna TV-kanaler vara klart mest prisvärda och dessutom mest bekväma. Nästan lika många är det dock som anser att dvd är det bästa filmmediet med avseende på bekvämlighet. Gemensamt för dessa två format är att man i de flesta fall tar del av dem i det egna hemmet. Mer än en fjärdedel anser att biografen är bäst när man skall se på film tillsammans med andra men det är ändå något fler som tycker att det är bättre att titta på en dvd tillsammans med andra. Den enda egentliga aspekten där några procentenheter av befolkningen anser att internet är det bästa filmmediet är när det gäller hur prisvärt det är. (se figur 8)

Figur 8 Bästa filmmedium i olika avseenden 2005 (procent)



Källa: SOM-undersökningen 2005

Kommentar: Andelen som svarat "vet ej" ingår i procentbasen och går från 7-16 procentenheter. Se tabell 26.

Bäst filmupplevelse

Från 15-årsåldern och upp till 60-årsåldern är det omkring 80 procent som anser att biografen erbjuder bäst filmupplevelse. Därefter sjunker andelen som föredrar biografen till fördel för allmänna TV-kanaler. Bland de under trettio är det över 10 procent som anser att dvd:n är det bästa filmmediet. (se tabell 27)

Mest prisvärt

De som i störst utsträckning anser att biografen är det bästa filmmediet med avseende på hur prisvärt det är, är biografernas storkonsumenter. Det är ungdomar, invandrare och de som går ofta på bio. Men även i dessa grupper är det inte mer än drygt 10 procent som anser att biobiljetten är riktigt prisvärd. Överlag bedöms som sagt de allmänna TV-kanalerna som mest prisvärda men bland de under 40 år är det omkring 30 procent som anser att dvd:n är mest prisvärd. Fler män än kvinnor anser att internet är det bästa filmmediet i detta avseende och bland studerande, andra generationens invandrare och de under 30 år rör det sig om över 10 procent. (se tabell 28)

Bäst kvalitet på bild och ljud

Här är det i stor utsträckning vanan som styr. Oavsett ålder är det många som anser att biografen har bäst kvalitet på bild och ljud – omkring 60 procent upp till 70-årsåldern – men andelen som istället anser att dvd:n har bäst bild och ljud är betydande bland de yngre. Bland de under 40 år är det omkring 30 procent. (se tabell 29)

Bekvämast

De som i störst utsträckning anser att det är bekvämast att se på film på bio är ungdomar och de som går på bio ofta. Men inte ens i dessa grupper når denna andel över 15-20 procent. När det gäller bekvämlighet är det en mycket jämn kamp mellan att titta på film på allmänna TV-kanaler och på dvd. Lite förenklat kan man säga att de under 40 år anser att det är bekvämast att titta på dvd och de över 50 anser att det är bekvämast att titta på allmänna TV-kanaler. (se tabell 30) Detta kan och bör sättas i relation till tillgången till dvd-spelare i olika åldrar. Från 50-årsåldern sjunker andelen som har tillgång till dvd-spelare i sitt hushåll snabbt (se tabell 7) och egentligen är det bara i åldersgrupperna under 40 år som man ofta tittar på dvd-filmer. (se tabell 25)

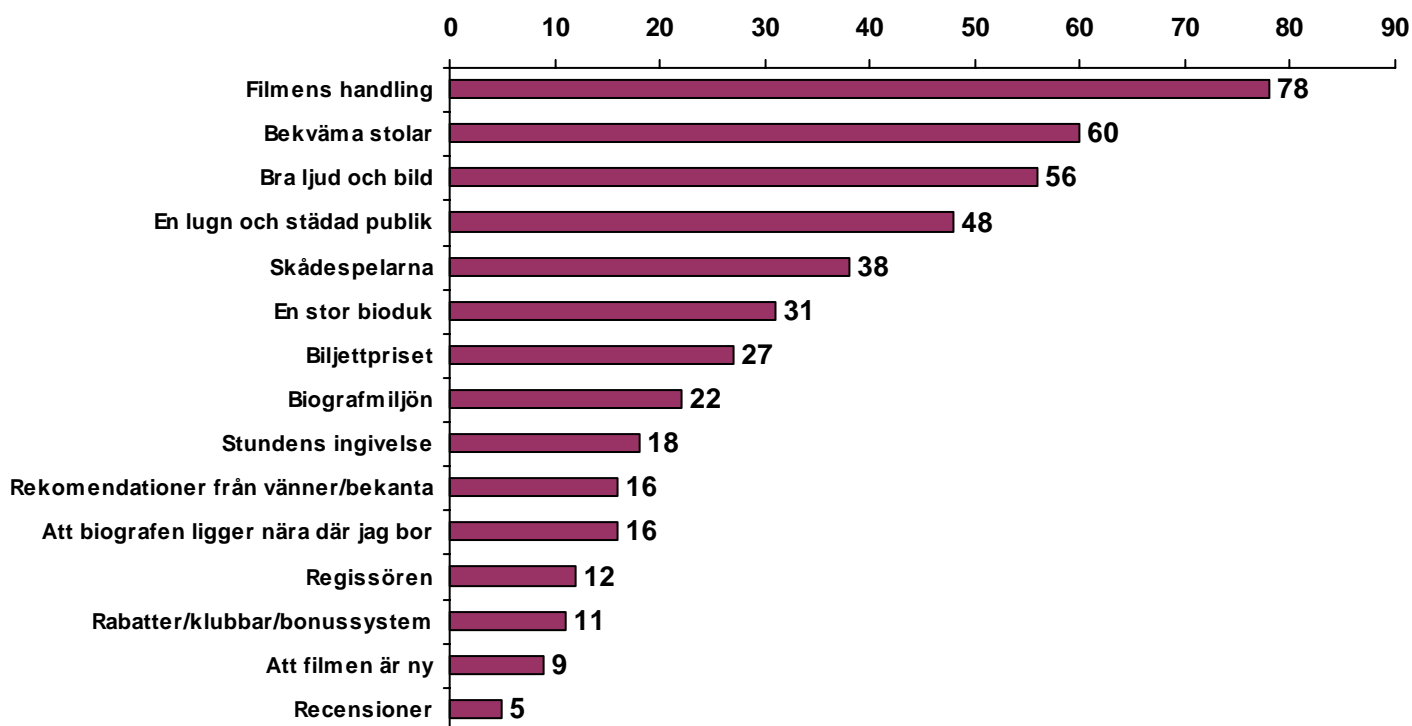
Bäst att se tillsammans med andra

Bland de mellan 15-29 år anser omkring två tredjedelar att dvd är det bästa filmformatet när man skall se på film tillsammans med andra. I 30-50-årsåldern är det förhållandevis jämnt fördelat mellan dvd:n och biografen. Därefter ökar andelen som tycker det är bäst att titta på allmänna TV-kanaler tillsammans med andra och bland de över 70 år är det istället detta format som flest föredrar. Bland de som ofta går på bio är biografen något mer populär än dvd:n. (se tabell 31)

Viktigt då man går på bio

Det klart viktigaste när man väljer att gå på bio är filmens handling. Omkring åtta av tio anser att detta är mycket viktigt. Därefter prioriteras egenskaper hos biografen. Drygt hälften tycker att det är mycket viktigt med bekväma stolar, bra ljud och bild och en lugn och städad publik. Även biografmiljön överlag, biljettpriset och att biografen har en stor bioduk är det många som anser är viktigt. Strax under en på fem tycker dessutom att det är mycket viktigt med rekommendationer från vänner och bekanta och att man har nära till biografen och lika många lyssnar i första hand till stundens ingivelse. Det som de flesta inte bedömer som särskilt viktigt är filmens regissör, rabatter/klubbar/bonussystem, att filmen är ny och vilka recensioner den har fått.

Figur 9 Andel som anser det är mycket viktigt med olika saker då de går på bio 2005 (Procent)



Källa: SOM-undersökningen 2005

Både priset och rabatter/klubbar/bonussystem bedöms som klart viktigare av kvinnor, unga, arbetarklass, studerande och arbetslösa. Däremot så är priset varken mer eller mindre viktigt beroende på hur ofta man går på bio. Det är däremot rabatter/klubbar/bonussystem som prioriteras betydligt mer av de frekventa biobesökarna. (se tabell 14) Bra ljud och bild och bekväma stolar är viktigast bland de yngsta. En lugn och städad publik prioriteras dock högre bland de över 60 år. Det finns en stor och intressant skillnad mellan de yngsta på 15-19 år och de som är några år äldre (20-29 år). Bland de yngsta är det under 30 procent som tycker det är mycket viktigt med en stor bioduk. I nästa åldersgrupp är det mer än 10 procentenheter fler som prioriterar detta när de går på bio. En trolig förklaring till detta är att den yngsta åldersgruppen inte på samma sätt som de som är några år äldre har vuxit upp med föreställningen att en bioduk skall vara mycket stor.

Genom en explorativ faktoranalys kan man finna underliggande dimensioner. I figur 10 nedan tydliggörs vilka dimensioner som kan urskiljas i svarsmönstren när det gäller hur viktiga olika saker bedöms vara då man går på bio. Med andra ord visar denna bild i vilken utsträckning olika svar hänger ihop med varandra. I denna analys faller svaren ut i fyra olika faktordimensioner som tillsammans förklarar 55 procent av variansen i svarsmönstret. Den första dimensionen handlar om biografmiljön och samlar alla aspekter som relaterar till lokalen och tekniken. Man vill ha bra teknisk kvalitet på biografen, man vill sitta bra och man vill ha lugn och ro under biobesöket. I den andra dimensionen ligger fokus istället på biljettpriset och biografens tillgänglighet. Att även rekommendationer från vänner/bekanta är viktigt i denna dimension kan tolkas som att man gärna går på filmer som man i förväg vet att man kommer att tycka om. Filmens innehåll utgör en egen dimension där de som prioriterar filmens handling, skådespelarna och regissören landar. Den fjärde och sista dimensionen

kallas här *På biofronten* eftersom dess utmärkande drag är att det är viktigt att det är en ny film och att det är viktigt vad som har skrivits om filmen i recensionerna.

Figur 10 Dimensioner i viktighetsbedömningen av vad som är viktigt då man går på bio 2005 (faktorladdningar)

	Miljö, komfort och teknik	Pris och till- gänglighet	Innehåll	På biofronten
Bra ljud och bild	,82	,10	,11	-,03
Bekväma stolar	,79	,21	,10	-,02
En stor bioduk	,78	,06	,07	,20
Biografmiljön	,71	,03	,07	,25
En lugn och städad publik	,64	,17	,18	-,05
Rabatter/klubbar/bonussystem	,13	,71	,14	-,04
Biljettpriset	,26	,69	,18	-,15
Att biografen ligger nära där jag bor	,09	,60	,03	,10
Rekommendationer från vänner/bekanta	,02	,54	,01	,34
Stundens ingivelse	,05	,54	-,09	,25
Skådespelarna	,21	,05	,77	,07
Regissören	-,02	-,01	,77	,30
Filmens handling	,23	,16	,54	-,14
Recensioner	,00	,10	,24	,77
Att filmen är ny	,22	,16	-,04	,69
<i>Andel förklarad varians (%)</i>	27	11	9	8

Kommentar: Antal faktorer har fastställts genom Kaisers kriterium

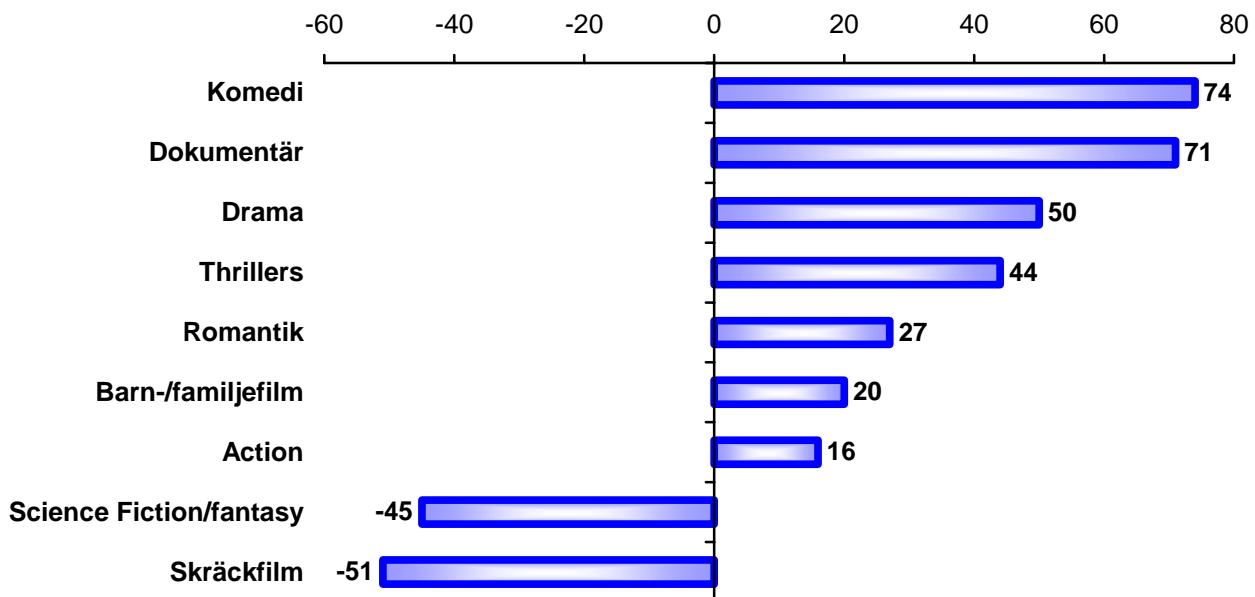
Källa: SOM-undersökningen 2005

Genom en sambandsanalys med dessa dimensioner och en rad andra variabler kan man även få en bild av de människor som finns bakom de olika dimensionerna. (tabell 11b) *Miljö, komfort och teknik* utgörs något mer av unga och lågutbildade på landsbygden som hellre tittar på lättare underhållning och dokusåpor än kulturprogram. I denna dimension har man mycket egen filmteknik i hushållen och har laddat ner film i viss utsträckning. Dimensionen *Pris och tillgänglighet* består huvudsakligen av kvinnor och unga och i viss utsträckning lågutbildade. Inte heller denna grupp ser gärna på kulturprogram på TV utan väljer mycket hellre att titta på lättare underhållning, drama/serier och dokusåpor. Man har genomsnittligt mycket filmteknik i hushållet men har laddat ner film i större utsträckning än andra. De som bryr sig om filmens *Innehåll* är huvudsakligen kvinnor, äldre, högutbildade och storstadsbor. Denna grupp tittar helst på kulturprogram på TV, har mycket lite filmteknik i hushållen och har inte laddat ner film. Den sista dimensionen *På biofronten* är i viss utsträckning närmare kopplad till män, unga, högutbildade och storstadsbor, men dessa samband är ganska svaga. Likaså är kopplingen till olika typer av TV-program svag med viss övervikt mot kultur och lättare underhållning. Man har dock ganska mycket filmteknik i hemmet och har laddat ner film i viss utsträckning.

Olika sorters film

De mest populära filmkategorierna är komedier och dokumentärer. Omkring 40-50 procent ser mycket gärna dessa filmgenrer medan omkring en tredjedel mycket gärna ser drama och thrillers. När det gäller romantik, barn-/familjefilmer och actionfilmer så är publiken mer kluven. Visserligen är det många som gärna ser denna typ av filmer men det finns även många som ogillar dessa genrer. Minst omtyckta är genrerna science-fiction/fantasy och skräckfilm. Visserligen är det mer än var fjärde tillfrågad person som mycket eller ganska gärna ser dessa genrer men omkring hälften ser dem ogärna. I figur 11 redovisas procentbalansen för denna fråga, det vill säga andelen som gillar genren minus andelen som ogillar den. Enligt detta mått är det bara science fiction/fantasy och skräckfilm som hamnar på minussidan. Detta innebär alltså att det är färre som gillar än ogillar dessa genrer.

Figur 11 Genreprefenser 2005 (procentbalans)



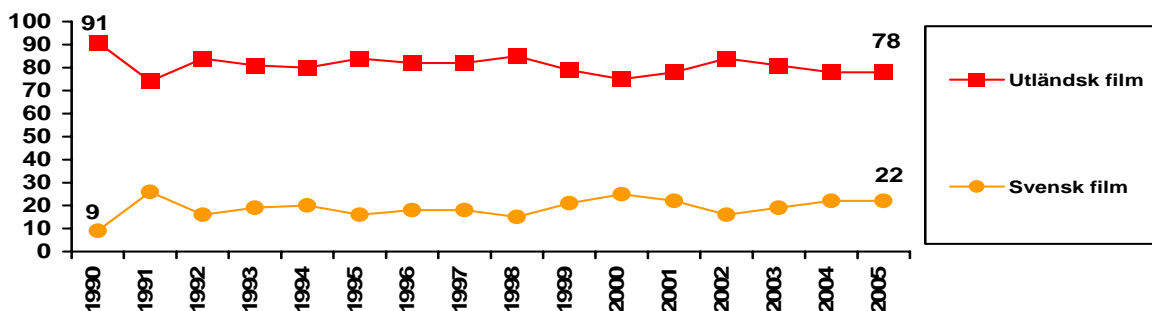
Kommentar: Procentbalansen visar andelen som mycket eller ganska gärna ser olika filmgenrer minus andelen som inte särskilt gärna eller ogärna ser dem.

Källa: SOM-undersökningen 2005

Genreprefensen eller smaken när det gäller film är i många avseenden en fråga om kön och ålder. Den genre där smaken är som mest könsdifferentierad är romantik där det skiljer 73 balansmåttsenheter mellan kvinnor och män. Med detta menas att balansmättet för kvinnor är +62 och för män är det -11. Övriga genrer som kvinnor tycker bättre om än män är drama och barn-/familjefilm (43 respektive 36 balansmåttsenheter mer än män). De genrer som män gillar betydligt mer än kvinnor är action, science fiction/fantasy och thrillers (51 respektive 36 och 25 balansmåttsenheter mer än kvinnor). Åldersdifferentieringen ser lite annorlunda ut. Gamla tycker betydligt sämre om actionfilmer och thrillers än andra åldersgrupper. Dessutom sjunker intresset för barn-/familjefilm snabbt efter de egna barnen har vuxit upp. Med ökad ålder minskar även intresset för science fiction/fantasy och skräckfilm. Istället ökar intresset för dokumentärfilmer. (se tabell 15-18)

Svensk film utgör omkring en femtedel av marknaden för biofilm i Sverige medan nära 80 procent av filmen är producerad utomlands. Detta förhållande är egentligen inte heller någonting som har förändrats över tid utan det är ganska raka kurvor i diagrammet nedan som visar utvecklingen på marknaden under de senaste 15 åren. Detta bör dock sättas i relation till att det faktiska antalet svenska filmer som har haft biopremiär från 2002 till 2005 ökade från 25 till 49. (Peter Possne i Aftonbladet 2006-04-18) Med andra ord betyder inte fler svenska filmer på repertoaren nödvändigtvis fler biobesök.

Figur 12 Marknadsandel för svensk och utländsk biofilm i Sverige 1990-2005



Källa: Mediesverige 2004 och Svenska Filminstitutet 2005

I Sverige är det dock svensk film vi helst ser på. Därefter följer engelskspråkiga filmer från Storbritannien och USA och filmer från Danmark. Minst populära i denna uppställning är filmer från delar av världen vars språk de flesta svenskar inte förstår, det vill i detta fall säga Frankrike och Asien. Trots att omkring en på tre mycket eller ganska gärna ser på fransk och asiatisk film är det fler som ogärna gör det.

Figur 13 Inställning till filmens ursprung 2005 (procentbalans)

Filmens ursprung	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Ingen uppfattning	Procentbalans
<i>Sverige</i>	51	35	8	2	4	76
<i>Storbritannien</i>	37	42	9	3	9	68
<i>USA</i>	38	42	10	3	7	67
<i>Danmark</i>	22	30	21	11	15	20
<i>Frankrike</i>	10	23	29	19	18	-14
<i>Asien</i>	8	19	28	19	27	-20

Källa: SOM-undersökningen 2005

När det gäller svensk, dansk och fransk film är intresset lägst bland de under 30 år. Det är dock i denna åldersgrupp man finner det största intresset för asiatisk film. I övrigt är det inga stora skillnader mellan olika grupper när det gäller vad man tycker om filmer från Sverige,

Storbritannien och USA. När det gäller dansk film är det dock större skillnader. Dansk film är betydligt populärare bland äldre, högutbildade, tjänstemän och akademiker och boende i storstad. I stort sett samma mönster går igen när det gäller fransk film med ett undantag. Här är biovanan viktigare. De som går ofta på bio tycker bättre om fransk film än andra. Så är det inte när det gäller dansk film. Mönstret när det gäller asiatisk film påminner mycket om detta med undantaget att ungdomarna tycker klart bättre om asiatisk film än andra. (se tabell 19-20) En faktoranalys på dessa frågor om filmernas ursprung faller ut i tre dimensioner – en huvudsakligen nordisk, en amerikansk och en gemensam för filmer från Asien och Frankrike. (se tabell 21)

Om man istället sammanfogar frågorna om genrer och frågorna om filmernas ursprung kan man finna dimensioner i filmsmaken hos de svarande. Dessa faller ut i fyra tydliga smakinriktningar. Den första dimensionen kallas här manlig populärkultur men kunde egentligen lika gärna hetat ungdomskultur. Här handlar det om action, skräckfilm och amerikansk film. Den andra dimensionen kallas här samhällsengagerad och ringar in svensk, dansk och brittisk film samt dokumentärer. Den tredje dimensionen kallas kvinnlig populärkultur med gott fog. Romantik, barn-/familjefilm och drama är samtliga genrer som kvinnor föredrar. Dessutom landar genren komedi här. Det särskiljande draget hos dimensionen som kallas cineast är att det är film som förhållandevis få ser. Varken fransk eller asiatisk film är särskilt populärt. Däremot så är de båda betydligt mer populära bland de som går ofta på bio. Med andra ord är det så att de som går ofta på bio i större utsträckning ser filmer som få ser. Detta mönster känns igen från en studie av bokläsning. Även när det gäller läsning av olika boktitlar var det så att de mer vana bokläsarna läste lite mer svårtillgängliga titlar som inte så många läste. De som inte läste så mycket läste i större utsträckning titlar som de allra flesta läste. (Antoni 2004) På samma sätt är de populäraste filmtyperna bland de som sällan eller aldrig går på bio svenska eller engelskspråkiga, komedier eller dokumentärer.

