

15. desember 2021

Kunnskapsinnhenting og foreløpige funn

Gjenoppbygging av kultursektoren

Kulturrådet og Norsk filminstitutt (NFI) fikk våren 2021 i oppdrag av Kulturdepartementet å kartlegge og analysere konsekvensene av koronapandemien og vurdere virkemidler for å gjenoppbygge kultursektoren. Departementet ba om en delrapport før sommeren 2021 og en sluttleveranse i desember samme år. Høsten 2021 utsatte departementet fristen for sluttrapporten til 13. april 2022. Samtidig ble det bedt om en leveranse 15. desember, inkludert et notat med et foreløpig bilde over innhentet materiale.

Dette notatet gir en kortfattet oversikt over prosjektets kunnskapsinnhenting og gjennomgår flere foreløpige hovedfunn. Sluttrapporten vil gi en mer utførlig oppsummering og analyse av innhentet materiale, og den vil anlegge et mer overordnet kulturpolitisk perspektiv på pandemiens konsekvenser i kultursektoren. Vinteren 2021–2022 gjennomføres dessuten en spørreundersøkelse om endringer i kulturbruk sendt ut til et utvalg fra Ipsos' Norgespanel, som vil inngå i sluttrapportens kunnskapsgrunnlag.

1. Status for kunnskapsinnhenting

Innledningsvis i arbeidet identifiserte Kulturrådet og NFI områder hvor det var behov for mer kunnskap for å kunne besvare departementets oppdrag. Disse ble presentert i en analyseplan i april 2021. Med unntak av den nevnte spørreundersøkelsen om endringer i kulturbruk og den siste rapporten om kunstnerøkonomi, som publiseres sommeren 2022, er de planlagte undersøkelsene gjennomført. Prosjektet har i tillegg utvidet sin kunnskapsinnhenting, som samlet består av følgende hovedelementer:

Sektorens økonomi, sysselsetting og ulike kriseordninger: Gjennomgang og analyse av data fra Regnskapsregisteret, Statistisk sentralbyrås (SSB) sysselsettingsstatistikk, NAV, Lotteri- og stiftelsestilsynet og ulike ekstraordinære ordninger rettet mot kultursektoren.

Kunstnernes inntekter: En større undersøkelse gjennomført av Telemarksforskning, som tar utgangspunkt i forslag og anbefalinger fra modell- og metodeutvalget for kunstnerundersøkelser. En delrapport, «Kunstnerne og koronapandemien», publiseres 16. desember 2021.

Spørreundersøkelse om endringer i kulturbruk: Spørreundersøkelse gjennomført av Ipsos på oppdrag fra Kulturrådet og NFI, hvor målet er å fange opp endringer i befolkningens kulturadferd og -bruk som følge av pandemien. Undersøkelsen vil fokusere på bredden i kulturbruk, herunder digitaliseringens muligheter for å formidle kultur.

Kjernepublikums holdninger til kulturbruk etter pandemien: Spørreundersøkelse rettet mot et sammensatt utvalg av publikum ved 43 norske kulturinstitusjoner. Undersøkelsen er en utvidelse av Norsk publikumsutviklings NPU Monitor 2021, som er gjennomført i samarbeid med Kulturrådet og NFI og koordinert av det amerikanske analyseselskapet WolfBrown. Resultater ble presentert i prosjektets delrapport i juni 2021. To ytterligere runder av undersøkelsen ble gjennomført i september og november 2021.

Produksjon og formidling under pandemien: Innsamling, sammenstilling og analyse av materiale fra Kulturrådets og NFIs forvaltning av ulike ordninger, relevant forskning og dialog med sektoren. Materialet vil blant annet benyttes til å belyse betydningen av digitalisering under og etter pandemien.

Tiltak i fylker og kommuner: En spørreundersøkelse blant fylker og kommuner gjennomført av Rambøll på oppdrag fra Kulturrådet og NFI. Vektlegger fylker og kommuners virkemidler overfor kultursektoren under pandemien. En rapport publiseres 16. desember 2021.

Andre lands tilnærminger: En gjennomgang av ulike lands tilnærminger til gjenoppbygging og styrking av kultursektoren etter pandemien. Vekten legges på land som er sammenlignbare med Norge og særlig dem som forbereder eller har innført tiltak rettet mot nyskaping og omstilling. Gjennomgangen inngår i underlaget for prosjektets sluttrapport.

Kunnskapsoppsummering: En oppsummering og vurdering av foreliggende kunnskap om pandemiens konsekvenser for kultursektoren, gjennomført av Rambøll på oppdrag fra Kulturrådet og NFI. Kunnskapsoppsummeringen legges fram i form av en delrapport 16. desember 2021.

2. Dialog med sektoren og fylkene

En viktig del av prosjektet er å føre dialog med aktørene i kultursektoren slik at deres erfaringer, råd og behov gjenspeiles i arbeidet. Til grunn for dialogen ligger en åpen kontaktliste, der både organisasjoner, virksomheter og personer kan registrere seg for å delta. Listen hadde 139 påmeldte da den første dialogrunden ble gjennomført og har i dag 194 påmeldte. De to sterkest representerte delsektorene er musikk og scenekunst. Tre runder med skriftlige bidrag og påfølgende arbeidsmøter er gjennomført:

Første runde, avsluttet 7. juni 2021: I den første dialogrunden ble aktørene i sektoren invitert til å peke på kunnskapsbehov. Sentrale temaer, som det ble holdt forberedte innlegg om på arbeidsmøtet, var kunstnere og kulturarbeideres økonomi, sektoren forstått som et økosystem, rekruttering og frafall av kompetanse, internasjonal aktivitet, innovasjon og digitalisering. Det kom inn 26 skriftlige innspill, 52 var påmeldt møtet.

Andre runde, avsluttet 16. september 2021: Dialogrunden rettet oppmerksomheten mot sektorens erfaringer med og egne undersøkelser av pandemiens konsekvenser. Hovedtemaer var frafall av kompetanse, tilbud og tilgjengelighet, styrkeforhold i sektoren, digitalisering, mangfold og deltakelse samt internasjonal aktivitet. Det kom inn 42 skriftlige innspill, 65 var påmeldt møtet.

Tredje runde, avsluttet 25. november 2021: Den foreløpig siste dialogrunden reiste spørsmål om aktuelle virkemidler for styrking av kultursektoren etter pandemien. Blant de foreslåtte virkemidlene var utdanning og kurs, tilskudd via eksisterende ordninger, rabattordninger, kulturmomms og momsfritak, rettigheter og vederlag, videreføring av kriseordningene, styrking av lokalt kulturliv, økt kompetanse i forvaltningen, styrking av kunnskapsgrunnlaget, grønn omstilling og sosiale rettigheter. Det kom inn 37 skriftlige innspill, 52 var påmeldt møtet. Alle innspillene legges ut på prosjektets nettsider og formidles til Kulturdepartementet.

Prosjektet har også hatt dialog med fylkeskommunene, Oslo kommune og Sametinget. Våren 2021 ble det gjennomført møter med alle disse, og resultatet fra denne runden ble oppsummert i delrapporten i juni 2021. På bakgrunn av denne innledende dialogen ble den allerede omtalte spørreundersøkelsen blant fylkeskommuner og kommuner igangsatt for mer systematisk å kartlegge deres håndtering av kulturlivets utfordringer under pandemien.

3. Foreløpige funn

Økonomi: Fall i inntekter, skjevt fordelte krisemidler

Vår gjennomgang av kultursektorens økonomi viser at sektoren tapte store deler av sine inntekter under pandemien. Samtidig ble den tilført betydelige statlige tilskudd, noe som har bidratt til relativt gode økonomiske resultater for sektoren sett under ett. Mye tyder på at både samlet inntektstap og overskudd er nokså skjevt fordelt og at de store kriseordningene traff noen typer aktører langt bedre enn andre.

For å gi et overblikk over sektorens økonomi har vi sett nærmere på data fra flere kilder:

Nasjonalregnskapet, Regnskapsregisteret, Kulturrådets forvaltning av kriseordningene, NAV, vår survey blant fylker og kommuner, tidlige resultater fra den pågående kunstnerøkonomiundersøkelsen og Kulturrådets gjennomgang av kulturinstitusjonenes budsjettsøknader, rapportering og statistikk for 2020. I gjennomgangen ser vi altså både på virksomheter og individer.

Det er viktig å merke seg at det ikke er gitt hvilke virksomheter som tilhører kultursektoren, det vil si hvilke næringskoder som blir klassifisert som kultursektor. Statistisk sentralbyrå opererer med en mye brukt definisjon av sektoren, som har svakheter.¹ Andre, som for eksempel konsultentselskapet Menon og Centre for Creative Industries ved BI (BI:CCI), opererer med en annen definisjon.² Dette gjør at ulike makroøkonomiske data om kultursektoren ikke alltid er sammenlignbare.

