

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 с момента старта режима самоизоляции.

В период с 20 по 26 апреля 2020 года (четвертая неделя режима самоизоляции) команда проекта «Кинозритель» провела пятую волну телефонного опроса киноаудитории. Помимо оценки динамики трансформации образа жизни представляем первые выводы глубинных интервью с представителями киноаудитории в отношении практики просмотра фильмов, а также перспектив онлайн- и офлайн-кинотеатров после завершения периода самоизоляции.

## ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ VS ОФЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ: БОРЬБА ВПЕРЕДИ?

**1.** В самоизоляции зрители остро ощущают нехватку социальных контактов и, наконец, понимают, что в кино многие из них ходили не только для того, чтобы посмотреть фильм. Зрители скучают по возможности проводить время с друзьями, близкими, атмосфере праздника, «выхода в свет», которые и давали им кинотеатры.

*«Я сразу пойду в кинотеатр и буду ходить даже чаще, чем ходила раньше. Потому что сейчас особенно понимаешь, как не хватает вот этой атмосферы встречи с друзьями, других людей, сидящих с тобой в одном зале».* (Ж, 25 лет, Краснодар)

**2.** При этом зрители не планируют увеличивать средний чек на поход в кинотеатр. Даже если цены на билеты вырастут, они скорее будут экономить на продукции кинобара или искать возможность купить билеты со скидкой.

*«Я надеюсь, что буду тратить в кинотеатре столько же. Если цены на билеты будут выше, то, может быть, не буду покупать попкорн, но тратить больше не хочу».* (М, 21 год, Екатеринбург)

**3.** Кинотеатрам стоит обратить внимание на то, что минимум в течение месяца после завершения режима самоизоляции зрители продолжат соблюдать социальную дистанцию. Важным для них станет отсутствие полных залов, возможность выбрать места так, чтобы оставалось расстояние между зрителями.

*«Пойду в кинотеатр недели через две, потому что в первые дни, наверное, пойдёт много народу, а социальную дистанцию нужно соблюдать. Через две недели людей, скорее всего, станет меньше, и можно будет выбрать себе места, чтобы было расстояние».* (М, 34 года, Москва)

**4.** Сейчас важное время для онлайн-кинотеатров, когда зрители выбирают, с кем они останутся после режима самоизоляции. Зрители подписываются на несколько сервисов, предоставивших бесплатный доступ. Если до начала режима самоизоляции у одного опрошенного была подписка в среднем только на 1 онлайн-кинотеатр, то теперь один зритель подписан в среднем на 2 онлайн-кинотеатра.

*«Зачем мне платить за несколько кинотеатров? Я сейчас посмотрю, какой сервис будет более удобным, выгодным и выберу его. От другого откажусь».* (Ж, 32 года, Москва)

## В качестве критериев выбора онлайн-кинотеатра зрители называют:

- Максимально широкая библиотека контента за минимальную цену (пользователи негативно относятся к тому, что некоторые фильмы не входят в подписку и за них нужно доплачивать).

*«От Окко я отказался, потому что подписка у них была скромная. Каждый третий фильм по этой подписке шёл за отдельную плату, а то, что было в этой подписке, мне неинтересно».* (М, 34 года, Москва)

- Понятный и удобный интерфейс, благодаря которому пользователь быстро сможет найти нужный фильм.

*«Я, наверное, останусь с Ivi, а от Кинопоиска откажусь. Там какая-то сложная навигация: неудобно, непривычно. Может быть, мало времени ещё прошло, чтобы разобраться, но мне кажется, что на Ivi всё проще».* (Ж, 32 года, Москва)

- Возможность смотреть киноновинки.