Figur 14 Smakdimensioner för olika genrer och filmer från olika länder/världsdelar (faktorladdningar)

	Manlig populärkultur	Samhälls-engagerad	Kvinnlig populärkultur	Cineast
Action	,79	-,07	,00	-,11
Thrillers	,74	,18	-,03	-,08
USA	,62	,12	,25	-,10
Skräckfilm	,60	-,31	,03	,27
Science fiction/fantasy	,58	-,21	-,05	,43
Danmark	-,16	,74	,05	,29
Storbritannien	,17	,72	,04	,10
Sverige	,04	,69	,18	-,19
Dokumentär	-,07	,43	,12	,18
Romantik	-,09	,08	,85	,02
Barn/familjefilm	,07	,01	,66	,02
Drama	-,05	,34	,62	,14
Komedi	,36	,08	,58	-,09
Asien	,04	,12	,03	,84
Frankrike	-,16	,46	,04	,70
<i>Andel förklarad varians (%)</i>	20	17	11	8

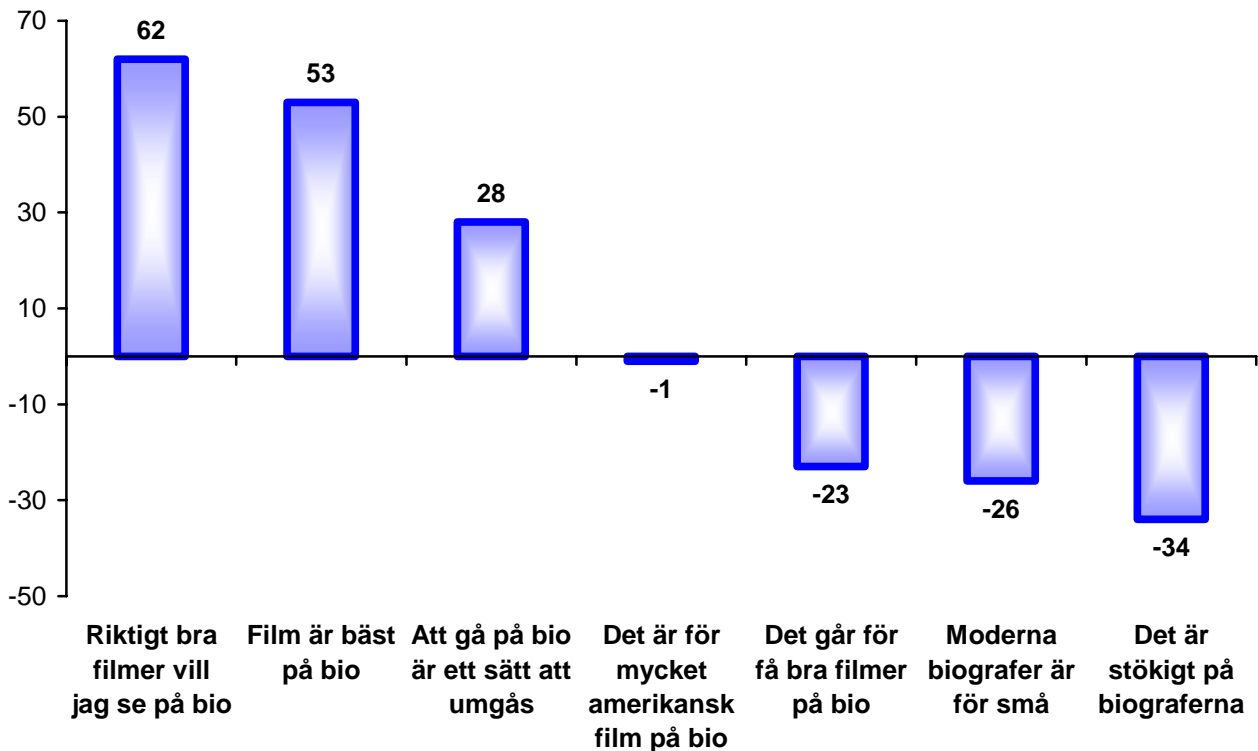
Kommentar: Antal faktorer har fastställts genom Kaisers kriterium

Källa: SOM-undersökningen 2005

Attityder till film och bio

Det finns en mängd olika attityder och åsikter man kan ha om film och bio. I SOM-undersökningen 2005 utkristalliserades sju attityder som på olika sätt kan vara relevanta för biografbranschen. Dessa formulerades som sju olika påståenden som de svarande fick ta ställning till. I figur 15 redovisas procentbalansen för de olika påståenden, det vill säga andelen som instämmer minus andelen som motsätter sig påståendet. Generellt sett kan man säga att man instämmer i de påståenden som uttrycker någonting positivt om bio och motsätter sig de påståenden som uttrycker någonting negativt om bio.

Figur 15 Attityder till bio 2005 (procentbalans)



Kommentar: Procentbalansen visar andelen som anser att påståendet stämmer mycket eller ganska väl minus andelen som anser att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte stämmer alls. I frågan ingår även svarsalternativet "Ingen uppfattning". De som har angivit detta svar ingår i procentbasen.

Källa: SOM-undersökningen 2005

Riktigt bra filmer vill jag se på bio - De flesta instämmer i påståendet, framförallt bland ungdomar, högutbildade, högre tjänstemän/akademiker, invandrare och boende i storstad. Med andra ord de som går ofta på bio. (se tabell 32)

Film är bäst på bio - Även detta påstående instämmer de flesta i. Något färre är det bland lågutbildade, studerande och de under 30. Starkast stöd har detta påstående bland de mellan 30-60 år, högutbildade, tjänstemän och akademiker. (se tabell 37)

Att gå på bio är ett sätt att umgås – Betydligt färre instämmer i detta påstående. Inte mer än 16 procent anser att det stämmer helt och hållet medan 27 procent anser att det inte stämmer särskilt väl eller inte stämmer alls. De som främst instämmer är ungdomarna mellan 15-19 år samt de mellan 30-49 år. Bland 20-29-åringarna är det betydligt fler som inte instämmer i påståendet. Övriga grupper där man anser att bio är ett sätt att umgås är bland högre tjänstemän/akademiker, studerande och de som går ofta på bio. (se tabell 36)

Det är för mycket amerikansk film på bio – Kring detta påstående råder minst sagt en kluven inställning. I stort sett exakt lika många instämmer som motsätter sig. De som absolut inte tycker det är för mycket amerikansk film på bio är ungdomar i åldern 15-19. Andra grupper där fler motsätter sig påståendet än instämmer är lågutbildade, arbetare och företagare, studerande och sjukpensionärer och boende på landsbygd. De som framförallt anser att det är för mycket amerikansk film på bio är äldre, högutbildade, högre tjänstemän/akademiker, ålderspensionärer, boende i storstad och invandrare. (se tabell 38)

Det går för få bra filmer på bio – De flesta anser inte att det är något fel på repertoaren på Sveriges biografier. Minst övertygade om detta är dock de som sällan går på bio, det vill säga äldre, lågutbildade, sjukskrivna och pensionärer. Men det finns även andra grupper där man inte är så värst övertygad om att det inte kunde ha gått bättre filmer på bio. Det är bland unga 15-29 år och studerande omkring 40 procent som anser att detta påstående stämmer åtminstone ganska väl. Denna kritik bör tas på allvar då den kommer från biografernas starkaste kundkrets. Etta annat tecken på detsamma är att andelen som instämmer i påståendet är större bland de som ofta går på bio än bland de som bara går mer sporadiskt. (se tabell 35)

Moderna biografier är för små – De allra flesta anser inte att moderna biografier är för små och de som gör det är huvudsakligen äldre. De grupper i övrigt där en större andel tycker att biograferna är för små är främst storstadsbor och invandrare. (se tabell 34)

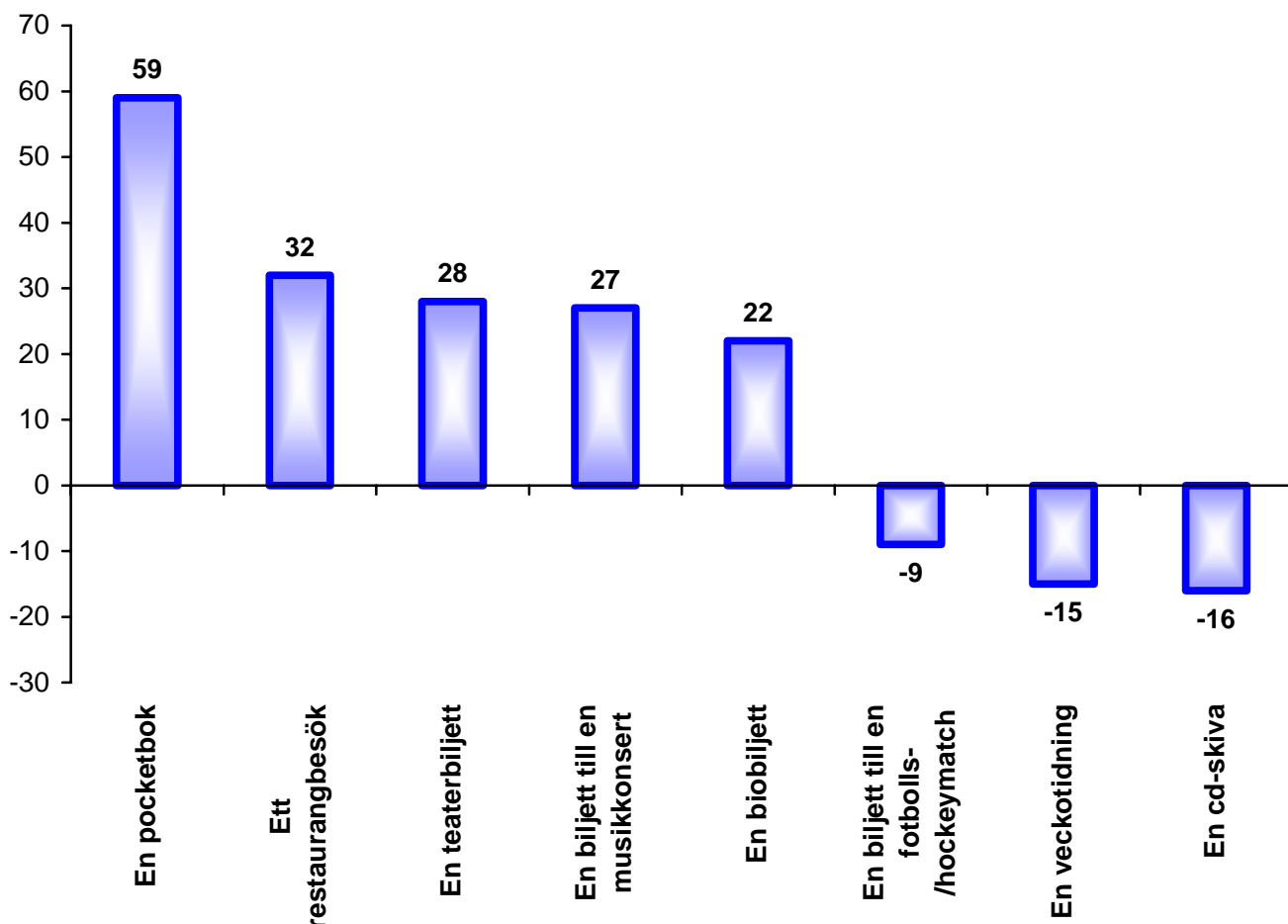
Det är för stökigt på biograferna – Även när det gäller detta påstående är det främst de som inte går på bio och de äldre grupperna som instämmer. I övrigt är det egentligen bara gruppen storstadsbor som särskiljer sig med en betydligt större andel som tycker det är för stökigt på biograferna. (se tabell 33)

Priset på en biobiljett

Om man utgår från priset på en biobiljett idag (runt 80-90 kronor) och relaterar det till vad motsvarande kostade på 1930-talet borde den då ha kostat omkring 27 kronor. Som de flesta vet kostade det inte så mycket. Priset för en biobiljett låg då snarare runt 1 krona. Med andra ord var det ett betydligt dyrare nöje att gå och se King Kong 2005 än det var att se King Kong 1933. (SCB Historisk statistik för Sverige, Konsumentprisindex 1830-2004) Detta till trots anser de flesta idag att en biobiljett är ganska väl värd priset. Det är dock få som tycker att en biobiljett är mycket väl värd sitt pris. I stort sett de enda grupper där andelen som anser detta kommer över 10 procent är bland storkonsumenterna av biofilm, det vill säga unga, högutbildade, högre tjänstemän/akademiker, studerande och storstadsbor. De som i större utsträckning än andra inte tycker att biobiljetten är värd sitt pris är de i åldern 20-29, äldre och lågutbildade, arbetare, pensionärer och studerande. I dessa grupper är andelen som tycker att en biobiljett inte är speciellt eller inte alls värd sitt pris mellan 40-60 procent. Men även bland i stort sett samtliga övriga svarande ligger andelen med denna uppfattning över 30 procent.

Bland de som går på bio ofta är det 21 procent som tycker att en biobiljett inte är speciellt eller alls värd sitt pris, bland de som går mer sporadiskt är det 32 procent och bland de som inte går på bio alls är det 55 procent som tycker att man inte får valuta för pengarna när man köper en biobiljett.

Figur 16 Prismsvärt (procentbalans)



Kommentar: Procentbalansen visar andelen som anser att produkten är mycket eller ganska väl värd sitt pris minus andelen som anser att den inte är speciellt eller alls värd sitt pris.

Källa: SOM-undersökningen 2005

Om detta relateras till den tidigare faktoranalysen av vad som är viktigt då man går på bio (se figur 10) visar det sig att de som i minst utsträckning tycker att en biobiljett är prisvärd är de som bryr sig om miljö, komfort och teknik. De som tycker det är viktigt med priset anser inte heller att en biobiljett är särskilt prisvärd. Det gör däremot de som prioriterar filmens innehåll och de som i analysen kallas på biofronten.

Figur 17 Hur prisvärd är en biobiljett – förhållande till viktighetsbedömning (produktmomentkorrelationer)

Miljö, komfort och teknik	Pris och tillgänglighet	Innehåll	På biofronten
-,10	,10	,50	,20

I frågan som ställdes fick den svarande ta ställning till hur prisvärda flera olika produkter är. Man bör dock i analysen betänka att detta innebär att två bedömningar görs samtidigt. Dels bedömer man produkten som sådan i förhållande till dess kostnad och dels bedömer man hur prisvärd den är i förhållande till hur prisvärda andra produkter är. Detta innebär i praktiken att priset på en biobiljett i denna fråga relateras både till vad man får för pengarna och till vad man annars kan få för pengarna. I jämförelse med hur prisvärda man anser andra saker vara hamnar biobiljetten ungefär på mitten. Mest prisvärd är helt klart pocketboken. Därefter följer ett restaurangbesök, en teaterbiljett och en biljett till en musikkonsert. När det gäller en biljett till fotbolls-/hockeymatch är det något fler som inte anser den vara värd sitt pris. Minst prisvärda bedöms veckotidningen och cd-skivan vara. (se tabell 39-46)

Nedladdning av film

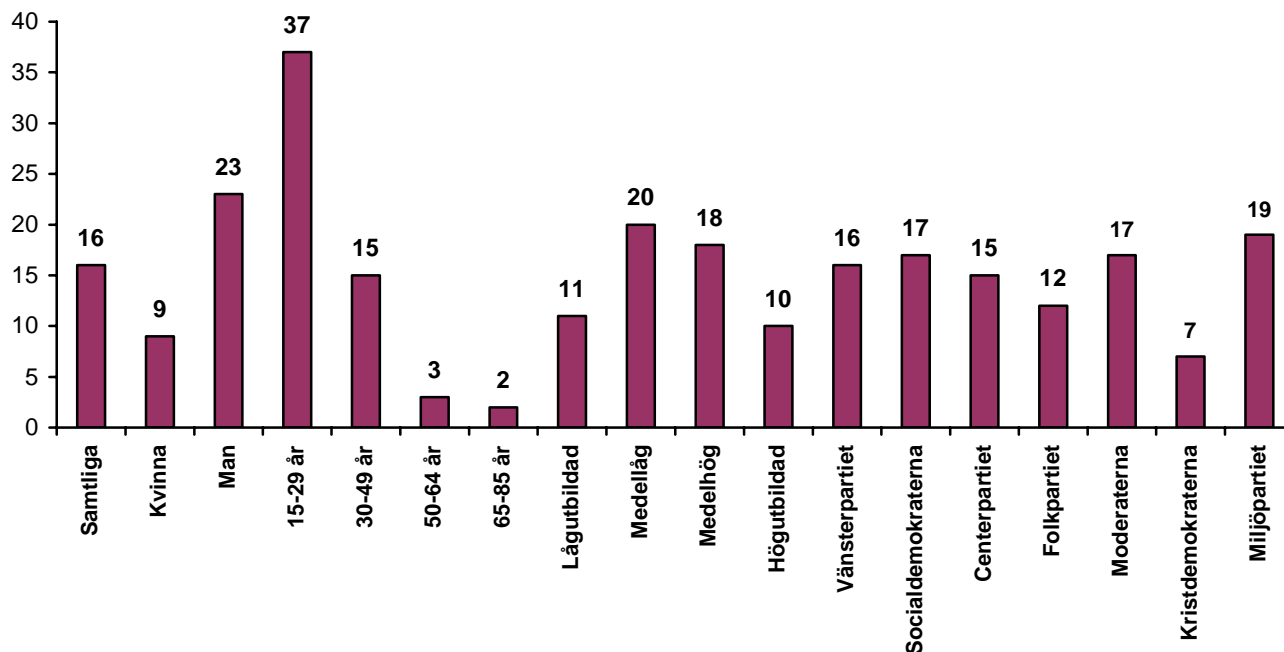
Åtta av tio svenskar använder idag internet i varierande utsträckning. Vissa är on-line flera timmar om dagen medan andra endast använder internet för att betala räkningar en gång i månaden. (Bergström 2005) Mest intressant för filmbranschen är förstås hur många som via internet laddar ner filmer, en aktivitet där det för närvarande inte finns några lagliga alternativ. Den totala andelen av befolkningen som svarar att de har laddat ner film är 13 procent. Eftersom det handlar om en olaglig aktivitet bör man dock räkna med att det finns ett förhållandevis stort mörkertal som inte vill eller vågar svara att de har laddat ner film från internet. I denna siffra ingår dessutom de som inte alls använder sig av internet. Om man istället utgår ifrån internetanvändare är det 16 procent som uppger att de någon gång under det senaste året har laddat ner en film. Hälften av dem laddar ner film så ofta som minst en gång i månaden och hälften av dessa, det vill säga 4 procent, laddar ner film minst en gång i veckan. Detta kanske först inte låter som särskilt mycket, men fyra procent av den internetanvändande befolkningen mellan 15-85 år i Sverige är ungefär 235 000 människor. (www.ssd.scb.se/databaser) Med endast en nedladdad film per person och vecka under ett år blir det över 12 miljoner nedladdade filmer, vilket är nästan lika många som det totala antalet biobesök i Sverige under 2005 (14,6 miljoner). Om man till detta betänker att det troligtvis finns ett mörkertal som inte har svarat sanningsenligt på frågan, att det finns de som laddar ner mer än en film per vecka och att ovanstående beräkning inte inkluderar de som visserligen laddar ner film men gör mer sällan än en gång per vecka så blir det tydligt att nedladdningen av film har gått om biobesöken i Sverige. Detta är med andra ord en utveckling av enorma proportioner.

Så vilka är det som laddar ner film från internet? Svaret är ganska enkelt. Huvudsakligen är det unga män. Män laddar ner film i betydligt högre utsträckning än kvinnor och unga laddar ner betydligt mer än äldre. Dessutom finns det en klar skillnad mellan högutbildade och medellågt och medelhögt utbildade. De senare är betydligt mer benägna att ladda ner film. Att gruppen lågutbildade laddar ner mindre än andra är troligtvis beroende på att denna grupp består huvudsakligen av äldre. Ideologiskt finns det ingen tydlig vänster-höger dimension när det gäller nedladdning av film. De skillnader som syns mellan olika partipreferenser är små och kan huvudsakligen härledas till ålderssammansättningen. Detta är förklaringen till att miljöpartister laddar ner mest (unga) och kristdemokrater laddar ner minst (gamla). (se figur 18 och tabell 50)

Eftersom ålder och kön båda är viktiga faktorer är det rimligt att också analysera dem samtidigt. Om man då utkristalliserar gruppen unga internetanvändande män mellan 15-29 år är det nära 60 procent av dem som laddar ner film åtminstone någon gång. Bland kvinnor i

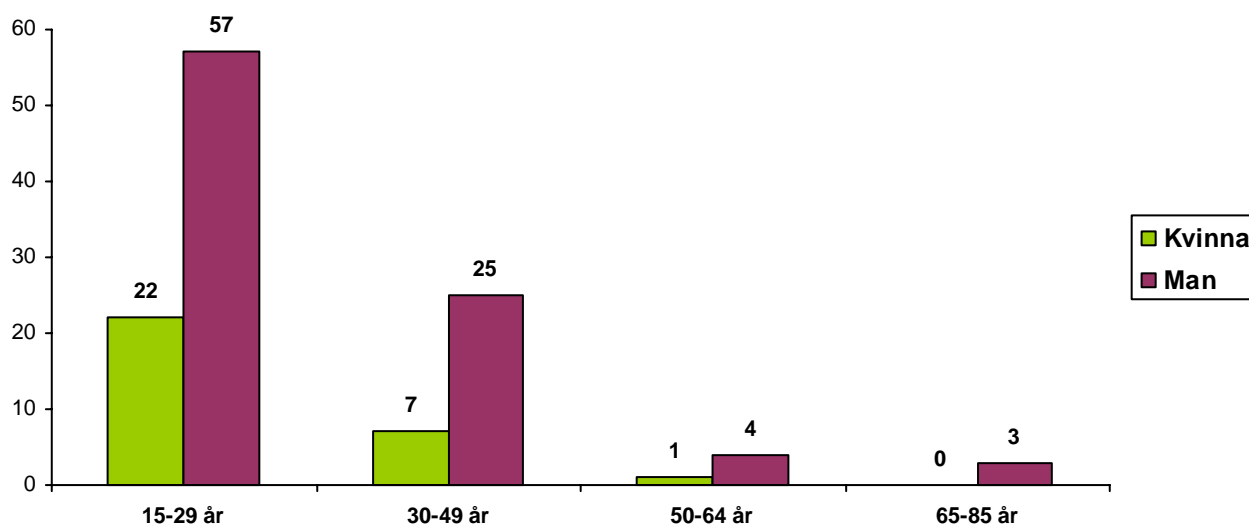
samma ålder är det betydligt färre, omkring var femte, som laddar ner film från internet. Även i åldersgruppen 30-49 år är det bland män en fjärdedel av internetanvändarna som åtminstone då och då laddar ner en film. (se figur 19 och tabell 51)

Figur 18 Nedladdning av film bland internetanvändare i olika grupper (procent)



Källa: SOM-undersökningen 2005

Figur 19 Nedladdning av film bland internetanvändare fördelat på kön och ålder 2005 (procent)



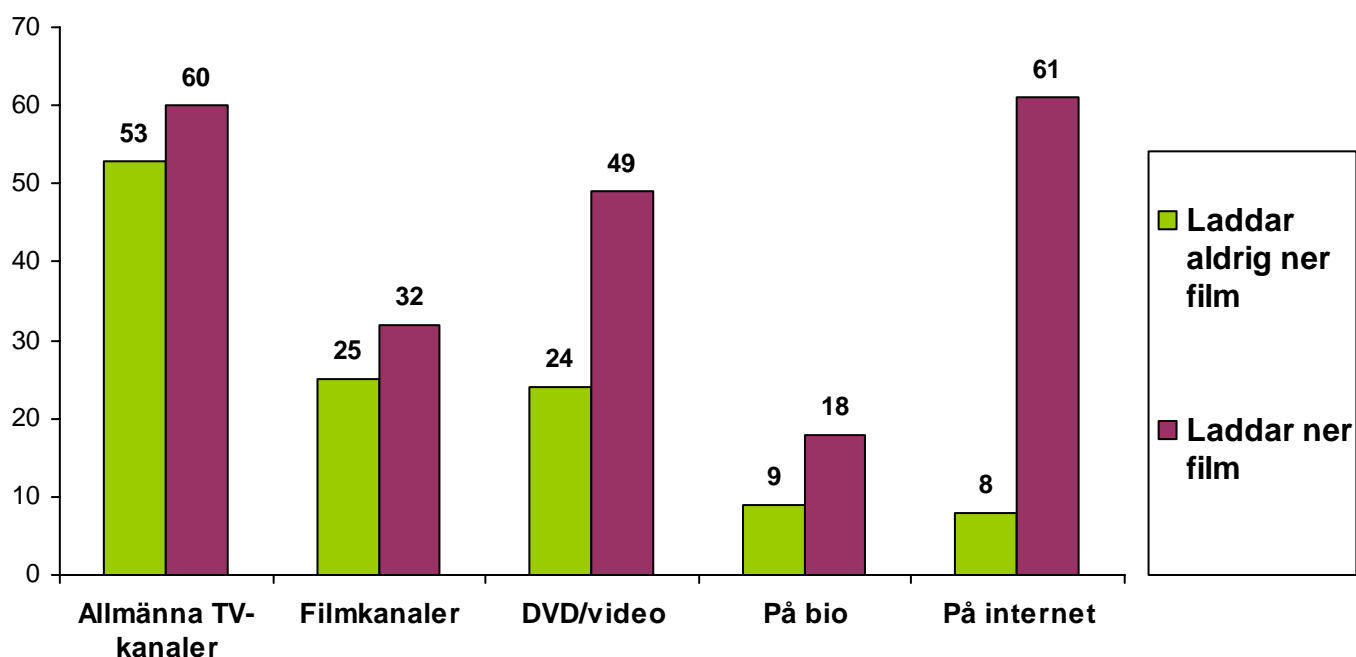
Källa: SOM-undersökningen 2005

Nedladdningens effekter

Den stora frågan är dock inte egentligen hur många som gör vad på internet utan vad detta har för effekter på andra medier. I detta fall är det givetvis förhållandet mellan nedladdning av film och besök på biografier som är mest intressant, men även nedladdningens effekter på attityden till film och bio samt betalningsviljan när det gäller biografbesök. Om man är van att få filmer hemlevererade gratis till datorn – är man då mindre villig att betala för film på bio?

