

Начиная с 28 марта 2020 года влияние самоизоляции на киноаудиторию стало основным предметом изучения в рамках трека «Кинозритель». В преддверии снятия ограничительных мер представителям киносообщества станут доступны данные и основные выводы о трансформации модели поведения киноаудитории, которая станет одним из главных вызовов в период возобновления кинопоказа. Ниже представлены сравнительные данные о том, что изменилось в привычках киносмотра и в целом в повседневной жизни кинозрителей в период старта режима самоизоляции.

С 29 марта режим самоизоляции был введен для всех жителей Москвы, в последующие дни аналогичные меры были приняты и в других регионах. Команда проекта «Кинозритель» провела две волны телефонного опроса кинозрителей: 28-29 марта (старт режима самоизоляции) и 3-5 апреля (завершение первой недели самоизоляции).

Обращение органов государственной власти, активная информационная политика, введение на государственном уровне режима нерабочих дней и ограничительных мер позволили на прошедшем уикенде резко увеличить количество жителей, находящихся на частичной или полной самоизоляции (94%: 78% и 16% соответственно).

Вместе с тем после введения столь длительного режима нерабочих дней и перехода значительной части общества на модель вынужденной самоизоляции, на передний план вышли социальные фобии, связанные не с эпидемиологическими, но с экономическими последствиями пандемии нового коронавируса (рост обеспокоенности за привычный образ жизни, эффективность решений, принимаемых на государственном уровне, а также личная финансовая стабильность). К концу первой недели режима нерабочих дней треть опрошенных (35%) констатировала резкое снижение своих доходов, почти каждый пятый ощутил себя в зоне риска потери работы или бизнеса (наиболее высокий процент в группе до 25 лет).

Для 82% киноаудитории текущие условия стали испытанием, изменившим привычный образ жизни, при этом для половины из них (41%) данные изменения носили кардинальный характер.

На фоне увеличения количества свободного времени (58% опрошенных) киноаудитория продолжила выбирать просмотр фильмов как один из основных видов досуга. После закрытия кинотеатров и расширения активности онлайн-сервисов, предоставивших на период режима нерабочих дней бесплатный/льготный/расширенный доступ к своему контенту, доля аудитории, воспользовавшейся услугами легальных видеосервисов, достигла в среднем 34%, а в некоторых возрастных группах превысила 40% (18-24 года, 25-35 лет). При этом за тот же период использовали бесплатный просмотр или скачивание с «привычных» ресурсов без обращения к услугам онлайн-кинотеатров для просмотра видео в интернете 43% респондентов, а в некоторых возрастных категориях более половины опрошенных (18-24 года – 58%). При этом только 2% опрошенных сообщили, что не нашли времени или желания обратиться к просмотру фильмов.

Состав опрошенных соответствует структуре киноаудитории по частоте просмотра фильмов в кинотеатрах. 61% респондентов относится к активной киноаудитории (посещали кинотеатр в начале года 1-2 раз в месяц и чаще). Среди опрошенных 18-24 лет доля активной киноаудитории составила 69%, среди респондентов 25-34 лет – 63%. Зрители 18-34 лет составляли 60% аудитории кинотеатров в 2019 году. Еще 17% составляли зрители 35-44 лет, данная аудитория посещала кинотеатр преимущественно с детьми и формировала таким образом привычку просмотра фильма в кинотеатре у подрастающего поколения. Динамика модели киносмотра аудитории данных возрастных групп имеет ключевое значение в условиях последующего восстановления кинопроката.

Как часто Вы посещали кинотеатр для просмотра фильмов, мультфильмов в январе-феврале этого года?	Всего	Возрастные группы			
		18-24	25-34	35-44	45-55
1-2 раза в месяц и чаще	61%	69%	63%	62%	56%
1-2 раза в три месяца	20%	18%	20%	21%	20%
1-2 раза в шесть месяцев	8%	7%	9%	4%	11%
Раз в год и реже	7%	4%	6%	10%	8%
Затрудняюсь ответить	3%	2%	2%	3%	3%

СОБЛЮДЕНИЕ РЕЖИМА САМОИЗОЛЯЦИИ СРЕДИ КИНОАУДИТОРИИ НА ПРОШЕДШЕЙ НЕДЕЛЕ

Еще в преддверии всеобщей самоизоляции половина киноаудитории предпочитала не выходить из дома без веских причин (52%), свободно перемещались по городу 44% опрошенных. При этом кинозрители Москвы были более осторожны (59% выходили из дома лишь в крайних случаях, свободно перемещались по городу 38% респондентов), что может быть объяснено стартом режима всеобщей самоизоляции с 29 марта, тогда как в других регионах аналогичные меры были приняты с 30 марта и позднее.

