



От потока К наводнению

Потоковое видео предоставляет странам с формирующимся рынком возможность распространения контента на национальном уровне и по всему миру

Адам Бехсуди

Она — нигерийка, красавица, адвокат. Он — успешный индийский инвестиционный банкир. Так же как их романтическая история преодолевает расстояния между странами, увековечивающий ее фильм является столь же межкультурным: поставлен и снят в Нигерии, смонтирован в Индии и выпущен службой Netflix для всемирной аудитории.

Помимо сюжета с неодобрительным отношением родителей и сахарно-сладкими танцевальными номерами, слияние нигерийского Нолливуда и индийского Болливуда с выпуском фильма «*Намaste Вахала*» («Привет, неприятности» на гибриде хинди и нигерийского) показывает, насколько тесен стал мир в новую эпоху потокового видео.

Гиганты потокового вещания, такие как Netflix, Disney+ и Amazon, формируют новые аудитории и пересекающиеся рынки в невиданных ранее формах. В ходе этого процесса они открывают новые возможности для расцветающего кино- и телевизионного производства в некоторых из наиболее динамичных стран с формирующимся рынком, изменяя эко-

номические расчеты, лежащие в основе создания фильмов, и трансформируя представления о том, что может стать хитом.

«Как здорово, что мы на одной и той же платформе. Вот что впечатляет — то, что это фильм Нолливуда, то, где он распространяется, с чем мы оказываемся рядом, с точки зрения продукции Голливуда, и то, что фильм воспринимается таким образом», — говорит Хамиша Дарьяни Ахуджа, нигерийка в третьем поколении с индийскими корнями, которая является создателем, режиссером, продюсером и актрисой фильма, который вышел на Netflix в День святого Валентина.

Романтическая комедия Ахуджи на короткое время прорвалась в число десяти лидеров Netflix в США, вызвав оживленное обсуждение недавнего расширения компании на африканский контент.

Рост в сфере служб потокового вещания только повысил роль сектора развлечений как одной из движущих сил экономической активности в крупных странах с формирующимся рынком. Например, в Индии, по некоторым оценкам, на этот сектор приходится 1 процент ВВП. В Нигерии

занятость более миллиона человек напрямую или косвенно приходится на Голливуд, который является вторым по численности занятых работодателем после сельского хозяйства. А Китай в прошлом году обогнал США по кассовым сборам в секторе развлечений. Несмотря на неизбежное влияние пандемии, у людей неизменно сохраняется стремление к развлечениям, и перевод контента в цифровую форму меняет правила игры. «Я думаю, сейчас мы находимся в начале огромной волны международного контента и более крупных инвестиций в международный контент, которые когда-либо отмечались», — говорит Стефан Холл, начальник проектной группы по средствам массовой информации, развлечениям и культуре Всемирного экономического форума.

Ключевым фактором является инфраструктура

В странах Азии с формирующимся рынком наблюдается взрывной рост служб потокового вещания (см. рис. 1). Количество подписок на службы потокового вещания видео в Индии увеличилось с 4,5 млн в 2017 году до 59,6 млн в 2020 году. В Индонезии численность подписчиков возросла с 200 000 в 2017 году до 8 млн в 2020 году. В Таиланде и на Филиппинах за тот же период рост составил 130 процентов и 71 процент, соответственно, согласно информации независимой исследовательско-консультационной компании Media Partners Asia.

«За последние три-четыре года на этих рынках произошла мобильная революция, особенно в Индии, где мы только что наблюдали огромный скачок в использовании данных», — говорит Вивек Коутто, исполнительный директор Media Partners Asia, работающий в Сингапуре. «С точки зрения инфраструктуры картина многократно расширилась». В Индии быстрое распространение доступа к интернету вызывало ожесточенную конкуренцию между крупней-

шими поставщиками телекоммуникационных услуг в стране, что привело к снижению цен на передачу данных до одного из самых низких уровней в мире. Большинство людей пользуется службами потокового видео с помощью своих смартфонов, а Индия имеет один из самых высоких показателей использования данных в расчете на один смартфон в мире.

