



VIDSTE DU? – om de 7-14-årige

10 indsigter om børns film- og serieforbrug

August 2020

Med analysen *VIDSTE DU? – om de 7-14 årige* har Filminstitutet for første gang foretaget en analyse af børns forbrug af film og serier. Formålet med analysen er at give indsigt i børnepublikummets forbrugsmønstre, holdninger og forventninger i relation til fiktion – sat i forhold til bl.a. gaming og sociale medier. Analysen giver også indsigt i, hvad der motiverer de 7-14-årige til at gå i biografen eller se film og serier derhjemme, samt hvilke forventninger de har til de forskellige formater og til dansk fiktion generelt.

Analysen er baseret på mere end 1.600 spørgeskema-interviews foretaget online (CAWI) i et tilstræbt repræsentativt udsnit af børn i alderen 7-14 år. Data er vejret, så der er en sammenlignelig fordeling af svar fra drenge og piger i hver aldersgruppe. Interviews har været delvist forældreassisterede pga. målgruppens alder.

Undersøgelsen er gennemført i perioden 17. marts – 12. april 2020, og dataindsamlingen faldt således tilfældigt sammen med nedlukningen af Danmark i forbindelse med Covid-19. Respondenterne er i spørgeskemaet derfor blevet bedt om at tage udgangspunkt i deres "normale" adfærd før nedlukningen.

Analysens 10 centrale indsigter præsenteres her:

#1 Børn ser mindst lige så ofte film som de voksne – og især som de unge voksne.

På tværs af biografforbrug og hjemmeforbrug angiver 14% af de 7-14-årige, at de ser film dagligt eller næsten dagligt, mens tallet stiger til 58%, hvis man ser på andelen, der ser film ugentligt og til 84%, hvis man ser på det månedlige forbrug. Niveauerne mimer tal fra Filminstitutets *VIDSTE DU? (2019)*, som er en tilsvarende undersøgelse af voksenpublikummet, og børnenes filmforbrug ligner altså de voksnes – og i særlig udpræget grad de unge voksnes, de 15-25-åriges.

#2 En tur i biografen prioriteres højt, og næsten halvdelen af børnene går i biografen mindst én gang i kvartalet.

Adspurgt hvad børnene helst vil bruge tid på, hvis de har tid til overs, angiver de 7-14-årige en tur i biografen som det, flest vil prioritere tid på (27%), dog skarpt forfulgt af gaming (26%). Disse udsagn viser store forskelle mellem kønnene, idet 32% af pigerne prioriterer en tur i biografen højest, mens det tilsvarende er 22% for drengene, som prioriterer gaming højest. Næsten halvdelen af børnene (47%) går i biografen kvartalsvis, hvilket er stort set på niveau med de 15-25-årige (51%), men en del højere end voksenpublikummet generelt set (35%). Set over et år tager stort set alle børn en tur i biografen (92%), hvilket er markant flere end blandt de voksne generelt (67%). Der er ikke markant forskel på tværs af landet i forhold til biografforbrug, men en tendens til at børn i de større byer går oftere i biografen.

#3 Børn er storforbrugere af fiktionsserier og ser dem langt oftere end voksne.

Næsten halvdelen (47%) af alle børnene i alderen 7-14-år ser serier dagligt eller næsten dagligt. Det er markant højere end hos voksenpublikummet, hvor *VIDSTE DU? (2019)* viser, at hver femte (19%) over 15 år ser serier dagligt eller næsten

dagligt. Især de 10-14-årige piger er ultrafrequent forbrugere af serieformatet, idet 57% angiver, at de ser serier dagligt eller næsten dagligt. Der spores imidlertid en nedgang i forbruget hos drenge i samme aldersgruppe, idet andelen, som ser serier dagligt eller næsten dagligt, går fra 47% hos de 7-9-årige til 35% hos de 10-14-årige, hvilket kan hænge sammen med, at vi i samme aldersspænd ser en stigning i andelen af drenge, som gamer dagligt.

#4 Børnene benytter de samme streamingtjenester som de voksne.

Top 3 over de børns ubetinget mest benyttede streamingtjenester udgøres af 1) Netflix 2) Viaplay og 3) DR TV, hvilke er de samme tjenester, som udgør de voksnes top 3 - dog bytter ViaPlay og DR TV plads hos det voksne publikum. Hos de 10-14-årige bruges Netflix og ViaPlay lidt mere til at se film på end serier, er forholdet for samme aldersgruppe omvendt for DR TV, idet serieforbruget her er lidt højere end filmforbruget.

#5 Børn ser film sammen med andre, mens serier i højere grad ses alene.

Når børn ser film, ser de ofte sammen med forældre eller søskende, mens serier oftere ses alene. Bedsteforældre og andre voksne udgør generelt en meget lille andel på tværs af formater og visningssituationer. Omkring 9-10-årsalderen begynder de i højere grad at se film og serier alene. Pigerne ser oftere film og serier alene end drengene. Der er en tendens til, at forældre og søskende over alder byttes ud med venner og veninder både på biografture og derhjemme. I biografen spores denne tendens fra 12-14-års alderen – pigerne lidt tidligere end drengene.

#6 Børn benytter oftest TV-skærmen til at se film og serier, men i takt med at de med alderen får flere devices, spredes deres forbrug.