Спустя неделю доля киноаудитории, не вышедшей из дома, выросла с 4 до 16%. Доля тех, кто выходил лишь в крайних случаях, выросла с 52 до 78% опрошенных. Доля киноаудитории, рискнувшей свободно перемещаться по городу, снизилась с 44 до 6%. Кинозрители Москвы отнеслись к режиму самоизоляции строже, чем в других регионах: если в Москве не ограничивали себя в передвижениях 3% кинозрителей, то в Санкт-Петербурге уже 6%, в других городах – 10%.

ДИНАМИКА ПО ГОРОДАМ

Вопрос: На прошедшей неделе Вы находились на самоизоляции или нет?	Дата опроса		Динамика по городам					
	28-29.03	03-05.04	28-29.03			03-05.04		
			Москва	Санкт-Петербург	Другие города*	Москва	Санкт-Петербург	Другие города*
Вообще не выходил из дома	4%	16%	3%	3%	5%	19%	16%	14%
Выходил из дома в крайних случаях	52%	78%	59%	48%	48%	79%	78%	76%
Свободно перемещался по городу	44%	6%	38%	48%	46%	3%	6%	10%
Отказ от ответа	1%	0%	0	1%	1%	0%	0%	0%

*Другие города: Екатеринбург, Новосибирск, Краснодар.

Среди киноаудитории 18-24 лет за неделю перед стартом всеобщего режима самоизоляции свободно передвигались по городу 39% опрошенных. 6% аудитории 18-24 лет уже на тот момент предпочитали не выходить из дома. К окончанию первой недели самоизоляции их доля выросла до 17%, а 78% выходили лишь в крайних случаях. Аналогичная тенденция и в остальных возрастных группах.

ДИНАМИКА ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

Вопрос: На прошедшей неделе Вы находились на самоизоляции или нет?	Дата опроса		Динамика по возрастным группам							
	28-29.03	03-05.04	28-29.03				03-05.04			
			Возрастные группы				Возрастные группы			
			18-24	25-34	35-44	45-55	18-24	25-34	35-44	45-55
Вообще не выходил из дома	4%	16%	6	2	3	4	17	17	17	15
Выходил из дома в крайних случаях	52%	78%	55	52	54	49	78	77	76	80
Свободно перемещался по городу	44%	6%	39	45	41	47	5	7	6	5
Отказ от ответа	1%	0%	0	0	2	0	0	0	0	0

значимо больше/меньше по сравнению с киноаудиторией в среднем при доверительном интервале 95%

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА ЖИЗНИ

Еще до всеобщей самоизоляции изменение образа жизни ощутили 70% киноаудитории, из них 23% отметили кардинальные изменения, у 47% образ жизни изменился, но несущественно. Настолько высокая доля (70%) объясняется тем, что уже начиная с середины марта на образ жизни жителей городов существенно повлияли информационная повестка, перевод сотрудников на удаленный режим работы и другие меры по противодействию распространения вируса. У каждого третьего респондента появилось больше свободного времени.

За последнюю неделю марта образ жизни не изменился у 30% респондентов. Неделю спустя их доля сократилась до 17%. Доля тех, чей образ жизни кардинально изменился, выросла с 23 до 41%. Больше свободного времени появилось уже у 58% киноаудитории, что обусловлено прежде всего объявлением периода нерабочих дней, установленного с 30 марта по 3 апреля и продленного впоследствии до 30 апреля.

