
Начиная с 28 марта 2020 года влияние самоизоляции на киноаудиторию стало основным предметом изучения в рамках трекера «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 с момента старта режима самоизоляции.

В период с 10 по 12 апреля 2020 года (завершение второй недели режима самоизоляции) команда проекта «Кинозритель» провела третью волну телефонного опроса киноаудитории. Помимо оценки динамики трансформации образа жизни и способов просмотра фильмов отчет содержит данные о знании каких-либо онлайн-кинотеатров среди киноаудитории.

На прошедшей неделе более 90% аудитории продолжило соблюдать режим частичной или полной самоизоляции (92%: 81% и 11% соответственно), постепенно адаптируясь к новым условиям быта и удаленной работы, что нашло свое отражение в оценке населением количества свободного времени (доля людей, утверждающих, что у них появилось больше свободного времени, характеризуется плавным снижением).

Строже всего к режиму самоизоляции относится аудитория в возрасте 18-24 лет, эта же возрастная группа острее всего воспринимает неудобства, связанные с необходимостью находиться дома.

На фоне роста доли аудитории, отмечающей снижение собственных доходов (с 35% до 41%), возросла и доля опрошенных, погруженных в деловую информационную повестку, внимательно наблюдающих за принимаемыми на государственном уровне решениями по противодействию пандемии нового коронавируса и борьбе с её экономическими последствиями (с 32% до 37%).

По данным опроса, 40% киноаудитории за последний месяц смотрели фильмы/мультфильмы в онлайн-кинотеатре. При этом четверть киноаудитории пока еще не имеет опыта обращения к подобным сервисам. Треть киноаудитории в течение последнего месяца не смотрели фильмы в онлайн-кинотеатрах (четверть среди аудитории 18-24 лет). Очевидно, что у данного способа просмотра потенциал роста достаточно высок. Особенно в текущих условиях, когда свыше 90% киноаудитории соблюдает режим самоизоляции и домашний просмотр является фактически единственным способом просмотра фильмов. Кроме того, наличие свободного времени (а оно появилось у каждого второго респондента) и непривычный образ жизни, требующий освоения множества новых практик, являются хорошим подспорьем для освоения еще одной – просмотра фильмов в онлайн-кинотеатрах. Впрочем, потенциал роста в значительной степени сдерживается снижением уровня дохода, которое фиксируют уже 41% опрошенных (на предыдущей неделе - 35%).

Ниже приведены более подробные данные о результатах опроса.

СОБЛЮДЕНИЕ РЕЖИМА САМОИЗОЛЯЦИИ СРЕДИ КИНОАУДИТОРИИ НА ПРОШЕДШЕЙ НЕДЕЛЕ

Несмотря на то, что на второй неделе чуть более 90% киноаудитории соблюдало режим самоизоляции, доля респондентов, вообще не выходящих из дома в течение недели, сократилась с 16 до 11%, в Москве – с 19 до 12%. Доля респондентов, свободно перемещавшихся по городу, в Москве составила 4%, а в Санкт-Петербурге – 6%, что соответствует уровню стартовой недели самоизоляции. В других городах доля киноаудитории, не ограничивающей себя в передвижениях, выросла с 10 до 12%.

ДИНАМИКА ПО ГОРОДАМ

Вопрос: На прошедшей неделе Вы находились на самоизоляции или нет?	Дата опроса			Динамика по городам					
	28-29.03	03-05.04	10-12.04	03-05.04			10-12.04		
				Москва	Санкт-Петербург	Другие города*	Москва	Санкт-Петербург	Другие города*
Вообще не выходил из дома	4%	16%	11%	19%	16%	14%	12%	14%	8%
Выходил из дома в крайних случаях	52%	78%	81%	79%	78%	76%	84%	79%	80%
Свободно перемещался по городу	44%	6%	7%	3%	6%	10%	4%	6%	12%
Отказ от ответа	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%

*Другие города: Екатеринбург, Новосибирск, Краснодар.

Динамика в разрезе возрастных групп показывает, что к режиму самоизоляции строже относились респонденты 18-24 лет, в отличие от представителей старшего возраста: среди молодежи до 25 лет доля тех, кто не выходил из дома на прошедшей неделе, выросла с 17 до 21%, свободно перемещались по городу лишь 3% аудитории данной возрастной группы. Тогда как среди респондентов других возрастных групп наблюдается некоторое повышение мобильности: среди аудитории 25-34 лет увеличилась доля тех, кто выходил из дома в крайних случаях (с 77 до 81%), среди респондентов старше 35 лет выросла доля тех, кто свободно перемещался по городу (с 6 до 10% среди аудитории 35-44 лет и с 5 до 9% среди аудитории 45-55 лет).