В 2019 году Netflix в Индии предложил чисто мобильный пакет, позволяющий пользователям получать контент в потоковом режиме на свои смартфоны или планшеты менее чем за 3 доллара в месяц. Аналогичный пакет Netflix вывел на рынок в Малайзии. На другой стороне планеты базирующаяся в Испании компания Telefonica, являющаяся одним из крупнейших поставщиков телекоммуникационных услуг в Латинской Америке, в 2018 году объявила о многолетнем партнерстве, которое позволит беспрепятственно подписываться на Netflix на базе ее платформ во всем регионе. В Африке, где пользование интернетом вызывает больше трудностей, служба потокового вещания ведет работу с операторами услуг телекоммуникаций, чтобы облегчить осуществление платежей потенциальными подписчиками.

С пандемией COVID-19 эта тенденция только усилилась. Согласно результатам ежегодного обследования тысяч зрителей из 10 стран с развитой экономикой и стран с формирующимся рынком, почти половина респондентов подписались на службы потокового вещания в первой половине 2020 года, и в качестве основной причины они указали то, что они стали проводить больше времени дома.

Этот новый уровень охвата во многих странах способствовал выходу на рынок крупнейших компаний потокового вещания, что, в свою очередь, радикально изменило спектр возможностей и увеличило конкуренцию в сфере создания контента.

Хотя службы потокового вещания облегчили вывод контента за границы каждой отдельной страны на региональный рынок или для общемировой аудитории, одной из основных задач остается привлечение и удержание подписчиков, заинтересованных в расширении вариантов контента из своих собственных стран.

В 2019 году служба Disney+ приобрела Hotstar, ведущую службу потокового вещания Индии, на которую в настоящее время приходится 30 процентов базы подписчиков служб потокового вещания. Netflix устойчиво расширяет свои инвестиции в создание местного контента в новых частях мира, и в числе этих инициатив — новое продвижение в прошлом году в Африку с более оригинальным контентом. Этот титан потокового вещания, начинавший как служба проката DVD с заказом по почте, за 2020 год приобрел 36,6 млн клиентов, что стало его самым большим приростом за год, и на настоящий момент насчитывает более 200 миллионов подписчиков по всему миру.

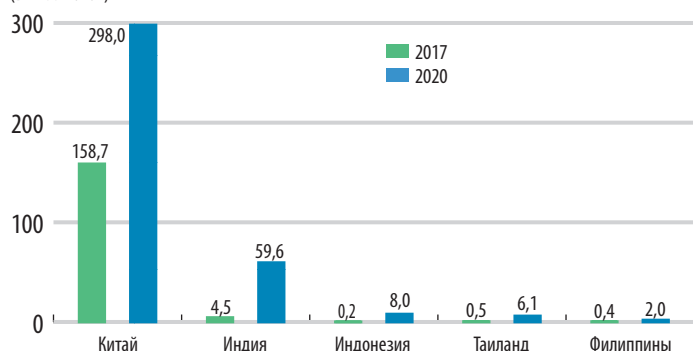
В 2019 году Amazon в Индии принес редкое публичное извинение за телевизионный сериал, признанный оскорбительным для индуистов, но компания не показала никаких

Рисунок 1

Всплеск потокового вещания

В последние годы в некоторых из крупнейших стран Азии с формирующимся рынком отмечается экспоненциальный рост служб потокового вещания.

(В миллионах)



Источник: Media Partners Asia.

признаков отступления с этого рынка, и в марте объявила о том, что она расширяет свою деятельность за рамки телевизионных программ и выступит в качестве одного из продюсеров своего первого крупного полнометражного фильма в Болливуде.

Хотя базирующиеся в США компании сталкиваются с конкуренцией со стороны национальных служб потокового вещания, они достигают доминирующего положения за счет готовности финансировать местный контент из своих богатых ресурсов.

«Экосистема местного контента имеет большое значение, — говорит Коуто. — По мере роста основных гигантов интернета (Netflix и Amazon) и Disney в рамках этих крупных локальных географических зон их приверженность инвестициям на местном уровне и формированию креативной экономики будет играть жизненно важную роль, поскольку в противном случае отношение к ним будет более враждебным».