Generellt sett kan konstateras att de som laddar ner film är betydligt mer intresserade av film än de som inte gör det. Oberoende av vilket visningsfönster man ser till så är det en större andel av nedladdarna som tittar på film via detta fönster än det är bland de som inte laddar ner film. Störst skillnad är det givetvis när det gäller att titta på film på internet. Här kan man också se att så mycket som åtta procent av de som i ett annat sammanhang har sagt att de inte laddar ner film från internet ändå uppger att de någon gång ibland tittar på film via internet. Detta bekräftar uppfattningen att det troligtvis finns ett mörkertal gällande denna fråga. Nedladdarna tittar också betydligt mer på dvd/video än de som inte laddar ner. När det gäller att se film på bio så är det en dubbelt så stor andel av nedladdarna som gör det ofta än det är bland övriga. Även när det gäller att se film på olika typer av TV-kanaler är det en viss skillnad men den är mindre än för övriga visningsfönster. (se tabell 53)

Figur 20 Andel som ofta tittar på film i olika visningsfönster bland de som laddar ner film och de som inte gör det (procent)

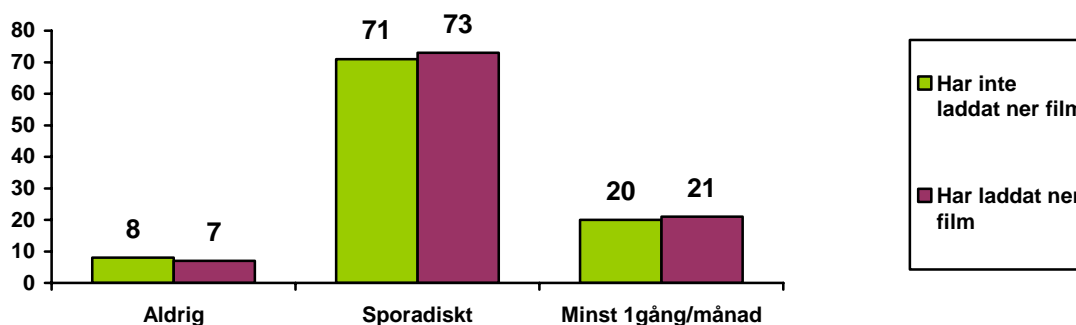


Källa: SOM-undersökningen 2005

Att de som laddar ner film går mer på bio än andra är inte särskilt förvånande. Dels så är de som har laddat ner film från internet uppenbarligen intresserade av film och dels är de som grupp betecknat klart yngre än övriga. Faktum är att i stort sett samtliga skillnader mellan de som laddar ner film och de som inte gör det som kan uppmätas i attityder och preferenser kan härledas till skillnader mellan unga och gamla samt män och kvinnor. Om man synar gruppen 15-29 år närmare visar det sig att det inte skiljer någonting alls i fråga om biobesök beroende

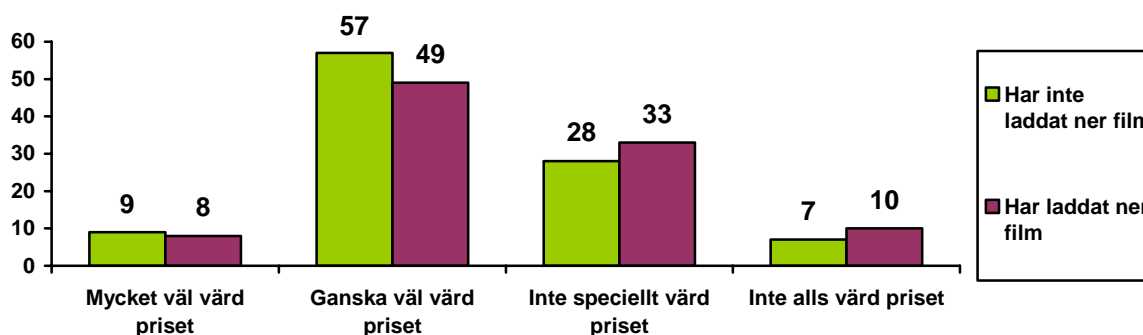
på om man laddar ner film eller inte. Detta ligger helt i linje med slutsatserna som Felix Oberholtzer-Gee på Harvard Business School gjorde i sin studie av musikindustrin 2002. I just denna studie visades att nedladdningen av en viss låt från internet och köpen av cd-skivor innehållande den låten inte hade något som helst samband. (Harvard Magazine 2003) Det skiljer i vanor och attityder alltså inte mycket mellan de som laddar ner film och de som inte gör det. (se tabell 53-58) Frågan som förblir obesvarad är dock om de som nu laddar ner film hade varit betydligt mer frekventa biobesökare än andra i sin åldersgrupp om de inte hade kunnat ladda ner film.

Figur 21 Andel 15-29-åringar som ofta ser film på bio beroende på om man har laddat ner film eller inte 2005 (procent)



Källa: SOM-undersökningen 2005

Figur 22 Prisvärd – en biobiljett - beroende på om man har laddat ner film eller inte bland samtliga 2005 (procent)



Källa: SOM-undersökningen 2005

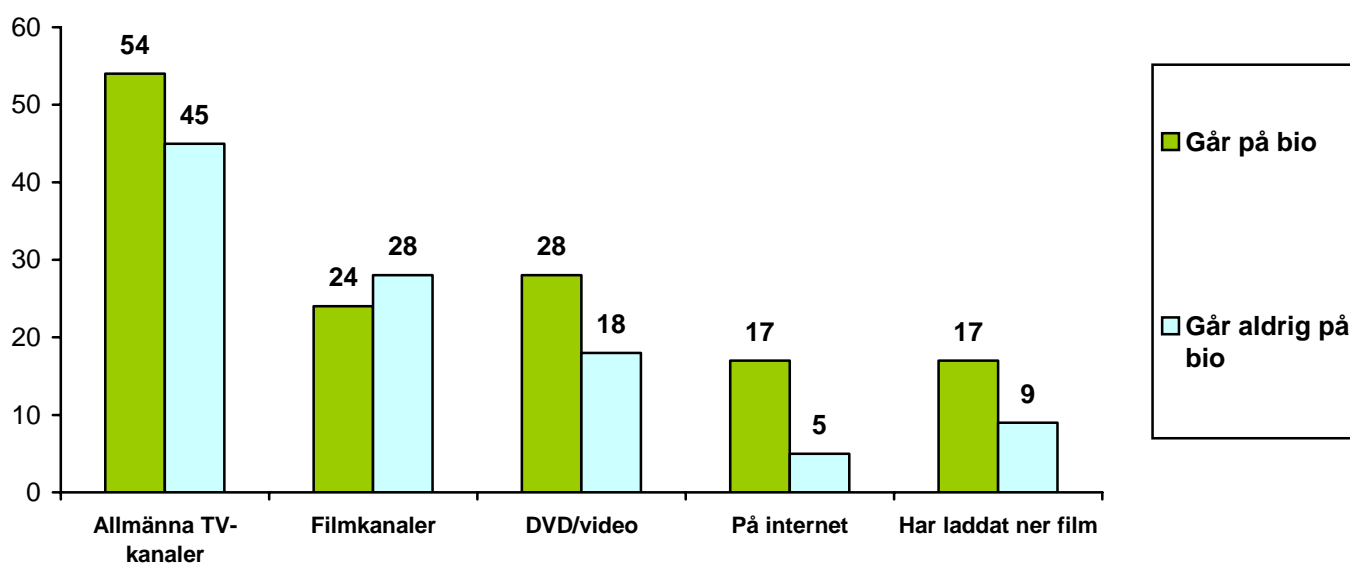
De som inte går på bio

När man studerar en vana eller ett beteende är det lätt att man fokuserar enbart på det man är intresserad av. Det är lätt att man glömmer bort att, som i det här fallet, de som inte går på bio är minst lika intressanta som de som går på bio. I frågan om vad som är viktigt då man går på bio som ställdes i SOM-undersökningen 2005 fanns ett svarsalternativ som ännu inte har redovisats – Jag går aldrig på bio. De resultat som tidigare har redovisats kring biobesök har utgått från frågan om hur ofta man under de senaste tolv månaderna har ägnat sig åt olika aktiviteter på en skala från flera gånger i veckan till ingen gång. Där svarade 37 procent att de inte hade gått på bio. På denna fråga som är lite hårdare formulerad och dessutom inte är avgränsad till det senaste året är det 25 procent som svarar att de aldrig går på bio. Det betyder att det var en stor del av befolkningen 2005 som räknar sig själva som biobesökare som inte gick på bio under hela året.

Störst andel som aldrig går på bio finns det bland de över 65 år, ålderspensionärer och lågutbildade. I dessa grupper, som i stort sett utgör en och samma grupp är det över 50 procent som aldrig går på bio. Men andelen icke-besökare är även hög (över 30 procent) bland de mellan 50-64 år, de som bor på ren landsbygd, förtidspensionärer och arbetarklass. Politiskt sett är det störst andel som inte går på bio bland centerpartister, socialdemokrater och kristdemokrater. De som har störst andel biobesökare är miljöpartister, vänsterpartister och folkpartister. (se tabell 60)

Som när det gällde vem som laddade ner film tidigare så är det även här ett starkt samband mellan biobesök och intresse för film via andra visningsfönster. Det är endast filmkanaler som de som inte går på bio tittar mer på än de som går på bio. Värt att notera är också att en så stor andel som 9 procent av de som aldrig går på bio har laddat ner film under det senaste året. Detta innebär att det kan finnas ett visst mått av konkurrens mellan biobesök och nedladdning av film på internet. (se tabell 61)

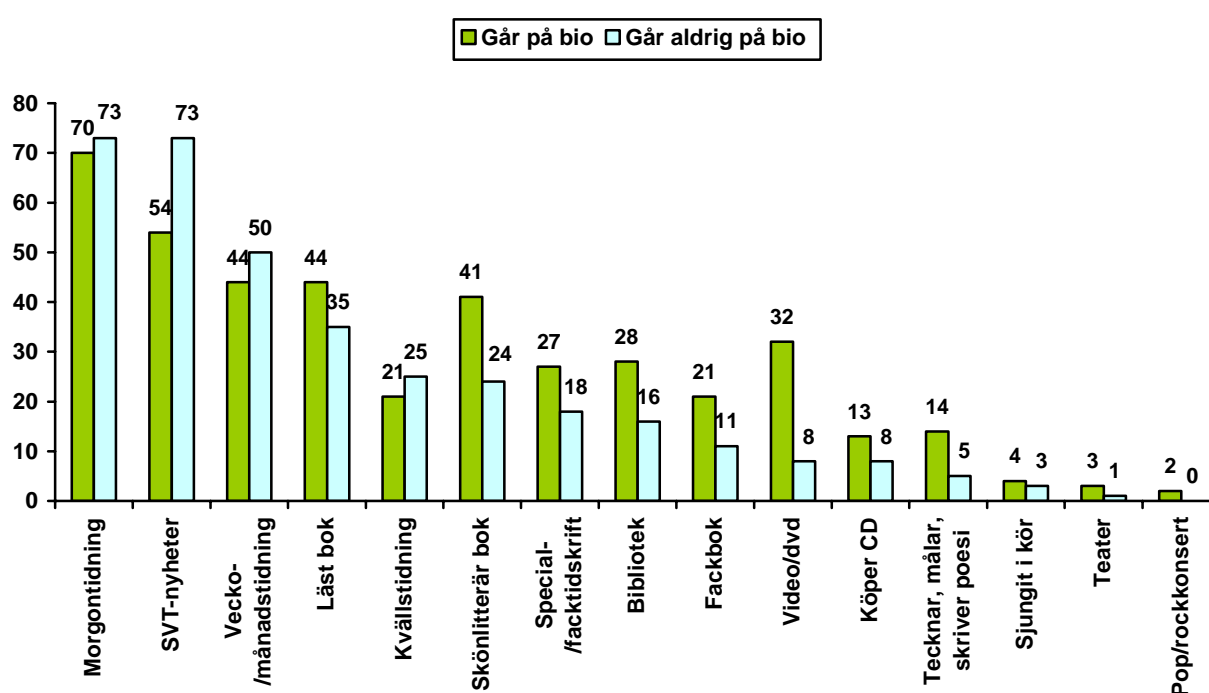
Figur 23 Andel som ofta ser film i olika visningsfönster bland de som går på bio och de som aldrig går på bio (procent)



Källa: SOM-undersökningen 2005

De som aldrig går på bio är överlag lite mer passiva än biobesökarna när det gäller övriga kulturvanor. Detta beror till stor del på att grupperna över 65 år och boende på landsbygd är klart överrepresenterade bland de som uppger att de aldrig går på bio. Störst skillnad när det gäller övriga kulturvanor är det för vanan att hyra video/dvd. Bland de som aldrig går på bio är det färre än var tionde som gör detta minst en gång i månaden. Bland biobesökarna är det omkring var tredje. Även när det gäller bokläsning och biblioteksbesök är biobesökarna klart mer aktiva än de som aldrig går på bio. De enda aktiviteter där de som inte går på bio är mer aktiva än biobesökarna är läsning av vecko-/månadstidning, läsning av morgon- och kvällstidning samt tittande på nyheter på SVT. Det sistnämnda utgör även en av de aktiviteter där det är störst skillnad mellan biobesökare och de som aldrig går på bio. (se figur 24 och tabell 62)

Figur 24 Vad gör de som aldrig går på bio? (procent)



Kommentar: Procenttalen för samtliga aktiviteter i ovanstående diagram utgörs av andelen som gör saker ofta. Vad som är ofta varierar. För teaterbesök, pop/rockkonsert, tecknar, målar, skriver poesi, hyr video/dvd, köper cd, besökt bibliotek och sjungit i kör betyder ofta minst en gång per månad. För bokläsning och läsning av vecko-/månadstidning eller special-/facktidsskrift innebär ofta minst en gång per vecka. För morgontidningsläsning och tittande på SVT-nyheter innebär ofta minst fem gånger i veckan och för kvällstidningsläsning minst tre gånger i veckan.

Källa: SOM-undersökningen 2005

När det gäller attityderna till film och bio är det drygt hälften av de som aldrig går på bio som heller inte har någon uppfattning i de olika frågorna. Minst uppfattning har man när det gäller huruvida moderna biografier är för små och när det gäller biografernas repertoar. På dessa påståenden är det över 60 procent som inte har någon uppfattning bland de som aldrig går på bio. Något fler är det som har en uppfattning gällande mer generella påståenden kring bio – ”film är bäst på bio”, ”riktigt bra filmer vill jag se på bio” och ”att gå på bio är ett sätt att umgås” – Dessa är det omkring hälften som tar ställning till trots att de uppger att de aldrig går på bio. (se tabell 63a) Av de som tar ställning till de olika påståendena är det omkring en fjärdedel som anser att påståendena ”film är bäst på bio” och ”riktigt bra filmer vill jag se på bio” stämmer mycket väl. Samtidigt är det omkring en femtedel av dem som anser att det är

för stökigt på biograferna och att det är för mycket amerikansk film på bio. Det är dock även i denna grupp få som tycker att moderna biografier är för små och att det går för få bra filmer på bio.

Perspektiv på biobesöken

För att summera resultaten i denna rapport så har biobesöken minskat de senaste åren. Däremot är det osäkert om detta beror på att de dessförinnan ökade till en nivå som låg klart över genomsnittet under 80- och 90-talet eller om det faktiskt är en trend i dagens mediasamhälle. Några saker kan dock fastställas. Andelen som laddar ner film är stor och kan förväntas växa under det närmaste decenniet. I förtruppen för denna verksamhet står unga män där mer än hälften idag laddar ner film. En anledning till oro för biografbranschen är att det i Sverige idag uppskattningsvis laddas ner betydligt fler filmer om året än det årliga antalet biobesök. Vi kan även se en kraftig ökning av tekniktillgången i hushållen under de senaste 10-15 åren och i analysen syns ett tydligt samband mellan tillgången på mycket filmteknik och hur benägen man är att ladda ner film från internet. (se tabell 65)

När det gäller attityderna till film och bio står biografen fortfarande stark hos det svenska folket. Film är fortfarande bäst på bio och det är dit man helst går om det kommer en film man gärna vill se. Biografen erbjuder bäst filmupplevelse och är bäst när det gäller ljud och bild. Däremot är det inte så många som tycker att biografen är ett prisvärt och bekvämt alternativ när man vill se på film. Dvd-filmen har gått om biografen i båda dessa avseenden och faktiskt även när det gäller vilket filmmedium som är bäst att se tillsammans med andra. Man tycker inte att det går för få bra filmer på bio och det är inte heller för mycket amerikansk film på bio. Tvärtom är amerikanska filmer mycket populära strax efter svenska filmer och filmer från Storbritannien. Även danska filmer är det många som tycker om medan franska och asiatiska filmer är mer för de äldre respektive yngre cineasterna. De mest populära genrerna är komedier och dokumentärer. Därefter följer drama och thrillers. Övriga genrer som exempelvis romantisk film, actionfilm och skräckfilm har mer homogen publik och når därför inte lika högt på popularitetsskalan. Det finns med andra ord grupper som verkligen gillar dessa typer av film och grupper som verkligen ogillar dem.

Mest intressant i denna rapport är dock att närmare syna de ungas attityder och vanor. I dem ser vi spår in i framtiden och kan ana vart utvecklingen är på väg. Det är denna grupp som är de mest frekventa biobesökarna och likaså är det denna grupp som under de senaste åren i störst utsträckning har minskat sina biobesök. Det är de mellan 15-19 som har störst tillgång till filmteknik i sina hushåll. Det är de unga som använder internet mest och det är också de som betydligt mer än andra laddar ner filmer. Trots att de går mer på bio än andra är det omkring 40 procent av de under 30 år som inte tycker att en biobiljett är väl värd sitt pris och omkring 20 procent av dem säger att deras biobesök har minskat som ett resultat av internetanvändning. (se tabell 47). Överlag är det de yngsta som tittar mest på film oavsett vilket filmformat man frågar efter. Där skillnaden är som störst är dock när det gäller internet och video/dvd. Dessa format är betydligt mer använda av ungdomar än andra. När det gäller inställningen till olika filmmedier är ungdomar generellt sett mindre trogna biografen än andra – exempelvis gällande var man får den bästa filmupplevelsen och vilket medium som är bäst att se tillsammans med andra. Här ser vi en förskjutning i attityden hos ungdomar. Man är mindre beroende av det stora bioformatet och när man ser på film vill man ha hemmets bekvämligheter tillgängliga, man vill kunna prata högt med varandra och kunna pausa filmen. Att dvd-filmen anses betydligt mer prisvärd än film på bio bland ungdomar beror troligen på

allt extramaterial, som intervjuer, kommentarer, bortklippta scener och ibland till och med kortfilmer, som man får med en dvd-film. Slutligen är det bland de yngsta strax under en tredjedel som anser att påståendet ”film är bäst på bio” stämmer mycket väl. Detta är den lägsta andelen bland samtliga i undersökningen under 70 år. I åldern 15-19 är det så många som 12 procent som tycker att detta påstående inte alls stämmer. Detta är en högre andel än i någon annan grupp.

För att lyfta blicken något kan det vara värdefullt att placera in biobesökarna i ett sammanhang. Ingeting vi gör är egentligen enskilt och fristående utan bör ses i förhållande till den kontext vi lever i och de vanor vi ägnar oss åt. I figur 25 har svaren på frågor om en mängd olika kultur- och medievanor bearbetats gemensamt i en explorativ faktoranalys för att ge en uppfattning om hur olika saker hänger ihop. I analysen faller dessa vanor ut i nio olika dimensioner som gemensamt förklarar 53 procent av variansen i svars-mönstret. De mest utmärkande kultur- och medievanorna för varje dimension har markerats i figuren. Dessa vanor ligger tillsammans med en sambandsanalys (se tabell 67) till grund för hur de olika dimensionerna benämns. Detta kan ses som en slags karta över kultur- och medievanorna i Sverige idag – eller åtminstone så som de som ingår i den här analysen förhåller sig till varandra.