Verdiskapingen falt kraftig, siden har den tatt seg opp

Kultursektoren var fra starten av koronapandemien blant de hardest rammede delene av norsk økonomi. Nasjonalregnskapet beregner at verdiskapingen i kategorien «Kultur, underholdning og annen tjenesteyting» falt med 26 prosent i 4. kvartal 2020 sammenlignet med samme kvartal i 2019. Videre viser Nasjonalregnskapet at verdiskapingen senere har tatt seg betydelig opp. Fra 3. kvartal 2020 til 3. kvartal i 2021 gikk den beregnede verdiskapingen opp med 27 prosent. Dette betyr at sektorens produkt nærmet seg samme nivå som i årene før 2020. Vel å merke var disse foreløpige beregningene utarbeidet før de nye smittevernrestriksjonene ble innført 7. og 8. desember 2021, blant annet som følge av at koronavirusvarianten omikron spredte seg i Norge.³

Forskjeller innad i kultursektoren

Det store bildet viser altså en sektor som siden sommeren 2020 hadde gjenopprettet mye av sin verdiskaping. Vår gjennomgang av tall fra Regnskapsregisteret viser også at kultursektoren kom ut av 2020 med et begrenset fall i inntektene: Når Statistisk sentralbyrås definisjon av kulturell og kreativ næring legges til grunn, viser regnskapstallene en økning i total omsetning fra 105,1 milliarder kroner i 2019 til 113,2 milliarder i 2020. I denne definisjonen av sektoren er områder som trykte og digitale medier, arkitektur, design, reklame og event, undervisning og «andre områder» inkludert.

Holdes disse utenfor og vi bare inkluderer litteratur, dataspill, musikk, film, scenekunst, visuell kunst, drift av bibliotek, arkiv, museer og annen kulturvirksomhet, annen kunstnerisk virksomhet og underholdningsvirksomhet, ser vi en nedgang i virksomhetenes totale driftsinntekter fra 34,6 milliarder kroner i 2019 til 33 milliarder i 2020.

¹ SSBs definisjon av kulturell og kreativ næring blir nærmere diskutert i kapittelet «Gjennomgang av kompensasjonsordning for arrangører og underleverandører i kultursektoren og stimuleringsordning for kulturlivet» i vår delrapport fra juni.

² Forskjellen går ut på hvilke næringskoder som inkluderes og ekskluderes fra definisjonen. Se vedleggene i delrapporten fra juni.

³ I begynnelsen av desember anerkjente SSB at spredningen av omikron skapte usikkerhet om den økonomiske utviklingen, men la til grunn at den ville ha en «begrenset og midlertidig negativ effekt».

	2018		2019		2020	
	Millioner NOK	Antall bedrifter	Millioner NOK	Antall bedrifter	Millioner NOK	Antall bedrifter
Litteratur	8 669	803	8 578	870	9 308	942
Dataspill	361	30	316	31	332	33
Musikk	3 841	959	4 447	1 063	3 921	1 174
Film	7 836	1 367	8 051	1 486	8 425	1 640
Scenekunst	2 961	227	3 127	253	2 822	281
Visuell kunst	186	233	298	276	221	305
Drift av bibliotek, arkiv, museer og annen kulturvirksomhet	3 887	464	4 520	467	4 567	476
Annen kunstnerisk virksomhet og underholdningsvirksomhet	4 562	971	5 308	1 087	3 443	1 189
Total av utvalgte (over)	32 303	5 054	34 645	5 533	33 039	6 040
Trykte og digitale medier	36 526	812	36 660	824	44 690	859
Arkitektur	7 936	1 330	8 606	1 403	9 073	1 494
Design	7 007	2 725	7 785	3 078	8 083	3 447
Reklame og event	8 876	1 757	10 241	1 968	10 888	2 150
Undervisning	272	127	301	142	268	161
Andre områder	6 756	685	6 861	717	7 131	738
Total av alle kulturområder	99 676	12 490	105 099	13 665	113 172	14 889

Tabell 1: Driftsinntekter i millioner kroner for alle bedrifter innenfor hvert av SSBs kulturområder i kulturell og kreativ næring for årene 2018–2020. Antall bedrifter er oppgitt for hvert år. Kilde: Brønnøysundregisterets Regnskapsregister med årsregnskap for årene 2018–2020 for alle innsendingspliktige virksomheter.

Det er imidlertid store forskjeller mellom ulike deler av kultursektoren. Mens enkelte deler økte sin omsetning under pandemien, falt den gjennomsnittlige omsetningen for bedrifter innen kategoriene musikk (med 19 prosent), scenekunst (med 18 prosent), visuell kunst (med 33 prosent) og i SSB-kategorien «annen kunstnerisk virksomhet og underholdningsvirksomhet» (med 39 prosent). Det var også en nedgang, om enn mindre, i omsetningen innen de to kategoriene «drift av biblioteker, arkiv, museer og annen kulturvirksomhet» (1 prosent) og film (4 prosent).

Store overskudd, store variasjoner

Flere oppslag i mediene har pekt på at de store selskapene i kultur- og underholdningsbransjene økte sin lønnsomhet kraftig i 2020. *Dagens Næringsliv* baserer sin dekning på tall fra selskapet Bisnode, som har sett på alle bedrifter med over 1 million kroner i omsetning i 2020. Disse relativt store bedriftene nesten tredoblet lønnsomhetsmarginen fra 2019 (da den var på 4,5 prosent) til 2020 (da den var på 12,1 prosent), ifølge Bisnode.⁴ Dette er en større økning i lønnsomhetsmargin enn i noen annen bransje. Men det er viktig å merke seg at dette altså gjelder de største bedriftene.

⁴ Vi har fått oversiktstabellen fra Bisnode, men kjenner ikke til hvilke næringskoder som er lagt til grunn, og tallene er derfor ikke direkte sammenlignbare med våre.

I vår undersøkelse av virksomhetene innenfor SSBs kategori kulturell og kreativ næring, har vi også sett på bedriftenes driftsresultat, det vil si samlede driftsinntekter minus samlede driftskostnader, også kjent som driftsoverskudd (EBITDA). Gjennomgangen viser at det samlede driftsresultatet i disse næringene økte med langt mer i 2020 enn året før. Overskuddet vokste fra rundt 5 milliarder kroner i 2018 til 5,5 milliarder i 2019 og til nesten 8 milliarder i 2020. Den prosentvise økningen er størst for litteratur, trykte og digitale medier, design og «annen kunstnerisk virksomhet og underholdningsvirksomhet». Kun dataspill, musikk og «andre områder» hadde en nedgang i det totale driftsoverskuddet i 2020, og bare i dataspillbransjen var det samlede driftsoverskuddet negativt.

	2018	Antall	2019	Antall	2020	Antall
Litteratur	140	803	166	870	546	942
Dataspill	91	30	1	31	-74	33
Musikk	870	959	1 097	1 063	1 024	1 174
Film	175	1 367	175	1 486	218	1 640
Scenekunst	49	227	113	253	131	281
Visuell kunst	3	233	-136	276	23	305
Drift av bibliotek, arkiv, museer og annen kulturvirksomhet	69	464	329	467	448	476
Annen	192	971	184	1 087	299	1 189
Total av utvalgte (over)	1 589	5 054	1 929	5 533	2 615	6 040
Trykte og digitale medier	1 599	812	1 801	824	3 392	859
Arkitektur	766	1 330	788	1 403	899	1 494
Design	284	2 725	288	3 078	434	3 447
Reklame og event	402	1 757	398	1 968	442	2 150
Undervisning	6	127	11	142	16	161
Andre område	376	685	294	717	157	738
Total	5 022	12 490	5 509	13 665	7 955	14 889

Tabell 2: Driftsresultat (overskudd) i millioner kroner for alle bedrifter innenfor hvert av SSBs kulturområder i kulturell og kreativ næring for årene 2018–2020. Antall bedrifter (n) er oppgitt for hvert år. Kilde: Brønnøysundregisterets Regnskapsregister med årsregnskap for årene 2018–2020 for alle innsendingspliktige virksomheter.

2020 var altså gjennomgående et bedre år for bedriftenes «bunnlinje» enn 2019. Selv om virksomhetenes gjennomsnittlige driftsresultat er høyt, er medianen særdeles lav til sammenligning. Dette gjenspeiler at fordelingen i driftsresultat generelt er ujevn: Et relativt lite antall virksomheter har høye driftsinntekter og et stort, positivt driftsresultat, mens en stor andel bedrifter har langt lavere driftsinntekter og et driftsresultat som ligger mye nærmere null. Det er kort sagt store forskjeller mellom større og mindre aktører i kultursektoren. En tilsvarende tendens ser vi også i fordelingen av midler i de to store støtteordningene rettet mot kultursektoren: kompensasjonsordningen og stimuleringsordningen.

Betydelig andel av overføringene konsentrert blant relativt få mottakere

Avsnittene over beskriver kulturnæringenes økonomi – iberegnet de statlige overføringene virksomhetene mottok gjennom kriseordningene, noen spesifikt rettet mot kultursektoren og andre av generell karakter.

Ser vi bort fra tilskuddene til kompensasjon og stimulering, ble det avsatt 762 millioner kroner til koronarelaterte bevilgninger på Kulturdepartementets budsjett. Blant annet fikk musikk-, scenekunst-, og museumsinstitusjoner 510 millioner kroner i ekstrabevilgninger, og det ble avsatt 170 millioner kroner til kunstnerstipender.