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ОБРАЗА ЖИЗНИ

Изменился ли за последнюю неделю ваш образ жизни или нет?	Дата опроса	
	28-29.03.2020	03-05.04.2020
Да, изменился кардинально	23%	41%
Да, изменился, но не очень сильно	47%	42%
Нет, не изменился	30%	17%
Затрудняюсь ответить	0%	0%

ДИНАМИКА НАЛИЧИЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ

Оцените, сколько свободного времени у вас было на прошедшей неделе	Дата опроса	
	28-29.03.2020	03-05.04.2020
Больше, чем обычно	33%	58%
Столько же, как и обычно	48%	28%
Меньше, чем обычно	20%	14%
Затрудняюсь ответить	0%	1%

 значительно больше/меньше по сравнению с киноаудиторией в среднем при доверительном интервале 95%

Аудитория 18-24 лет быстрее остальных испытала на себе появление дополнительного свободного времени. Еще перед стартом самоизоляции больше свободного времени было у 56% респондентов данной возрастной группы, тогда как среди других возрастных групп - не более чем у 30% опрошенных. К окончанию первой недели самоизоляции среди аудитории 18-24 лет больше свободного времени было уже у 67% опрошенных, среди аудитории 25-34 лет – у 60%.

ДИНАМИКА НАЛИЧИЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

Оцените, сколько свободного времени у вас было на прошедшей неделе	Дата опроса							
	28-29.03.2020				03-05.04.2020			
	Возрастные группы				Возрастные группы			
	18-24	25-34	35-44	45-55	18-24	25-34	35-44	45-55
Больше, чем обычно	56%	27%	31%	29%	67%	60%	50%	59%
Столько же, как и обычно	32%	56%	46%	46%	26%	28%	29%	27%
Меньше, чем обычно	12%	16%	23%	24%	8%	11%	20%	13%

СПОСОБЫ ПРОСМОТРА ФИЛЬМОВ

Подавляющее большинство киноаудитории (98%) так или иначе смотрели фильмы в течение марта. Ниже представлено распределение ответов респондентов на вопрос о том, каким образом они чаще всего смотрели фильмы/мультфильмы в течение последнего месяца.

Не менее 30% киноаудитории смотрят фильмы в интернете. Наиболее распространённым является бесплатный просмотр фильма через интернет: 43% опрошенных смотрели фильмы онлайн или скачивали. Такой способ просмотра больше характерен для мужчин, чем для женщин, а также для молодежи (зрителей 18-24 лет), среди которых бесплатный просмотр онлайн или скачивание выбирают 58%.

Каждый третий участник опроса (34%) смотрел фильм в онлайн-кинотеатре (бесплатно или по подписке). Такой способ просмотра больше распространен в Москве и Санкт-Петербурге (37%), в других городах (Екатеринбурге, Новосибирске и Краснодаре) доля онлайн-кинотеатров среди способов просмотра составила 27%. Среди аудитории 18-24 лет такой способ просмотра свойственен 42%, среди аудитории 25-34 лет – 40%. Только 27% зрителей 35-44 лет смотрели фильмы/мультфильмы в онлайн-кинотеатре за последний месяц.

31% кинозрителей использовали YouTube для просмотра фильмов помимо прочего контента, размещенного на видеохостинге. Данный способ просмотра больше распространён в регионах: 36% против 29% в Москве и 27% в Санкт-Петербурге.

18% киноаудитории смотрели фильмы по ТВ. Такой способ просмотра традиционно характерен больше для женщин, чем для мужчин, а также для аудитории старше 45 лет, среди которых 28% смотрели фильмы по бесплатным каналам. Примечательно, что даже среди киноаудитории старшей возрастной группы ТВ-просмотр фильмов не стал основным способом и уступает способу просмотра посредством интернета.

4% респондентов успели посмотреть фильм в кинотеатре.