Встречное движение

Торговля такими продуктами культуры, как фильмы и музыка, всегда отягощалась вопросами культурного и политического такта. И это по-прежнему так.

В европейских странах уже давно установлено, что определенная доля транслируемого, а теперь находящегося в потоковом вещании, контента должна быть местного производства. В Китае сформированы такие условия, в которых осуществляется тщательный мониторинг иностранного контента, что привело к динамичному потоковому вещанию с доминирующей ролью китайских участников рынка, Tencent и iQiyi. Культурные особенности в Индии заставили крупные компании США внести коррективы в свой курс, чтобы сохранить возможность дальнейшего расширения деятельности.

Однако на тех рынках, где работают базирующиеся в США гиганты, такие как Netflix и Amazon, они в большей степени выполняли функции содействия свободной торговле, а не культурных гегемонов, — говорит Джозель Вальдфогель, профессор экономики в Университете Миннесоты.

«Здесь удачная неожиданность заключается в том, данная сфера торговли представляет собой дорогу с движением в обоих направлениях. Так что сейчас это скачки, — говорит Вальдфогель, который исследует последствия перевода контента в цифровую форму для стран, создающих контент. — В несколько более долгосрочной перспективе мы видим, что стоимость постановки упала настолько, что в производстве музыки и фильмов происходит взрывной рост».

В своей книге 2018 года «*Digital Renaissance*» Вальдфогель утверждает, что перевод контента в цифровую форму возвещает золотой век в массовой культуре.

Новые технологии расширили круг потенциальных создателей фильмов. Тем временем интернет расширил каналы распространения. Для фильмов это означает обход тради-

ционных кинотеатров и выпусков в прокат. В условиях пандемии эта тенденция усилилась даже на таких рынках, как Индия, где переход на потоковое вещание отстает от США.

Службы потокового вещания поместили на одну платформу более бюджетные постановки и блестящие дорогостоящие фильмы.

«Продукты культуры служат крайними примерами продукции, в отношении которой очень трудно предугадать, что именно будет пользоваться успехом, и это означает обращение к потребителям во время принятия инвестиционных решений, — говорит Вальдфогель. — В Голливуде есть выражение: никто ничего не знает».

Однако расширение деятельности служб потокового вещания позволило несколько уменьшить работу наугад при постановке фильмов. Говоря экономическим языком, интернет создает экономию на масштабах и сфере охвата, то есть увеличивает предложение и спрос для большего количества и разнообразия творческого контента. Облегчая зрителям нахождение того, что они хотят посмотреть, он создал более эффективную бизнес-модель, которая может быть адаптирована для применения почти в любой точке мира.

Это стало хорошей новостью для стран с формирующимся рынком, обладающих крупной постоянной аудиторией и потенциалом для производства контента. Службы потокового вещания Netflix и Amazon играли значимую роль в предоставлении телевидению и кинематографу альтернативного канала распространения в этих странах и в повышении конкуренции с национальными компаниями вещания.

«Для продюсера нет большей удачи, чем предстать перед аудиторией за границами его естественной деловой географии, — говорит Коуто из Media Partners Asia. — Для учреждений культуры страны, будь то государственные органы или другие организации, также огромное значение имеет подача истории, представляющей вашу страну, содержащей эти ценности и дающей общемировое название вашему контенту, поскольку все это возвращается в форме экономического вклада».

Для Ахуджи, создателя «Намасте Вахала», возможность пришла с мероприятием, посвященным запуску проекта и проводившимся с руководителями высшего звена Netflix в Лагосе в феврале 2020 года. Рекламная кампания перед выпуском ее фильма привлекла внимание. Выход фильма на экраны был запланирован в кинотеатрах Нигерии на апрель 2020 года, но затем разразилась пандемия. Возможность пришла от гиганта потокового вещания.

«По моему ощущению, сейчас это рынок контента, — говорит она. — Не думаю, что есть предел тому, сколько контента там можно выложить».

АДАМ БЕХСУДИ — сотрудник журнала «Финансы и развитие».