Den største posten knyttet til korona på Kulturdepartementets budsjetter 2020–2021 er imidlertid «kompensasjon og stimulering». Om lag 5 milliarder kroner ble satt av til dette formålet på kulturområdet, eksklusiv frivillighet og idrett. Det har vært satt av midler blant annet til ordninger under NFI (149 millioner kroner), ordninger under Norsk kulturfond (180 millioner kroner) og innkjøp av kunst ved museene (90 millioner kroner). Imidlertid ble 94 prosent av midlene under formålet «kompensasjon og stimulering» satt av til kompensasjonsordningen og stimuleringsordningen, som dermed utgjør de desidert tyngste kulturspesifikke kriseordningene.

Per i dag er 3,7 milliarder kroner tildelt 8 316 mottakere i de to ordningene. Opprinnelig var det søkt om 5,9 milliarder kroner fordelt på over 14 586 søknader. Det betyr at en del av rammen for de to ordningene, som ifølge Kulturdepartementet var på 4,5 milliarder kroner per juni 2021, ikke er benyttet ennå.

Vår gjennomgang av de to ordningene, som ble presentert i en delrapport i juni 2021, viste at begge ordningene var preget av en ujevn fordeling av midlene: I begge ordninger hadde svært mange mottakere fått små beløp, mens en forholdsvis liten andel mottakere hadde fått relativt store beløp. Per juni 2021 hadde 13 prosent av søkerne til kompensasjonsordningen mottatt 75 prosent av totalbeløpet. I stimuleringsordningen hadde 17 prosent av søkerne mottatt 85 prosent av totalbeløpet. Om lag 30 prosent av mottakerne var til sammen tildelt under to prosent av midlene; alle disse hadde fått under 100 000 kroner hver. Vi arbeider nå med å oppdatere disse tallene, men alt tyder på at tendensene er de samme.

Den sterke skjevfordelingen av midlene i de to ordningene viser at enkelte deler av sektoren ble betydelig mer kompensert og stimulert enn andre. For eksempel er nesten en tredjedel av virksomhetene som har mottatt støtte gjennom ordningene, enkeltpersonforetak. Per juni hadde disse fått tildelt 6 prosent av midlene i kompensasjonsordningen og 5 prosent av midlene i stimuleringsordningen. De resterende to tredjedelene av mottakerne var i hovedsak aksjeselskaper og hadde mottatt over 90 prosent av tildelingene. Vi har tidligere vist til en av rapportene fra Menon Economics og BI Centre for Creative Industries, som går ut fra at enkeltpersonforetak oftere representerer skapere og utøvere enn det som er tilfellet for aksjeselskaper og lignende, som i større grad representerer produksjon og distribusjon. Legges denne antagelsen til grunn, vil det si at de store ordningene i mindre grad kom skapere og utøvere til gode.

Stor tilstrømning til kompensasjonsordningen under NAV

Ved siden av tiltakene rettet spesifikt mot kulturområdet har sektoren også vært omfattet av generelle tiltak. Både tilbakemeldinger i sektordialogen og svarene fra kunstnerøkonomiundersøkelsen tyder på kompensasjonsordningen for selvstendig næringsdrivende og frilansere under NAV har vært spesielt viktig for kultursektoren.

Ordningen ble innført fra mai 2020 og har vært målrettet mot selvstendig næringsdrivende og frilansere som ikke har rett til dagpenger. Materiale fra NAV viser at antallet mottakere har falt fra den første måneden ordningen ble innført, men har ligget relativt stabilt fra sommeren 2020 til høsten 2021. Utviklingen for mottakere fra kultursektoren viser omtrent samme utvikling, men falt relativt kraftig høsten 2021 da aktiviteten i kultursektoren tok seg opp igjen. Som følge av ny nedstenging er ordningen vedtatt videreført ut i 2022, og det er forventet at antall mottakere vil øke igjen fra desember 2021.

Tiltak i kommuner og fylker

Vår undersøkelse blant kommuner og fylkeskommuner, der to av tre kommuner og samtlige fylker har svart, viser at det ble satt inn mange lokale tiltak rettet mot kultursektoren under pandemien. Drøyt halvparten av kommunene som har respondert, og samtlige fylker, oppgir dette. Det hyppigst benyttede virkemiddelet har vært å ikke kreve tilbake utbetalte midler når arrangementer er avlyst. Det nest vanligste virkemiddelet har vært veiledningstjenester. Nær halvparten av kommunene (45 prosent) oppgir at de har etablert dette; det samme svarer 7 fylker.⁵

64 av kommunene som har deltatt i undersøkelsen, har også svart på spørsmål om hvordan disse virkemidlene er finansiert. Disse respondentene oppgir at de har avsatt til sammen 119 millioner kroner til virkemidler rettet mot kulturlivet som følge av pandemien. Den viktigste finansieringskilden er særskilte bevilgninger fra eget budsjett (til sammen 63 millioner kroner), men også særskilte statlige overføringer (25 millioner kroner). Siden bare 64 kommuner har besvart disse spørsmålene, gir tallene indikasjoner heller enn et helhetlig bilde av omfanget av kommunale tiltak.

8 av fylkeskommunene har besvart spørsmålet om finansiering av økonomiske virkemidler. Beløpene de oppgir å ha avsatt til dette formålet, er til sammen 110 millioner kroner. Her er omdisponering av midler fra tidligere år den største finansieringskilden (64 millioner kroner), mens nest største finansieringskilde er særskilte midler bevilget fra eget budsjett (30 millioner kroner). Også her er bildet ufullstendig: Bare 5 av fylkeskommunene har oppgitt beløp.

Mange kommuner og fylkeskommuner mener at kommunale og fylkeskommunale virkemidler har vært mer treffsikre enn statlige ordninger. Det begrunnes blant annet med at disse virkemidlene har hjulpet små og mellomstore organisasjoner. Enkelte nevner også at ordningene har truffet kunstnere på det frie feltet, som har falt utenfor de statlige ordningene.

Noen kunstnergrupper tapte inntekter, men ikke alle

Under pandemien falt kunstnernes kunstneriske inntekter med 11 prosent, mens de samlede inntektene for alle kunstnergruppene under ett ser ut til å ha holdt seg stabile. Dette framgår av rapporten *Kunstnerne under og koronapandemien* (2021), utarbeidet av Telemarksforskning.⁶ Spesielt musikere og scenekunstnere har opplevd inntektstap under pandemien: Musikerne hadde en samlet nedgang på 4 prosent i sine inntekter; størst er nedgangen for populærmusikerne, som hadde 7 prosents reduksjon i inntektene. Skuespillernes inntekter falt med 3 prosent. Merk at disse tallene gjelder kunstnernes samlede inntekter og at andre inntektskilder altså har bidratt til at kunstnernes totale inntekter holdt seg stabile tross fallet i kunstneriske inntekter.

Kunstnerne ble i mindre grad nådd av kompensasjonsordningen for arrangører og underleverandører i kultursektoren og stimuleringsordningen for kulturlivet. Bare 6 prosent av respondentene i undersøkelsen søkte på disse ordningene. Undersøkelsen tyder på at NAVs kompensasjonsordning for selvstendig næringsdrivende og de ekstraordinære utlysningene via Norsk kulturfond og NFI derimot var spesielt viktige for kunstnerne. I førstnevnte ordning utgjorde kultursektoren 25–30 prosent av alle mottakere, ifølge tall fra NAV.

Institusjonene hadde resultater som i et normalår

Gjennomgangen av institusjonenes budsjettsøknader, rapportering og statistikk for 2020 viser store endringer fra 2019 til 2020 både av inntekter, utgifter, besøk og aktiviteter. Musikk- og scenekunstinstitusjonene hadde en nedgang i besøket fra 2019 til 2020 på 67 prosent, og for

⁵ Oslo regnes i denne undersøkelsen som en kommune, ikke fylke.

⁶ I undersøkelsen defineres kunstneriske inntekter som summen av kunstnerisk lønnsinntekt, kunstnerisk næringsinntekt og utbytte av kunstnerisk aksjeselskap.

museumssektoren var nedgangen på rundt 50 prosent. Dette ga betydelig reduserte billettinntekter og andre publikumsrelaterte inntekter.

Samtidig har institusjonene, på grunn av færre besøk og lavere publikumsaktivitet, hatt et lavere utgiftsnivå enn normalt. Institusjonene også fått ekstra tilskudd fra Kulturdepartementet i ulike runder, dels for å kompensere for inntektsbortfall og dels for å stimulere til aktivitet. Årsresultatene for institusjonene på Kulturdepartementets budsjett viser at museene fikk et noe styrket samlet årsresultat fra 2019 til 2020, mens musikk- og scenekunstinstitusjonene hadde en liten nedgang (se tabell 3). Det er imidlertid store variasjoner mellom institusjonene. De fleste har et positivt årsresultat i 2020, men en del har negativt resultat, flere på musikk- og scenekunst enn museum. En samlet vurdering av koronaåret 2020 er at institusjonssektoren på kulturområdet økonomisk har en tilfredsstillende situasjon.

	2016	2017	2018	2019	2020
Museum⁷	84 470	51 148	34 678	64 085	155 551
Musikk- og scenekunst			23 261	10 0857	75 968 ⁸

Tabell 3: Årsresultat i 1000 kroner, kapittel 328 post 70, Det nasjonale museumsnettverket, kapittel 323 post 70, Musikk- og scenekunstinstitusjoner.