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	10-12.04	03-05.04				10-12.04			
				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%	11%	17	17	17	15	21%	13%	11%	5%
Выходил из дома в крайних случаях	52%	78%	81%	78	77	76	80	76%	81%	79%	85%
Свободно перемещался по городу	44%	6%	7%	5	7	6	5	3%	6%	10%	9%
Отказ от ответа	1%	0%	0%	0	0	0	0	1%	0%	0%	0%

значимо больше/меньше по сравнению с предыдущей волной.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА ЖИЗНИ

В течение второй недели режима самоизоляции киноаудитория продолжала приспосабливаться к новому образу жизни. Доля респондентов, образ жизни которых поменялся кардинальным образом, снизилась по сравнению с первой неделей самоизоляции с 41 до 33%. У 47% опрошенных образ жизни за последнюю неделю изменился не очень сильно, а у 21% и вовсе не изменился, что скорее демонстрирует адаптацию к новому образу жизни у каждого шестого респондента.

У каждого второго респондента появилось больше свободного времени. Впрочем, по сравнению с первой неделей самоизоляции доля тех, у кого свободного времени стало меньше, выросла с 14 до 18%.

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ОБРАЗА ЖИЗНИ

Изменился ли за последнюю неделю ваш образ жизни или нет?	Дата опроса		
	28-29.03	03-05.04	10-12.04
Да, изменился кардинально	23%	41%	33%
Да, изменился, но не очень сильно	47%	42%	47%
Нет, не изменился	30%	17%	21%
Затрудняюсь ответить	0%	0%	0%

ДИНАМИКА НАЛИЧИЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ

Оцените, сколько свободного времени у вас было на прошедшей неделе	Дата опроса		
	28-29.03	03-05.04	10-12.04
Больше, чем обычно	33%	58%	54%
Столько же, как и обычно	48%	28%	28%
Меньше, чем обычно	20%	14%	18%
Затрудняюсь ответить	0%	1%	0%

значительно больше/меньше по сравнению с предыдущей волной.

Сокращение свободного времени фиксируется среди респондентов во всех возрастных группах, но наибольшая динамика наблюдается среди аудитории 18-24 лет: 17% респондентов данной возрастной группы на прошедшей неделе отметили сокращение свободного времени (в первую неделю самоизоляции – 8%).

ДИНАМИКА НАЛИЧИЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

Оцените, сколько свободного времени у вас было на прошедшей неделе	Дата опроса							
	03-05.04				10-12.04			
	Возрастные группы				Возрастные группы			
	18-24	25-34	35-44	45-55	18-24	25-34	35-44	45-55
Больше, чем обычно	67%	60%	50%	59%	59%	52%	51%	59%
Столько же, как и обычно	26%	28%	29%	27%	24%	34%	29%	21%
Меньше, чем обычно	8%	11%	20%	13%	17%	13%	21%	19%

СПОСОБЫ ПРОСМОТРА ФИЛЬМОВ

Подавляющее большинство киноаудитории (98%) так или иначе смотрели фильмы. Ниже представлена динамика распределения ответов респондентов на вопрос о том, каким образом они чаще всего смотрели фильмы/мультфильмы в течение последнего месяца по данным двух волн телефонного опроса.

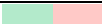
Интернет-сервисы - самый популярный способ просмотра фильмов среди киноаудитории, к нему прибегают не менее трети опрошенных. Чаще всего респонденты выбирают бесплатный просмотр фильма через интернет: 47% опрошенных смотрели фильмы онлайн или скачивали. Такой способ просмотра больше характерен для мужчин, чем для женщин, а также для молодежи (зрителей 18-24 лет), среди которых бесплатный просмотр онлайн или скачивание выбирают 60%.

Доля респондентов, смотревших фильмы в онлайн-кинотеатре (бесплатно или по подписке) за последний месяц, по сравнению с предыдущей неделей выросла с 34 до 40%. Данный способ просмотра стали чаще указывать респонденты всех возрастных групп. В частности, среди аудитории 18-24 лет доля пользователей онлайн-кинотеатров выросла с 42 до 49%, среди аудитории 35-44 лет – с 27 до 39%. Даже среди киноаудитории старше 45 лет не менее 30% опрошенных смотрели фильмы в онлайн-кинотеатре.

Каждый третий кинозритель (35%) пользуется видеохостингом YouTube для просмотра фильмов помимо прочего контента. Данный способ просмотра больше популярен у мужчин, чем у женщин.

16% киноаудитории смотрели фильмы по ТВ. Данный способ чаще остальных выбирали респонденты 45-55 лет (27%), среди аудитории 18-24 лет смотрели фильмы по бесплатным телеканалам только 7%.

