

Малых Марина Михайловна
Институт социальных наук
Иркутского Государственного университета,
г.Иркутск, Российская Федерация
marcher09@mail.ru

Изменение телевизионного потребления в условиях самоизоляции

Аннотация. В турбулентные периоды многие сферы жизни человеческого общества претерпевают изменения. Не обходят стороной изменения и бизнес, как важную часть экономики любой страны. Какие изменения произошли в телевизионной сфере? Чем предпочли люди скрасить свой досуг, сидя дома?

Ключевые слова: телесмотрение; самоизоляция; зрители; телевидение; исследования

Malykh Marina Mikhailovna
Institute of social Sciences
Irkutsk state University
Irkutsk, Russian Federation
marcher09@mail.ru

Change in television consumption in conditions of self-isolation

Abstract. During turbulent periods, many areas of human society are undergoing changes. Business, as an important part of any country's economy, is not spared from changes. What changes have taken place in the television industry? What did people prefer to brighten up their leisure time while sitting at home?

Keywords: TV viewing; self-isolation; viewers; television; research

Вирус, уже оставивший след в современной истории человечества, оказал огромное влияние на многие процессы. Социальный и медицинский сектора показали свою готовность к чрезвычайным ситуациям, бизнес показал свое умение оперативно трансформироваться в новых реалиях, а просто человеку пришлось привыкать к новым условиям постоянной работы и жизни в тесном семейном кругу.

Как и в любое другое турбулентное время вне зависимости от предпосылок его возникновения всегда будут те, кто выигрывает, и кто проигрывает. Интересно то, что телевизионный бизнес оказался той сферой, которая потеряла часть дохода, но вернула к экранам значительную часть зрителей с увеличением длительности просмотра

Предпосылки изменения потребления ТВ.

На протяжении последнего десятилетия эксперты социологи и медийные экономисты указывали на неизбежные потери современного эфирного ТВ в части зрительского внимания. Причины этих потерь были абсолютно объективны:

- Высокая конкуренция со стороны тематического ТВ

- Недостаточная оперативность в подаче новостей
- Снижение доходов центральных каналов и, как следствие, падение качества эфирного программирования

- Рост технического проникновения интернета
- Активное использование смарт ТВ и смартфонов

Продолжать этот список можно долго, более того под каждым пунктом логично было бы написать еще несколько подпунктов, которые докажут, что эксперты были правы. И действительно, медленно, но верно телевизионная аудитория уменьшалась, а время просмотра ТВ сокращалось.

В марте 2020 года из-за роста числа выявленных случаев заражения вирусом COVID19 правительством Москвы были даны первые рекомендации по введению режима самоизоляции, которые не просто закрыли людей дома, но и лишили привычного досуга в виде общественных мест, ресторанов, торговых центров, массовых мероприятий. С апреля 2020 года эта практика была перенесена на регионы. Достаточно оперативно появились первые прогнозы медийных экспертов о том, что аудитория ТВ в ближайшее время неизбежно прирастет.

Пример – статья на портале ADINDEX.ru [Коронавирус: как рекламодателям...] от 16 марта 2020 года, в которой приведены цифры роста телесмотрения в других странах (Рис 1).



Рисунок 1. Показатели телесмотрения в Китае и Италии в период пандемии

Чуть позже ведущее агентство маркетинговых исследований Кантар опубликовало данные по телесмотрению в разных странах в период самоизоляции. Везде наблюдается рост показателей за достаточно короткий срок (См. Рисунок 2).



Рисунок 2. Данные по телесмотрению в разных странах в период самоизоляции

Изменение потребления ТВ в России.

Аналитическая компания MediaHills [Аналитики MediaHills подвели итоги...] подвела итоги "домашнего" апреля. Мы сравнили данные телеканалов за апрель по отношению к предыдущим "докарантинным" 6 неделям с 3 февраля по 15 марта 2020 года по России, население 4+.

Апрель не был обычным весенним месяцем, как в предыдущие годы. Коронавирус и самоизоляция наложили отпечаток на все сферы жизни россиян, в том числе на телесмотрение.

Ключевым трендом апреля стало заметное увеличение доли тематических каналов. Ближе к концу апреля люди устали от негативных новостей и связанного с этим напряжения. В результате MediaHills зафиксировал рост доли тематических телеканалов: с 20 по 26 апреля в Москве рост составил +10%, а в России +9%.

Кроме телевизора в домашнем доступе человека есть интернет, различные видеосервисы, онлайн игры. И по этим направлениям домашнего досуга тоже наблюдается прирост, но почему именно цифры телесмотрения показали положительную динамику быстрее других?