For nærmere detaljer, tabeller og grafer over økonomi, besøk og aktiviteter viser vi til Kulturrådets oversendelser til Kulturdepartementet 1. mai i år med gjennomgang av budsjettsøknader, rapportering og statistikk fra museums-, musikk- og scenekunstinstitusjoner med driftstilskudd fra departementet. Vi viser også til museumsstatistikk 2020 og statistikk for musikk- og scenekunst 2020 publisert på Kulturrådets nettsider i juni.

Oppsummering

Våre kartlegginger så langt tyder på at de regnskapspliktige virksomhetene i kultursektoren endte med et driftsresultat i 2020 som, målt både som gjennomsnitt og median, var høyere enn i 2019. Fallet i inntekter har blitt kompensert både gjennom støtteordninger og ved at bedriftene har redusert sine utgifter, deriblant lønnsutgifter. Det har ført til at driftsresultatene i snitt har gått opp, og i noen bedrifter er det tatt ut uvanlig høyt utbytte. Med tanke på at lønnsutgiftene er kuttet,

Vi ser også at det er store forskjeller innad i sektoren: Både mellom delsektorer – der musikk, scenekunst og visuell kunst har mistet store andeler av sine driftsinntekter – og mellom ulike deler av verdikjeden: Arbeidstakere, kunstnere og enkeltpersonforetak, som antagelig omfatter mye av det frie feltet, har mottatt en relativt liten del av tilskuddene fra kompensasjonsordningen og stimuleringsordningen, mens forholdsvis mye har tilfalt større aktører blant annet innen produksjon og distribusjon (aksjeselskaper). Denne skjevfordelingen henger sammen med ordningenes innretning, som har gjort at større aktører med potensielt store tap har fått store utbetalinger. I den forstand kan kriseordningenes innretning ha forsterket strukturene og forskjellene som allerede fantes i sektoren før pandemien.

Det er derfor hensiktsmessig at nye satsinger for å styrke kultursektoren etter pandemien rettes mot grupper som i liten grad ble truffet av de store kriseordningene. Kunstnerne spesielt er en gruppe med relativt lave inntekter også før pandemien inntraff. Dersom målet er nå arbeidstakere, kunstnere og små

⁷ Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design er tatt ut fordi museet i 2016–2020 fikk en økning i årlig drift fra departementet på 288–790 mill. kroner med store positive årsresultater fordi museet har utsatt åpningen.

⁸ Den Norske Opera og Ballett hadde i 2020 et positivt årsresultat på 45 mill. kroner, som utgjør en stor del av det samlede årsresultatet.

bedrifter i tiden som kommer, vil bevilgninger via Norsk kulturfond, kunstnerstipender og kompensasjonsordningen for frilansere og selvstendig næringsdrivende være mer treffsikre enn ordninger etter modell av kompensasjonsordningen og stimuleringsordningen.

Kunstproduksjon og -formidling: Et digitalt byks og store utfordringer

Våre undersøkelser av kunstproduksjon og -formidling bygger på et stort og sammensatt materiale, og det er lagt vekt på å innhente erfaringer fra kultursektorens aktører. Materialet er innsamlet via dialogen med sektoren samt søknader og kontakt med kunst- og kulturfeltene via Kulturrådets og NFIs ulike tilskuddsordninger. Vi har også intervjuet flere av fagutvalgene under rådet for Norsk kulturfond, utvalget for Statens kunstnerstipend og styret for Fond for lyd og bilde. Medlemmene av disse utvalgene har utvalgsarbeid som et biverv og har til daglig sitt arbeid i én eller flere deler av kultursektoren. I tillegg bygger analysene på kunnskap som framkommer i enkelte forskningsbidrag gjennomført uavhengig av vårt prosjekt. I denne delen oppsummeres noen foreløpige observasjoner knyttet til kunstproduksjon og -formidling under pandemien. Gjennomgangen er avgrenset til å se på muligheter, utfordringer og behov innen kunstnerisk produksjon og formidling knyttet til det som i bredt ofte kalles digitaliseringen av kunst- og kulturfeltet.

Materialet viser en stor bredde i arbeidsformer knyttet til kunstnerisk produksjon og formidling under pandemien, der digital teknologi har fått større eller ny betydning. Aktørenes aktiviteter kan fra første stund beskrives som preget av stor omstillingsevne og arbeidsinnsats. En kreativ utforskning av nye muligheter for å skape og formidle kunst og kultur ble raskt prioritert. Allerede i mai 2020 oppga 62 prosent av frilansere og selvstendige næringsdrivende på musikkfeltet at de hadde jobbet med musikk på måter som var nye eller annerledes for dem som følge av koronakrisen, ifølge en undersøkelse utført på oppdrag for Musikkindustriens næringsråd.⁹ Mye av aktiviteten innebar utforskning av kunstnerisk arbeid på måter som involverte bruk av digital teknologi, med nye uttrykksformer og i enda større grad nye formidlingsformer som resultat.

Hvordan de digitale mulighetene former praksiser og aktiviteter, varierer selvsagt med det kunstneriske arbeidets hensikt og formål, kunstuttrykkets egenart og hvilken posisjon og rolle aktørene har i feltet. I sektordialogen og materialet fra Kulturrådets råd, styrer og utvalg framkommer eksempler på hvordan samskaping – både øving, innstudering og produksjon av nytt innhold, samt formidling og framføring av scenekunst og konserter – har foregått digitalt under pandemien på tvers av både uttrykksformer og landegrenser. På et mer organisatorisk nivå har kunstfeltets aktører, også fra hjemmekontor, fått erfare hvordan digitale kommunikasjonsformer kan bidra til økt dialog, involvering og deltagelse i nasjonale og internasjonale samtaler om kunst og kultur. Dette kan være et demokratisk gode, der digitale kommunikasjonsverktøy fremmer mulighetene til å medvirke på måter som blant annet reduserer utfordringer med storbykonsentrasjon, fysiske avstander og regionale forskjeller.

Ikke minst har pandemien forsterket bruken av digital teknologi til å formidle innhold som ellers skulle ha fylt teatre, museer, kinoer, konsertsaler, scener og arenaer, med en omstilling som kjennetegnes av å ha skjedd svært raskt. Allerede dagen etter den nasjonale nedstengingen kunne publikum få oppleve direktesendte konserter og andre kulturinnslag over internett. I en artikkel basert på internett-etnografi og artistintervjuer forklarer kulturforsker Ole Marius Hylland at det i løpet av de to første dagene etter 12. mars 2020 ble opprettet flere nye kanaler for digitale strømmekonserter i sosiale medier. I løpet av den neste ukene ble nesten 50 konserter strømmet via ulike plattformer og kanaler – med følgertall som

⁹ Gran m.fl 2020.

snart nærmet seg 100 000. Musikerne, og ikke minst publikum, mobiliserte til dugnad, og det virket som om pengene satt løst når artistene ba om donasjoner i den aller første fasen.¹⁰

12 norske filmer hadde planlagt lansering på kino våren 2020. Med stengte kinosaler ble produksjonsselskapene tvunget til å tenke nytt, og flere selskap valgte å lansere filmene direkte på strømmetjenester. Kinoene er den viktigste inntektskilden for spillefilmen, noe som gir kinoene stor markedsrett og legger begrensninger på andre distribusjonskanalers posisjon. Under pandemien ble kinoenes markedsrett satt under press.

Pandemien har i så måte bidratt til at kulturfeltet som helhet tok et stort og raskt digitalt byks framover. Flere aktører sitter i dag med nye erfaringer med å produsere og formidle kunstnerisk innhold for digitale flater og i digitale formater. Mange har fått kjenne på hvordan kunstuttrykkenes egenart utfordres når innhold skal formidles via digitale kanaler. Dette har også gitt innsikt om kunstnernes digitale publikumsmøter og hvordan digital formidling grunnleggende endrer responser og interaksjon i møter mellom kunstnere, publikum og levende kunst. Flere aktører i kulturfeltet har i tillegg fått teste hvilke krav som stilles til kompetanse, utstyr, ressurser, økonomi, rettighetshåndtering og markedsinnsatser når produksjon og formidling av kulturinnhold foregår digitalt. Alt i alt er sektorens erfaringsgrunnlag stort etter den digitale omstillingen pandemien trigget, der en forsert digital utvikling kan gi viktig læring. En viktig diskusjon etter pandemien vil være i hvilken grad og på hvilke måter digital produksjon og formidling av kunst og kultur vil være en del av kulturtilbudet framover – og hvordan sektorens pandemierfaringer kan utnyttes for å sikre en hensiktsmessig digital utvikling.