- Den första dimensionen kallas *bokkultur* och samlar som namnet avslöjar bokrelaterade aktiviteter som läsande av skönlitteratur och biblioteksbesök. Denna dimension korrelerar kraftigt med kvinnor, högutbildade och boende i storstad.
- *Fackläsning* är den andra dimensionen. De aktiviteter som laddar högt här är läsning av facklitteratur samt special-/facktidsskrifter. Här är sambanden istället straka med män och högutbildade.
- Den tredje dimensionen *Kvinnlig TV-kultur* samlar olika former av TV-tittande som att titta på TV dagtid, att titta på drama/serier, dokusåpor och lättare underhållning på TV. Sambanden för denna dimension är starka med kvinnor, unga, och medellågt utbildade.
- I dimensionen *Manlig TV-kultur* ligger fokus huvudsakligen på TV. Det gäller Djur- och naturprogram, sportprogram och kulturprogram. Men även att lyssna på P4 laddar förhållandevis högt här. Här är sambanden kraftiga med män, äldre, lågutbildade och boende på landsbygden.
- *Musikkultur* innebär en aktiv kulturkonsumtion med stort fokus på musik som att köpa CD-skivor, lyssna på P3 och gå på pop-/rockkonsert, men även att gå på teater. Sambanden pekar med klar övervikt mot män, unga, medelhögt utbildade och boende i stad/storstad.
- Faktordimensionen *Äldrekultur* utmärks av att spela Bingolotto, läsa vecko-månadstidning, lösa korsord och läsa morgontidning. Sambanden visar en viss övervikt mot kvinnor och boende på landsbygd. Sambanden med hög ålder och låg utbildning är dock mycket starka.
- Den *Sociala* dimensionen består av umgänge med grannar och vänner samt att diskutera politik eller innehåll i TV. Sambanden är i stort sett neutrala oavsett om man ser till kön, ålder, utbildning eller var man bor.
- Den sista dimensionen *Utöware* består av två aktiviteter där man själv aktivt deltar. Den första och mest utmärkande aktiviteten är att sjunga i kör och den andra är att teckna, måla eller skriva poesi. Enligt sambandsanalysen är de som ägnar sig åt detta huvudsakligen kvinnor, unga till medelålders, medelhögt utbildade och boende i stad eller tätort. (se tabell 67)

Figur 25 Kultur- och medievanornas dimensioner 2005 (faktorladdningar)

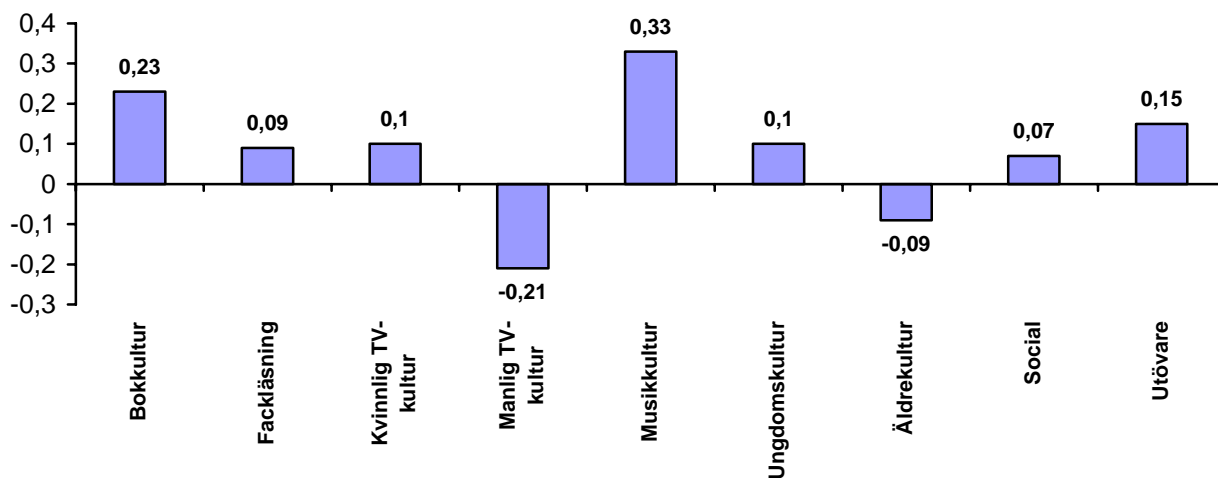
	Bokkultur	Fackläsning	Kvinnlig TV-kultur	Manlig TV-kultur	Musikkultur	Ungdomskultur	Äldrekultur	Social	Utövare
Läser bok	,83	,07	,02	-,07	,01	,02	,03	,07	,04
Läser skönlitterär bok	,82	,20	,03	-,08	,08	-,02	-,02	,00	,00
Besöker bibliotek	,49	,18	,05	-,05	,03	,12	-,12	,02	,38
Läser special facktidsskrift	,04	,80	-,10	,08	,13	-,02	,09	,04	-,04
Läser fackbok	,36	,65	-,12	-,04	,10	,04	-,15	,03	,08
Drama/serier (TV)	,19	-,05	,76	-,01	-,03	,05	-,10	,00	-,02
Lättare underhållning (TV)	-,03	,00	,70	,21	,10	-,09	,08	,06	-,04
Dokusåpor (TV)	-,09	-,13	,67	-,19	-,03	,17	,11	-,05	,02
Tittar på TV dagtid	-,05	,05	,40	,22	-,02	,37	,04	,14	,09
Djur och naturprogram (TV)	,00	-,05	,05	,68	-,25	,06	,07	,05	,04
Sportprogram (TV)	-,21	,02	,07	,59	,18	-,15	,03	-,01	-,13
Lyssnar på P4 (radio)	-,04	,01	-,15	,51	,03	-,28	,31	,03	-,15
Kulturprogram (TV)	,38	,32	,13	,46	,01	-,18	-,13	,03	,23
Går på pop-/rockkonsert	,02	,03	,04	-,16	,73	,06	-,01	,07	,14
Lyssnar på P3 (radio)	-,09	,11	,02	,12	,54	,04	-,17	-,01	-,13
Går på teater	,33	,03	-,02	-,05	,48	-,27	,03	,11	,26
Köper cd-skiva	,20	,18	-,04	,02	,47	,35	,10	,01	,07
Spelar dataspel/TV-spel	,01	-,03	,10	-,12	,13	,54	,11	,00	,13
Läser kvällstidning	-,04	-,20	,16	,30	,17	,43	,17	-,04	-,35
Spelar Bingolotto	-,22	-,10	,05	,12	-,07	-,07	,60	-,03	,21
Läser vecko- månadstidning	,07	,46	,15	-,02	-,07	,01	,59	,02	-,11
Löser korsord	,41	-,21	-,07	,21	-,10	,08	,50	,11	-,15
Läser morgontidning	,04	,06	,04	,14	,08	-,59	,41	,00	,10
Umgås med vänner	,10	-,13	,13	-,05	,20	,24	-,06	,66	-,03
Umgås med grannar	-,10	,09	-,10	,24	-,15	-,02	,06	,66	,06
Diskuterat innehåll i TV	,23	,31	,18	-,18	,10	-,17	,16	,47	-,06
Diskuterat politik	,21	,43	-,06	-,08	,16	-,15	-,13	,44	,10
Sjunger i kör	,03	-,06	-,03	,00	,10	,06	,12	-,01	,74
Tecknar, målar, skriver poesi	,22	,06	,11	-,15	,10	,35	-,11	,11	,51
<i>Andel förklarad varians (%)</i>	13	8	8	5	4	4	4	4	4

Kommentar: Antalet faktorer har fastställts enligt Kaisers kriterium. Den totala andelen förklarad varians uppgår till 54 procent

Källa: SOM-undersökningen 2005

Den dimension som uppvisar starkast samband med att gå på bio är inte helt överraskande den aktiva och ungdomliga *Musikkultur*. Det är dock intressant att även dimensionen *Bokkultur* liksom *Utövare* har starka samband med biobesök. De dimensioner som är längst ifrån att gå på bio i dagsläget är *Manlig TV-kultur* och *Äldrekultur*- vilka båda i stor utsträckning består av äldre människor. (se figur 26 och tabell 67)

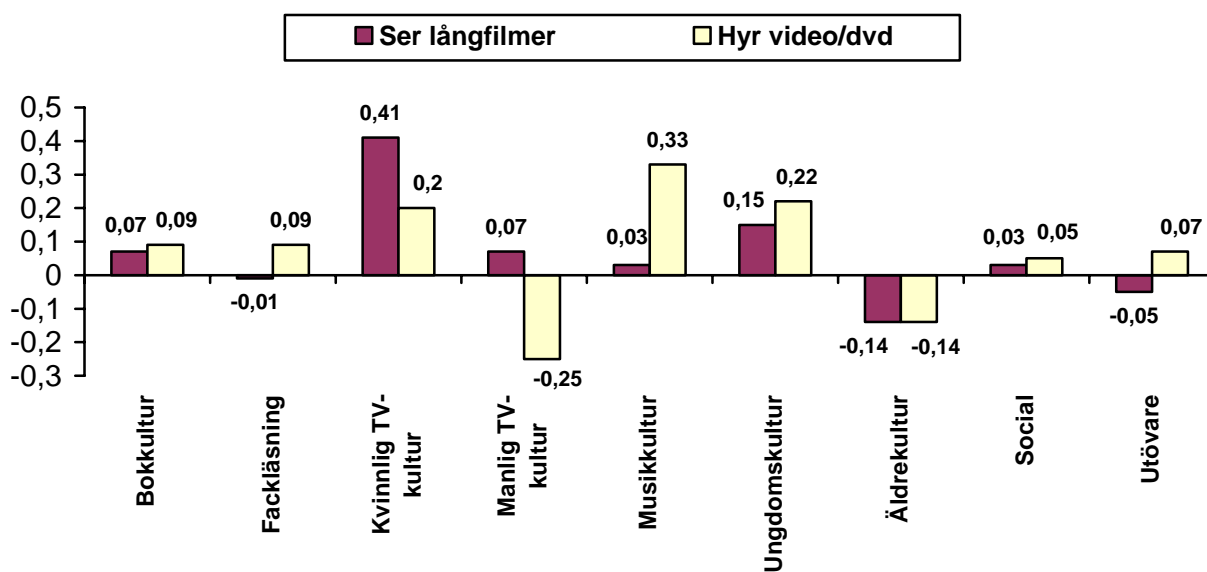
Figur 26 Samband mellan biobesök och kultur- och medievanornas dimensioner 2005 (produktmomentkorrelationer)



Källa: SOM-undersökningen 2005

Sambanden mellan dimensionerna i kultur- och medievanor och att hyra video/dvd samt sambanden med att se långfilmer på TV ser annorlunda ut. När det gäller att hyra video/dvd så är det även här dimensionen *Musikkultur* som är mest aktiv. Men här är inte sambandet särskilt starkt med dimensionen *Bokkultur*. *Ungdomskultur* och *Kvinnlig TV-kultur* är dock flitiga hyrare av video/dvd. Mest intresserade av att se långfilmer på TV är *Kvinnlig TV-kultur* följt av *Ungdomskultur*.

Figur 27 Samband mellan kultur- och medievanornas dimensioner och att hyra video/dvd samt att se på långfilmer på TV (produktmomentkorrelationer)



Källa: SOM-undersökningen 2005

Innehavet av mycket filmteknik i hushållet och huruvida man laddar ner film från internet påverkar inte på något uppenbart sätt benägenheten att gå på bio för att se film. Den dimension som har mest teknik är *Musikkultur* följt av *Ungdomskultur* och *Kvinnlig TV-kultur*. Samtliga dessa dimensioner består huvudsakligen av ungdomar. De som laddar ner mest film är *Ungdomskultur*. Dimensionerna *Bokkultur* och *Utövare* som båda är förhållandevis aktiva biobesökare har båda mycket lite filmteknik i hushållet. Den förstnämnda är inte alls benägen att ladda ner film. Det är dock i viss utsträckning livsstilsdimensionen *Utövare* som också demografiskt är yngre sammansatt.

För att summera dessa resultat är det de som räknas till dimensionen *Musikkultur* som idag är mest aktiva både när det gäller att gå på bio och att hyra video/dvd. Dimensionen *Bokkultur* är mycket intresserade av att se film på bio men inte av att hyra hem den medan *Kvinnlig TV-kultur* är mycket intresserade av långfilm på TV, hyr mycket video/dvd men går inte särskilt ofta på bio. Dimensionerna *Utövare* och *Ungdomskultur* är medelaktiva biobesökare där den förstnämnda dock inte är intresserad av att se långfilmer på TV medan den andra är medelaktiv både när det gäller att hyra video/dvd och att se långfilmer på TV. Här finns med andra ord grupper som under rätt förutsättningar i olika utsträckning skulle kunna bli mer aktiva biobesökare. Ser man grupperna *Bokkultur*, *Utövare* och *Kvinnlig TV-kultur* som den mest attraktiva publiken att locka till bioograferna så handlar det om följande typer:

- ***Bokkultur*** - Medelåders, högtbildade, kvinnor, boende i storstad
- ***Utövare*** - Medelåders, medelhögt utbildade, kvinnor, boende i stad/tätort
- ***Kvinnlig TV-kultur*** - Unga, lågutbildade, kvinnor, boende i tätort/på landsbygden

För att locka dessa grupper till bioograferna behövs dock flera olika strategier. De som landar inom ramen för *Bokkultur* eller *Utövare* tycker minst om filmer från USA och därefter Sverige. De förstnämnda tycker istället bäst om filmer från övriga Europa medan de senare tycker bäst om filmer från Asien. Dimensionen *Kvinnlig TV-kultur* däremot tycker bäst om amerikansk och svensk film. När det gäller genrer ser det ungefär lika splittrat ut. *Bokkultur* tycker bäst om drama, romantik och dokumentärer, *Utövare* tycker bäst om science fiction/fantasy och *Kvinnlig TV-kultur* tycker bäst om romantik, komedi och drama.

Om man sätter dessa livsstilsdimensioner i relation till de dimensioner som kunde utläsas när det gällde vad som är viktigt då man går på bio uppstår ett mönster som kan belysa problemet med att locka denna publik till bioograferna. Förutom att de har helt olika filmsmak så prioriterar de helt olika saker vid sina biobesök.

Figur 28 Samband mellan kultur- och medievanornas dimensioner och dimensioner i viktighetsbedömning då man går på bio (produktmomentkorrelationer)

	Bokkultur	Utövare	Kvinnlig TV-kultur
<i>Miljö, komfort och teknik</i>	-,14	-,18	+,23
<i>Pris och tillgänglighet</i>	+,11	+,17	+,31
<i>Innehåll</i>	+,26	+,19	,00
<i>På biofronten</i>	-,18	-,12	+,12

Källa: SOM-undersökningen 2005

För dimensionerna *Bokkultur och Utövare* är innehållsliga aspekter viktigast medan saker som rör miljö, teknik och komfort, samt recensioner och att filmen är ny är helt ointressant. Det är dock inte för dimensionen *Kvinnlig TV-kultur* som prioriterar båda dessa aspekter högt. Allra viktigast för denna livsstilsdimension är dock pris och tillgänglighet. Detta är dessutom den enda aspekt som samtliga är överens om att prioritera. Om man väljer att tolka dessa grupper som möjligheter eller som problem är upp till uttolkaren. Faktum är att de idag inte främst kan betecknas som biobesökare men de kan mycket väl ses som en tänkbar framtida publik för biograferna. Frågan som återstår är om biografen skall försöka behålla och i viss mån återfå sin förlorade publik eller om den till sin natur och syfte bör omdefinieras och på så sätt kan skapa en ny publik.

Referenser

Antoni, Rudolf (2004) "Läsa och bläddra – resultat kring bokläsning från SOM-undersökningen 1988-2003" i *Bokläsning i den digitala tidsåldern – Aktuella undersökningar från Nordicom och SOM-institutet*. MedieNotiser Nr. 3, 2004, Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet

Bergström, Annika (2005) "Den fjärde vågen" i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Lyckan kommer, lyckan går*. SOM-institutet, Göteborgs universitet

Florida, Richard (2005) *The Flight of the Creative Class – The new Global Competition for Talent*. Harper Business, New York

Ghersetti, Marina (1996) *Jakten på den försvinnande publiken – Om besök och besökare på svenska biografier*. Arbetsrapport Nr. 56. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

O'Donnell, Erin (2003) "Upside for Downloads" *Harvard Magazine*

Waxman, Sharon (2005) "Summer Fading, Hollywood Sees Fizzle" *The New York Times*, August 24

Weibull, Lennart (1996) *Bio, film och samhälle – En analys av svenskarnas biografbesök, filmpreferenser och syn på film och samhälle*. Arbetsrapport Nr. 58. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

"Historisk statistik för Sverige, Konsumentprisindex 1830-2004" *Statistisk årsbok för Sverige 2006* - www.scb.se/templates/publdb/publikation

Mediebarometer 2005 (2005) Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet

Mediesverige 2004 (2004) Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet

www.sfi.se

www.ssd.scb.se/databaser

Bilaga 1

Tabeller

Tabell 1 Biobesök i Sverige 1988-2005 (procent)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Ofta	15	17	15	14	13	13	13	13	11	13	11	13	11	9	11	11	8	9
Sporadiskt	44	45	43	47	48	45	46	47	47	48	51	49	50	51	56	55	56	54
Aldrig	41	38	42	38	39	42	41	40	42	39	37	38	39	40	33	35	36	37

Kommentar: Ofta innebär minst en gång per månad. Sporadiskt innebär mer sällan än så men minst en gång per år.

Tabell 2 Andel biobesökare i Sverige 1988-2005 (procent)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Aldrig	41	38	42	38	39	42	41	40	42	39	37	38	39	39	33	35	36	37
Mer sällan än en gång per månad	45	45	43	47	48	45	46	47	47	48	51	49	51	51	56	54	56	54
En gång per månad	13	15	12	12	12	11	12	11	9	12	11	11	9	8	10	10	7	9
Minst en gång per vecka	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal svar	1530	1507	1534	1515	1852	1814	1646	1715	1695	1650	3427	3314	3343	3443	3418	3523	3454	3395
Total andel biobesökare	59	62	58	62	61	58	59	60	58	61	63	62	61	61	67	65	64	63

Tabell 3 Andel som ofta går på bio bland kvinnor och män i olika åldrar 1988-2005 (procent)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Män																		
15-19 år	56	59	54	59	29	36	27	29	32	39	36	36	34	29	33	39	22	22
20-29 år	40	39	36	35	40	37	30	30	25	36	29	39	27	29	31	27	20	18
30-39 år	6	11	14	11	14	13	11	14	10	14	10	10	10	11	12	13	11	11
40-49 år	6	6	5	5	7	6	7	4	6	6	3	6	7	6	7	6	3	5
50-59 år	1	7	3	3	4	1	10	3	5	3	4	9	5	4	5	3	3	5
60-69 år	2	1	0	2	1	2	3	3	3	4	2	1	3	4	2	1	4	5
70-79 år	0	0	3	3	0	0	3	2	1	1	3	2	1	1	3	1	3	2
80-85 år	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	2	0	4	5
Kvinnor																		
15-19 år	48	70	52	56	50	35	34	34	25	45	35	35	29	26	33	36	25	27
20-29 år	34	41	28	28	28	31	32	37	28	30	33	30	27	24	28	27	18	26
30-39 år	7	7	5	7	10	10	8	10	8	13	7	13	12	9	13	9	5	10
40-49 år	5	8	8	6	6	6	12	8	8	6	8	6	7	5	7	7	6	6
50-59 år	1	4	9	4	6	8	9	5	5	6	7	7	6	5	4	6	9	8
60-69 år	0	0	2	1	2	0	5	8	4	5	3	5	4	4	4	4	4	7
70-79 år	0	0	6	0	3	0	5	6	1	5	3	3	1	0	3	3	2	5
80-85 år	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0

Kommentar: Ofta innebär minst en gång per månad.

Tabell 4 Andel som ofta går på bio i olika generationer 1988-2005 (procent)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Genomsnittlig andel frekventa biobesökare
80-talister								30	19	43	37	35	34	31	34	37	21	24	31
70-talister	50	64	53	57	44	42	35	35	33	38	32	34	24	20	22	20	13	16	35
60-talister	40	40	29	24	24	19	18	20	11	15	10	12	10	10	10	7	5	5	17
50-talister	9	9	9	7	8	10	10	5	6	6	5	6	7	5	7	7	5	7	7
40-talister	5	7	6	5	7	7	8	6	7	5	6	8	5	5	4	4	5	6	6
30-talister	0	5	6	2	3	2	6	4	3	4	3	3	4	2	3	2	4	4	3
20-talister	2	1	1	2	2	0	5	4	3	3	2	3	1	0	3	2	2	3	2

Kommentar: Ofta innebär minst en gång per månad.

Tabell 5 Andel mycket frekventa biobesökare bland unga kvinnor och män (15-19 år) 1988-2005 (procent)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Genomsnitt 1988-2005	10-års-förändring 1996-2005
Män	8	6	6	7	4	4	4	4	6	7	2	5	4	3	2	4	2	1	4	-5
Kvinnor	5	7	5	4	2	4	5	5	4	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	-2

Kommentar: Tabellen visar andelen som går på bio minst en gång per vecka.

Tabell 6 Andel som ofta går på bio i olika grupper 1988-2005 (procent)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Samtliga	15	17	15	14	13	13	13	13	11	13	11	13	11	9	11	11	8	9
Män	16	17	15	15	13	14	13	12	11	13	10	13	10	10	11	10	8	8
Kvinnor	14	17	14	14	14	12	14	14	11	14	12	13	11	9	11	11	8	11
15-19 år	52	64	53	58	40	35	31	31	29	42	35	35	32	27	33	38	24	25
20-29 år	37	40	32	31	34	34	31	33	27	33	31	34	27	27	29	27	18	23
30-39 år	7	9	9	9	12	12	10	12	9	14	9	12	11	10	12	11	8	10
40-49 år	5	7	6	6	6	6	10	6	7	6	5	6	7	6	7	7	5	5
50-59 år	1	5	6	4	5	5	10	4	5	5	6	8	6	4	5	5	6	7
60-69 år	1	1	1	1	1	1	4	5	4	4	2	3	4	4	3	3	4	6
70-79 år	0	0	5	2	2	0	3	4	1	3	3	3	1	0	3	2	3	4
80-85 år	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	0	2	2
Ren landsbygd	x	x	x	9	6	10	7	13	4	8	5	8	8	4	5	6	3	4
Mindre tätort	x	x	x	13	14	12	12	10	10	12	7	9	7	7	8	8	5	6
Stad/större tätort	x	x	x	16	12	13	14	14	12	17	12	14	11	10	13	10	8	10
Storstad	x	x	x	23	25	21	23	20	25	19	24	21	21	17	18	22	17	20
Lågutbildad	x	x	x	x	x	x	x	x	4	5	3	5	3	2	3	5	4	6
Medellågt utbildad	x	x	x	x	x	x	x	x	7	8	7	9	7	5	6	14	8	10
Medelhögt utbildad	x	x	x	x	x	x	x	x	16	21	18	20	16	14	17	12	9	11
Högutbildad	x	x	x	x	x	x	x	x	19	19	17	17	15	14	16	14	13	12
Arbetarfamilj	14	16	11	12	13	11	10	10	8	10	9	11	8	7	9	9	7	8
Tjänstemannafamilj	16	14	15	12	10	12	14	12	11	11	10	10	10	7	11	10	7	7
Högre tjänstemanna- /akademikerfamilj	20	24	23	20	18	24	22	21	25	25	23	23	18	18	18	16	13	15
Företagarfamilj	11	21	15	12	10	7	15	17	8	18	10	12	12	12	11	13	8	10
Förvärvsarbetande	12	15	13	11	13	11	12	12	11	10	10	11	10	9	11	10	7	9
Arbetslös	31	14	37	25	18	15	18	14	11	11	14	16	12	9	13	13	11	19
Ålderspensionär	0	0	2	2	2	0	4	4	3	4	2	3	2	1	2	1	3	3
Förtidspensionär/sjukpensionär	3	0	2	2	0	1	2	3	5	6	4	4	4	2	4	2	4	2
Studerande	48	54	40	49	41	38	32	31	29	40	34	35	30	26	28	32	23	23
Helsvensk	x	x	x	x	x	x	x	x	11	13	11	12	10	9	11	10	7	9
1:a gen. Invandrare	x	x	x	x	x	x	x	x	13	17	16	16	13	13	15	15	11	15
2:a gen. Invandrare	x	x	x	x	x	x	x	x	17	26	24	21	17	16	21	21	12	18

Kommentar: Ofta innebär minst en gång per månad.

Tabell 7 Tillgång till utrustning i hushållet 2005 (procent)

	TV	Digital-TV	Storbilds-TV/ hemmabio	Video	DVD- spelare	Index för teknikinnehav (medeltal)
Samtliga	92	39	12	81	65	2,85
KÖN						
Kvinna	91	37	11	79	62	2,76
Man	93	42	14	82	67	2,94
ÅLDER						
15-19 år	95	53	26	91	89	3,45
20-29 år	92	31	22	73	86	2,93
30-39 år	95	47	18	84	87	3,26
40-49 år	94	47	16	90	81	3,26
50-59 år	93	40	10	86	65	2,97
60-69 år	90	38	3	83	40	2,48
70-79 år	85	21	2	64	22	1,91
80-85 år	86	16	0	35	8	1,37
UTBILDNING						
Lågutbildad	90	35	5	74	44	2,41
Medellåg	93	46	19	86	72	3,16
Medelhög	92	38	13	79	72	2,88
Högutbildad	94	36	11	85	73	2,92
FAMILJEKLASS						
Arbetarhem	91	39	12	79	65	2,83
Tjänstemannahem	93	38	9	83	61	2,79
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	94	37	16	84	73	3,03
Företagarhem	92	55	21	87	71	3,27
SYSSELSÄTTNING						
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	95	45	15	87	78	3,16
Arbetslös	97	32	12	80	69	2,97
Ålderspensionär/ avtalspensionär	87	25	2	65	24	1,99
Förtidspensionär/ sjukpensionär	85	43	3	78	46	2,66
Studerande	91	40	19	83	87	3,12
STAD/LAND						
Ren landsbygd	95	50	13	81	60	2,96
Mindre tätort	90	44	11	84	69	2,91
Stad eller större tätort	92	36	14	80	64	2,84
Storstad	91	29	11	77	65	2,68
URSPRUNG						
Helsvensk	93	40	12	81	64	2,87
1 gen. invandrare	87	37	15	80	71	2,84
2 gen. Invandrare	89	39	17	82	80	2,90
BIOVANA						
Går aldrig	91	36	8	74	47	2,56
Går sporadiskt	93	39	15	83	75	3,05
Går ofta	93	34	15	78	73	2,92

Kommentar: I beräkningen för index för teknikinnehav ingår kategorierna i tabellen ovan. Index går således från 0 till 5.