Способ просмотра	Всего	Города			Пол		Возрастные интервалы			
		Москва	Санкт-Петербург	Другие города	Мужской	Женский	18-24	25-34	35-44	45-55
В интернете скачивал или смотрел онлайн бесплатно	43%	41%	48%	42%	49%	37%	58%	45%	45%	32%
В онлайн-кинотеатре (бесплатно и по подписке)	34%	37%	37%	27%	35%	33%	42%	40%	27%	29%
На YouTube	31%	29%	27%	36%	31%	30%	44%	28%	31%	27%
По телевизору по бесплатным каналам (НЕ кабельным)	18%	21%	18%	15%	14%	23%	7%	12%	20%	28%
По кабельным каналам по ТВ	18%	17%	16%	21%	16%	20%	7%	15%	21%	24%
В кинотеатре	4%	3%	5%	5%	2%	5%	3%	5%	4%	3%
Через iTunes / Google Play фильмы	2%	2%	3%	1%	3%	1%	2%	3%	3%	1%
На Мегафон ТВ	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	2%	0%
Не смотрел фильмы	2%	3%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	4%
Другое	3%	3%	2%	4%	3%	3%	0%	2%	3%	6%

значимо больше/меньше по сравнению с киноаудиторией в среднем при доверительном интервале 95%

ОПАСЕНИЯ КИНОАУДИТОРИИ

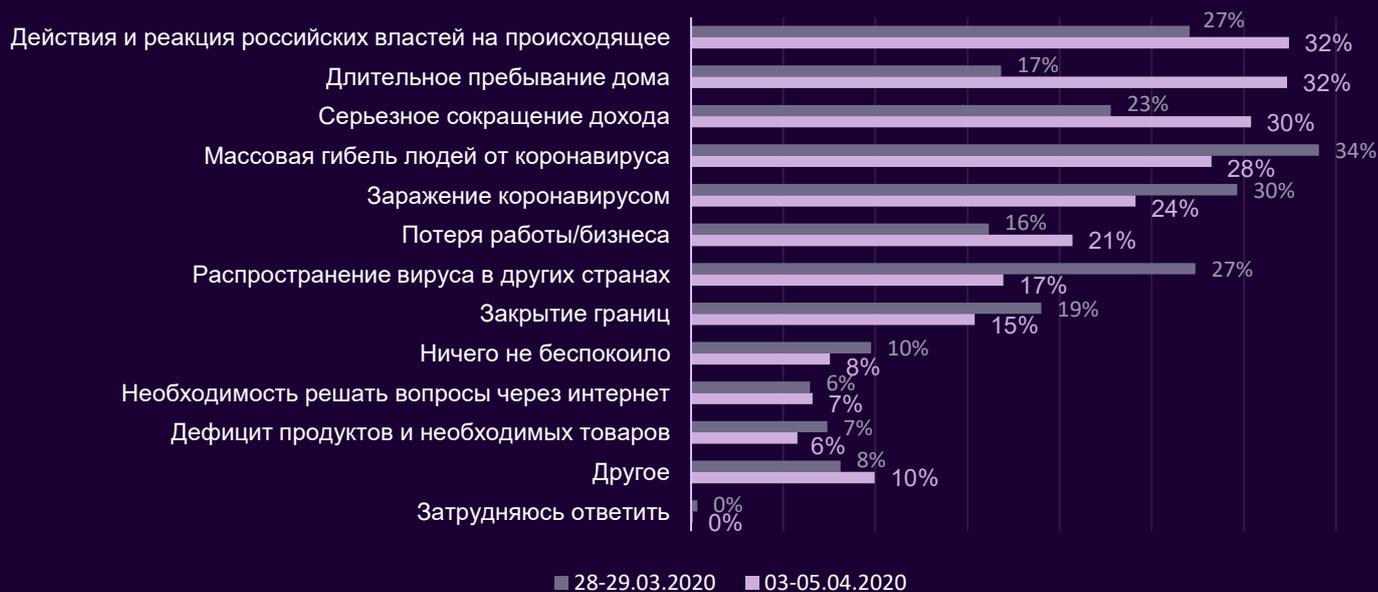
Высокая степень неопределенности, информационный фон и резко изменившийся образ жизни лежат в основе восприятия текущей ситуации и соотнесения себя с новой, необычной, реальностью. Опасения, связанные с массовой гибелью людей, распространением вируса в других странах, доминировавшие среди киноаудитории до старта всеобщей самоизоляции, ушли на второй план на фоне роста обеспокоенности за привычный образ жизни и личную финансовую стабильность.

На прошедшей неделе каждый третий респондент испытывал беспокойство в отношении действий и реакции властей на текущую ситуацию, а также необходимости пребывания дома (32%).