Digitale erfaringer på godt og vondt

De mange eksemplene på digital kunstnerisk produksjon og formidling fra pandemien viste at spennet var stort med tanke på hva som kunne fungere i møte med publikum: fra intime stuekonserter, store flerkameraproduksjoner ved etablerte scener, strømmede kinopremierer og sosiale mediekampanjer til helt nye, digitalt tilpassede uttrykksformer for et mangfold av ulike digitale kanaler. Det er likevel en kjensgjerning at mange kunstnere og kulturarbeidere etter hvert ble mer bevisst at digital formidling og produksjon stiller egne krav til kvalitet og originalitet, både når det gjelder kunstnerisk utforming, teknisk kompetanse, ressurser og utstyr. På både publikums-, artist- og arrangørsiden problematiseres den amatørmessige entusiasmen og manglende kompetansen som særlig preget de første digitale bidragene under pandemien.¹¹ Sett fra et profesjonelt ståsted styrket ikke disse initiativene feltet, selv om *mer* innhold ble gjort tilgjengelig. Snarere undergravde de ønsket om å etablere gode standarder for digital kunst- og kulturformidling. I en forskningsartikkel basert på intervjuer med artister og arrangører om deres erfaringer med strømmekonserter under pandemien er den raske omstillingsevnen omtalt som en bjørnetjeneste for sektoren – der også mangelen på tilstrekkelige betalingsløsninger er en utfordring – selv om hensikten med å formidle digitalt var god.¹² I deler av kunstfeltet oppstod et skille mellom dem som umiddelbart vendte seg til digitale og sosiale medier for å dele innholdet sitt på den ene siden, og dem som la ned arbeidet med oppfatningen om at levende kunstuttrykk skal være genuine møter i tid og rom mellom kunstnere og publikum på den andre siden. Dette skillet kom kanskje sterkest til uttrykk på teater- og scenekunstfeltet: «Det vi kan klare oss uten, er politisk konkurranse om å presse aktivitet over i eit digitalt format som er den fysiske scenekunsten framand. Det finst faktisk ei grense for kor mange facebookdelte videosnuttar frå heimekontor det er bruk for», sier en teatersjef.¹³

¹⁰ Hylland, 2021.

¹¹ Gran m.fl., 2020; materiale fra råd, styrer, utvalg og seksjoner i Kulturrådet og NFI.

¹² Spilker m.fl., 2021.

¹³ Hylland, 2021.

Kildegrunnlagene om kulturfeltets erfaringer fra pandemien viser imidlertid at digitale overføringer aldri vil kunne *erstatte* de eksisterende uttrykksformene i kunstfeltet. Dette slås fast, selv om flere aktører erkjenner at de for fremtiden vil tenke nytt om sin rolle i feltet, for eksempel som «både konserthus og digitalt mediehus», slik en informant omtaler det i materialet fra Kulturrådet. Hylland (2021) hevder til og med at den digitale bråutviklingen i pandemien vel så mye aksentuerte verdien av fysiske kunstneriske framføringer som å framheve digitaliseringens innovative og transformativ muligheter.

En erfaring flere peker på – både i sektordialogen, materialet fra råd, styre og utvalg og flere eksterne kilder – er hvordan kvalitet og originalitet best sikres når kunstuttrykkene blir skapt og tilpasset i tråd med handlingsrommet som digitale produksjons- og formidlingsformer kan gi. En videre innsikt er at det er viktig å skille mellom produksjon og formidling av kunst og kultur for digitale flater og for fysiske rom eller visningssteder.¹⁴ Fra idéutvikling til gjennomføring inviterer digitale formater til bruk av spesifikke virkemidler og fortellergrep, og både Hylland (2021) og Spilker m.fl. (2021) viser til eksempler på vellykkede kunstneriske bidrag skapt og produsert under pandemien på måter som er tilpasset digital formidling. Her er det behov for mer systematisk dokumentasjon om hva som foreligger av eksempler fra pandemien og hva som fungerer, men en overordnet observasjon er at digital formidling har best gjennomslagskraft som selvstendig kunstnerisk produkt dersom det klarer å *være noe annet* eller *noe mer* enn rene direkteoverføringer eller kopier av etablerte formater (som arrangementer, forestillinger, framvisninger, show og utstillinger). I sin artikkel registrerer Spilker m.fl. (2021) tre strategier brukt under direkte strømmekonsserter: *intimisering*, *intensivering* og *ekspansjon*. Disse vitner om hvordan digitale formater former konserten *presentasjon* på måter som gjør at det kunstneriske resultatet blir noe annet. Forfatterne ser også på hvordan digital formidling skaper nye former for *deltagelse*, med muligheter til kommunikasjon og interaksjon både før, under og etter selve presentasjonen eller gjennomføringen. Til sammen vil de digitale formidlingsformenes potensial for deltagelse og presentasjon påvirke hvordan kunsten kommuniserer, og i så måte gir de muligheter til å treffe både nye og etablerte publikummere.

Digitale overføringer av innhold originalt skapt for og formidlet i fysiske rom har likevel vist seg å kunne ha sine fordeler. Dette først og fremst med tanke på den utvidede levetiden og det utstrakte nedslagsfeltet i nye målgrupper og interesserte innholdet kan få. Både på artist- og institusjonsnivå kan flere aktører vise til at de har truffet nye målgrupper ved å formidle digitalt, og noen arrangører har opplevd å få solgt opptak av live konsertproduksjoner skapt for strømming til utlandet.¹⁵ I sektordialogen framheves også hybridproduksjoner, altså produksjoner skapt og framført for publikum i et fysisk rom og samtidig formidlet for publikum digitalt, som tidvis gode løsninger for å nå ut til flere, særlig når publikumskapasiteten i de fysiske rommene har vært redusert. Det samme erfares om digital tilgjengeliggjøring av kunstnerisk innhold som tilleggspotensial til annen formidling, gjerne på måter som framhever ekstramateriale, får fram nye dimensjoner ved det kunstneriske innholdet.

Utfordringer i møte med et digitalt marked

Et nøkkelspørsmål i tiden etter pandemien er om et utvidet digitalt kulturtilbud vil være attraktivt for publikum når et større fysisk kulturtilbud foreligger. Mye av kunnskapen som er produsert under pandemien, understreker at publikums digitale vaner er forsterket og at også etablerte institusjoner og arrangører har opparbeidet seg et digitalt publikum.¹⁶ (Publikums digitale vaner under pandemien omtales nærmere senere i notatet.)

¹⁴ Se også Spilker m.fl., 2021.

¹⁵ Spilker m.fl., 2021; *NPU Monitor 2021*.

¹⁶ Se SSB og *NPU Monitor 2021*. Også sektordialogen og materialet fra råd, styrer og utvalg i Kulturrådet og NFI bekrefter dette.

Nye og forsterkede digitale vaner hos et utvidet kulturpublikum representerer en mulighet for formidling og økt tilgjengelighet av kunst og kultur. Samtidig forsterkes også kampen om digital synlighet. Konkurransen om publikums oppmerksomhet, tid og penger i en offentlighet preget av et stadig større digitalt kultur- og underholdningstilbud, er mye omtalt i medier og forskningslitteratur. Med pandemiens utvidelse av det digitale kulturtilbudet, nå også inkludert kunstnerisk innhold som ellers skulle ha vært presentert i fysiske rom, er det grunn til å tro at denne utfordringen er forsterket. Og den vil trolig forsterkes ytterligere for alle som skal satse videre på digital formidling etter pandemien. Selv om nettverksstrukturene i digital distribusjon gir muligheter for global utstrekning og større publikum, erfarte flere artister bare kort tid inn i pandemien at også det digitale markedet for *live* formidling, nå var mettet.¹⁷ Tilbudet var for stort, betalingsviljen dalende og publikumsoppmerksomheten – og dermed også sensasjonsjournalistikken om de nye strømmeinitiativene – på hell.

Den pågående utviklingen fra før pandemien, der en digital og global markedskonkurranse har skjerpet forholdene for norske kulturaktører, er intensivert under pandemien, og dette synes i flere forhold. Interessant nok har koronakrisen for eksempel re-aktualisert en rekke problemstillinger i kulturfeltet som kan minne om utfordringer som musikkbransjen opplevde i on-demand-musikkstrømmetjenestenes spede start.¹⁸ Konkret minner dagens spørsmål – om fordelingsmodeller, forretningsmodeller, nye økonomiske realiteter, teknologiske løsninger, rettighetsfordeling, profesjonalisering, gratis distribusjon kontra økt publikumsoppmerksomhet og betalingsvilje – om erfaringer fra da platesalget nærmest akutt falt bort på begynnelsen av 2000-tallet. Utprøvingen av digital formidling under pandemien kan minne om famlingen i musikkfeltet i denne perioden, der deler av feltet skapte og innoverte, kastet seg på og deltok, på tross av at betalingsløsninger og juridiske retningslinjer ikke var på plass. I likhet med erfaringene fra den gang, har heller ikke nye digitale initiativer under pandemien skapt nye inntekter for flertallet av kulturfeltets aktører, eller kompenserte for bortfallet av inntekter fra avlyste konserter og forestillinger, hverken for skapere og utøvere eller selskaper og bedrifter.¹⁹

Noen aktører posisjonerte seg likevel godt på utprøvingen med digital distribusjon og formidling, og det finnes flere gode eksempler på nyetablerte selskaper og samarbeid som står for både tekniske løsninger, betalingsmodeller og kunstnerisk innhold skapt i pandemien.²⁰ Samtidig opplevde store deler av feltet at innholdet de skapte, eide og levde av, nå i større grad ble lagt hendene på nye premissleverandører, nemlig strømmetjenester og sosiale medie- og plattformselskaper, på måter som ikke var økonomisk bærekraftige for dem og som ikke ga mulighet til å kontrollere hvordan innholdet ble ivaretatt og distribuert.²¹

Der noen klarte å profitere på krisen, satt flertallet igjen i en ny og utfordret bransjevirkelighet. Med bortfallet av en rekke helt sentrale inntektsstrømmer fra stengte museer, kinoer, teatre og konsertsaler understreker koronapandemien nok en gang at distribusjon av kunst- og kulturinnhold via digitale formater og plattformtjenester i seg selv ikke er bærekraftig for flertallet av sektorens aktører.²² Likevel viser erfaringene at digitalisering av kunstproduksjon- og formidling kan representere gode muligheter for både nyskaping og økt tilgjengelighet, noe som det utvilsomt er verdt å utforske, også med tanke på mulighetene for økt næringsutvikling og økonomisk inntjening i sektoren. Sist, men ikke minst, viser pandemien kultursektorens evne til kreativ omstilling. Slik har kunstfeltet alltid vært, og viljen til å utforske,

¹⁷ Gran m.fl., 2020; Kulturrådets årsoppsummeringer (2021).