Способ просмотра в течение последнего месяца	03-05.04	10-12.04	03-05.04				10-12.04			
			Возрастные группы				Возрастные группы			
			18-24	25-34	35-44	45-55	18-24	25-34	35-44	45-55
В интернете скачивал или смотрел онлайн бесплатно	43%	47%	58%	45%	45%	32%	60%	48%	45%	41%
В онлайн-кинотеатре (бесплатно и по подписке)	34%	40%	42%	40%	27%	29%	49%	44%	39%	31%
На YouTube	31%	35%	44%	28%	31%	27%	38%	35%	36%	31%
По телевизору по бесплатным каналам (НЕ кабельным)	18%	16%	7%	12%	20%	28%	7%	10%	18%	27%
По кабельным каналам по ТВ	18%	15%	7%	15%	21%	24%	7%	14%	17%	19%
В кинотеатре	4%	3%	3%	5%	4%	3%	5%	4%	1%	2%
Через Itunes / Google Play фильмы	2%	2%	2%	3%	3%	1%	1%	3%	2%	1%
На Мегафон ТВ/ МТС ТВ	1%	3%	1%	2%	2%	0%	0%	3%	4%	4%
Не смотрел фильмы	2%	2%	2%	2%	2%	4%	0%	2%	2%	2%
Другое	3%	3%	0%	2%	3%	6%	1%	2%	4%	3%

 значимо больше/меньше по сравнению с предыдущей волной опроса.

ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ

В ходе телефонного опроса был задан ряд вопросов об осведомленности о каких-либо онлайн-кинотеатрах. Четверть киноаудитории пока не знает, не ориентируется в названиях онлайн-кинотеатров. Каждый четвертый респондент не смог вспомнить ни один онлайн-кинотеатр и даже при перечислении перечня названий не смог выделить знакомые. Среди аудитории 18-24 лет не смогли назвать ни один онлайн-кинотеатр 14% опрошенных, среди аудитории 25-34 лет – 17%, ожидаемо выше доля среди аудитории старше 45 лет (45%).

Рейтинг самых упоминаемых онлайн-кинотеатров возглавляет IVI: 54% респондентов знают данный видеосервис без подсказки (среди аудитории 18-34 лет – более 60%), а при перечислении списка узнали название 82% опрошенных (среди аудитории 18-34 лет – 91%). На втором месте по узнаваемости ОККО: 45% респондентов вспомнили данный онлайн-кинотеатр без подсказки (60 и 58% среди аудитории 18-24 лет и 25-34 лет соответственно), а при перечислении списка название узнали 72% опрошенных (85 и 83% среди аудитории 18-24 лет и 25-34 лет соответственно). КинопоискHD упомянули без подсказки 30% киноаудитории (47 и 41% среди аудитории 18-24 лет и 25-34 лет соответственно), а при перечислении названий узнали 73% опрошенных (85 и 80% среди аудитории 18-24 лет и 25-34 лет соответственно), хотя в данном случае на узнаваемости по подсказке могло сказаться знание сайта kinopoisk.ru. Также в перечень упоминаемых онлайн-кинотеатров вошли Netflix, Megogo, Premier, Amediateka, Start, More.tv, Wink, Tvzavr.

ЗНАНИЕ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРОВ СРЕДИ КИНОАУДИТОРИИ (БЕЗ ПОДСКАЗКИ)

Онлайн-кинотеатр	Всего	Возрастные группы			
		18-24	25-34	35-44	45-55
IVI	54%	62%	63%	59%	34%
Okko	45%	60%	58%	47%	23%
КинопоискHD	30%	47%	41%	28%	11%
Netflix	14%	20%	22%	13%	5%
Megogo	11%	12%	10%	12%	9%
Premier (ТНТ Premier)	8%	8%	8%	11%	5%
Amediateka	8%	10%	14%	5%	2%
Start	3%	2%	3%	3%	2%
More.tv	2%	1%	3%	2%	2%
Wink	2%	2%	2%	3%	1%
Tvzavr	1%	1%	0%	2%	0%
Ни один не знаю	26%	14%	17%	23%	45%
Другое	14%	10%	19%	12%	11%
Затрудняюсь ответить	1%	1%	1%	1%	3%

Треть респондентов (34%) за последний месяц не пользовалась ни одним из онлайн-кинотеатров. Среди аудитории 18-24 лет КинопоискHD обошел лидера рейтинга IVI (28 и 27% респондентов соответственно).

В КАКИХ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРАХ ВЫ СМОТРЕЛИ ФИЛЬМЫ, МУЛЬТФИЛЬМЫ ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ?

