

Изменение места стриминговых сервисов в досуге россиян в 2020 г. (на примере «ivi» и «Okko»)

Научный руководитель – Вартанова Елена Леонидовна

Базоева Дзерасса Исламовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: Dbazoeva771@gmail.com

Дистанционный формат взаимодействия россиян с внешним миром в 2020 году во время пандемии *COVID-19* повлек за собой значительные изменения в медиасистеме России. С марта по декабрь 2020 года, во время пандемии, сегмент стриминговых сервисов стал одним из немногих сегментов медиабизнеса, который смог не только сохранить прибыль, но и увеличить ее по сравнению с конкурирующим офлайн-форматом. Это стало отражением глобальной тенденции: в 2020 году онлайн-платформы уверенно превзошли общемировые доходы в прокате продуктов киноиндустрии — 49,4 млрд долларов США против 14,3 млрд долларов США [1].

В 2020 году просмотр фильмов и сериалов стал наиболее популярным видом медиапотребления в России — около 95% респондентов проведенного тогда исследования заявили, что для просмотра видеоконтента пользовались онлайн-сервисами. При этом отмечена тенденция уменьшения доли россиян, которые смотрят телевизор — раз в две недели его включали около 88% респондентов. Это стало рекордно низким показателем за последние пять лет [2].

Российский рынок стриминговых сервисов в настоящее время является одним из наиболее перспективных и стремительно развивающихся сегментов медиасистемы.

На фоне пандемии и связанных с ней ограничений аудитория стриминговых сервисов в России заметно выросла. Многие российские онлайн-платформы отчитались о резком росте количества подписчиков в первом полугодии 2020 года. Не удивительно, что около 56% россиян уже сегодня готовы отказаться от посещения кинотеатров в пользу просмотра видеоконтента на стриминговых сервисах [2]. В 2020 г. часть онлайн-платформ на время отменила платную подписку и опубликовала некоторые видеопродукты в свободном доступе, стремясь привлечь как можно больше лояльных подписчиков.

Лидерами рынка в 2020 году стали крупные российские платформы - *ivi* и *Okko*, на долю которых приходится около 40% рынка видеосервисов в целом. В первую пятерку онлайн-кинотеатров также входят *Megogo* и принадлежащий «Ростелекому» *Wink* (по 7%). Около 5% рынка занимает «Амедиатека», доля американского видеосервиса *Netflix* составила 4%.

Модель монетизации контента через подписки на сервис встречается не только на просторах международных платформ, но и российских. При этом российские стриминговые сервисы конкурируют за место в бюджете времени потребителя между собой, а глобальные (американского происхождения) конкурируют с каналами платного телевидения. Это объясняется и средней ценой подписки на платное телевидение в России - она составляет 150 рублей, в то время как подписка на стриминговые сервисы в нашей стране составляет 350-450 рублей. Для сравнения приведем данные по североамериканскому рынку: в США подписка на платное ТВ составляет примерно 80 долл. США и 10-15 долл. США за OTT-сервисы. Стоимость подписки «Оптимум» в онлайн-кинотеатре *Okko* составляет 399

рублей [4], а в онлайн-кинотеатре *ivi* по сути достигает этой же суммы за базовый тариф при ежемесячном списании [3].

На российском рынке видна тенденция усиления формата партнерств и коллабораций местных компаний для производства контента. Например, фильм «Спутник» вышел в онлайн-формате при сотрудничестве сразу трех платформ: *Wink*, *ivi*, *More.tv*.

В 2020 году стриминговые сервисы стали неотъемлемой частью жизни россиян. Дистанционный формат досуга негативно отразился на офлайн-кинотеатры, но помог российским стриминговым платформам стать лидерами сферы (в частности *Okko* и *ivi*).

Источники и литература

- 1) Медиаиндустрия в 2020–2024 гг.: Ежегодный обзор мировой и российской индустрии развлечений и медиа: <https://www.pwc.ru/ru/publications/mediaindustriya-v-2020-2024.html>
- 2) Медиапотребление в России — 2020 // Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ; М., 2020: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/media-consumption-russia-2020.pdf>
- 3) Ivi: <https://www.ivi.ru/plus>
- 4) ОККО: https://okko.tv/?_ga=2.213880401.418219869.1646846776-584624129.1646846776