

СТРИМИНГОВЫЕ СЕРВИСЫ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО КИНЕМАТОГРАФА

Бакаева Ю.Г.

Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского
banks1701@gmail.com

Стриминговые сервисы – это сервисы, которые передают видео, музыку и прочее через Интернет, чтобы люди могли смотреть или слушать их сразу же, вместо того, чтобы скачивать или смотреть только во время трансляции. Такое определение стриминговым сервисам дает Кэмбриджский словарь [1].

В последние годы интерес со стороны зрителей к стриминговым сервисам увеличился. Не последнюю роль в этом сыграла пандемия Covid-19. Пандемия и последовавший за ней локдаун в 2020 году повлияли на все стороны обыденной жизни, в том числе и на медиаиндустрию: из-за отмены массовых мероприятий процесс производства и реализации медиапродуктов стал затруднительным, таким образом, аудитория, потребляющая медиа-контент, лишилась значительной его части.

В силу закрытия кинотеатров, премьеры многих фильмов были перенесены на 2021-ый год, или были выпущены сразу на сервисах онлайн-просмотра. Например, фильмы «Вне игры» и «Бладшот» премьеры которых была запланирована на весну 2020-го года, сразу вышли в онлайн-кинотеатрах [2].

Также съёмки многих фильмов и сериалов были отменены в 2020-ом году, например, стриминговый сервис Netflix, аудитория которого на 2021 год составляет более 200 миллионов подписчиков, перенёс съёмки многих своих хэдлинеров, в числе которых, второй сезон сериала «Ведьмак» [3]. Сериал вышел в конце 2019-го, и более года продержался в «популярном» на сайте хостинга.

Нельзя не отметить также, какие изменения перетерпела современная мировая экономика в связи с началом пандемии. К примеру, по итогам 2020 года американский кинорынок потерял 80% сборов. А общемировой – 70%. Продажи кинобилетов в США в период с 1 января по 31 декабря, составили примерно \$2,3 млрд, по сравнению с 2019 годом, когда было заработано \$11,4 млрд. Это самый низкий показатель для рынка за последние 40 лет. Таким образом, Китай вытеснил Северную Америку, став лидером мирового кинорынка. По предварительным подсчетам Comscore, в 2020 году кинотеатры Китая собрали \$2,7 млрд [4].

Учитывая все вышеперечисленные факторы, можно выделить две тенденции, сформировавшиеся в мировом кинематографе в связи с пандемией. В первую очередь, резкий скачок интереса аудитории к онлайн-кинотеатрам и сервисам стримингового вещания. Особенно заметна данная тенденция на примере России, где, в отличие от большинства стран, все еще функционируют сайты нелегального просмотра фильмов и сериалов. Российская аудитория, платящая за контент онлайн-кинотеатров, выросла по итогам 2020 года на 52% и составила 8,5 млн, говорится в исследовании «ТМТ Консалтинг» [5]. Доля россиян, платящих за онлайн-подписку, выросла в два раза: с 19% в феврале до 39% в сентябре 2020 года. Наиболее востребованными сервисами оказались Ivi – 57%, «Кинопоиск» – 44% и Okko – 38% [6].

Следующая тенденция, которая в меньшей степени связана с пандемией, это – интерес аудитории к неанглоязычным фильмам и сериалам. Если мы будем говорить об одном из наиболее популярных стриминговых сервисов, транслирующих фильмы и сериалы, Netflix, то можно также отметить рост интереса аудитории к кинематографу разных стран мира. На стриминговом сервисе начали набирать популярность сериалы, произведенные не только в Америке, но в Европе и Азии.

В конце октября 2021 года Netflix опубликовал официальную статистику наиболее просматриваемых сериалов сервиса. В десятку самых популярных попали сразу несколько неанглоязычных сериалов, среди них: испанский «Бумажный дом» (4 сезон – 65

миллионов просмотров, 5 сезон – 69 миллионов просмотров), французский «Lupin» (76 миллионов просмотров) и южнокорейская «Игра в кальмара» (142 миллиона просмотров) [7]. Что удивительно, сериалу производства Южной Кореи всего за месяц удалось набрать рекордное количество просмотров на сервисе и сместить «Ведьмака», который, как было сказано ранее, занимал первую строчку «популярного» около года.

Говоря о наиболее актуальных оригинальных сериалах Netflix, снятых не на английском языке, следует отметить такие работы, как «Элита», также испанского производства, и немецкую «Тьму». Данные сериалы также регулярно получают отклик от аудитории и оказываются в подборке популярного у зрителей сервиса.

Однако ситуацию с сериалом «Игра в кальмара» можно назвать уникальной, так как у данной работы практически не было активной рекламной кампании за пределами Южной Кореи. Также веб-сериалу удалось побить рекорд по просмотрам на сервисе менее чем через месяц после его публикации в конце сентября 2021 года.

В определенной степени, это можно объяснить общим интересом аудитории к азиатской культуре. На том же сервисе Netflix в последние несколько лет начали активно выкладывать сериалы в популярном в азиатских странах жанре аниме, а также дорамы [8]. Драма – это «... драма (яп. テレビドラマ тэрэби драма, от англ. drama) – японские телесериалы, которые сегодня являются одними из самых рейтинговых передач. Несмотря очевидный перевод, дорамы выпускаются в различных жанрах – романтика, комедия, детективы, фэнтези, ужасы и др. В русскоязычном понимании дорамами называют корейские, китайские, тайваньские и гонконгские сериалы [9]. Однако публикуются сериалы с субтитрами на других языках, соответственно, интерес к ним присутствует у аудитории из разных стран мира.