*«Что хорошо в онлайн-кинотеатрах, если не успел посмотреть фильм в кино, то можно его потом посмотреть. Это удобно».* (М, 34 года, Москва)

*«Нравится, что недавно только фильм «Джентльмены» вышел, а на Кинопоиске он уже есть».* (М, 21 год, Екатеринбург)

- Важным преимуществом для пользователей является возможность смотреть фильмы в оригинале с субтитрами, а также дополнительные возможности в виде выбора скорости воспроизведения или версии перевода, возможности прочитать отзывы о фильме или сериале.

*«Мне нравится на Кинопоиске, что можно выбирать скорость воспроизведения. Раньше, до самоизоляции, часто этим пользовался. Выбирал скорость 1.25. Это не очень было заметно, но получалось, что времени меньше тратил на просмотр. Нравится, что можно сразу прочитать отзывы на сайте. В некоторых фильмах есть система распознавания лиц. То есть смотрю какой-то фильм, нажимаю на актёра и там высвечивается информация про него. А ещё у них есть разные переводы. То есть можно выбрать озвучку: официальный дубляж, «Кубик в кубе» или на английский переключить».* (М, 21 год, Екатеринбург)

5. В глазах кинозрителей онлайн- и офлайн-кинотеатры не являются конкурентами, поскольку выполняют разную «работу».

Онлайн-кинотеатрами зрители пользуются для:

- экономии времени, когда хочется посмотреть фильм, но нет времени идти в кинотеатр;
- заполнения фона, когда фильм или сериал включают во время рутинных действий;
- просмотра сериалов и другого контента, которого нет в кинотеатрах.

Офлайн-кинотеатры зрители «нанимают», когда:

- хотят встретиться с друзьями/близкими людьми;
- испытывают потребность в социализации;
- хотят получить особые впечатления, которые не получишь в другом месте от просмотра на широком экране с хорошим звуком, ощутить эффект присутствия.

Таким образом, онлайн-кинотеатры выполняют для зрителей прикладную функцию – получить интересующий контент в нужном месте в нужное время, в то время как в офлайн-кинотеатры зрители идут за получением неповторимых эмоций.

*«Конечно, онлайн-кинотеатр дешевле и смотреть можно где угодно и когда угодно, на паузу можно поставить, сразу обсудить с кем-то. Но поход в кинотеатр – это что-то значимое. Когда смотришь дома, ты посмотрел и забыл, а поход в кинотеатр – это событие. Нельзя сказать, что это – атмосфера праздника, но какое-то более или менее событие».* (М, 34 года, Москва)

### СОБЛЮДЕНИЕ РЕЖИМА САМОИЗОЛЯЦИИ СРЕДИ КИНОАУДИТОРИИ НА ПРОШЕДШЕЙ НЕДЕЛЕ

По сравнению с предыдущей неделей доля респондентов, соблюдающих режим самоизоляции, несколько снизилась: с 92% до 89%. Доля респондентов, вообще не выходящих из дома в течение недели, составила в среднем 11%, а в Москве - 15%. Доля респондентов, свободно перемещавшихся по городу, в среднем выросла с 7% до 11% (в Москве - 6%, в Санкт-Петербурге – 11%, в других городах опроса – 16%).

### ДИНАМИКА ПО ГОРОДАМ

На прошедшей неделе Вы находились на самоизоляции или нет?	Дата опроса					Динамика по городам за последние две недели					
	28-29.03	03-05.04	10-12.04	13-19.04	23-26.06	13-19.04			20-26.04		
						Москва	Санкт-Петербург	Другие города*	Москва	Санкт-Петербург	Другие города*
Вообще не выходил из дома	4%	16%	11%	12%	11%	16%	11%	11%	15%	11%	8%
Выходил из дома в крайних случаях	52%	78%	81%	80%	78%	81%	81%	79%	78%	78%	76%
Свободно перемещался по городу	44%	6%	7%	7%	11%	3%	8%	10%	6%	11%	16%
Отказ от ответа	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%

\*Другие города: Екатеринбург, Новосибирск, Краснодар.