Tabell 8 Innehav av filmteknik i olika grupper 2005 (procent av index)

Index för innehav av filmteknik	0	1	2	3	4	5	Summa procent
Samtliga	3	10	22	34	23	7	100
KÖN							
Kvinna	4	12	23	34	21	6	100
Man	3	9	20	35	25	8	100
ÅLDER							
15-19 år	2	3	13	30	34	18	100
20-29 år	3	9	17	41	21	9	100
30-39 år	2	4	12	40	32	10	100
40-49 år	2	4	13	40	31	10	100
50-59 år	2	7	20	40	24	6	100
60-69 år	4	13	34	30	17	1	100
70-79 år	7	27	42	17	7	0	100
80-85 år	14	51	24	8	3	0	100
UTBILDNING							
Lågutbildad	4	20	30	27	16	3	100
Medellåg	2	6	18	35	28	12	100
Medelhög	4	9	18	39	25	5	100
Högutbildad	2	7	21	40	23	5	100
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	3	12	22	33	23	8	100
Tjänstemannahem	3	10	26	35	22	5	100
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	3	6	18	41	26	7	100
Företagarhem	6	2	11	35	31	15	100
SYSSELSÄTTNING							
Förvärsarbetande	1	5	16	40	28	9	100
Arbetslös	1	7	18	44	25	4	100
Ålderspensionär/ avtalspensionär	7	27	37	19	10	1	100
Förtidspensionär/ sjukpensionär	5	8	34	26	24	3	100
Studerande	3	7	14	37	29	10	100
STAD/LAND							
Ren landsbygd	3	11	21	29	29	8	100
Mindre tätort	4	9	18	38	26	6	100
Stad eller större tätort	3	11	23	33	23	7	100
Storstad	4	12	24	38	15	7	100
URSPRUNG							
Helsvensk	3	10	22	35	24	7	100
1 gen. invandrare	4	12	17	37	21	9	100
2 gen. Invandrare	3	11	17	42	17	10	100
BIOVANA							
Går aldrig	4	16	27	27	21	4	100
Går sporadiskt	3	6	18	39	26	9	100
Går ofta	3	8	23	36	20	10	100

Kommentar: Tabellen visar hur filmtekniktäta hushållen är i olika grupper, detta med avseende på innehav av TV, video, DVD-spelare, storbilds-TV/hemmabio och digital-TV. Index går från 0 till 5 beroende på hur mycket av denna teknik man har tillgång till i hushållet.

Tabell 9 Gruppsammansättning bland de som går på bio i olika utsträckning 2005 (procent)

	Aldrig	Sällan	1 gång/ månad	Minst 1 gång/ vecka
KÖN				
Kvinna	46	55	59	52
Man	54	45	41	48
ÅLDER				
15-19 år	2	8	18	8
20-29 år	4	14	28	28
30-39 år	11	19	17	16
40-49 år	14	20	10	4
50-59 år	19	19	12	28
60-69 år	24	13	10	4
70-79 år	19	5	3	12
80-85 år	7	1	1	0
UTBILDNING				
Lågutbildad	43	15	15	20
Medellåg	29	36	36	40
Medelhög	17	23	23	24
Högutbildad	12	26	26	16
FAMILJEKLASS				
Arbetarhem	52	37	36	52
Tjänstemannahem	26	28	20	16
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	7	19	24	12
Företagarhem	7	8	8	4
SYSSELSÄTTNING				
Förvärsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	43	63	50	40
Arbetslös	3	4	7	8
Ålderspensionär/ avtalspensionär	36	12	7	12
Förtidspensionär/ sjukpensionär	7	3	1	4
Studerande	3	12	24	24
STAD/LAND				
Ren landsbygd	19	15	7	8
Mindre tätort	28	23	16	13
Stad eller större tätort	43	47	47	54
Storstad	10	15	31	25
URSPRUNG				
Helsvensk	84	81	70	56
1 gen. invandrare	12	13	19	30
2 gen. Invandrare	4	6	11	15
INDEX – innehav av filmteknik				
0	4	3	2	11
1	16	6	8	11
2	27	18	22	33
3	27	39	36	44
4	21	26	21	0
5	4	9	10	0

Kommentar: Sällan innebär minst en gång per år men mer sällan än en gång per månad.

Tabell 10 Vad som är viktigt då man går på bio 2005 (procent)

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt	Antal svar
Filmens handling	78	21	1	1	1297
Bekväma stolar	60	36	3	1	1290
Bra ljud och bild	56	40	3	1	1289
En lugn och städad publik	48	45	6	1	1284
Skådespelarna	38	47	12	2	1287
En stor bioduk	31	51	15	2	1284
Biljettpriset	27	46	24	3	1288
Biografmiljön	22	60	15	3	1281
Stundens ingivelse	18	40	30	13	1280
Rekommendationer från vänner/bekanta	16	54	24	6	1281
Att biografen ligger nära där jag bor	16	46	31	6	1285
Regissören	12	29	46	13	1274
Rabatter/klubbar/bonussystem	11	18	48	23	1276
Att filmen är ny	9	24	47	19	1284
Recensioner	5	28	45	22	1273

**Tabell 11a Vad som är viktigt då man går på bio 2005
(faktorladdningar)**

	Miljö, komfort och teknik	Pris och till- gänglighet	Innehåll	På biofronten
Bra ljud och bild	,82	,10	,11	-,03
Bekväma stolar	,79	,21	,10	-,02
En stor bioduk	,78	,06	,07	,20
Biografmiljön	,71	,03	,07	,25
En lugn och städad publik	,64	,17	,18	-,05
Rabatter/klubbar/bonussystem	,13	,71	,14	-,04
Biljettpriset	,26	,69	,18	-,15
Att biografen ligger nära där jag bor	,09	,60	,03	,10
Rekommendationer från vänner/bekanta	,02	,54	,01	,34
Stundens ingivelse	,05	,54	-,09	,25
Skådespelarna	,21	,05	,77	,07
Regissören	-,02	-,01	,77	,30
Filmens handling	,23	,16	,54	-,14
Recensioner	,00	,10	,24	,77
Att filmen är ny	,22	,16	-,04	,69
<i>Andel förklarad varians (%)</i>	27	11	9	8

Kommentar: Antal faktorer har fastställts genom Kaisers kriterium

**Tabell 11b Samband mellan faktordimensionerna och andra
variabler (produktmomentkorrelation)**

	Miljö, komfort och teknik	Pris och till- gänglighet	Innehåll	På biofronten
Demografi:				
Kvinna/man	-,03	-,13	-,11	,05
Ung/gammal	-,05	-,19	,15	-,05
Lågutbildad/högutbildad	-,12	-,06	,11	,05
Landsbygd/storstad	-,04	-,01	,10	,03
Tittar på:				
Kulturprogram	-,07	-,07	,20	,03
Lättare underhållning	,10	,13	-,03	,03
Drama/serier	,08	,15	,02	-,03
Dokusåpor	,09	,16	-,04	-,02
Teknik:				
Lite filmteknik/mycket filmteknik	,11	,00	-,10	,08
Har inte/ har laddat ner film	,05	,09	,00	,05

Kommentar: Kvinna (-) Man (+), ung (-) Gammal (+), Lågutbildad (-) Högutbildad (+), Landsbygd (-) Storstad (+), Ser ej TV-genren (-) Tittar ofta på TV-genren (+), Lite filmteknik i hushållet (-) Mycket filmteknik i hushållet (+), Har inte laddat ner film (-) Har laddat ner film (+).

Tabell 12 Mycket viktigt när man går på bio - Filmens egenskaper (procent)

	Filmens handling	Skådespelarna	Regissören	Recensioner	Att filmen är ny
Samtliga	78	38	12	5	9
KÖN					
Kvinna	83	43	13	6	9
Man	72	32	10	4	10
ÅLDER					
15-19 år	74	29	8	3	11
20-29 år	84	41	14	6	9
30-39 år	73	33	9	6	11
40-49 år	78	38	9	4	9
50-59 år	77	38	10	5	10
60-69 år	81	44	15	3	7
70-79 år	83	56	22	6	8
80-85 år	63	36	23	15	0
UTBILDNING					
Lågutbildad	74	38	10	7	15
Medellåg	76	36	11	4	8
Medelhög	80	40	10	4	8
Högutbildad	81	40	15	5	8
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	75	37	10	5	12
Tjänstemannahem	82	40	12	4	8
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	81	43	13	5	7
Företagarhem	77	38	18	7	7
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	77	37	9	4	8
Arbetslös	81	44	17	6	13
Ålderspensionär/ avtalspensionär	79	46	18	3	8
Förtidspensionär/ sjukpensionär	82	55	10	7	13
Studerande	77	31	10	4	11
STAD/LAND					
Ren landsbygd	78	38	12	5	10
Mindre tätort	78	34	10	4	11
Stad eller större tätort	78	39	11	5	9
Storstad	77	41	15	6	7
URSPRUNG					
Helsvensk	78	39	11	4	8
1 gen. invandrare	78	37	11	7	15
2 gen. Invandrare	81	30	10	6	12
BIOVANA					
Går aldrig	79	41	11	6	9
Går sporadiskt	77	36	11	4	9
Går ofta	80	48	18	7	12

Tabell 13 Mycket viktigt när man går på bio - Biografens egenskaper (procent)

	Biografmiljön	En stor bioduk	Bra ljud och bild	Bekväma stolar	En lugn och städad publik
Samtliga	22	31	56	60	48
KÖN					
Kvinna	24	34	60	64	49
Man	19	29	51	56	46
ÅLDER					
15-19 år	23	28	66	73	49
20-29 år	29	41	59	63	49
30-39 år	23	32	54	64	45
40-49 år	24	34	55	58	50
50-59 år	15	27	51	53	39
60-69 år	20	28	55	59	53
70-79 år	19	20	55	53	59
80-85 år	13	36	63	57	67
UTBILDNING					
Lågutbildad	21	33	60	63	54
Medellåg	22	33	59	66	50
Medelhög	23	31	56	56	45
Högutbildad	20	28	47	52	43
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	22	34	59	63	50
Tjänstemannahem	21	28	50	57	46
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	20	27	55	54	45
Företagarhem	29	43	66	66	55
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriften, föräldraledig)	20	31	54	58	45
Arbetslös	31	44	70	62	62
Ålderspensionär/ avtalspensionär	19	21	52	54	57
Förtidspensionär/ sjukpensionär	22	34	53	66	39
Studerande	27	32	60	69	46
STAD/LAND					
Ren landsbygd	25	35	62	65	46
Mindre tätort	23	30	57	60	51
Stad eller större tätort	21	32	55	59	46
Storstad	21	30	53	59	50
URSPRUNG					
Helsvensk	21	31	56	59	48
1 gen. invandrare	28	36	58	62	50
2 gen. Invandrare	33	37	60	72	49
BIOVANA					
Går aldrig	21	32	58	62	53
Går sporadiskt	21	30	55	59	47
Går ofta	26	38	59	61	49

Tabell 14 Mycket viktigt när man går på bio - Annat (procent)

	Biljett- priset	Rabatter/ klubbar/ bonussystem	Rekommend- ationer från vänner/ bekanta	Att biografen ligger nära där jag bor	Stundens ingivelse
Samtliga	27	11	16	16	18
KÖN					
Kvinna	30	13	19	18	20
Man	22	8	14	14	15
ÅLDER					
15-19 år	39	17	21	15	26
20-29 år	37	16	21	18	33
30-39 år	24	10	17	17	19
40-49 år	28	10	15	17	14
50-59 år	21	8	16	12	14
60-69 år	19	7	11	12	9
70-79 år	20	10	15	32	8
80-85 år	13	0	8	13	0
UTBILDNING					
Lågutbildad	25	11	13	25	18
Medellåg	33	12	15	15	20
Medelhög	24	9	20	15	20
Högutbildad	20	10	17	13	13
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	33	14	17	21	24
Tjänstemannahem	24	8	16	13	13
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	19	8	15	12	11
Företagarhem	19	10	18	23	15
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	24	8	16	14	15
Arbetslös	35	17	15	15	23
Ålderspensionär/ avtalspensionär	22	8	12	24	9
Förtidspensionär/ sjukpensionär	22	9	13	22	16
Studerande	40	18	23	18	29
STAD/LAND					
Ren landsbygd	29	9	14	19	16
Mindre tätort	25	10	15	19	20
Stad eller större tätort	27	12	17	16	18
Storstad	26	11	20	11	14
URSPRUNG					
Helsvensk	26	9	16	16	18
1 gen. invandrare	31	17	18	20	17
2 gen. Invandrare	34	14	22	20	17
BIOVANA					
Går aldrig	25	8	13	22	18
Går sporadiskt	27	10	16	15	16
Går ofta	27	15	23	17	25

Tabell 15 Tittande på olika genrer (procent)

	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Antal svar	Procent-balans
Komedi	48	39	10	3	1710	74
Dokumentär	42	44	10	4	1701	71
Drama	33	42	19	6	1699	50
Thrillers	33	39	17	11	1692	44
Romantik	23	41	29	8	1691	27
Barn-/familjefilm	15	45	29	11	1686	20
Action	26	32	23	19	1683	16
Science Fiction/fantasy	11	16	26	47	1690	-45
Skräckfilm	11	14	29	46	1682	-51

Tabell 16 Tittande på olika genrer fördelat på kön (procent)

Genre		Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Procent-balans
Action	Kvinnor	17	29	28	27	-9
	Män	35	36	18	11	42
Thrillers	Kvinnor	31	34	19	15	32
	Män	34	44	15	6	57
Komedi	Kvinnor	49	38	10	3	74
	Män	47	40	9	3	74
Drama	Kvinnor	47	38	10	4	71
	Män	18	46	28	8	28
Romantik	Kvinnor	36	45	15	4	62
	Män	9	36	44	12	-11
Barn/familjefilm	Kvinnor	21	48	24	7	37
	Män	9	42	35	14	1
Dokumentär	Kvinnor	43	42	11	3	71
	Män	40	46	9	5	72
Skräckfilm	Kvinnor	10	12	23	55	-56
	Män	11	16	36	37	-46
Sci-fi/fantasy	Kvinnor	7	12	25	56	-62
	Män	16	21	26	37	-26

Tabell 17 Tittande på olika genrer fördelat på ålder (procent)

Action	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Procentbalans
15-29 år	35	38	22	5	47
30-49 år	34	38	20	8	44
50-64 år	20	31	25	24	1
65-85 år	9	19	25	47	-44
Thrillers					
15-29 år	39	38	19	5	53
30-49 år	42	38	14	6	58
50-64 år	27	43	19	10	41
65-85 år	21	36	16	27	13
Komedi					
15-29 år	59	33	6	2	84
30-49 år	54	37	7	2	82
50-64 år	40	42	13	5	64
65-85 år	37	46	12	5	66
Drama					
15-29 år	35	38	23	4	46
30-49 år	40	39	18	3	58
50-64 år	30	46	18	6	53
65-85 år	25	45	18	13	38
Romantik					
15-29 år	27	37	30	6	28
30-49 år	26	40	29	5	32
50-64 år	19	44	29	8	25
65-85 år	18	42	27	13	21
Barn- familjefilm					
15-29 år	17	44	29	11	22
30-49 år	20	50	25	5	39
50-64 år	10	42	36	12	4
65-85 år	13	42	28	18	9
Dokumentär					
15-29 år	27	50	17	6	53
30-49 år	43	44	10	3	74
50-64 år	44	45	9	2	78
65-85 år	51	37	6	6	76
Skräckfilm					
15-29 år	31	23	28	18	8
30-49 år	9	14	29	48	-53
50-64 år	3	11	32	54	-72
65-85 år	3	7	26	63	-78
Sci-fi/fantasy					
15-29 år	25	24	28	23	-2
30-49 år	14	20	27	39	-33
50-64 år	5	12	25	58	-67
65-85 år	3	9	22	66	-77

Tabell 18 Ser gärna olika typer av filmer 2005 (procent)

	Action	Thrillers	Komedi	Drama	Romantik	Barn- /familjefilm	Dokumentär	Skräckfilm	Science fiction/ fantasy
Samtliga	58	72	87	75	63	60	86	24	28
KÖN									
Kvinna	46	66	87	85	81	69	85	22	19
Man	71	79	87	64	44	51	86	27	37
ÅLDER									
15-19 år	71	76	97	70	66	60	65	68	54
20-29 år	75	77	89	75	62	61	84	46	46
30-39 år	78	76	94	78	62	70	86	26	37
40-49 år	66	82	88	79	69	69	88	21	30
50-59 år	53	74	81	76	64	52	88	15	17
60-69 år	40	66	85	76	59	51	91	13	15
70-79 år	31	54	84	69	65	58	90	10	12
80-85 år	7	40	73	56	50	58	77	7	9
UTBILDNING									
Lågutbildad	49	63	83	64	62	61	85	21	17
Medellåg	67	77	90	75	64	61	82	31	32
Medelhög	61	75	86	79	61	60	90	23	34
Högutbildad	50	71	88	84	68	59	90	17	27
FAMILJEKLASS									
Arbetarhem	65	73	85	72	62	62	84	29	28
Tjänstemannahem	52	74	88	78	66	57	89	21	25
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	51	71	91	83	63	57	90	18	30
Företagarhem	59	67	90	69	58	63	89	22	31
SYSSELSÄTTNING									
Förvärsarbetande	65	77	88	79	65	63	88	22	27
Arbetslös	66	70	84	76	68	51	82	32	41
Ålderspensionär/ avtalspensionär	28	57	82	68	60	53	88	10	12
Förtidspensionär/ sjukpensionär	53	70	85	76	63	68	90	15	23
Studera	73	75	89	69	60	58	73	59	50
STAD/LAND									
Ren landsbygd	56	66	87	70	63	69	82	20	22
Mindre tätort	63	73	87	72	62	62	85	27	29
Stad eller större tätort	57	73	87	76	63	59	88	24	28
Storstad	54	75	87	83	66	52	87	27	31
URSPRUNG									
Helsvensk	57	72	87	75	64	61	86	24	26
1 gen. invandrare	63	75	89	75	61	58	85	30	36
2 gen. Invandrare	72	85	93	79	61	60	86	39	45
BIOVANA									
Går aldrig	49	63	83	67	58	59	86	18	19
Går sporadiskt	62	77	89	79	66	63	85	27	30
Går ofta	63	74	88	81	69	50	87	34	43

Kommentar: Tabellen visar andelen som svarat att de mycket eller ganska gärna ser olika typer av filmer.

Tabell 19 Ser gärna filmer från olika länder och världsdelar 2005 (procent)

	Sverige	Danmark	Frankrike	Stor- britannien	USA	Asien
Samtliga	89	61	41	87	86	36
KÖN						
Kvinna	89	64	43	89	86	36
Man	90	59	40	86	87	36
ÅLDER						
15-19 år	80	26	24	82	98	43
20-29 år	80	41	34	86	93	46
30-39 år	90	60	36	88	96	35
40-49 år	93	69	47	92	87	32
50-59 år	92	67	39	90	82	30
60-69 år	93	74	52	86	78	36
70-79 år	91	71	52	84	74	38
80-85 år	89	79	48	79	62	32
UTBILDNING						
Lågutbildad	92	64	36	80	82	31
Medellåg	89	52	32	86	90	31
Medelhög	86	60	46	91	87	40
Högutbildad	90	77	57	94	85	46
FAMILJEKLASS						
Arbetarhem	89	54	31	83	88	33
Tjänstemannahem	92	71	45	92	85	35
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	87	72	66	95	84	51
Företagarhem	87	61	36	85	87	29
SYSSELSÄTTNING						
Förvärvsarbetande	92	65	42	91	89	33
Arbetslös	92	65	43	76	87	48
Ålderspensionär/ avtalspensionär	92	73	51	85	72	35
Förtidspensionär/ sjukpensionär	88	48	37	82	87	34
Studerande	75	31	28	85	94	47
STAD/LAND						
Ren landsbygd	93	59	36	87	87	31
Mindre tätort	90	57	33	83	87	30
Stad eller större tätort	88	62	43	89	88	36
Storstad	87	68	53	90	81	50
URSPRUNG						
Helsvensk	91	63	41	89	87	35
1 gen. invandrare	79	57	42	81	85	46
2 gen. Invandrare	79	52	39	83	95	45
BIOVANA						
Går aldrig	89	62	35	81	81	30
Går sporadiskt	90	61	42	90	89	35
Går ofta	87	61	52	91	85	55

Kommentar: Tabellen visar andelen som svarat att de mycket eller ganska gärna ser filmer från olika länder och världsdelar.

Tabell 20 Filmer från olika länder/världsdelar (procent och balansmått)

	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Ingen uppfattning	Procentbalans
<i>Sverige</i>	51	35	8	2	4	76
<i>Storbritannien</i>	37	42	9	3	9	68
<i>USA</i>	38	42	10	3	7	67
<i>Danmark</i>	22	30	21	11	15	20
<i>Frankrike</i>	10	23	29	19	18	-14
<i>Asien</i>	8	19	28	19	27	-20

Tabell 21 Smakdimensioner för filmer från olika länder/världsdelar (faktorladdningar)

	Asien/Frankrike	Nordisk	Amerikansk
<i>Asien</i>	,88	-,08	,11
<i>Frankrike</i>	,81	,32	-,08
<i>Sverige</i>	-,11	,86	,09
<i>Danmark</i>	,43	,75	-,13
<i>Storbritannien</i>	,27	,55	,50
<i>USA</i>	-,04	-,01	,94
<i>Andel förklarad varians</i>	38	21	17

Kommentar: Antal faktorer har fastställts genom Kaisers kriterium

Tabell 22 Smakdimensioner för olika genrer och filmer från olika länder/världsdelar (faktorladdningar)

	Manlig populärkultur	Samhälls-engagerad	Kvinnlig populärkultur	Cineast
<i>Action</i>	,79	-,07	,00	-,11
<i>Thrillers</i>	,74	,18	-,03	-,08
<i>USA</i>	,62	,12	,25	-,10
<i>Skräckfilm</i>	,60	-,31	,03	,27
<i>Science fiction/fantasy</i>	,58	-,21	-,05	,43
<i>Danmark</i>	-,16	,74	,05	,29
<i>Storbritannien</i>	,17	,72	,04	,10
<i>Sverige</i>	,04	,69	,18	-,19
<i>Dokumentär</i>	-,07	,43	,12	,18
<i>Romantik</i>	-,09	,08	,85	,02
<i>Barn/familjefilm</i>	,07	,01	,66	,02
<i>Drama</i>	-,05	,34	,62	,14
<i>Komedi</i>	,36	,08	,58	-,09
<i>Asien</i>	,04	,12	,03	,84
<i>Frankrike</i>	-,16	,46	,04	,70
<i>Andel förklarad varians</i>	20	17	11	8

Kommentar: Antal faktorer har fastställts genom Kaisers kriterium

Tabell 23 Smakdimensioner för olika genrer (faktorladdningar)

	"Manlig smak"	"Kvinnlig smak"
Action	,79	,04
Thrillers	,73	,16
Skräckfilm	,73	-,03
Science fiction/fantasy	,71	-,03
Romantik	-,07	,82
Drama	,01	,76
Komedi	,32	,61
Barn/familjefilm	,09	,61
Dokumentär	-,05	,41
<i>Andel förklarad varians</i>	28 %	22 %

Korrelationer:

Ålder	-,47	-,11
Kön	,29	-,35

Kommentar: Högre korrelationsvärde för ålder innebär högre ålder. För kön innebär plusvärden män och minusvärden kvinnor.