¹⁸ Hagen m.fl. 2021.

¹⁹ Grünfeld m.fl. 2020; Gran m.fl. 2020; Spilker m.fl., 2021.

²⁰ Hylland, 2021; Spilker m.fl. 2021. Se også innspill som er kommet gjennom dialogen med sektoren.

²¹ Gran m.fl. 2020; Hagen m. fl. 2021.

²² *Statistikk for museum 2020; Kunst i tall 2020; Grünfeld m.fl. 2020.*

teste, satse, prøve og feile også i digitale formater i en krisetid, følger et spor som allerede var godt trakkert opp før pandemien.

Oppsummering

Kunnskapsgrunnlaget gir grunn til å se nærmere på hvordan sektoren kan bygge videre på erfaringer med digital teknologi etter pandemien. Dette er aktuelt med tanke på mulighetene for utvikling og forståelse av kunsten og kulturens uttrykksformer og autonomi i overgangen til digitale formater. Ved å undersøke dette nærmere i det videre arbeidet kan vi også se på utviklingsmulighetene for økt tilgjengelighet, mangfold og utstrekning i kunsten og kulturens møter med publikum. Erfaringene har også vist hvor viktig det er å utvikle tiltak som kan styrke kulturfeltets rettighets- og inntektsgrunnlag og veie opp for utfordringer knyttet til den økende dominansen i distribusjon og formidling av innhold via multinasjonale plattformtjenester.

Det er verdt å poengtere at den digitale utviklingen under pandemien i stor grad ble stimulert av sektorens egen vilje til å produsere og formidle kunst og kultur på nye måter. Flere kilder peker på hvordan digitale nyvinninger og initiativer var motivert av behov for og ønske om å opprettholde virksomheten på tross av unntakstilstanden.²³ Flere hadde også ønske om å bidra til fellesskapet i krisetid ved å dele og formidle kunstnerisk innhold. I materialet fra Kulturrådets råd, styre og utvalg kommer det fram en bekymring for at dugnadsviljen og gratisarbeidet blant kunstnere har økt under pandemien, blant annet i form av digital kunst- og kulturformidling, samtidig som tilgangen til betalte oppdrag gått ned. Slike innsikter understreker at digitaliseringsutviklingen skjedde på grunnlag av initiativer og innsats fra aktørene i kunstfeltene, snarere enn politiske stimuli.

Et viktig læringspunkt som erfaringene gir, er at forutsetningene for å eksperimentere og utforske med digital produksjon og formidling skjer under svært ulike forutsetninger for aktørene i feltet. Både Hylland (2021) og Berge m.fl. (2021) og flere andre deler av kunnskapsgrunnlaget (inkludert sektordialogen og materialet samlet inn fra råd og utvalg) peker på hvordan pandemien har understreket et strukturelt og økonomisk skille mellom institusjonssektoren og de som opererer utenfor og uavhengig av kulturinstitusjonene, det såkalte frie feltet. For disse mindre aktørene – som frie sceniske grupper, band, ensembler og enkeltkunstnere – representerer profesjonell digital formidling store kostnader knyttet både til teknologi og kompetanse. Dersom økt innsats innen digital produksjon og formidling av kunst og kultur er en kulturpolitisk målsetting for framtiden, må også virkemiddelapparatet ta høyde for denne ambisjonen og tilpasses deretter.

Kulturbruk: Møteplassene som forsvant

Restriksjoner og smittevernregler gjennom pandemien har ført til redusert publikumskapasitet og avlyste arrangementer. Aktører som i stor grad finansierer sin virksomhet gjennom billettinntekter, opplevde betydelige utfordringer. Nedstenging i første del av koronapandemien, et senere avgrenset publikumstilbud grunnet smittevernregler og mindre pågang fra publikum har gitt stor nedgang i besøkstall på hele kulturfeltet.

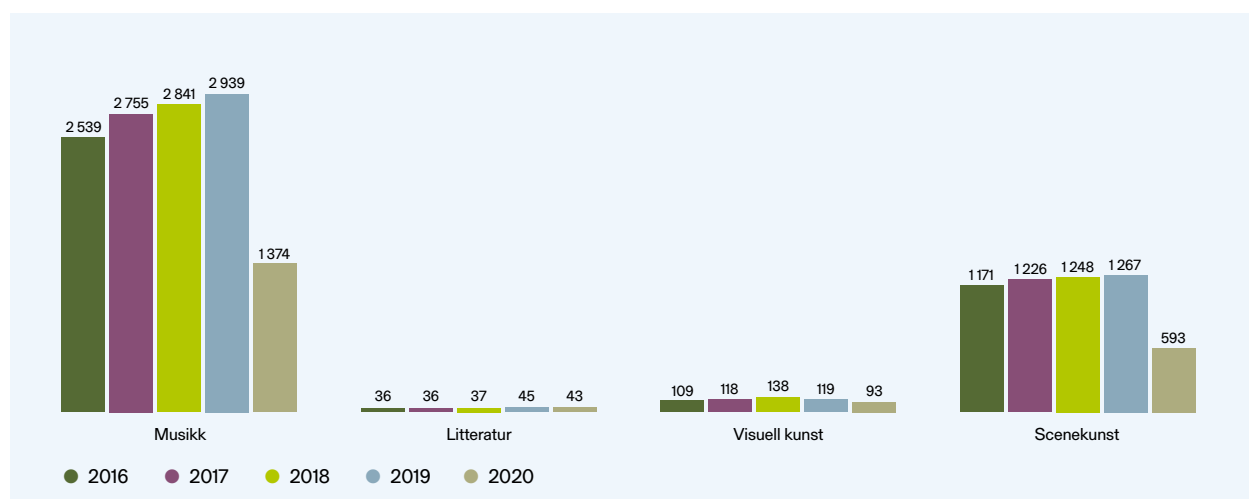
Kulturrådets *Statistikk for museum 2020* viser at besøkstallet ved museer i 2020 ble halvert sammenlignet med 2019.²⁴ Det har vel å merke vært store forskjeller ulike museer imellom. Flere museer rapporterer om godt sommerbesøk, blant annet grunnet høy innlandsturisme og økt satsing på formidling på utendørsarenaer.

²³ Gran m.fl., 2021; Spilker 2021; materiale fra råd, styre, utvalg og seksjoner i Kulturrådet samt NFI; innspill via sektordialog.

²⁴ Kulturrådet (2020): *Statistikk for museum 2020*.

En undersøkelse blant 94 folkebibliotek gjennomført for Nasjonalbiblioteket viser at det for folkebibliotekene er fysiske arrangementer etterfulgt av klassebesøk og barnehagebesøk som i størst grad har vært stengt ned eller begrenset under pandemien.²⁵ Flere av folkebibliotekene har gjort justeringer for å tilpasse det fysiske tilbudet, slik som gjennom hentetjenester eller regulerte åpningstider for å kunne ha besøk av barnehager uten å bryte restriksjoner.

Norske musikk- og scenekunstvirksomheter hadde 67 prosent færre besøk i 2020 enn året før.²⁶ I 2019 hadde virksomhetene 2,9 millioner besøk, mens i 2020 falt besøkstallet til 950 000. Den største andelen av inntektene i musikkbransjen er billettsalg til publikum for konserter i Norge. Disse inntektene har i gjennomsnitt økt med 7 prosent årlig i perioden 2016–2019. Men denne veksten stoppet som følge av pandemien. I 2020 hadde både musikkbransjen og scenekunstbransjen mindre enn halvparten av salgsinntektene fra året før.²⁷ For den visuelle kunsten utgjorde visningsinntektene 93 millioner kroner i 2020, en nedgang fra 119 millioner kroner i 2019. Litteraturbransjen er derimot i mindre grad preget av inntekter fra framføring. Her utgjorde slike inntekter 43 millioner kroner i 2020, noe som er 2 millioner kroner lavere enn i 2019 (se figur 1).



Figur 1: Framførings- og visningsinntekter i Norge, 2016–2020 (millioner kroner). Alle tall er omregnet til 2020-kroner. For alle kunstbransjene er inntekter fra Den kulturelle skolesekken inkludert i framførings- og visningsinntektene. Kilde: Kunst i tall 2020

Kinoene hadde også færre besøk under pandemien. Ifølge Norsk mediebarometer 2020 gikk 2 prosent på kino i løpet av en gjennomsnittssuke i 2020, til forskjell fra 7 prosent i 2019.²⁸ Kinotall fra *Film og kino*²⁹ viser at besøkstallet på norske kinoer ble mer enn halvert fra over 11 millioner besøk i 2019 til under 5 millioner i 2020. For 2021 ligger det an til en liten økning fra 2020, med over 5 millioner besøk.