Помимо прочего, можно отметить также ситуацию с российским супергеройским фильмом «Майор Гром: Чумной доктор». Картина вышла в прокат в апреле 2021 года, однако, фильм не окупился. Бюджет кино составил около 640 миллионов рублей, но в мировом прокате он собрал менее 330 миллионов рублей [10]. Однако фильм в дальнейшем появился в онлайн-кинотеатре «Кинопоиск HD» и на стриминговой платформе Netflix. По словам режиссёра картины Олега Трофима, сумма сделки стала рекордной среди российских проектов, проданных Netflix - предыдущий рекорд был установлен другим российским проектом - сериалом «Эпидемия», проданным платформе за полтора миллиона долларов США [11]. Таким образом, фильм смогло увидеть гораздо больше зрителей, и он также находился в топе наиболее просматриваемых фильмов сервисов на протяжении нескольких недель.

Нельзя не отметить, что таким образом фильму удалось в определенной степени привлечь внимание и к другим российским кинолентам. К примеру, вышедшая через месяц после «Майора Грома» на том же Netflix картина «Серебряные коньки», менее чем через неделю оказалась в пятерке «популярного» в мире среди фильмов сервиса [12]. Таким образом, нельзя не отметить определенный кредит доверия, сформировавшийся у зрителей к российскому кинематографу, в связи с вышедшими фильмами. Следует также упомянуть, что «Майор Гром: Чумной доктор» и «Серебряные коньки» оказались в прокате ограниченного количества стран. В большинстве своем, это были страны СНГ.

В качестве вывода можно отметить, что рост популярности стриминговых сервисов и онлайн-кинотеатров в период пандемии, в определенной мере способствовали привлечению внимания зрителей к кинематографу и сериалам. У аудитории появилось свободное время, чтобы уделить внимание просмотру большего количества произведений. Также этому поспособствовал тот факт, что многие киноленты в 2020 году не вышли в прокат из-за локдауна, а также съемки значительной части фильмов и сериалов были перенесены на более поздние сроки.

В связи с этим фактом, зрители лишились значительной части новинок, и обратили свое внимание на фильмы и сериалы, вышедшие до 2020 года, а также на проекты, которые ранее не вызывали у них интереса. К примеру, таким фильмом стало

«Заражение». Картина вышла еще в 2019-ом году и «занимала 270-е место по числу просмотров в каталоге Warner Bros., а уже в 2020-м стремительно поднялась до второго, уступив первенство серии «Гарри Поттер»» [13].

Также это могло повлиять на интерес зрителей к фильмам и сериалам производства разных стран мира. А также проекты, не получившие большого интереса публики в кинопрокате, смогли реализоваться в формате онлайн.

Список литературы

1. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 4.11.2021).
2. Кинопоиск. Какие премьеры, съемки и фестивали отменились из-за коронавируса. Полный список. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/news/4000878> (дата обращения: 4.11.2021).
3. Газета RU. Мировой рекорд: аудитория Netflix превысила 200 млн. URL: https://www.gazeta.ru/culture/2021/01/20/a_13448324.shtm (дата обращения: 4.11.2021).
4. Каталог фильмов. URL: <https://ekinobilet.fond-kino.ru/films/detail/111021719/> дата обращения: 4.11.2021).
5. ТАСС. Платящая аудитория онлайн-кинотеатров в России выросла за год в 1,5 раза. URL: <https://tass.ru/ekonomika/10859529> (дата обращения: 4.11.2021).
6. Sostav. Бурный рост онлайн-кинотеатров в 2020 году: революция или закономерность? URL: <https://www.sostav.ru/publication/rost-onlajn-kinoteatrov-v-2020-godu-46653.html> (дата обращения: 4.11.2021).
7. Insider. Netflix's top 10 original TV show hits of all time, including 'Squid Game' and 'Bridgerton'. URL: <https://www.businessinsider.com/bridgerton-compared-to-other-netflix-top-original-shows-viewership-2021-1#1-squid-game-season-one-142-million-10> (дата обращения: 4.11.2021).
8. Netflix. URL: <https://www.netflix.com/ru/> (дата обращения: 4.11.2021).
9. Прищепова Анна. Корейский синдром: новая волна сериалов из Южной Кореи. «https://www.vokrug.tv/article/show/koreiskii_sindrom_novaya_volna_serialov_iz_yuzhnoi_korei_52226/» (дата обращения: 4.11.2021).
10. Кинопоиск. «Майор Гром: Чумной доктор» сборы. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/1109271/box/> (дата обращения: 4.11.2021).
11. Вокруг ТВ. Netflix купил фильм «Майор Гром: Чумной Доктор» за рекордную сумму. URL: <https://www.vokrug.tv/article/show/16202589631/> (дата обращения: 4.11.2021).
12. Бюллетень кинопрокатчика. «Серебряные коньки» заняли пятое место по просмотрам на Netflix. URL: https://www.kinometro.ru/news/show/name/Silver_skate_Netflix_top5_8467#:~:text=Российский%20фильм%20СЕРЕБРЯНЫЕ%20КОНЬКИ%2С%20вышедший,фильм%20занял%20вторую%20строчку%20рейтинга (дата обращения: 4.11.2021).
13. Кинопоиск. Фильм «Заражение» вновь популярен из-за коронавируса. В нем действительно много совпадений. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/news/4000898/> (дата обращения: 4.11.2021).