Tabell 24 Andel som ser film via olika visningsfönster 2005 (procent)

	Aldrig	Sporadiskt	Ofta
Allmänna TV-kanaler	4	44	52 (minst 1 gång/vecka)
Filmkanaler	47	28	25 (minst 1 gång/vecka)
DVD/video	20	55	25 (minst 1 gång/vecka)
På bio	34	56	10 (minst 1 gång/månad)
På internet	86	X	14 (minst 1 gång/år)

Tabell 25 Andel som ofta ser på film via olika visningsfönster i olika grupper 2005 (procent)

	Allmänna TV-kanaler	Filmkanaler	DVD/video	Biograf	Internet
Samtliga	52	25	25	10	14
KÖN					
Kvinna	52	22	25	11	11
Man	52	28	26	8	17
ÅLDER					
15-19 år	62	37	52	22	46
20-29 år	55	25	51	20	35
30-39 år	56	24	31	10	13
40-49 år	58	27	20	7	8
50-59 år	47	25	16	5	7
60-69 år	51	22	16	8	4
70-79 år	45	22	9	4	3
80-85 år	30	9	6	4	2
UTBILDNING					
Lågutbildad	49	28	21	6	9
Medellåg	56	30	34	9	17
Medelhög	49	21	21	11	14
Högutbildad	53	16	19	13	12
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	56	30	30	8	15
Tjänstemannahem	49	19	19	7	9
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	49	17	21	15	17
Företagarhem	51	34	26	8	14
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	52	24	24	8	10
Arbetslös	71	39	45	18	24
Ålderspensionär/ avtalspensionär	44	21	9	3	2
Förtidspensionär/ sjukpensionär	57	33	38	7	5
Studerande	62	28	45	21	42
STAD/LAND					
Ren landsbygd	50	30	22	3	7
Mindre tätort	49	26	24	7	14
Stad eller större tätort	53	25	26	10	14
Storstad	56	18	30	18	18
URSPRUNG					
Helsvensk	52	24	24	9	13
1 gen. invandrare	56	32	35	12	18
2 gen. Invandrare	57	27	39	14	22
BIOVANA					
Går aldrig	49	28	19	2	6
Går sporadiskt	52	22	25	4	16
Går ofta	66	30	46	64	27

Kommentar: Ofta betyder för de olika visningsfönstren olika saker. För allmänna TV-kanaler, filmkanaler och DVD/video innebär det minst en gång per vecka, för bio minst en gång per månad och för internet någon gång under de senaste 12 månaderna.

Tabell 26 Bäst filmmedium 2005 (procent)

	Bäst filmupplevelse	Mest prisvärt	Bäst kvalitet på bild/ljud	Bekvämast	Bäst att se tillsammans med andra
Allmänna TV-kanaler	11	45	6	36	16
Filmkanaler	3	7	1	7	3
Video	2	5	1	7	8
DVD	7	16	19	31	31
Biograf	70	7	57	9	28
Internet	0	3	0	1	0
Vet ej	7	16	15	9	14
Summa procent	100	100	100	100	100
Antal svar	1706	1679	1680	1688	1690

Tabell 27 Bäst filmmedium - Bäst filmupplevelse 2005 (procent)

	Allmänna TV- kanaler	Film- kanaler	Video	DVD	Biograf	Internet	Vet ej	Summa procent
Samtliga	11	3	2	7	70	0,2	7	100
KÖN								
Kvinna	11	2	2	6	71	0,1	8	100
Man	11	4	1	9	68	0,2	7	100
ÅLDER								
15-19 år	2	1	0	14	79	0,0	4	100
20-29 år	0	1	0	13	83	0,0	3	100
30-39 år	2	1	0	7	86	0,4	3	100
40-49 år	4	4	1	8	80	0,0	4	100
50-59 år	9	4	3	9	67	0,3	8	100
60-69 år	19	5	3	2	61	0,4	10	100
70-79 år	38	5	2	3	38	0,0	15	100
80-85 år	40	2	0	0	23	0,0	36	100
UTBILDNING								
Lågutbildad	26	4	3	6	47	0,2	13	100
Medellåg	7	3	1	11	72	0,2	5	100
Medelhög	6	1	1	6	79	0,0	6	100
Högutbildad	3	3	1	4	85	0,3	4	100
FAMILJEKLASS								
Arbetarhem	15	3	2	9	63	0,1	8	100
Tjänstemannahem	11	2	1	6	73	0,0	7	100
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	2	2	1	2	89	0,4	4	100
Företagarhem	8	8	2	10	64	0,0	8	100
SYSSELSÄTTNING								
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	4	3	1	8	79	0,3	4	100
Arbetslös	6	3	1	10	73	0,0	6	100
Ålderspensionär/ avtalspensionär	35	3	2	2	43	0,0	16	100
Förtidspensionär/ sjukpensionär	16	3	3	10	53	0,0	14	100
Studerande	2	2	2	11	79	0,0	4	100
STAD/LAND								
Ren landsbygd	12	5	2	8	62	0,0	12	100
Mindre tätort	12	3	0	8	70	0,5	6	100
Stad eller större tätort	11	3	2	7	70	0,1	7	100
Storstad	8	2	2	6	77	0,0	6	100
URSPRUNG								
Helsvensk	11	3	2	7	70	0,2	7	100
1 gen. invandrare	10	3	2	10	70	0,0	6	100
2 gen. Invandrare	5	0	2	11	80	0,0	3	100
BIOVANA								
Går aldrig	24	6	3	8	42	0,2	16	100
Går sporadiskt	4	1	1	7	84	0,1	3	100
Går ofta	2	3	1	4	88	0,6	1	100

Tabell 28 Bäst filmmedium – Mest prisvärt 2005 (procent)

	Allmänna TV- kanaler	Film- kanaler	Video	DVD	Biograf	Internet	Vet ej	Summa procent
Samtliga	45	7	5	16	7	3	16	100
KÖN								
Kvinna	46	6	7	16	6	1,3	17	100
Man	44	9	3	17	8	5,8	14	100
ÅLDER								
15-19 år	24	12	7	26	11	10,6	9	100
20-29 år	35	3	4	36	4	14,3	4	100
30-39 år	44	5	6	30	3	4,5	7	100
40-49 år	53	10	8	14	6	0,4	8	100
50-59 år	47	12	4	10	10	0,3	16	100
60-69 år	55	5	5	5	7	0,4	24	100
70-79 år	46	5	4	2	6	0,0	37	100
80-85 år	36	2	2	0	4	0,0	55	100
UTBILDNING								
Lågutbildad	42	6	4	11	7	1,0	29	100
Medellåg	41	10	5	21	7	4,5	12	100
Medelhög	50	6	4	17	6	5,9	10	100
Högutbildad	53	7	8	15	6	2,0	10	100
FAMILJEKLASS								
Arbetarhem	39	9	5	20	7	3,2	17	100
Tjänstemannahem	53	6	4	14	7	2,6	14	100
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	53	4	7	15	6	5,8	10	100
Företagarhem	42	10	7	15	6	4,2	16	100
SYSSELSÄTTNING								
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	47	8	5	20	7	2,3	11	100
Arbetslös	37	7	7	25	4	6,0	12	100
Ålderspensionär/ avtalspensionär	51	4	4	2	5	0,3	35	100
Förtidspensionär/ sjukpensionär	47	11	5	11	7	0,0	19	100
Studerande	34	9	6	25	8	13,0	6	100
STAD/LAND								
Ren landsbygd	40	11	5	16	5	1,9	22	100
Mindre tätort	45	7	4	17	8	3,0	17	100
Stad eller större tätort	47	7	6	16	7	3,3	14	100
Storstad	46	5	6	19	6	5,8	12	100
URSPRUNG								
Helsvensk	47	7	5	16	6	2,9	16	100
1 gen. invandrare	39	6	7	19	11	7,1	12	100
2 gen. Invandrare	34	8	7	23	11	11,9	5	100
BIOVANA								
Går aldrig	44	9	4	10	3	0,9	30	100
Går sporadiskt	48	6	6	20	8	4,3	8	100
Går ofta	38	8	8	20	13	6,5	8	100

Tabell 29 Bäst filmmedium – Bäst kvalitet på bild och ljud 2005 (procent)

	Allmänna TV- kanaler	Film- kanaler	Video	DVD	Biograf	Internet	Vet ej	Summa procent
Samtliga	6	1	1	19	57	0,1	15	100
KÖN								
Kvinna	6	1	0	17	57	0,0	18	100
Man	6	2	1	22	56	0,2	12	100
ÅLDER								
15-19 år	1	2	0	34	60	0,0	4	100
20-29 år	1	0	0	34	60	0,0	5	100
30-39 år	0	0	0	28	65	0,4	6	100
40-49 år	3	1	0	18	68	0,0	9	100
50-59 år	5	2	1	18	58	0,3	16	100
60-69 år	13	1	2	4	55	0,0	24	100
70-79 år	21	3	1	7	34	0,0	35	100
80-85 år	22	4	0	0	16	0,0	57	100
UTBILDNING								
Lågutbildad	14	2	2	13	39	0,3	29	100
Medellåg	5	2	0	25	57	0,2	10	100
Medelhög	3	1	0	19	65	0,0	12	100
Högutbildad	3	0	0	16	69	0,0	11	100
FAMILJEKLASS								
Arbetarhem	8	2	1	24	48	0,1	16	100
Tjänstemannahem	6	1	0	15	63	0,0	15	100
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	4	0	0	16	71	0,0	9	100
Företagarhem	6	2	0	22	54	0,0	16	100
SYSSELSÄTTNING								
Förvärsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	2	1	0	22	63	0,2	11	100
Arbetslös	2	5	0	15	70	0,0	9	100
Ålderspensionär/ avtalspensionär	21	3	1	5	37	0,0	34	100
Förtidspensionär/ sjukpensionär	7	2	4	14	53	0,0	21	100
Studerande	2	1	1	31	60	0,0	5	100
STAD/LAND								
Ren landsbygd	6	3	1	21	50	0,0	20	100
Mindre tätort	6	2	1	24	56	0,3	11	100
Stad eller större tätort	7	1	1	18	57	0,0	16	100
Storstad	7	2	1	13	65	0,4	13	100
URSPRUNG								
Helsvensk	6	2	1	19	57	0,1	16	100
1 gen. invandrare	8	1	0	22	60	0,0	9	100
2 gen. Invandrare	4	1	1	23	67	0,0	5	100
BIOVANA								
Går aldrig	13	2	1	16	36	0,0	31	100
Går sporadiskt	4	1	0	21	67	0,0	7	100
Går ofta	1	2	1	19	72	1,2	4	100

Tabell 30 Bäst filmmedium – Bekvämast 2005 (procent)

	Allmänna TV- kanaler	Film- kanaler	Video	DVD	Biograf	Internet	Vet ej	Summa procent
Samtliga	36	7	7	31	9	1,1	9	100
KÖN								
Kvinna	38	6	8	30	8	0,5	10	100
Man	34	9	5	32	9	1,9	9	100
ÅLDER								
15-19 år	15	6	3	57	14	0,0	6	100
20-29 år	15	5	4	59	7	7,1	3	100
30-39 år	23	5	9	49	8	1,1	5	100
40-49 år	32	12	6	34	11	0,0	5	100
50-59 år	39	11	6	21	12	0,3	11	100
60-69 år	55	6	11	9	8	0,0	11	100
70-79 år	62	5	7	4	3	0,0	19	100
80-85 år	58	2	0	0	0	0,0	40	100
UTBILDNING								
Lågutbildad	46	7	7	17	8	0,3	16	100
Medellåg	30	9	7	37	9	1,2	7	100
Medelhög	33	6	6	38	8	1,8	7	100
Högutbildad	39	6	7	30	11	1,2	5	100
FAMILJEKLASS								
Arbetarhem	32	9	8	32	8	1,2	10	100
Tjänstemannahem	45	5	6	27	9	0,2	8	100
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	34	7	6	34	10	2,3	6	100
Företagarhem	33	10	3	34	11	0,8	8	100
SYSSELSÄTTNING								
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskrivna, föräldraledig)	31	10	6	35	10	0,9	6	100
Arbetslös	27	3	6	52	6	0,0	6	100
Ålderspensionär/ avtalspensionär	63	4	7	5	3	0,0	19	100
Förtidspensionär/ sjukpensionär	43	7	12	17	10	0,0	10	100
Studera	15	5	4	54	11	4,4	7	100
STAD/LAND								
Ren landsbygd	33	11	7	27	8	0,0	13	100
Mindre tätort	36	7	8	32	10	1,0	7	100
Stad eller större tätort	38	6	6	31	9	1,1	9	100
Storstad	33	7	7	35	7	2,3	8	100
URSPRUNG								
Helsvensk	37	7	7	31	9	1,0	9	100
1 gen. invandrare	32	7	8	34	9	1,8	8	100
2 gen. Invandrare	29	7	7	39	8	3,7	6	100
BIOVANA								
Går aldrig	44	9	7	19	4	0,2	18	100
Går sporadiskt	33	8	7	37	10	1,3	5	100
Går ofta	28	4	4	39	20	2,4	4	100

Tabell 31 Bäst filmmedium – Bäst att se tillsammans med andra 2005 (procent)

	Allmänna TV- kanaler	Film- kanaler	Video	DVD	Biograf	Internet	Vet ej	Summa procent
Samtliga	16	3	8	31	28	0,1	14	100
KÖN								
Kvinna	16	3	9	30	29	0,0	13	100
Man	16	3	6	32	27	0,2	15	100
ÅLDER								
15-19 år	2	2	4	63	26	0,0	2	100
20-29 år	3	0	7	64	23	0,5	3	100
30-39 år	6	3	7	46	32	0,0	6	100
40-49 år	11	5	7	34	35	0,0	8	100
50-59 år	19	5	7	18	31	0,3	19	100
60-69 år	31	4	12	8	25	0,0	21	100
70-79 år	33	1	9	5	21	0,0	32	100
80-85 år	29	0	8	0	13	0,0	50	100
UTBILDNING								
Lågutbildad	24	3	11	19	20	0,3	23	100
Medellåg	12	4	7	36	30	0,0	11	100
Medelhög	15	2	7	36	28	0,0	12	100
Högutbildad	15	3	7	31	33	0,0	10	100
FAMILJEKLASS								
Arbetarhem	15	4	9	33	24	0,0	14	100
Tjänstemannahem	20	3	7	26	29	0,0	15	100
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	13	3	6	34	34	0,0	9	100
Företagarhem	17	3	8	27	33	0,0	13	100
SYSSELSÄTTNING								
Förvärsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	12	4	7	35	31	0,1	11	100
Arbetslös	12	3	6	47	24	0,0	8	100
Ålderspensionär/ avtalspensionär	34	1	9	4	20	0,0	30	100
Förtidspensionär/ sjukpensionär	24	0	15	20	20	0,0	20	100
Studerande	3	1	7	60	26	0,0	3	100
STAD/LAND								
Ren landsbygd	15	5	5	26	30	0,0	20	100
Mindre tätort	17	2	9	33	27	0,3	12	100
Stad eller större tätort	17	3	7	32	26	0,0	15	100
Storstad	14	3	11	29	32	0,0	10	100
URSPRUNG								
Helsvensk	16	3	8	31	27	0,1	15	100
1 gen. invandrare	17	2	7	33	33	0,0	8	100
2 gen. Invandrare	11	2	6	39	39	0,0	3	100
BIOVANA								
Går aldrig	25	4	10	19	14	0,0	28	100
Går sporadiskt	12	2	7	37	34	0,0	8	100
Går ofta	6	3	6	39	42	0,6	4	100

**Tabell 32 Påstående - Riktigt bra filmer vill jag se på bio, 2005
(procent)**

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Summa procent	Procent- balans
Samtliga	48	27	9	4	12	100	62
KÖN							
Kvinna	51	25	9	3	11	100	64
Man	43	29	9	5	14	100	59
ÅLDER							
15-19 år	59	33	7	2	1	100	83
20-29 år	58	25	8	5	4	100	70
30-39 år	57	27	9	3	4	100	72
40-49 år	54	31	8	4	4	100	73
50-59 år	47	27	8	4	14	100	62
60-69 år	39	27	14	5	15	100	45
70-79 år	25	26	7	6	35	100	38
80-85 år	24	15	5	2	55	100	31
UTBILDNING							
Lågutbildad	34	23	10	5	28	100	43
Medellåg	51	28	9	4	8	100	66
Medelhög	50	30	8	4	8	100	67
Högutbildad	56	29	8	3	4	100	73
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	45	26	9	6	15	100	56
Tjänstemannahem	47	29	10	3	12	100	63
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	58	30	8	3	2	100	76
Företagarhem	49	20	14	4	13	100	51
SYSSELSÄTTNING							
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	53	29	8	4	7	100	70
Arbetslös	49	26	15	3	7	100	57
Ålderspensionär/ avtalspensionär	29	27	9	6	30	100	41
Förtidspensionär/ sjukpensionär	31	15	20	8	26	100	18
Studerande	59	28	8	3	2	100	76
STAD/LAND							
Ren landsbygd	43	27	11	5	13	100	54
Mindre tätort	43	31	9	3	14	100	63
Stad eller större tätort	49	26	9	5	12	100	61
Storstad	55	26	7	3	8	100	71
URSPRUNG							
Helsvensk	47	28	9	4	12	100	62
1 gen. invandrare	55	21	9	4	11	100	63
2 gen. Invandrare	59	20	9	5	7	100	66
BIOVANA							
Går aldrig	25	21	13	8	32	100	25
Går sporadiskt	56	32	8	2	2	100	78
Går ofta	79	18	1	1	1	100	95

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte alls stämmer subtraheras från andelen som anser att det stämmer mycket eller ganska väl.

Tabell 33 Påstående – Det är stökigt på biograferna, 2005 (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Summa procent	Procent- balans
Samtliga	6	19	34	25	17	100	-34
KÖN							
Kvinna	5	20	31	29	14	100	-35
Man	6	18	36	21	19	100	-33
ÅLDER							
15-19 år	2	19	47	30	3	100	-56
20-29 år	6	30	40	20	4	100	-23
30-39 år	4	18	41	32	5	100	-51
40-49 år	5	19	39	31	6	100	-46
50-59 år	4	12	36	30	18	100	-50
60-69 år	9	19	23	22	27	100	-17
70-79 år	11	18	17	10	45	100	3
80-85 år	6	17	8	8	62	100	8
UTBILDNING							
Lågutbildad	7	15	24	19	35	100	-20
Medellåg	5	20	40	23	12	100	-38
Medelhög	5	19	35	31	10	100	-41
Högutbildad	4	21	34	32	8	100	-40
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	5	19	32	24	20	100	-33
Tjänstemannahem	9	19	34	23	16	100	-29
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	5	23	36	31	5	100	-39
Företagarhem	4	19	33	29	15	100	-38
SYSSELSÄTTNING							
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	4	17	39	31	9	100	-48
Arbetslös	9	22	34	21	13	100	-24
Ålderspensionär/ avtalspensionär	10	18	18	12	42	100	-1
Förtidspensionär/ sjukpensionär	7	18	30	15	31	100	-20
Studerande	2	21	46	26	5	100	-48
STAD/LAND							
Ren landsbygd	4	18	32	27	19	100	-38
Mindre tätort	5	18	34	23	20	100	-34
Stad eller större tätort	5	19	36	25	15	100	-37
Storstad	10	22	29	26	13	100	-23
URSPRUNG							
Helsvensk	6	18	34	25	16	100	-36
1 gen. invandrare	6	22	32	25	15	100	-30
2 gen. Invandrare	4	22	38	29	8	100	-41
BIOVANA							
Går aldrig	9	17	20	13	41	100	-7
Går sporadiskt	4	20	41	30	5	100	-47
Går ofta	5	17	38	38	1	100	-54

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte alls stämmer subtraheras från andelen som anser att det stämmer mycket eller ganska väl.

Tabell 34 Påstående – Moderna biografier är för små, 2005 (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Summa procent	Procent- balans
Samtliga	6	18	29	21	25	100	-26
KÖN							
Kvinna	6	17	29	24	25	100	-31
Man	6	20	29	18	26	100	-21
ÅLDER							
15-19 år	2	13	44	21	19	100	-50
20-29 år	5	15	44	25	11	100	-50
30-39 år	5	23	33	27	12	100	-31
40-49 år	13	22	29	23	14	100	-18
50-59 år	5	18	26	28	22	100	-31
60-69 år	3	21	24	16	36	100	-16
70-79 år	8	13	15	5	59	100	1
80-85 år	0	6	6	4	84	100	-4
UTBILDNING							
Lågutbildad	5	16	17	16	45	100	-12
Medellåg	6	18	34	18	23	100	-28
Medelhög	4	19	33	27	17	100	-37
Högutbildad	7	22	30	27	14	100	-28
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	5	16	28	21	30	100	-28
Tjänstemannahem	7	21	29	20	22	100	-21
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	6	26	34	24	11	100	-26
Företagarhem	7	14	27	24	28	100	-30
SYSSELSÄTTNING							
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	7	21	30	26	16	100	-29
Arbetslös	8	17	38	20	17	100	-33
Ålderspensionär/ avtalspensionär	5	16	17	8	54	100	-4
Förtidspensionär/ sjukpensionär	7	23	11	20	39	100	-2
Studerande	3	14	46	21	16	100	-51
STAD/LAND							
Ren landsbygd	6	14	23	24	34	100	-27
Mindre tätort	6	15	31	19	28	100	-29
Stad eller större tätort	6	18	31	22	23	100	-29
Storstad	6	28	28	19	18	100	-13
URSPRUNG							
Helsvensk	6	17	30	21	25	100	-28
1 gen. invandrare	7	25	26	20	21	100	-13
2 gen. Invandrare	6	33	26	24	11	100	-11
BIOVANA							
Går aldrig	4	14	15	11	55	100	-9
Går sporadiskt	7	21	35	26	11	100	-34
Går ofta	6	21	40	28	5	100	-41

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte alls stämmer subtraheras från andelen som anser att det stämmer mycket eller ganska väl.

Tabell 35 Påstående – Det går för få bra filmer på bio (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Summa procent	Procent- balans
Samtliga	7	19	31	18	25	100	-23
KÖN							
Kvinna	7	21	30	20	22	100	-22
Man	6	17	32	16	29	100	-25
ÅLDER							
15-19 år	14	25	35	19	8	100	-15
20-29 år	11	31	37	14	7	100	-9
30-39 år	5	20	39	21	15	100	-34
40-49 år	5	19	38	23	15	100	-37
50-59 år	4	16	30	21	29	100	-32
60-69 år	7	13	25	17	37	100	-23
70-79 år	4	18	14	8	55	100	-1
80-85 år	6	10	4	4	76	100	8
UTBILDNING							
Lågutbildad	7	12	22	14	45	100	-17
Medellåg	8	20	33	19	21	100	-24
Medelhög	5	23	34	20	17	100	-27
Högutbildad	6	23	35	20	16	100	-26
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	7	19	29	16	29	100	-19
Tjänstemannahem	6	15	33	20	26	100	-32
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	7	27	35	20	11	100	-21
Företagarhem	4	16	31	28	22	100	-38
SYSSELSÄTTNING							
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	5	20	36	21	19	100	-33
Arbetslös	11	24	32	14	20	100	-11
Ålderspensionär/ avtalspensionär	6	16	16	11	52	100	-4
Förtidspensionär/ sjukpensionär	3	7	20	25	45	100	-35
Studerande	13	29	35	15	8	100	-8
STAD/LAND							
Ren landsbygd	4	17	30	19	30	100	-28
Mindre tätort	7	17	32	16	27	100	-24
Stad eller större tätort	7	21	29	19	24	100	-19
Storstad	6	20	35	19	20	100	-29
URSPRUNG							
Helsvensk	6	18	31	18	26	100	-25
1 gen. invandrare	9	26	33	16	16	100	-15
2 gen. Invandrare	11	23	36	18	13	100	-21
BIOVANA							
Går aldrig	5	12	18	11	54	100	-12
Går sporadiskt	7	22	37	22	11	100	-30
Går ofta	9	25	38	20	7	100	-24

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte alls stämmer subtraheras från andelen som anser att det stämmer mycket eller ganska väl.