Динамика в разрезе возрастных групп показывает, что к режиму самоизоляции по-прежнему строже относились респонденты 18-24 лет: среди молодежи до 25 лет доля тех, кто не выходил из дома на прошедшей неделе, составила 16%, тогда как в среднем не покидали место жительства за прошедшую неделю 11% опрошенных, свободно перемещались по городу, как и неделю ранее, лишь 3% аудитории данной возрастной группы. Респонденты других возрастных групп несколько ослабили соблюдение режима самоизоляции: в частности, среди аудитории 25-34 лет доля тех, кто на прошедшей неделе свободно перемещался по городу, выросла с 5% до 13%, среди аудитории 35—44 лет – с 8 до 12%, среди аудитории 45 лет и старше – с 10 до 12%.

### ДИНАМИКА ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

На прошедшей неделе Вы находились на самоизоляции или нет?	Дата опроса					Динамика по возрастным группам за последние две недели							
	28-29.03	03-05.04	10-12.04	13-19.04	20-26.04	13-19.04				20-26.04			
						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%	12%	11%	19%	14%	8%	13%	16%	11%	10%	9%
Выходил из дома в крайних случаях	52%	78%	81%	80%	78%	78%	81%	84%	77%	81%	76%	78%	78%
Свободно перемещался по городу	44%	6%	7%	7%	11%	3%	5%	8%	10%	3%	13%	12%	12%
Отказ от ответа	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%

значимо больше/меньше по сравнению с предыдущей волной.

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА ЖИЗНИ

К концу четвертой недели самоизоляции доля респондентов, образ жизни которых поменялся кардинальным образом, продолжила снижение: с 26 до 23% по сравнению с предыдущей неделей.

Некардинальные изменения, как и неделю ранее, отметил 41% респондентов. Треть респондентов не ощутили каких-либо изменений ни в образе жизни, ни в наличии свободного времени.

На четвертой неделе самоизоляции больше свободного времени стало у 46% респондентов (неделю ранее - у 49%). Доля тех, у кого свободного времени стало меньше, составила 20%.

### 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	13-19.04	20-26.04
Да, изменился кардинально	23%	41%	33%	26%	23%
Да, изменился, но не очень сильно	47%	42%	47%	41%	41%
Нет, не изменился	30%	17%	21%	33%	36%
Затрудняюсь ответить	0%	0%	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	13-19.04	20-26.04
Больше, чем обычно	33%	58%	54%	49%	46%
Столько же, как и обычно	48%	28%	28%	29%	33%
Меньше, чем обычно	20%	14%	18%	21%	20%
Затрудняюсь ответить	0%	1%	0%	0%	1%

значительно больше/меньше по сравнению с предыдущей волной.

Сокращение свободного времени фиксируется среди респондентов 18-24 лет.

### ДИНАМИКА НАЛИЧИЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

Оцените, сколько свободного времени у вас было на прошедшей неделе	Дата опроса							
	13 – 19.04				20-26.04.			
	Возрастные группы				Возрастные группы			
	18-24	25-34	35-44	45-55	18-24	25-34	35-44	45-55
Больше, чем обычно	57%	54%	45%	45%	50%	50%	44%	43%
Столько же, как и обычно	22%	29%	31%	32%	26%	32%	30%	39%
Меньше, чем обычно	21%	17%	24%	22%	24%	18%	25%	17%

## ОПАСЕНИЯ КИНОАУДИТОРИИ

На четвертой неделе самоизоляции рейтинг основных поводов для беспокойства среди киноаудитории изменился незначительно. Все больше внимания концентрируется на двух основных поводах: принимаемые меры по противодействию пандемии, а также необходимость длительного пребывания дома (38% и 37% опрошенных соответственно). По-прежнему острее на режим самоизоляции реагирует аудитория 18-24 лет: 49% респондентов данной возрастной группы беспокоило длительное пребывание дома, 18% - необходимость решать вопросы через интернет (в среднем среди опрошенных – 8%). Сокращение дохода беспокоит 27% киноаудитории.

### ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО БЕСПОКОИЛО ВАС НА ПРОШЕДШЕЙ НЕДЕЛЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО?



За прошедший месяц доход сократился у 43% киноаудитории, у 52% материальное положение не изменилось. Увеличили личный 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	13-19.04	20-26.04
Уменьшился	23%	35%	41%	42%	43%
Не изменился	72%	59%	55%	53%	52%
Увеличился	4%	2%	4%	3%	4%

■ 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.*

- Ж. Москва, 35 лет:** «Удалёнка раздражает, интернет еле работает».
- М. Москва, 21 год:** «Дистанционная работа».
- М. Москва, 30 лет:** «Введение пропусков».
- Ж. Москва, 28 лет:** «Нельзя выйти на работу, количество смертности растёт».
- Ж. Москва, 55 лет:** «Из-за изоляции невозможно решать другие проблемы со здоровьем».
- М. Москва, 42 года:** «Не понимаю, чего ожидать в будущем».
- М. Москва, 26 лет:** «Отсутствие развлечений».
- Ж. Москва, 33 года:** «Прибавилось работы».
- М. Москва, 37 лет:** «Одиночество в доме».
- М. Москва, 33 года:** «Пропуска, в метро нельзя проехать без пропуска».
- Ж. Москва, 27 лет:** «Массовая потеря работы у людей, массовое ухудшение уровня жизни».
- М. Москва, 40 лет:** «Ограничение возможности передвигаться».
- Ж. Москва, 32 года:** «Цены на нефть, будущий экономический кризис, прогноз роста преступности».
- М. Москва, 43 года:** «Необходимость выполнения работы».
- Ж. Москва, 35 лет:** «Ограничение в товарах, услугах».
- Ж. Санкт-Петербург, 30 лет:** «Отмена мероприятий, на которые возлагались огромные надежды».
- Ж. Москва, 41 год:** «Экономическая ситуация катится к чертям. Напрягает ценник в продуктовых магазинах».
- Ж. Москва, 49 лет:** «Общее состояние с коронавирусом, невозможность избавиться в ближайшее сроки, неопределённость, связанная с окончанием эпидемии».
- Ж. Москва, 28 лет:** «Непонятно, что дальше будет с экономикой. Дефицит услуг. Нельзя выйти в спортзал».
- М. Краснодар, 32 года:** «Люди остались без работы, и я в частности».
- Ж. Москва, 39 лет:** «Негативная информация отовсюду».
- М. Москва, 38 лет:** «Отсутствие контакта с другими людьми».
- Ж. Москва, 32 года:** «Невозможность посещать магазины, все через интернет, общая нервозность».
- М. Москва, 40 лет:** «Цифровизация, тотальный контроль».
- Ж. Москва, 35 лет:** «Неизвестно, какой будет доход».
- М. Москва, 43 года:** «Другие люди не используют средства защиты, не носят маски, ходят и распространяют вирус».
- Ж. Москва, 47 лет:** «Увеличение объема и времени работы, ограничение в передвижениях».
- Ж. Санкт-Петербург, 53 года:** «Нехватка общения, свежего воздуха».
- Ж. Краснодар, 46 лет:** «Нагнетание ситуации СМИ».
- Ж. Новосибирск, 42 года:** «Дистанционное обучение».
- М. Новосибирск, 42 года:** «Не работают развлекательные учреждения».
- Ж. Краснодар, 36 лет:** «Вопрос: закончится ли это когда-нибудь?».
- Ж. Екатеринбург, 38 лет:** «Ситуация с коронавирусом угнетает и ношение масок постоянное».
- Ж. Новосибирск, 36 лет:** «Курс доллара и нефть».
- Ж. Новосибирск, 26 лет:** «Ценники скачут».

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 20-26 апреля 2020 года. Выборка исследования составляет 1217 интервью и репрезентирует зрителей по полу, возрасту и частоте посещения кинотеатра.