²⁵ Nasjonalbiblioteket (2020): *Undersøkelse om folkebibliotekenes digitale omstilling under koronapandemien i 2020*.

²⁶ Norsk kulturråd (2020): *Musikk og senekunststatistikken 2020*.

²⁷ Kunst i tall 2020.

²⁸ SSB (2020): *Norsk Mediebarometer 2020*.

²⁹ *Film og kino* (2021): Månedstatistikk desember 2019, desember 2020 og november 2021.

Barn og unge er blant gruppene som har opplevd et spesielt redusert tilbud. For eksempel var det en nedgang i planlagte sommeraktiviteter innen idrett, kunst og kultur i 2020.³⁰ Videre ble mange arrangementer i regi av Den kulturelle skolesekken avlyst i 2020.³¹ I den videregående skolen ble arrangementene i Den kulturelle skolesekken halvert (1241 av 2533), og i grunnskolen ble over en tredjedel avlyst (11 870 av 33 337).

En ny digital kulturhverdag

Bruk av kulturtilbud som hovedsakelig er bygd opp rundt fysiske møteplasser og arrangementer, har gått ned under pandemien. Andre kulturtilbud har ikke opplevd samme nedgang i bruk. Noen kulturtilbud har også opplevd økt bruk under pandemien, slik som kulturbruk knyttet til digitale tjenester. Dette gjelder spesielt bruk av strømmetjenester.

Andelen av befolkningen som leser papirbøker har ikke endret seg i særlig grad. Mellom 2012 og 2020 har tallet på de som oppgir å ha lest papirbøker en gjennomsnittsdag ligget stabilt mellom 23–25 prosent.³² Ifølge Medietilsynets Mediemanngfoldregnskap 2020 oppgav 34 prosent at de hadde et høyere konsum av bøker, e-bøker og lydbøker enn før pandemien.³³ Omsetningstall fra Den Norske Forleggerforening gir grunn til å tro at økningen i konsum kommer fra e-bøker og lydbøker.³⁴ Ifølge deres bransjestatistikk falt allmennmarkedets omsetning på fysiske bøker i 2020, mens lydbøker og e-bøker viste fortsatt vekst. Foreningen viser til at det særlig er omsetning fra strømming av lydbøker som øker. Totalt hadde for eksempel strømmetjenestene Storytel og Fabel 6,6 millioner lyttinger i 2020.

Tid brukt på lineær-TV har gått nedover i mange år, men har flatet ut under pandemien; strømming av video og film har økt, og trendene for underholdningsmedier har forsterket seg.³⁵ Strømmetjenestene har også økt i antall de siste årene, og har blitt en svært integrert del av mediehverdagen til de fleste. Halvparten av befolkningen så på video- eller filmmedier en gjennomsnittsdag i 2020, og av disse strømmer 83 prosent innholdet.³⁶ YouTube er den aller mest populære kanalen for å se videoklipp og filminnhold på internett, og det er særlig ungdom og unge voksne som benytter seg av de betalte strømmetilbudene som Netflix, HBO og lignende.

Ungdom har også de siste årene utmerket seg som brukere av sosiale medier som TikTok og YouTube, hvor det å skape musikk eller utrykke seg kunstnerisk er blitt et mer vanlig kulturelt fenomen.³⁷ Ifølge Medietilsynets undersøkelse *Barn og medier 2020* ligger musikk, gaming og «tullevideoer» på topp over den type youtubere, bloggere og influensere 9–18-åringene følger på nett.³⁸ Det er ikke forsket mye på denne måten å utøve kultur på blant barn og unge, og det er derfor vanskelig å si hvor mange som er

³⁰ Bufdir (2020): *Endringer i aktivitetstilbudet til barn sommeren 2020*.

³¹ Kulturtanken (2021): Oversendt materiale, oktober 2021.

³² SSB (2020): *Norsk mediebarometer 2020*.

³³ Medietilsynet (2021): *Mediemanngfoldsregnskapet 2020*.

³⁴ Forleggerforeningen (2020): *Bokmarkedet 2020*.

³⁵ SSB (2020): *Norsk mediebarometer 2020*; Kantar (2020): *TV- og Online Video måling (TVOV)*; NFI (2020): *Hvem ser norske filmer og serier? En analyse av befolkningens konsum og opplevelse av norsk innhold*.

³⁶ SSB (2020): *Norsk mediebarometer 2020*.

³⁷ Meld. St. 18 (2020–2021): *Oppleve, skape, dele — Kunst og kultur for, med og av barn og unge*.

³⁸ Medietilsynet (2020): *Barn og Medier 2020*.

produsenter versus konsumenter. Ifølge Opinions undersøkelse UNG2022 er det færre unge som legger ut innhold i sosiale medier som Snapchat og Instagram i 2021 enn i 2020.³⁹

Gaming har derimot fått en større plass i unges liv under pandemien, spesielt blant guttene.⁴⁰ For gutter har gaming gått forbi film og serier som fritidsinteresse.⁴¹ 51 prosent av guttene oppgir gaming som fritidsinteresse, mens 45 prosent oppgir film og serier og 44 prosent oppgir musikk. Tid brukt på dataspilling på en gjennomsnittsdag økte med 22 minutter fra 2019 til 2020, ifølge Norsk mediebarometer 2020.⁴² Gutter i alderen 9–15 år spilte i snitt 2 timer en gjennomsnittsdag, mens jentene i samme alder spilte tre kvarter mindre. Aller mest spiller menn i alderen 16–24 år: 2 timer og 25 minutter i snitt.

Vil publikum fortsette å delta digitalt etter pandemien?

Et spørsmål som melder seg etter pandemien, er om publikum vil fortsette å delta digitalt også når man ikke er like mye hjemme og et større fysisk kulturtilbud kommer tilbake. Kunnskapen vi har samlet, kan tyde på det.⁴³

Undersøkelsen NPU Monitor 2021, som ble gjennomført av Norsk publikumsutvikling (NPU) i samarbeid med Kulturrådet og NFI, har sett nærmere på holdninger til deltagelse på fysiske og digitale kulturarrangementer i tre runder i løpet av pandemiåret 2021. Første runde er utførlig beskrevet i første delrapport overlevert til Kulturdepartementet i juni 2021 (Kulturrådet og NFI, 2021). Andre runde ble gjennomført i september 2021. I den siste runden gjennomført i november 2021, gikk spørreundersøkelsen ut til publikum ved 43 etablerte norske kulturinstitusjoner og kulturarrangører fordelt på ulike deler av sektoren. Spørreundersøkelsen ble besvart av 3491 personer.

Andelen av dem som svarer «nei» på om de ville ha deltatt på et innendørs kulturarrangement den uken undersøkelsen sirkulerte, har vært synkende i de tre rundene med spørreundersøkelse i 2021: fra 26 prosent i mai 2021 til 18 prosent i september 2021 og til 13 prosent i november 2021. Samtidig er det bare 1 av 4 i november 2021 som svarer at de ville deltatt på et kulturarrangement helt uten smitteverntiltak. Det til tross for at 96 prosent av respondentene oppgir at de er fullvaksinerte. Dette tyder på at selv om det eksisterte et fysisk kulturtilbud i november 2021, og færre totalt sier nei til å delta på kulturarrangementer, er smittevern fortsatt et tema for et flertall av kjernepublikummet – og i større grad jo eldre respondentene er. Dette resultatet kan være med på å forklare hvorfor flere arrangører og kulturaktører høsten 2021 har opplevd publikumssvikt og svakt billettsalg når salene er rigget for fullkapasitet uten avstandskrav eller krav til å bruke munnbind.

Sammenlignet med november 2020 er det likevel en mye mindre andel i denne undersøkelsen som oppgir å *ikke* ha planlagt å delta på kulturtilbud utenfor hjemmet de to siste ukene. Tidligere i pandemien, i 2020, svarte 42 prosent at de i løpet av de to siste ukene ikke hadde planlagt å gå på kino, teater, musikkfestival, konsert, foredrag, museum, galleri eller fysisk arrangement. Kun 13 prosent svarte det samme i november 2021 da samfunnet var mer åpent og flere kulturtilbud var mulig å oppsøke.

I november 2021 oppgir også 68 prosent at de har savnet mye å kunne delta på kulturarrangementer på grunn av restriksjonene, mens 27 prosent har savnet det litt. 3 prosent svarer at de ikke har savnet det,

³⁹ Opinion (2021): UNG2022.

⁴⁰ Opinion (2021): UNG2022; SSB (2020): Norsk mediebarometer 2020. Ipsos/Blå Kors (2021): Unges spillevaner 2021 – oppfølgende målgruppeundersøkelse.

⁴¹ Opinion (2021): UNG2022.

⁴² SSB (2020): Norsk mediebarometer 2020.

⁴³ NPU Monitor 2021.

mens kun 2 prosent svarer at andre tilbud eller digitale arrangementer stort sett har kompensert for savnet etter kulturtilbud og kulturarrangementer.