**Tabell 36 Påstående – Att gå på bio är ett sätt att umgås, 2005
(procent)**

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Summa procent	Procent- balans
Samtliga	16	40	17	11	16	100	28
KÖN							
Kvinna	18	40	16	11	14	100	30
Man	14	40	17	10	18	100	26
ÅLDER							
15-19 år	29	45	19	2	4	100	52
20-29 år	20	40	23	14	3	100	23
30-39 år	19	50	17	9	5	100	43
40-49 år	17	51	16	10	6	100	42
50-59 år	14	37	19	13	18	100	20
60-69 år	11	33	16	14	25	100	14
70-79 år	8	28	8	11	46	100	16
80-85 år	12	10	8	8	63	100	6
UTBILDNING							
Lågutbildad	12	31	14	10	34	100	20
Medellåg	18	41	18	10	12	100	31
Medelhög	17	42	19	12	11	100	29
Högutbildad	16	46	16	14	7	100	32
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	16	39	18	8	19	100	28
Tjänstemannahem	15	38	18	14	15	100	21
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	15	50	16	13	7	100	37
Företagarhem	23	35	14	13	15	100	32
SYSSELSÄTTNING							
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	15	45	18	12	10	100	30
Arbetslös	31	31	18	10	9	100	34
Ålderspensionär/ avtalspensionär	10	26	12	11	42	100	12
Förtidspensionär/ sjukpensionär	13	37	12	12	27	100	27
Studerande	24	46	21	5	4	100	44
STAD/LAND							
Ren landsbygd	19	35	16	11	19	100	26
Mindre tätort	14	42	16	9	19	100	31
Stad eller större tätort	15	39	17	12	16	100	25
Storstad	20	42	18	10	10	100	34
URSPRUNG							
Helsvensk	15	40	17	11	16	100	28
1 gen. invandrare	21	39	17	11	12	100	32
2 gen. Invandrare	21	41	18	11	9	100	33
BIOVANA							
Går aldrig	10	28	11	11	40	100	15
Går sporadiskt	18	46	20	12	4	100	31
Går ofta	28	47	16	6	3	100	53

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte alls stämmer subtraheras från andelen som anser att det stämmer mycket eller ganska väl.

Tabell 37 Påstående – Film är bäst på bio, 2005 (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Summa procent	Procent- balans
Samtliga	40	30	10	6	13	100	53
KÖN							
Kvinna	41	29	11	7	12	100	53
Man	39	31	10	6	14	100	54
ÅLDER							
15-19 år	31	40	15	12	2	100	44
20-29 år	38	33	15	9	5	100	48
30-39 år	51	31	8	5	5	100	69
40-49 år	44	35	10	6	4	100	63
50-59 år	44	27	10	5	14	100	56
60-69 år	36	30	10	6	18	100	50
70-79 år	30	20	8	7	35	100	36
80-85 år	18	10	10	2	61	100	16
UTBILDNING							
Lågutbildad	31	23	10	7	28	100	37
Medellåg	40	32	11	7	9	100	54
Medelhög	45	31	9	6	8	100	61
Högutbildad	45	34	11	5	5	100	63
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	38	29	11	7	16	100	49
Tjänstemannahem	42	29	11	6	12	100	54
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	48	36	8	4	4	100	71
Företagarhem	38	31	11	9	12	100	48
SYSSELSÄTTNING							
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	45	33	9	5	7	100	64
Arbetslös	48	27	7	9	9	100	58
Ålderspensionär/ avtalspensionär	29	23	8	6	33	100	38
Förtidspensionär/ sjukpensionär	28	22	15	10	25	100	25
Studerande	34	35	18	9	4	100	44
STAD/LAND							
Ren landsbygd	36	30	11	6	17	100	48
Mindre tätort	39	31	9	8	12	100	52
Stad eller större tätort	41	30	11	6	13	100	54
Storstad	44	31	10	6	10	100	59
URSPRUNG							
Helsvensk	40	31	10	6	13	100	55
1 gen. invandrare	42	26	15	8	10	100	45
2 gen. Invandrare	41	30	17	5	6	100	49
BIOVANA							
Går aldrig	24	23	10	9	34	100	27
Går sporadiskt	46	35	11	6	3	100	64
Går ofta	62	27	6	3	2	100	80

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte alls stämmer subtraheras från andelen som anser att det stämmer mycket eller ganska väl.

Tabell 38 Påstående – Det är för mycket amerikansk film på bio, 2005 (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Summa procent	Procent- balans
Samtliga	13	24	23	14	26	100	-1
KÖN							
Kvinna	12	25	24	14	26	100	0
Man	13	23	23	15	26	100	-2
ÅLDER							
15-19 år	9	16	27	32	15	100	-35
20-29 år	19	23	27	21	10	100	-7
30-39 år	12	27	31	15	15	100	-6
40-49 år	11	29	26	16	18	100	-3
50-59 år	12	24	23	13	27	100	0
60-69 år	12	26	19	6	37	100	13
70-79 år	15	17	12	6	51	100	14
80-85 år	9	9	6	2	74	100	11
UTBILDNING							
Lågutbildad	10	15	20	11	44	100	-6
Medellåg	10	22	26	19	22	100	-13
Medelhög	18	29	23	13	18	100	10
Högutbildad	16	33	23	10	18	100	16
FAMILJEKLASS							
Arbetarhem	10	21	24	15	29	100	-9
Tjänstemannahem	13	27	20	13	27	100	8
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	22	34	24	11	9	100	20
Företagarhem	12	15	26	20	26	100	-19
SYSSELSÄTTNING							
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	12	26	27	14	21	100	-4
Arbetslös	19	25	24	13	18	100	7
Ålderspensionär/ avtalspensionär	13	20	11	5	50	100	16
Förtidspensionär/ sjukpensionär	7	17	17	23	37	100	-17
Studerande	16	25	23	24	13	100	-6
STAD/LAND							
Ren landsbygd	10	21	20	15	35	100	-5
Mindre tätort	10	22	26	16	27	100	-10
Stad eller större tätort	14	25	22	14	25	100	3
Storstad	17	28	26	11	18	100	8
URSPRUNG							
Helsvensk	11	23	24	14	27	100	-3
1 gen. invandrare	22	28	21	13	15	100	16
2 gen. Invandrare	17	30	23	15	15	100	9
BIOVANA							
Går aldrig	10	15	16	10	50	100	-2
Går sporadiskt	13	28	27	16	15	100	-2
Går ofta	19	28	26	18	9	100	4

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att påståendet inte stämmer särskilt väl eller inte alls stämmer subtraheras från andelen som anser att det stämmer mycket eller ganska väl.

Tabell 39 Vård priset - En biobiljett 2005 (procent)

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	8	53	29	9	22
KÖN					
Kvinna	10	53	29	7	27
Man	6	53	30	11	17
ÅLDER					
15-19 år	12	51	33	3	27
20-29 år	5	48	36	10	7
30-39 år	7	55	30	8	24
40-49 år	11	58	23	8	38
50-59 år	9	55	28	9	27
60-69 år	9	55	26	10	28
70-79 år	2	44	36	16	-6
80-85 år	2	52	31	14	10
UTBILDNING					
Lågutbildad	5	46	34	15	2
Medellåg	8	53	32	7	21
Medelhög	9	57	28	7	30
Högutbildad	10	60	23	7	41
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	7	48	33	12	10
Tjänstemannahem	9	56	27	7	31
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	10	62	21	6	44
Företagarhem	6	58	31	5	29
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	8	58	27	7	33
Arbetslös	9	56	27	8	30
Ålderspensionär/ avtalspensionär	5	47	32	15	5
Förtidspensionär/ sjukpensionär	2	41	38	19	-14
Studerande	12	45	36	7	14
STAD/LAND					
Ren landsbygd	5	54	32	9	18
Mindre tätort	9	55	27	8	28
Stad eller större tätort	8	51	31	9	18
Storstad	10	56	25	9	32
URSPRUNG					
Helsvensk	8	54	29	9	24
1 gen. invandrare	8	48	33	12	11
2 gen. Invandrare	6	54	31	9	20
BIOVANA					
Går aldrig	4	41	36	19	-10
Går sporadiskt	8	59	28	4	35
Går ofta	17	62	17	4	57

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

Tabell 40 Värld priset - En pocketbok 2005 (procent)

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	33	46	14	6	59
KÖN					
Kvinna	39	44	12	5	67
Man	26	49	16	8	51
ÅLDER					
15-19 år	27	50	21	1	56
20-29 år	45	40	9	5	71
30-39 år	43	46	7	5	77
40-49 år	35	50	11	4	71
50-59 år	36	43	14	7	58
60-69 år	24	50	18	8	48
70-79 år	20	45	22	13	31
80-85 år	4	56	24	16	20
UTBILDNING					
Lågutbildad	16	45	25	13	23
Medellåg	29	52	13	5	63
Medelhög	39	45	11	4	69
Högutbildad	54	40	5	1	88
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	26	48	17	9	47
Tjänstemannahem	37	47	11	5	67
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	54	41	3	1	91
Företagarhem	28	50	20	3	55
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	39	46	11	4	70
Arbetslös	38	44	9	8	65
Ålderspensionär/ avtalspensionär	19	47	21	13	33
Förtidspensionär/ sjukpensionär	22	41	22	15	25
Studerande	33	48	17	1	63
STAD/LAND					
Ren landsbygd	27	45	19	9	44
Mindre tätort	29	48	16	6	55
Stad eller större tätort	33	48	12	6	62
Storstad	46	41	9	5	73
URSPRUNG					
Helsvensk	34	46	13	6	61
1 gen. invandrare	30	45	16	8	51
2 gen. Invandrare	36	45	12	7	62
BIOVANA					
Går aldrig	19	49	20	12	37
Går sporadiskt	39	46	11	3	71
Går ofta	45	39	11	4	69

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

Tabell 41 Värld priset - En veckotidning 2005 (procent)

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	5	37	43	14	-15
KÖN					
Kvinna	6	39	43	12	-11
Man	5	35	44	17	-21
ÅLDER					
15-19 år	10	44	40	7	7
20-29 år	8	42	42	8	0
30-39 år	4	41	43	11	-9
40-49 år	4	33	50	13	-26
50-59 år	6	30	46	18	-28
60-69 år	4	34	39	23	-25
70-79 år	3	39	43	15	-16
80-85 år	9	49	30	11	17
UTBILDNING					
Lågutbildad	5	45	37	13	1
Medellåg	6	39	43	12	-10
Medelhög	4	32	47	16	-27
Högutbildad	4	29	49	18	-34
FAMILJEKLASS					
Arbetsarhem	5	41	40	14	-8
Tjänstemannahem	5	32	46	17	-26
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	4	31	51	14	-30
Företagarhem	3	37	50	11	-21
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	5	36	46	14	-19
Arbetslös	10	40	37	12	1
Ålderspensionär/ avtalspensionär	5	38	39	19	-15
Förtidspensionär/ sjukpensionär	2	41	39	19	-15
Studerande	7	41	44	8	-4
STAD/LAND					
Ren landsbygd	3	39	42	16	-16
Mindre tätort	5	42	41	11	-6
Stad eller större tätort	5	35	45	15	-20
Storstad	7	34	44	15	-19
URSPRUNG					
Helsvensk	5	36	45	14	-18
1 gen. invandrare	7	41	38	15	-5
2 gen. Invandrare	9	34	44	13	-14
BIOVANA					
Går aldrig	4	39	40	17	-13
Går sporadiskt	5	35	47	12	-19
Går ofta	9	40	35	16	-2

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

Tabell 42 Värld priset - En CD-skiva 2005 (procent)

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	5	37	38	20	-16
KÖN					
Kvinna	6	42	39	14	-5
Man	4	31	38	26	-28
ÅLDER					
15-19 år	10	26	41	22	-28
20-29 år	6	27	37	29	-33
30-39 år	3	27	47	24	-41
40-49 år	4	37	45	14	-18
50-59 år	5	42	39	14	-5
60-69 år	4	45	31	20	-3
70-79 år	4	47	32	17	3
80-85 år	22	44	11	22	33
UTBILDNING					
Lågutbildad	6	38	35	21	-13
Medellåg	5	36	40	19	-18
Medelhög	5	37	38	20	-15
Högutbildad	5	37	42	16	-16
FAMILJEKLASS					
Arbetsarhem	5	35	36	24	-21
Tjänstemannahem	5	41	37	17	-8
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	5	34	45	17	-22
Företagarhem	4	39	43	13	-13
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	3	37	43	17	-20
Arbetslös	13	28	39	19	-16
Ålderspensionär/ avtalspensionär	7	46	27	21	5
Förtidspensionär/ sjukpensionär	8	43	30	20	2
Studerande	8	28	38	26	-28
STAD/LAND					
Ren landsbygd	5	40	37	18	-9
Mindre tätort	6	35	41	18	-17
Stad eller större tätort	5	35	40	20	-20
Storstad	5	41	33	21	-9
URSPRUNG					
Helsvensk	5	38	38	19	-13
1 gen. invandrare	6	30	44	20	-29
2 gen. Invandrare	5	29	43	23	-31
BIOVANA					
Går aldrig	6	38	35	21	-13
Går sporadiskt	4	36	41	19	-19
Går ofta	7	38	37	18	-11

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

Tabell 43 Vård priset – Ett restaurangbesök 2005 (procent)

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	10	56	26	8	32
KÖN					
Kvinna	11	58	25	6	38
Man	9	54	28	10	25
ÅLDER					
15-19 år	11	56	29	3	35
20-29 år	12	66	21	1	56
30-39 år	12	64	21	3	51
40-49 år	11	60	24	5	42
50-59 år	12	54	28	6	31
60-69 år	7	46	34	14	5
70-79 år	2	49	29	20	4
80-85 år	16	39	27	18	9
UTBILDNING					
Lågutbildad	9	48	28	15	14
Medellåg	11	58	25	6	37
Medelhög	9	60	26	5	37
Högutbildad	10	59	27	3	40
FAMILJEKLASS					
Arbetsarhem	10	54	26	10	28
Tjänstemannahem	9	56	28	7	30
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	14	60	24	2	48
Företagarhem	8	60	27	5	37
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	11	62	23	4	46
Arbetslös	21	51	25	3	43
Ålderspensionär/ avtalspensionär	6	43	31	19	-1
Förtidspensionär/ sjukpensionär	7	41	44	8	-5
Studerande	9	60	27	4	38
STAD/LAND					
Ren landsbygd	7	57	27	9	28
Mindre tätort	11	57	24	9	35
Stad eller större tätort	11	54	29	7	28
Storstad	10	62	22	6	44
URSPRUNG					
Helsvensk	10	57	26	7	35
1 gen. invandrare	8	50	31	11	16
2 gen. Invandrare	9	60	24	7	38
BIOVANA					
Går aldrig	9	48	28	15	14
Går sporadiskt	10	60	26	4	40
Går ofta	13	61	22	4	49

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

Tabell 44 Vård priset – En teaterbiljett 2005 (procent)

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	10	54	26	10	28
KÖN					
Kvinna	12	57	24	7	38
Man	8	51	27	14	18
ÅLDER					
15-19 år	8	47	34	11	10
20-29 år	9	50	30	12	17
30-39 år	12	52	24	13	27
40-49 år	12	58	23	7	40
50-59 år	11	54	25	10	30
60-69 år	11	58	21	10	38
70-79 år	6	55	29	10	21
80-85 år	17	45	21	17	24
UTBILDNING					
Lågutbildad	7	48	30	15	10
Medellåg	10	52	27	11	24
Medelhög	9	60	24	7	38
Högutbildad	15	59	20	6	48
FAMILJEKLASS					
Arbetsarhem	7	52	27	14	18
Tjänstemannahem	15	53	25	7	37
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	13	65	18	4	56
Företagarhem	4	56	33	7	21
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	12	56	25	8	35
Arbetslös	11	50	26	13	23
Ålderspensionär/ avtalspensionär	10	54	24	12	27
Förtidspensionär/ sjukpensionär	7	45	29	19	3
Studerande	7	50	31	12	14
STAD/LAND					
Ren landsbygd	8	50	33	9	16
Mindre tätort	11	52	27	10	27
Stad eller större tätort	10	56	24	11	31
Storstad	13	56	23	9	36
URSPRUNG					
Helsvensk	10	54	25	10	30
1 gen. invandrare	10	52	29	9	24
2 gen. Invandrare	9	51	33	7	21
BIOVANA					
Går aldrig	8	47	29	17	8
Går sporadiskt	11	57	25	7	37
Går ofta	14	58	22	7	44

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

Tabell 45 Vård priset – Biljett till fotbolls-/ishockeymatch 2005 (procent)

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	7	38	32	23	-9
KÖN					
Kvinna	6	36	33	26	-18
Man	9	41	31	20	0
ÅLDER					
15-19 år	15	41	30	14	11
20-29 år	10	33	33	24	-14
30-39 år	6	41	34	19	-5
40-49 år	7	43	34	16	0
50-59 år	6	37	32	25	-14
60-69 år	5	37	30	29	-17
70-79 år	4	35	28	33	-23
80-85 år	15	41	26	18	13
UTBILDNING					
Lågutbildad	7	41	26	26	-4
Medellåg	9	41	33	17	0
Medelhög	6	32	35	26	-23
Högutbildad	4	37	33	26	-18
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	7	40	29	24	-6
Tjänstemannahem	7	34	35	24	-19
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	5	39	33	23	-12
Företagarhem	9	46	30	15	11
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	7	40	34	19	-6
Arbetslös	10	24	38	29	-33
Ålderspensionär/ avtalspensionär	7	34	29	30	-19
Förtidspensionär/ sjukpensionär	0	38	28	34	-24
Studerande	10	40	27	23	0
STAD/LAND					
Ren landsbygd	6	37	35	22	-14
Mindre tätort	8	40	31	21	-4
Stad eller större tätort	7	38	30	24	-9
Storstad	6	38	33	22	-11
URSPRUNG					
Helsvensk	7	39	32	21	-8
1 gen. invandrare	7	35	28	30	-15
2 gen. Invandrare	9	33	27	31	-16
BIOVANA					
Går aldrig	7	39	27	27	-9
Går sporadiskt	6	39	35	20	-11
Går ofta	13	37	27	23	0

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

**Tabell 46 Värld priset – Biljett till en musikkonsert 2005
(procent)**

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset	Procentbalans
Samtliga	13	50	26	10	27
KÖN					
Kvinna	16	52	24	9	34
Man	11	49	29	12	19
ÅLDER					
15-19 år	24	45	24	7	38
20-29 år	21	47	23	9	36
30-39 år	12	56	27	5	35
40-49 år	10	55	28	7	29
50-59 år	13	47	28	13	19
60-69 år	10	48	27	15	16
70-79 år	11	49	25	14	20
80-85 år	16	56	19	9	44
UTBILDNING					
Lågutbildad	9	45	30	16	9
Medellåg	16	50	26	8	32
Medelhög	15	49	27	9	29
Högutbildad	12	57	23	7	39
FAMILJEKLASS					
Arbetarhem	13	45	29	13	16
Tjänstemannahem	14	50	26	10	28
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	16	64	16	4	59
Företagarhem	10	53	31	6	26
SYSSELSÄTTNING					
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	13	52	27	8	30
Arbetslös	22	49	19	10	43
Ålderspensionär/ avtalspensionär	12	48	25	15	20
Förtidspensionär/ sjukpensionär	5	44	37	14	-2
Studerande	19	48	24	9	34
STAD/LAND					
Ren landsbygd	9	49	33	10	15
Mindre tätort	17	50	25	8	33
Stad eller större tätort	13	50	26	11	27
Storstad	13	52	23	11	32
URSPRUNG					
Helsvensk	13	51	26	10	30
1 gen. invandrare	13	44	32	11	14
2 gen. Invandrare	13	51	29	7	28
BIOVANA					
Går aldrig	8	45	30	17	7
Går sporadiskt	14	54	25	7	36
Går ofta	26	45	23	6	42

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att varan inte alls är värd priset eller inte är speciellt värd priset subtraheras från de som anser att den är mycket eller ganska väl värd priset.

Tabell 47 Biobesök ökat/minskat på grund av internet-användning 2005 (procent)

	Ökat mycket	Ökat något	Varken ökat eller minskat	Minskat något	Minskat mycket	Procent- balans
Samtliga	0	2	84	7	7	-11
KÖN						
Kvinna	1	1	87	5	6	-9
Man	0	3	81	8	8	-13
ÅLDER						
15-19 år	1	7	73	12	7	-11
20-29 år	1	5	74	12	8	-13
30-39 år	0	2	87	6	5	-10
40-49 år	0	1	91	4	5	-7
50-59 år	0	1	88	5	6	-9
60-69 år	1	0	87	4	8	-12
70-79 år	0	0	76	10	14	-24
80-85 år	0	0	45	0	55	-55
UTBILDNING						
Lågutbildad	0	1	79	6	13	-17
Medellåg	0	3	83	7	6	-11
Medelhög	1	2	86	6	6	-10
Högutbildad	0	2	87	6	5	-8
FAMILJEKLASS						
Arbetarhem	1	2	81	8	9	-14
Tjänstemannahem	0	2	88	6	5	-8
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	0	2	85	8	5	-10
Företagarhem	0	4	86	2	8	-6
SYSSELSÄTTNING						
Förvävsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	0	2	89	5	4	-8
Arbetslös	2	5	76	5	12	-10
Ålderspensionär/ avtalspensionär	1	0	80	5	14	-18
Förtidspensionär/ sjukpensionär	0	0	70	0	30	-30
Studerande	2	5	75	11	7	-11
STAD/LAND						
Ren landsbygd	0	1	87	3	8	-9
Mindre tätort	0	3	85	6	6	-8
Stad eller större tätort	0	2	83	7	8	-13
Storstad	1	2	83	9	5	-11
URSPRUNG						
Helsvensk	0	2	85	6	7	-10
1 gen. invandrare	1	2	79	9	9	-15
2 gen. Invandrare	1	1	86	6	6	-10
BIOVANA						
Går aldrig	0	1	83	2	14	-15
Går sporadiskt	0	2	86	8	4	-10
Går ofta	1	7	76	10	5	-7

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att deras biobesök har minskat som ett resultat av deras Internetanvändning subtraheras från andelen som anser att deras biobesök har ökat.

Tabell 48 Ökat/minskat på grund av internetanvändning 2005 (procent)

	Ökat mycket	Ökat något	Varken ökat eller minskat	Minskat något	Minskat mycket	Procentbalans
Telefonerande	1	1	78	15	5	-18
Dagstidningsläsning	2	4	77	11	8	-13
TV-tittande	1	3	80	12	4	-13
Tidskriftsläsning	1	2	82	9	6	-11
Biobesök	0	2	84	7	7	-11
Bokläsning	1	3	84	9	4	-10
Radiolyssnande	1	4	86	6	4	-5

Tabell 49 Ökat/minskat på grund av internetanvändning 2005 i förhållande till ålder (procent)

	Ökat mycket	Ökat något	Varken ökat eller minskat	Minskat något	Minskat mycket
Dagstidningsläsning					
15-29 år	2	5	72	14	8
30-49 år	2	4	73	12	8
50-64 år	1	1	84	8	7
65-85 år	2	4	81	7	6
Tidskriftsläsning					
15-29 år	1	5	79	9	6
30-49 år	1	2	80	10	6
50-64 år	0	1	86	8	5
65-85 år	2	1	84	6	8
Radiolyssnande					
15-29 år	2	7	79	9	4
30-49 år	1	4	86	5	3
50-64 år	0	1	90	4	4
65-85 år	1	1	86	5	8
TV-tittande					
15-29 år	1	5	69	19	5
30-49 år	1	2	79	14	4
50-64 år	0	2	89	6	3
65-85 år	2	2	85	6	6
Telefonerande					
15-29 år	1	1	71	21	6
30-49 år	0	2	76	17	5
50-64 år	0	1	86	10	4
65-85 år	0	2	80	13	6
Bokläsning					
15-29 år	2	4	76	15	4
30-49 år	0	3	87	8	3
50-64 år	1	2	87	7	4
65-85 år	1	4	82	6	7
Biobesök					
15-29 år	1	6	74	12	8
30-49 år	0	1	89	5	5
50-64 år	0	1	88	5	6
65-85 år	1	0	78	6	15

**Tabell 50 Andel som har laddat ner film från internet 2005
(procent)**

Bland samtliga	Procent
Använder inte internet	20
Aldrig	68
Någon gång under det senaste året	13
<i>Antal svar</i>	1694

Bland internetanvändare	Procent
Aldrig	84
Någon gång under det senaste året	16
<i>Antal svar</i>	1356

Bland internetanvändare i olika grupper	Procent
KÖN	
Kvinna	9
Man	23
ÅLDER	
15-29 år	37
30-49 år	15
50-64 år	3
65-85 år	2
UTBILDNING	
Lågutbildad	11
Medellåg	20
Medelhög	18
Högutbildad	10
PARTISYMPATI	
Vänsterpartiet	16
Socialdemokraterna	17
Centerpartiet	15
Folkpartiet	12
Moderaterna	17
Kristdemokraterna	7
Miljöpartiet	19

Kommentar: Har laddat ner film från internet innebär någon gång under de senaste 12 månaderna.