Онлайн-кинотеатр	Всего	Возрастные группы			
		18-24	25-34	35-44	45-55
IVI	30%	27%	30%	29%	31%
КинопоискHD	18%	28%	23%	15%	10%
Okko	16%	18%	18%	19%	10%
Premier (ТНТ Premier)	7%	5%	7%	7%	7%
Megogo	5%	5%	4%	6%	8%
Amediateka	5%	5%	7%	6%	0%
Start	3%	2%	2%	3%	3%
Ни на одном из сервисов	34%	25%	28%	37%	41%

ОПАСЕНИЯ КИНОАУДИТОРИИ

На второй неделе самоизоляции киноаудитория еще более внимательно следила за информационной повесткой в отношении действий и реакции властей на происходящие: 37% против 32% неделей ранее.

Обеспокоенность длительным пребыванием дома выросла с 32 до 36%. Острее всего необходимость самоизоляции беспокоила аудиторию 18-24 лет (53%).

Сокращение дохода в течение двух последних недель стабильно беспокоит не менее 30% киноаудитории.

Среди основных поводов для переживаний также отмечают опасение массовой гибели людей (30%) и возможность заражения коронавирусом (22%).

ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО БЕСПОКОИЛО ВАС НА ПРОШЕДШЕЙ НЕДЕЛЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО?



По итогам второй недели самоизоляции о снижении уровня дохода сообщил уже 41% респондентов. У 55% киноаудитории материальное положение не изменилось. Нашли способ увеличить доход в условиях самоизоляции 4% респондентов.

Изменился ли ваш личный доход за последний месяц или нет? Если да, то каким образом?	28-29.03	03-05.04	10-12.04
Уменьшился	23%	35%	41%
Не изменился	72%	59%	55%
Увеличился	4%	2%	4%
Отказ от ответа	1%	4%	1%

■ значимо больше/меньше по сравнению с предыдущей волной опроса.

ЦИТАТЫ

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

М., Москва, 40 лет: «Заккрытие магазинов».

Ж., Москва, 44 года: «Негативные настроения на работе».

Ж., Москва, 40 лет: «Лень».

М., Санкт-Петербург, 32 года: «Меньше встреч с друзьями, в гости не приезжают, к себе не пускают, закрыты кинотеатры».

М., Москва, 42 года: «Заявления Правительства».

Ж., Москва, 40 лет: «Не очень хорошо организовано образование детей дистанционное, перегружены образовательные серверы, разнятся объяснения родителей и учителей».

Ж., Москва, 43 года: «Надо посещать больницу по состоянию здоровья, а сейчас это опасно».

Ж., Москва, 47 лет: «Много народу в квартире».

Ж., Москва, 55 лет: «Материальная поддержка людей от государства».

Ж., Москва, 41 год: «Увеличение объема работы».

Ж., Москва, 50 лет: «Невозможность встретиться с родными».

Ж., Москва, 33 года: «Экономический кризис как следствие происходящего».

М., Москва, 27 лет: «Нагрузка на бизнес, перекалывание социальной ответственности».

М., Москва, 23 года: «Безалаберное отношение россиян к карантину».

М., Москва, 46 лет: «Повышение вероятности потери дохода в ближайшее время».

Ж., Москва, 29 лет: «Трудности в устройстве на работу».

Ж., Москва, 40 лет: «Увеличение заболеваний внутри страны».

Ж., Москва, 33 года: «Новый режим работы онлайн».

Ж., Москва, 38 лет: «Беспокойство родных и близких, дистанционное обучение детей, дети не знают, куда себя девать, и учиться не хотят, и само обучение страдает».

Ж., Москва, 30 лет: «Отсутствие возможности навестить пожилых родственников».

М., Москва, 37 лет: «Скорость распространения коронавируса».

Ж., Москва, 50 лет: «Трудно привыкнуть к самоизоляции».

Ж., Москва, 54 года: «Слишком много информации».

Ж., Москва, 38 лет: «Подорожание продуктов».

Ж., Санкт-Петербург, 38 лет: «Количество работы увеличилось, и день похож на день сурка».

Ж., Новосибирск, 51 год: «Вирус психологически давит».

Ж., Новосибирск, 34 года: «Невозможность занять детей».

М., Новосибирск, 31 год: «Возможность заболеть и возможность потери работы».

М., Новосибирск, 40 лет: «Опасность заразиться».

Ж., Краснодар, 30 лет: «Нагнетающая обстановка».

М., Новосибирск, 45 лет: «Ограничения передвижения».

М., Новосибирск, 33 года: «Перестал быть стабильным доход».

Ж., Краснодар, 49 лет: «Повышение цен на продукты».

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 10-12 апреля 2020 года. Выборка исследования составляет 881 интервью и репрезентирует зрителей по полу, возрасту и частоте посещения кинотеатра.