Прежде всего включить телевизор для человека просто и привычно. Не нужно ничего придумывать и выбирать, ведь телеканалы позаботились о том, чтобы предоставить зрителю то, что ему нравится, спланировав программную сетку в

соответствии с распорядком дня. Телевизор не нужно загружать и ждать, когда появится интерфейс, достаточно нажать на одну кнопку. Телевизор объединил в себе информацию и развлечения, так необходимые в закрытом пространстве, в котором оказался человек. И, конечно, неизбежность: когда ты ограничен в выборе, ты используешь то, что под рукой – пульт.

Эти факторы оказали влияние на выбор человека, что нашло отражение в первых же показателях по телесмотрению.

Региональные показатели изменения потребления ТВ.

Поведение зрителя в регионах можно проанализировать на примере Иркутска. По данным компании Mediascope, начиная со второй половины марта до конца мая показатели 2020 года заметно выше аналогичного периода 2019 года (См. Рисунок 4).

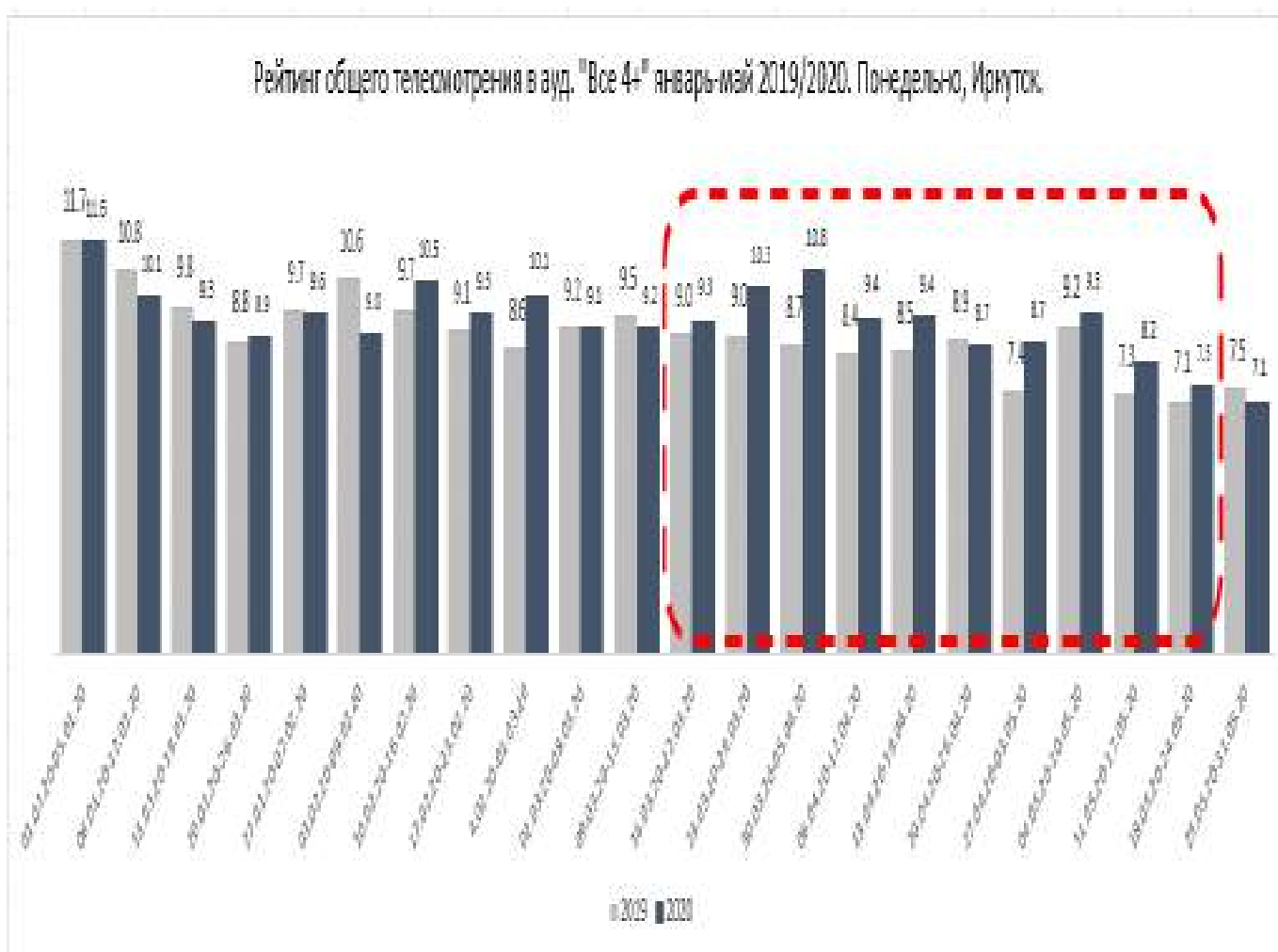


Рисунок 4. Показатели телесмотрения в Иркутске январь-май 2020/2019

Удаленная работа, отсутствие альтернатив проведения досуга, постоянная потребность в получении свежей информации относительно пандемии и постоянная доступность телевизора в совокупности привело людей к экрану, что положительно сказалось на показателях телесмотрения.