For de 7-14-årige på tværs af både køn og alder er tv'et den mest benyttede skærm, foran tablet, computer og smartphone, og der er ikke den store forskel på, hvilke skærme målgruppen benytter til at se hhv. film og serier på. Til gengæld viser undersøgelsen, at i takt med, at børnene med alderen får flere devices selv, spreder deres forbrug sig ud på flere forskellige skærme: Stort set alle børn (98%) har mindst ét device selv, når de når 10-årsalderen, og 58% af de 10-årige har selv tre forskellige devices eller mere. Særligt kan vi se, at udbredelsen af smartphone fra 9-årsalderen og egen bærbar omkring 10-11-årsalderen betyder, at forbruget af både film og serier stiger på netop disse to typer af skærme. Men brugen af smartphone og bærbar til at se film og serier på stiger ikke i samme takt som udbredelse af dem, og selv om forbruget spredes ud på flere skærme med alderen, så forbliver tv'et den mest benyttede skærm.

#7 Børn drives primært af underholdning og i mindre grad af fiktion, der maner til refleksion.

Børn vil underholdes! Ud af en liste på otte drivere for valg af film og serier tilkendegiver de adspurgte 10-14-årige, at det vigtigste er, at film og serier skal underholde og være sjove. Disse valg scorer højest, uanset hvor de ser film og serier. Der er en tendens til, at anbefalinger fra venner/veninder har større betydning på filmformatet end på serieformatet (hhv. 30 og 23%). Det er af mindre betydning, om man kender universet og skuespillerne i forvejen, men der er en tendens til, at dette vægter lidt højere hos de ultra- og højfrekvente brugere. Udsagnet "skal give mig

noget at tænke over” scorer lavt for både film og serier og indikerer, at underholdning prioriteres over refleksion i valget af fiktionsfilm eller -serier.

#8 Børn orienterer sig bredt mod flere genrer, og deres holdning til dansk fiktion ændrer sig over alder.

Den mest foretrukne genre blandt de adspurgte 10-14-årige er komedie, efterfulgt af familiefilm og animation. Billedet nuanceres, hvis man går dybere ned i data på tværs af henholdsvis køn og alder, hvor familiefilmen og animation daler over alder i takt med, at børnene begynder at orientere sig mere bredt mod flere genrer. På tværs af køn er der forskelle at spore. Hos pigerne scorer familiefilm, komedie og animation højest på tværs af aldersspektret, mens interessen for adventure/fantasy, kærlighedsfilm og drama stiger med alderen. Hos drengene kommer komedie, superheltefilm og action ind på delt topplacering efterfulgt af adventure/fantasy, animation og familiefilm – men her ses også tydelig interesse for sci-fi, mens drama og kærlighedsfilm rangerer lavest. I takt med orienteringen mod flere genrer ses samtidig en bevægelse fra en præference for dansk fiktion til en præference for udenlandsk fiktion. Denne ændring sker omkring 9-10 års alderen og i takt med, at børnene bliver i stand til at læse undertekster.

#9 YouTube fylder massivt hos børn, men det er ikke film og serier, de ser.

YouTube er ubetinget målgruppens favorit blandt sociale medier på tværs af køn og alder. 3/4 af drengene er på YouTube mindst ugentligt, mens det samme gør sig gældende for lidt færre (69%) af pigerne. Pigerne forbruger af de sociale medier er til gengæld spredt mere ud på flere forskellige platforme, idet de benytter SnapChat, TikTok og Instagram i højere grad end drengene. Vi har i vores undersøgelse forholdt målgruppen til forskellige kategorier af YouTube-indhold for at få et indtryk af, hvad de ser. Her dominerer 'gamingvideoer' (74%), 'YouTubere/influenceres' (56%) og 'pranks/challenges/funnyfails' (50%) hos drengene, mens pigerne favoritter er 'YouTubere/influenceres' (58%), 'Musikvideoer' (43%) samt 'pranks/challenges/funnyfails' (36%) og 'DIY-videoer' (36%). Uanset køn og alder kommer kategorierne 'hele serier' (7%) og 'hele film' (5%) langt nede af listen, og præger således ikke målgruppens forbrug på YouTube i særlig høj grad.

#10 For 1/4 af børnene er det ikke et enten-eller: De er storforbrugere af både film og serier og gaming.

I analysen har vi identificeret, at 1/4 af børnene er storforbrugere af både film og serier og gaming. For storforbrugerne er det ikke et spørgsmål om enten-eller, hvor fx de, som gamer meget ikke så tit ser film og serier. Det er i stedet et både-og, hvor et stort forbrug inden for denne ene kategori hænger sammen med et stort forbrug inden for de to andre kategorier, således at denne 1/4 af de 7-14-årige både gamer dagligt eller næsten dagligt, ser serier dagligt eller næsten dagligt og ser film mindst én gang om ugen.

Hele analysen og præsentationen af VIDSTE DU? – OM DE 7-14-ÅRIGE (2020) kan findes på www.dfi.dk.

Martin Kofoed Hansen
Analysekonsulent
Martinkh@dfi.dk

Lena Juhl Seidelin
Lanceringskonsulent
Lenaj@dfi.dk

Louise Haugstrup Jensen
Lanceringskonsulent
Louisehj@dfi.dk