Til forskjell fra undersøkelser som måler generell digital kultur- og mediebruk, spør NPU Monitor 2021 om deltagelse på digitale kulturarrangementer hos aktører og institusjoner som normalt sett programmerer og formidler kulturinnhold ved fysiske arenaer. De tre undersøkelsene bekrefter, med temmelig jevne resultater i løpet av året, at mange av de etablerte kulturinstitusjonene og -arrangørene har opparbeidet seg et digitalt publikum under pandemien. 6 av 10 som besvarte undersøkelsen i november, hadde deltatt på digitale kulturarrangementer i 2021, enten med eller uten betaling. Deltagelse med betaling gjaldt i økende grad også eldre publikumsgrupper, som fra før av har hatt mindre digital erfaring enn yngre og lavere betalingsvilje for digitalt innhold.

I hele utvalget oppgir 3 av 10 å ha betalt for digital deltagelse ved kulturarrangementer i 2021. Dette resultatet holder seg stabilt i alle de tre rundene av NPU Monitor i 2021, også i september og november da fysiske arrangementer i stor grad foregikk som normalt. Selv om pandemien fortsatt ikke var over høsten 2021, og flere var skeptiske til å delta uten smittevern, tyder resultatet på en mulig betalingsvilje for digital deltagelse ved kulturarrangementer selv om fysiske alternativ foreligger. 1 av 10 svarer at de tror at digitale kulturarrangementer vil fortsette å spille en betydelig rolle for dem i tiden etter pandemien, og også dette resultatet holder seg stabilt gjennom alle tre rundene av spørreundersøkelsen i 2021. Selv om det er et mindretall, betyr det likevel at digitale tilbud fra etablerte kulturinstitusjoner og -arrangører kan treffe en nisje i det eksisterende publikummet.

Oppsummering

I løpet av pandemien har publikum vist at det både mestrer og har en interesse for digitale kulturopplevelser. Resultatene fra NPU Monitor 2021 tyder altså på at det også i framtida finnes et publikum som er villig til å betale for et digitalt tilbud fra arrangører som tidligere har produsert og formidlet ved fysiske arenaer.

Økt tilgjengelighet av kunst og kultur er en forutsetning for økt brukermangfold. Når kulturarrangører har ervervet seg kompetanse og erfaring med digital produksjon og digital formidling av kunst og kultur under pandemien, kan det være av kulturpolitisk interesse å videreutvikle denne med mål om et bredere nedslagsfelt. Slik kan nye kulturbrukere og nye kulturuttrykk finne sin plass.

Strømmetjenester har økt jevnt i bruk de siste årene, og har i stor grad har dominert kulturbruken under pandemien. Mange av disse tjenestene er utenlandske, noe som kan tenkes å påvirke tilbudet og for eksempel føre til dreininger mot og bort fra ulike typer innhold. Dette kan igjen være med på å påvirke skaper- og innholdsmangfoldet på det norske kulturfeltet. For at norsk kulturinnhold skal overleve i et marked med sterk internasjonal konkurranse, er det viktig at det oppleves som relevant for publikum. Et flertall i NPU Monitor 2021 sier at et interessant innhold er den viktigste forutsetningen for å delta på kulturarrangementer, også når det gjelder digitale tilbud.

4. Kilder

- Berge, O. K., Storm, H. & Hylland, O. M. (2021). *Covid-19-pandemiens effekter på kultursektoren i de nordiske landene* (TF-rapport 617). Telemarksforskning. Hentet fra: <https://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/covid-19-pandemiens-effekter-pa-kultursektoren-i-de-nordiske-landene/3818/>
- Gran, A.-B., Kristensen, L.-B. K., Molde, A., Hagen, A. N. & Booth, P. (2020). *Krise og kreativitet i musikkbransjen – koronapandemien 2020*. BI:Centre for Creative Industries. Hentet fra: <https://www.musikkindustrien.no/wp-content/uploads/attachments/krise-og-kreativitet-i-musikkbransjen-koronarapport-mir-2020.pdf>
- Grünfeld, L., Westberg, N. B., Guldvik, M. K., Stokke, O., Erraia, J., Halvorsen, C., Booth, P., Gaustad, T., Gran, AB. (2020). Et halvt år med koronakrise i kultursektoren. Menon-publikasjon 131/2020. Oslo: Menon Economics
- Hagen, A.N., Heian, M. T., Jacobsen, R. A., Kleppe, B. (2021). Fra plate til plattform. Norsk musikk ut i verden. Cappelen Damm Akademisk. Hentet fra: <https://doi.org/10.23865/noasp.144>
- Hylland O. M. (2021). «Tales of temporary disruption: Digital adaptations in the first 100 days of the cultural Covid lockdown». *Poetics*. 101602. Hentet fra: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101602>
- Kulturrådet (2021). *Koronasituasjonen. Kunst- og kulturfeltet og Kulturfondet. Rapport fra Kulturrådet for perioden mars 2020 – juni 2021*. Kulturrådet. Hentet fra: <https://www.kulturradet.no/documents/10157/b9256465-bc62-40b1-a960-ee6c6998bd85>
- Kulturrådet (2021). *Norsk kulturfond årsoppsummering musikk 2020*. Kulturrådet. Hentet fra: <https://www.kulturradet.no/vis-publikasjon/-/arsoppsummering-musikk-2020>
- Kulturrådet (2021). *Norsk kulturfonds årsrapport på scenekunstmrådet 2020*. Kulturrådet. Hentet fra: <https://www.kulturradet.no/vis-publikasjon/-/arsoppsummering-scenekunst-2020>
- Kulturrådet og Norsk filminstitutt (2021). Gjenoppbygging av kultursektoren - delrapport juni 2021. Hentet fra: <https://www.kulturradet.no/documents/10157/c83ed661-7ab8-4e29-96b1-429e347b2644>
- Røed, T., S., Sjøvold, J. M., Slemdal, L. I., Stampe, P. (2021). Kunst i tall 2020. Kulturrådet. Hentet fra: <https://www.kulturradet.no/documents/10157/22297c74-c523-47b8-9e53-b43f30e0e1d1>
- Spilker, H., Kjus, Y., & Kiberg, H. (kommer 2022). «Nødløsninger med langtidsvirkninger? Artisters og konsertarrangørers erfaringer med strømmekonsserter». *Digital kultur, estetiske praksiser* [arbeidstittel], Knut Ove Eliassen, Anne Ogundipe og Øyvind Prytz (red.). Fagbokforlaget.
- Blåkors (2021): *Unges spillevaner 2021 – oppfølgende målgruppeundersøkelse*. Hentet fra: [Julebord og alkohol & spillevaner blant unge \(ipsos.com\)](https://www.ipsos.com/no/nyheter/unges-spillevaner-2021)
- Bufoir (2020): *Endringer i aktivitetstilbudet til barn sommeren 2020*. ISBN: (digital utgave) 978-82-8286-344-5.
- Forleggerforeningen (2020): *Bokmarkedet 2020*. Hentet fra: [Bransjestatistikk-2020.pdf \(forleggerforeningen.no\)](https://www.forleggerforeningen.no/bransjestatistikk-2020.pdf)
- Film og kino (2021): Månedssstatistikk desember 2019, desember 2020 og november 2021.
- Kantar (2020): *TV- og Online Video måling (TVOV)*.

Kulturrådet (2020): *Statistikk for museum 2020*. ISBN: 978-82-8105-154-6. Hentet fra: [Statistikk for museum 2020 \(kulturradet.no\)](https://www.kulturradet.no/statistikk-for-museum-2020)

Kulturrådet (2020): *Musikk og senekunststatistikken 2020*. Hentet fra: [67 prosent færre besøk til musikk- og scenekunstarrangementer i 2020 - Musikk - kulturradet.no](https://www.kulturradet.no/musikk-og-scenekunstarrangementer-i-2020)

Kulturrådet (2021): *Kunst i tall 2020*. ISBN:978-82-7081-200-4. Hentet fra: [Kunst i tall 2020 \(kulturradet.no\)](https://www.kulturradet.no/kunst-i-tall-2020)

Kulturtanken (2021): Oversendt materiale, oktober 2021.

Medietilsynet (2020): *Barn og Medier 2020*. En kartlegging av 9–18-åringers digitale medievaner. Lenke: [201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf \(medietilsynet.no\)](https://www.medietilsynet.no/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf)

Medietilsynet (2021): *Mediemangfoldsregnskapet 2020*. Mediemangfold i et bruksperspektiv. Hentet fra: [210129-mediemangfold_bruksperspektiv_2021.pdf \(medietilsynet.no\)](https://www.medietilsynet.no/210129-mediemangfold-bruksperspektiv-2021.pdf)

Nasjonalbiblioteket (2020): *Undersøkelse om folkebibliotekenes digitale omstilling under koronapandemien i 2020*. Hentet fra: [PowerPoint-presentasjon \(bibliotekutvikling.no\)](https://www.bibliotekutvikling.no/powerpoint-presentasjon)

Norsk Filminstitutt (2020): *Hvem ser norske filmer og serier? En analyse av befolkningens konsum og opplevelse av norsk innhold*. Hentet fra: [Statistikk, analyse og rapporter / NFI](https://www.nfi.no/statistikk-analyse-og-rapporter)

Opinion (2021): *UNG2022*.

SSB (2020): *Norsk Mediebarometer 2020*. ISBN:978-82-587-1322-4