Вместе с общим ростом телесмотрения заметно увеличилось время просмотра телевизора во всех возрастных группах, но самый большой прирост наблюдается в

группе от 4 до 17 лет. Изоляция школ и детских садов обеспечила избыток свободного времени подрастающему поколению. А на фоне занятости родителей на удаленной работе телевизор сыграл роль временной няни (См. Рисунок 5).

Длительность просмотра телевизора в Иркутске

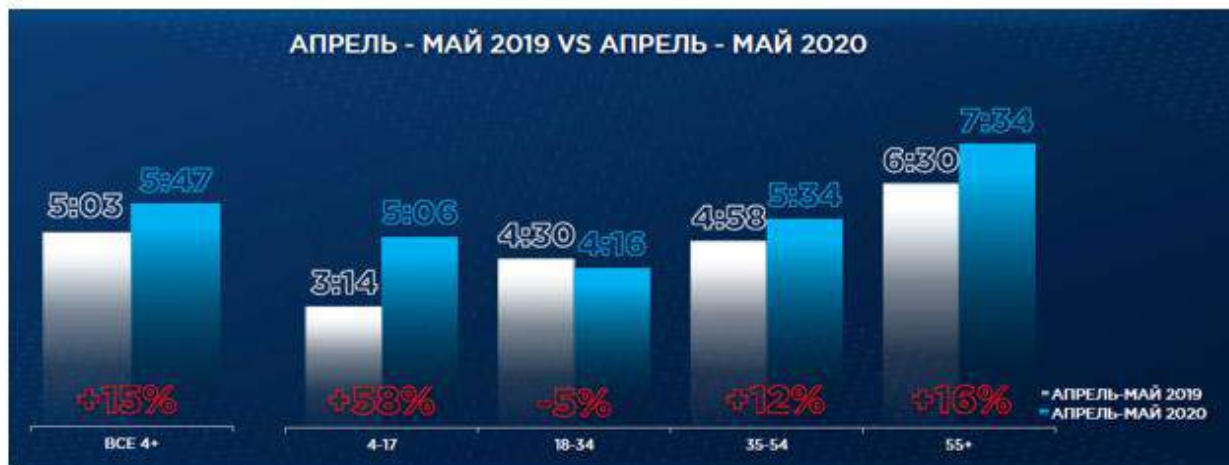


Рисунок 5. Длительность просмотра телевизора в Иркутске апрель-май 2020/2019

Режим самоизоляции плавно снимается в регионах, наблюдается возвращение к стандартному графику работы во многих сферах бизнеса. И снова медиааналитики делают свои прогнозы относительно показателей телесмотрения. Одни утверждают, что цифры окажутся на уровне 2019 года, другие, что телесмотрение снизится, но будет ощутимо выше стандартных показателей еще очень продолжительный период. Как бы не повел себя зритель в дальнейшем, период самоизоляции показал, что при всем разнообразии технических достижений в наличии, оказываясь в домашнем окружении, человек выбирает привычный и самый простой способ проведения досуга – телевидение.

Библиографический список

Коронавирус: как рекламодателям действовать в кризис [Электронный ресурс] // [adindex.ru](https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2020/03/16/280102.phtml): [веб- сайт]. URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2020/03/16/280102.phtml> (дата обращения: 14.06.2020).

Аналитики MediaHills подвели итоги телесмотрения россиян в апреле [Электронный ресурс] // [Cableman.ru](https://www.cableman.ru/article/analitiki-mediahills-podveli-itogi-telesmotreniya-rossiyan-v-aprele): [веб- сайт]. URL: <https://www.cableman.ru/article/analitiki-mediahills-podveli-itogi-telesmotreniya-rossiyan-v-aprele> (дата обращения: 14.06.2020).

После окончания карантина телесмотрение вернется на прежний уровень [Электронный ресурс] // [sostav.ru](https://www.sostav.ru/publication/kantar-globalnoe-telesmotrenie-rastet-43210.html): [веб- сайт]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/kantar-globalnoe-telesmotrenie-rastet-43210.html> (дата обращения: 14.06.2020).