Тройку основных опасений замыкает беспокойство за финансовое положение: доля респондентов, переживающих из-за серьезного сокращения дохода, выросла с 23 до 30%. Потеря работы/бизнеса волновала уже 21% опрошенных против 16% недель ранее.

Доля респондентов, которых беспокоило заражение коронавирусом, сократилось с 30 до 24%, что может быть следствием самоизоляции, создающей ощущение защищенности.

ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО БЕСПОКОИЛО ВАС НА ПРОШЕДШЕЙ НЕДЕЛЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО?



Опасения респондентов за собственную финансовую стабильность не беспочвенны. Если в конце марта сокращение личного дохода фиксировали 23% опрошенных, то к концу первой нерабочей недели – уже 35% (каждый третий).

Изменился ли ваш личный доход за последний месяц или нет? Если да, то каким образом?	28-29.03	03-05.04
Уменьшился	23%	35%
Не изменился	72%	59%
Увеличился	4%	2%
Отказ от ответа	1%	4%

значимо больше/меньше по сравнению с киноаудиторией в среднем при доверительном интервале 95%

ЦИТАТЫ

Ниже представлена подборка красноречивых ответов кинозрителей на вопрос о том, что беспокоило их на прошедшей неделе больше всего.

М, Москва, 30 лет: «Атмосфера окружающая, паника, ограничения».

Ж, Москва, 41 год: «Дистанционная работа и продление режима самоизоляции».

М, Москва, 30 лет: «Боязнь заразить других, тех, кому сложнее перенести болезнь, невозможность работать в том же ритме».

М, Москва, 34 года: «Отсутствие масок в аптеках, их цена».

М, Москва, 37 лет: «Новая конституция».

М, Москва, 28 лет: «Несоблюдение работодателями того, что сказал Путин».

Ж, Москва, 25 лет: «Непонятно, будет ли перекрыт город».

М, Москва, 32 года: «Все идёт не так, как надо».

Ж, Москва, 31 год: «Рост цен на некоторые товары».

М, Москва, 26 лет: «Мне не нравится, что люди поддаются панике и боятся простуды».

Ж, Москва, 33 год: «Невозможность общения с родственниками».

Ж, Москва, 45 лет: «Безответственность людей, которые не обращают внимание на коронавирус, беспечность».

Ж, Москва, 32 года: «Отсутствие на даче горячей воды».

Ж, Москва, 55 лет: «Нахожусь без работы, как оформить статус безработного».

М, Москва, 29 лет: «Дискомфорт от удаленной работы».

Ж, Москва, 42 года: «Фейковые новости в ватсаппе, количество заражённых в России».

Ж, Москва, 52 лет: «Будущее становится всё более туманным, ничего непонятно, чем это все грозит, какие изменения глобальные последуют».

М, Москва, 24 года: «Падение экономики России».

Ж, Москва, 45 лет: «В аптеках нет необходимых товаров, масок и средств дезинфекции».

Ж, Москва, 32 года: «Обстановка в целом».

М, Москва, 35 лет: «Непонятно, как ситуация будет развиваться».

М, Москва, 38 лет: «Действие Правительства по отношению к бизнесу».

М, Санкт-Петербург, 49 лет: «Как дети будут учиться, вопрос образования».

Ж, Санкт-Петербург, 51 год: «Новостные каналы беспокоят, подача информации».

Ж, Новосибирск, 24 года: «Паника других людей».

М, Новосибирск, 53 года: «Вся ситуация с коронавирусом и бизнесом».

М, Краснодар, 50 лет: «Налоги платить надо с чего-то, а платить не с чего».

Ж, Краснодар, 46 лет: «Крах экономики, муж без работы, я без работы, безумие».

О проекте:

«КИНОЗРИТЕЛЬ» - совместный проект Фонда кино, Агентства маркетинговых исследований «Wanta Group» и компании «Аналитические системы».

Текущее исследование выполнено по данным телефонного опроса киноаудитории Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Новосибирска и Краснодара, проведенного в два этапа: 28-29 марта и 3-5 апреля 2020 года. Выборка исследования составляет 2 042 интервью и репрезентирует зрителей по полу, возрасту и частоте посещения кинотеатра.