Социальные эффекты кино. Карта лидеров воздействия 2024

Центр социального проектирования «Платформа» при поддержке Национальной Медиа Группы представляет очередной ежегодный рейтинг фильмов с высоким социальным эффектом, состоящий из картин, вышедших в 2023 г.

Рейтинг разработан к проходящей в Москве «Российской креативной неделе».

Дата проведения: февраль – апрель 2024 года.

Параметры исследования

- *В опросе приняли участие 1400 респондентов в возрасте 18 лет и старше, проживающих в городах с населением от 100 000 человек;*
- *Были проведены две фокус-группы с зрителями;*
- *Кинопродукты для оценки были отобраны с помощью экспертной сессии, участниками которой стали действующие специалисты в киноиндустрии;*
- *К участию в рейтинге допускались картины, вышедшие в 2023 году.*

Ключевые цифры и выводы

Российское кино стали смотреть чаще. Российская киноиндустрия за последние несколько лет совершила рывок вперед, завоевав уважение и внимание своего зрителя. 94% россиян в 2024 году позитивно оценивают качество отечественного киноконтента (высокий + средний уровень) – за последний год этот показатель вырос на 6 п.п. Показатель тех, кто оценивает качество российского кино очень высоко, за последние 3 года вырос на 26 п.п.

Зрители хотят видеть не только обсуждение социальных проблем, но и примеры их решения. 67% респондентов уверены, что кино должно целенаправленно менять людей и общество, развивать позитивные ценности, давать образцы поведения, достойные подражания. Больше половины опрошенных уверены, что кино с социальным воздействием ведет к благоприятным изменениям в обществе.

У аудитории выражен запрос на поиск «героя среди нас». Ей ценностно отзывается история об обычном человеке, который проявляет героизм в силу обстоятельств. Фильмы с подобным сюжетом позволяют зрителю почувствовать себя героем и дают веру в лучшее в людях.

Зритель ждет позитивных эмоций от социально преобразующего контента. 51% ждет от таких проектов душевного подъема, столько же опрошенных считают, что кино с социальным импактом должно вызывать сочувствие и сострадание. Такие эмоции больше откликаются старшему поколению. 10% упоминают несправедливость, 9% удивление и 8% – стыд. По большей части таких эмоций от кино с социальным импактом ожидает именно молодежь. Однако глубокая драма в кино с социальным

воздействием, как правило, имеет меньший эффект.

Полная версия исследования:

Скачать