Tabell 51 Andel kvinnor och män i olika åldrar som har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	15-29 år	30-49 år	50-64 år	65-85 år
Kvinna	22	7	1	0
Man	57	25	4	3

Tabell 52 Ökat/minskat som ett resultat av internetanvändning – biobesök, bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	Ökat mycket	Ökat något	Varken ökat eller minskat	Minskat något	Minskat mycket	Procent-balans
Har inte laddat ner film	0	2	88	5	5	-8
Har laddat ner film	1	6	63	17	13	-24

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som säger att biobesöken har minskat subtraheras från andelen som säger att biobesöken har ökat som ett resultat av deras internetanvändning.

Tabell 53 Andel som ofta tittar på film i olika visningsfönster bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	Allmänna TV-kanaler	Filmkanaler	DVD/video	På bio	På internet
Har inte laddat ner film	53	25	24	9	8
Har laddat ner film	60	32	49	18	61

Kommentar: Ofta betyder för de olika visningsfönstren olika saker. För allmänna TV-kanaler, filmkanaler och DVD/video innebär det minst en gång per vecka, för bio minst en gång per månad och för internet någon gång under de senaste 12 månaderna.

Tabell 54 Biobesök samt andel som tittar på film i olika visningsfönster bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	Har inte laddat ner film	Har laddat ner film
Biobesök		
Aldrig	28	14
Sporadiskt	61	69
Ofta	11	16
Allmänna TV-kanaler		
Aldrig	3	2
Sporadiskt	45	38
Ofta	53	60
Filmkanaler		
Aldrig	47	36
Sporadiskt	29	33
Ofta	25	32
DVD/video		
Aldrig	15	1
Sporadiskt	61	50
Ofta	24	49
På bio		
Aldrig	28	12
Sporadiskt	62	70
Ofta	9	18
På internet		
Aldrig	92	39
Ofta	8	61

Kommentar: Ofta betyder för de olika visningsfönstren olika saker. För allmänna TV-kanaler, filmkanaler och DVD/video innebär det minst en gång per vecka, för bio minst en gång per månad och för internet någon gång under de senaste 12 månaderna.

Tabell 55 Inställning till hur prisvärd en biobiljett är bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	Har inte laddat ner film	Har laddat ner film
Mycket väl värd priset	9	8
Ganska väl värd priset	57	49
Inte speciellt värd priset	28	33
Inte alls värd priset	7	10
Summa procent	100	100
<i>Antal svar</i>	<i>1118</i>	<i>206</i>

Tabell 56 Genreprefrens bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Procentbalans
Action					
Har inte laddat ner film	24	35	24	17	18
Har laddat ner film	47	35	16	3	63
Thrillers					
Har inte laddat ner film	33	40	17	9	47
Har laddat ner film	46	36	16	2	64
Komedi					
Har inte laddat ner film	48	39	10	3	75
Har laddat ner film	60	33	6	1	86
Drama					
Har inte laddat ner film	36	43	17	4	58
Har laddat ner film	28	37	28	6	31
Romantik					
Har inte laddat ner film	24	42	28	6	31
Har laddat ner film	18	34	39	8	6
Barn-/familjefilm					
Har inte laddat ner film	15	46	30	9	21
Har laddat ner film	14	46	29	10	21
Dokumentär					
Har inte laddat ner film	41	46	11	2	74
Har laddat ner film	33	48	13	7	61
Skräckfilm					
Har inte laddat ner film	9	14	30	47	-55
Har laddat ner film	29	23	26	22	4
Science fiction/fantasy					
Har inte laddat ner film	10	17	26	47	-47
Har laddat ner film	32	23	27	17	11

Tabell 57 Inställning till filmer från olika länder och världsdelar bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Procentbalans
Sverige					
Har inte laddat ner film	54	36	8	2	82
Har laddat ner film	43	38	14	5	62
Danmark					
Har inte laddat ner film	27	37	24	12	27
Har laddat ner film	12	30	36	23	-17
Frankrike					
Har inte laddat ner film	14	29	36	21	-14
Har laddat ner film	9	23	34	33	-34
Storbritannien					
Har inte laddat ner film	44	46	8	2	80
Har laddat ner film	32	52	11	5	67
USA					
Har inte laddat ner film	40	47	11	2	74
Har laddat ner film	56	39	4	1	89
Asien					
Har inte laddat ner film	10	26	39	26	-28
Har laddat ner film	16	27	31	26	-13

Kommentar: I denna fråga ingick även svarsalternativet ”ingen uppfattning”. Här redovisas dock endast resultaten bland de som har en bestämd uppfattning.

Tabell 58 Bäst filmmedium i olika avseenden bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	<i>Allmänna TV-kanaler</i>	<i>Film- kanaler</i>	<i>Video</i>	<i>DVD</i>	<i>Biograf</i>	<i>Internet</i>	<i>Vet ej</i>
<i>Bäst filmupplevelse</i>							
Har inte laddat ner film	6	3	1	8	77	0,2	5
Har laddat ner film	2	2	0	12	81	0,5	2
<i>Mest prisvärt</i>							
Har inte laddat ner film	49	8	6	18	7	0,8	12
Har laddat ner film	28	6	3	28	7	23,6	4
<i>Bäst kvalitet på bild/ljud</i>							
Har inte laddat ner film	4	2	0	20	63	0,1	11
Har laddat ner film	1	0	0	34	62	0,5	2
<i>Bekvämast</i>							
Har inte laddat ner film	35	9	7	32	10	0,2	7
Har laddat ner film	11	5	1	63	10	8,3	1
<i>Bäst att se tillsammans med andra</i>							
Har inte laddat ner film	15	4	7	32	30	0,1	12
Har laddat ner film	4	2	2	61	28	0,5	2

Tabell 59 Inställning till olika påståenden bland de som har och de som inte har laddat ner film från internet 2005 (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Procent- balans
<i>Riktigt bra filmer vill jag se på bio</i>						
Har inte laddat ner film	51	28	8	4	9	68
Har laddat ner film	54	29	10	4	3	68
<i>Det är stökigt på biograferna</i>						
Har inte laddat ner film	5	19	36	29	12	-41
Har laddat ner film	5	26	44	20	4	-33
<i>Moderna biografier är för små</i>						
Har inte laddat ner film	6	19	30	25	21	-29
Har laddat ner film	8	19	43	19	11	-34
<i>Det går för få bra filmer på bio</i>						
Har inte laddat ner film	6	20	34	20	20	-29
Har laddat ner film	11	25	39	18	8	-20
<i>Att gå på bio är ett sätt att umgås</i>						
Har inte laddat ner film	16	42	18	10	13	30
Har laddat ner film	19	47	20	9	4	37
<i>Film är bäst på bio</i>						
Har inte laddat ner film	44	32	10	5	9	61
Har laddat ner film	36	35	15	10	4	45
<i>Det är för mycket amerikansk film på bio</i>						
Har inte laddat ner film	13	25	25	15	23	-1
Har laddat ner film	15	22	28	27	8	-17

Kommentar: Balansmättet beräknas genom att andelen som instämmer i påståendena subtraheras från andelen som inte instämmer i påståendena

Tabell 60 Andel som uppger att de aldrig går på bio 2005 (procent)

	Går på bio	Går aldrig på bio
Totalt	75	25
KÖN		
Kvinna	79	21
Man	72	28
ÅLDER		
15-29 år	93	7
30-49 år	88	12
50-64 år	70	30
65-85 år	46	54
UTBILDNING		
Lågutbildad	50	50
Medellåg	81	19
Medelhög	84	16
Högutbildad	88	12
STAD/LANDSBYGD		
Ren landsbygd	68	32
Mindre tätort	74	26
Stad eller större tätort	76	24
Storstad	83	17
SUBJEKTIV FAMILJEKLASS		
Arbetarhem	69	31
Tjänstemannahem	77	23
Högre tjänstemanna-/akademikerhem	92	8
Företagarhem	78	22
PARTISYMPATI		
Vänsterpartiet	82	18
Socialdemokraterna	70	30
Centerpartiet	65	35
Folkpartiet	84	16
Moderaterna	79	21
Kristdemokraterna	71	29
Miljöpartiet	93	7
SYSSELSÄTTNING		
Förvärvsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)	83	17
Arbetslös	79	21
Ålderspensionär/avtalspensionär	47	53
Förtidspensionär/sjukpensionär	55	45
Studerande	95	5
NÖJD MED LIVET		
Mycket nöjd med livet	75	25
Ganska nöjd med livet	76	24
Inte särskilt nöjd med livet	75	25
Inte alls nöjd med livet	75	25

Kommentar: Resultaten baseras på de som på frågan om hur viktiga olika saker brukar vara då man går på bio har svarat att de aldrig går på bio.

Tabell 61 Andel som ofta ser film i olika visningsfönster bland de som uppger att de aldrig går på bio och de som går på bio, 2005 (procent)

	Går på bio	Går aldrig på bio
Allmänna TV-kanaler	54	45
Filmkanaler	24	28
DVD/video	28	18
På internet	17	5
Har laddat ner film	17	9

Tabell 62 Övriga kultur- och fritidsvanor bland de som uppger att de aldrig går på bio och de som går på bio, 2005 (procent)

	Går på bio	Går aldrig på bio
Teater	3	1
Pop/rock	2	0
Tecknar, målar, skriver poesi	14	5
Video/dvd	32	8
Köper CD	13	8
Läst bok	44	35
Bibliotek	28	16
Sjungit i kör	4	3
Vecko-/månadstidning	44	50
Special-/facktidskrift	27	18
Skönlitterär bok	41	24
Fackbok	21	11
Morgontidning	70	73
Kvällstidning	21	25
SVT-nyheter	54	73

Kommentar: Procenttalen visar andelen som gör olika saker ofta. Ofta innebär i de flesta fall minst 1 gång per månad. För böcker och tidskrifter är det dock minst 1 gång per vecka. För morgontidning är det minst 5 dagar i veckan och för kvällstidning och SVT-nyheter är det minst 3 dagar i veckan.

Tabell 63a Inställning till olika påståenden bland de som uppger att de aldrig går på bio 2005 (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning	Procent- balans
Riktigt bra filmer vill jag se på bio	13	17	15	12	43	3
Det är stökigt på bioograferna	10	17	14	6	53	6
Moderna biografer är för små	4	11	10	7	67	-2
Det går för få bra filmer på bio	5	9	12	6	67	-3
Att gå på bio är ett sätt att umgås	5	21	10	12	51	4
Film är bäst på bio	13	18	13	10	46	8
Det är för mycket amerikansk film på bio	8	12	11	7	61	1

Kommentar: Notera den mycket höga andelen utan uppfattning i denna grupp. Balansmättet beräknas genom att andelen som instämmer i påståendena subtraheras från andelen som inte instämmer i påståendena

Tabell 63b Inställning till olika påståenden endast bland de som har en bestämd uppfattning av de som uppger att de aldrig går på bio 2005 (procent)

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Procent- balans
Riktigt bra filmer vill jag se på bio	23	30	26	21	6
Det är stökigt på bioograferna	21	36	30	13	14
Moderna biografer är för små	13	34	31	22	-6
Det går för få bra filmer på bio	16	28	38	19	-13
Att gå på bio är ett sätt att umgås	10	44	21	25	8
Film är bäst på bio	24	33	24	19	14
Det är för mycket amerikansk film på bio	21	32	29	18	6

Tabell 64 Biobesök bland de med olika högt innehav av filmteknik i hushållet. (procent)

Index för innehav av filmteknik	Aldrig	Sporadiskt	Ofta	Summa procent
0	46	44	9	100
1	56	36	8	100
2	44	46	10	100
3	27	62	10	100
4	30	61	9	100
5	19	67	14	100

Kommentar: I beräkningen för index för teknikinnehav ingår kategorierna TV, digital-TV, storbilds-TV/hemmabio, video och DVD-spelare. Genomsnittet för index bland samtliga svarande ligger på 2,85 (se tabell 10).

Tabell 65 Andel som ofta ser på film via olika visningsfönster samt andel som har laddat ner film bland de med olika högt innehav av filmteknik i hushållet. (procent)

Index för innehav av filmteknik	Ser ofta film på...					Har laddat ner film
	Allmänna TV-kanaler	Filmkanaler	DVD/video	Biograf	Internet	
0	44	15	9	12	13	13
1	39	13	9	8	10	16
2	51	18	19	8	10	11
3	57	23	27	11	13	14
4	53	33	30	8	17	16
5	52	42	46	14	23	32

Kommentar: I beräkningen för index för teknikinnehav ingår kategorierna TV, digital-TV, storbilds-TV/hemmabio, video och DVD-spelare. Genomsnittet för index bland samtliga svarande ligger på 2,85 (se tabell 10). Ofta betyder för de olika visningsfönstren olika saker. För allmänna TV-kanaler, filmkanaler och DVD/video innebär det minst en gång per vecka, för bio minst en gång per månad och för internet och nedladdning av film innebär ofta någon gång under de senaste 12 månaderna.

**Tabell 66 Kultur- och medievanornas dimensioner 2005
(faktorladdningar)**

	Bokkultur	Fackläsning	Kvinnlig TV-kultur	Manlig TV-kultur	Musikkultur	Ungdomskultur	Äldrekultur	Social	Utövare
Läser bok	,83	,07	,02	-,07	,01	,02	,03	,07	,04
Läser skönlitterär bok	,82	,20	,03	-,08	,08	-,02	-,02	,00	,00
Besöker bibliotek	,49	,18	,05	-,05	,03	,12	-,12	,02	,38
Läser special facktidsskrift	,04	,80	-,10	,08	,13	-,02	,09	,04	-,04
Läser fackbok	,36	,65	-,12	-,04	,10	,04	-,15	,03	,08
Drama/serier (TV)	,19	-,05	,76	-,01	-,03	,05	-,10	,00	-,02
Lättare underhållning (TV)	-,03	,00	,70	,21	,10	-,09	,08	,06	-,04
Dokusåpor (TV)	-,09	-,13	,67	-,19	-,03	,17	,11	-,05	,02
Tittar på TV dagtid	-,05	,05	,40	,22	-,02	,37	,04	,14	,09
Djur och naturprogram (TV)	,00	-,05	,05	,68	-,25	,06	,07	,05	,04
Sportprogram (TV)	-,21	,02	,07	,59	,18	-,15	,03	-,01	-,13
Lyssnar på P4 (radio)	-,04	,01	-,15	,51	,03	-,28	,31	,03	-,15
Kulturprogram (TV)	,38	,32	,13	,46	,01	-,18	-,13	,03	,23
Går på pop-/rockkonsert	,02	,03	,04	-,16	,73	,06	-,01	,07	,14
Lyssnar på P3 (radio)	-,09	,11	,02	,12	,54	,04	-,17	-,01	-,13
Går på teater	,33	,03	-,02	-,05	,48	-,27	,03	,11	,26
Köper cd-skiva	,20	,18	-,04	,02	,47	,35	,10	,01	,07
Spelar dataspel/TV-spel	,01	-,03	,10	-,12	,13	,54	,11	,00	,13
Läser kvällstidning	-,04	-,20	,16	,30	,17	,43	,17	-,04	-,35
Spelar Bingolotto	-,22	-,10	,05	,12	-,07	-,07	,60	-,03	,21
Läser vecko- månadstidning	,07	,46	,15	-,02	-,07	,01	,59	,02	-,11
Löser korsord	,41	-,21	-,07	,21	-,10	,08	,50	,11	-,15
Läser morgontidning	,04	,06	,04	,14	,08	-,59	,41	,00	,10
Umgås med vänner	,10	-,13	,13	-,05	,20	,24	-,06	,66	-,03
Umgås med grannar	-,10	,09	-,10	,24	-,15	-,02	,06	,66	,06
Diskuterat innehåll i TV	,23	,31	,18	-,18	,10	-,17	,16	,47	-,06
Diskuterat politik	,21	,43	-,06	-,08	,16	-,15	-,13	,44	,10
Sjunger i kör	,03	-,06	-,03	,00	,10	,06	,12	-,01	,74
Tecknar, målar, skriver poesi	,22	,06	,11	-,15	,10	,35	-,11	,11	,51
<i>Andel förklarad varians (%)</i>	<i>13</i>	<i>8</i>	<i>8</i>	<i>5</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>4</i>

Kommentar: Antalet faktorer har fastställts genom Kaisers kriterium. Total andel förklarad varians uppgår till 54 procent.

Tabell 67 Samband mellan demografi och förhållande till film med kultur- och medievanornas dimensioner 2005 (produktmomentkorrelationer)

	Bokkultur	Fackläsning	Kvinnlig TV-kultur	Manlig TV-kultur	Musikkultur	Ungdomskultur	Äldre kultur	Social	Utvärdare
Demografi									
Kön	-,40	+,14	-,21	+,24	+,12	-,01	-,12	-,04	-,10
Ålder	+,04	+,03	-,23	+,43	-,29	-,39	+,27	+,02	-,08
Utbildning	+,28	+,29	-,09	-,18	+,13	-,06	-,23	+,05	+,07
Landsbygd/stad	+,19	+,05	+,06	-,09	+,10	-,01	-,12	-,02	+,02
Förhållande till film									
Går på bio	+,23	+,09	+,10	-,21	+,33	+,10	-,09	+,07	+,15
Ser långfilmer på TV	+,07	-,01	+,41	+,07	+,03	+,15	-,14	+,03	-,05
Hyr video/dvd	+,09	+,09	+,20	-,25	+,33	+,22	-,14	+,05	+,07
Index för									
filmteknikinnehav	-,08	+,05	+,13	-,04	+,17	+,14	-,02	-,01	-,10
Laddat ner film	-,15	-,02	+,09	-,12	+,09	+,23	-,10	-,02	+,08

Kommentar: Sambanden går från +1 till -1 och skall tolkas enligt följande:

Demografi

Kön:	-Kvinna	+Man
Ålder:	-Ung	+Gammal
Utbildning:	-Lågutbildad	+Högutbildad
Landsbygd/stad:	-Landsbygd	+Stad/storstad

Förhållande till film

Går på bio:	-Sällan	+Ofta
Ser långfilmer:	-Sällan	+Ofta
Hyr video/dvd:	-Sällan	+Ofta
Filmteknikinnehav:	-Lite teknik	+Mycket teknik i hushållet
Laddat ner film	-Har ej...	+Har laddat ner film

Tabell 68 Samband mellan tre kultur- och mediedimensioner med filmers ursprung och genrer 2005 (produktmomentkorrelationer)

	Bokkultur	Utövare	Kvinnlig TV-kultur
<i>Filmer från...</i>			
Sverige	+0,04	-0,08	+0,14
Danmark	+0,21	-0,02	-0,02
Frankrike	+0,25	+0,15	-0,11
Storbritannien	+0,24	+0,03	+0,07
USA	-0,07	-0,09	+0,25
Asien	+0,16	+0,19	-0,05
<i>Genrer</i>			
Action	-0,21	-0,15	+0,15
Thrillers	+0,03	-0,13	+0,15
Komedi	+0,02	-0,10	+0,27
Drama	+0,35	+0,04	+0,26
Romantik	+0,19	-0,00	+0,33
Barn/familjefilm	+0,06	-0,02	+0,15
Dokumentär	+0,16	-0,01	+0,02
Skräckfilm	-0,06	+0,04	+0,15
Science fiction/fantasy	-0,04	+0,10	+0,04

Tabell 69 Samband mellan tre kultur- och mediedimensioner med dimensioner i vad som är viktigt då man går på bio 2005 (produktmomentkorrelationer)

	Bokkultur	Utövare	Kvinnlig TV-kultur
<i>Miljö, komfort och teknik</i>	-0,14	-0,18	+0,23
<i>Pris och tillgänglighet</i>	+0,11	+0,17	+0,31
<i>Innehåll</i>	+0,26	+0,19	,00
<i>På biofronten</i>	-0,18	-0,12	+0,12

Tabell 70 Bakgrundsdata – Sysselsättning i relation till ålder och subjektiv familjeklass (procent)

Ålder	Förvävs- arbetande	Arbetslös	Ålders- pensionär/ avtalspensionär	Förtids- pensionär/ sjukpensionär	Studerande	Samtliga
15-19 år	1	6	0	0	57	7
20-29 år	11	35	0	0	34	12
30-39 år	24	16	0	8	5	16
40-49 år	26	14	0	12	4	17
50-59 år	28	17	1	37	0	18
60-69 år	10	12	36	43	0	16
70-79 år	0	0	48	0	0	10
80-85 år	0	0	16	0	0	3
<i>Summa procent</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Subjektiv familjeklass	Förvävs- arbetande	Arbetslös	Ålders- pensionär/ avtalspensionär	Förtids- pensionär/ sjukpensionär	Studerande	Samtliga
Arbetarhem	44	59	39	61	52	45
Jordbrukarhem	2	4	5	2	3	3
Tjänstemannahem	28	18	37	21	21	28
Högre tjänstemanna- /akademikerhem	18	12	12	6	18	16
Företagarhem	7	8	8	11	7	8
<i>Summa procent</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Kommentar: I övriga analyser i detta tabellmaterial ingår inte familjeklassen jordbrukarhem då antalet svarande är lågt i denna grupp.

Bilaga 2
Frågor om film och bio som
ingick i Riks-SOM 2005

FILM

Fråga 50 Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna sett på långfilm (spelfilm, tecknat, dokumentärer) på:

	Ingen gång	Någon gång under de senaste 12 månaderna	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan
Allmänna							
TV-kanaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Filmkanaler i TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dvd/video	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biograf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 51 Hur gärna ser du följande typer av filmer?

	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna
Action	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Thrillers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komedi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drama	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Romantik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barn-/familjefilm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentär	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skräckfilm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Science Fiction/fantasy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 52 Hur gärna ser du film från följande länder/världsdelar?

	Ser mycket gärna	Ser ganska gärna	Ser inte särskilt gärna	Ser ogärna	Ingen uppfattning
Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Danmark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frankrike	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Storbritannien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
USA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 53 Vilket tycker du är det bästa mediet för att se film om du tänker på följande? Markera endast ett kryss per rad.

	Allmänna TV-kanaler	Film-kanaler	Video	DVD	Biograf	Internet	Vet ej
Bäst filmupplevelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mest prisvärt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bäst kvalitet på bild/ljud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bekvämast	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bäst att se tillsammans med andra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 54 Vilken är din uppfattning om vart och ett av följande påståenden om bio?

	Stämmer mycket väl	Stämmer ganska väl	Stämmer inte särskilt väl	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning
Riktigt bra filmer vill jag se på bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det är stökigt på biograferna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Moderna biografer är för små	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det går för få bra filmer på bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att gå på bio är ett sätt att umgås	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film är bäst på bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det är för mycket amerikansk film på bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 55 Hur viktigt brukar följande vara för dig när du går på bio?

Jag går aldrig på bio → Gå vidare till fråga 56.

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
Filmens handling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skådespelarna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regissören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recensioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att filmen är ny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biografmiljön	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En stor bioduk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bra ljud och bild	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bekväma stolar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En lugn och städad publik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biljettpriset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rabatter/klubbar/bonussystem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekommendationer från vänner/bekanta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att biografen ligger nära där jag bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stundens ingivelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 68 Hur värderar du följande i förhållande till vad du får och vad du betalat?

	Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset
En pocketbok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En veckotidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En cd-skiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En teaterbiljett	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En biobiljett	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En biljett till fotbollsmatch eller liknande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ett restaurangbesök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En biljett till en musikkonsert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 40 Har din användning av internet medfört att du ökat eller minskat din användning av andra medier?

	Ökat mycket	Ökat något	Varken ökat eller minskat	Minskat något	Minskat mycket
Dagstidningsläsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tidskriftsläsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radiolyssnande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV-tittande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonerande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bokläsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biobesök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
