

Матвиенко Валентин Викторович

кандидат филологических наук,
доцент кафедры теории и истории журналистики
Российского университета дружбы народов

ИНДИЙСКАЯ ИНДУСТРИЯ МЕДИА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация:

Индийская индустрия медиа и развлечений (ИМР) – прогрессивный сектор экономики, демонстрирующий высокие показатели своего развития. Быстро приспосабливаясь под меняющиеся мировые тенденции, индийская ИМР находится сегодня на пике мощной фазы роста, о чем свидетельствуют как растущий потребительский спрос, так и увеличение доходов от рекламной деятельности. Стремительное развитие ИМР было в значительной степени вызвано возможностью оцифровки контента и повышением доступности к сети Интернет за последние десять лет. Интернет стал основным средством массовой информации и средством развлечения для большинства людей в стране. Огромные инвестиционные проекты в сферу ИМР вывели страну на лидирующие позиции в регионе.

Ключевые слова:

Индия, медиаиндустрия, иностранные инвестиции, диверсификация, медиаконцерны, прибыль, правительственные инициативы, реклама, медиасотрудничество.

Matvienko Valentin Viktorovich

PhD in Philology, Assistant Professor,
Journalism Theory and History Department,
Peoples' Friendship University of Russia

INDIAN MEDIA AND ENTERTAINMENT INDUSTRY AT THE PRESENT STAGE

Summary:

The Indian Media and Entertainment (M&E) industry is an advanced economic sector making high growth strides. Rapidly adapting to the world trends, the Indian M&E industry is on the cusp of a strong phase of growth, backed by rising consumer demand and improving advertising revenues. The industry has been largely driven by increasing digitisation and higher internet usage over the last decade. Internet has almost become a mainstream media for entertainment for most of the people. Investment projects in M&E industry made the country the leader in the region.

Keywords:

India, media industry, foreign direct investment, diversification, media conglomerates, revenue, government initiatives, advertising, media cooperation.

Динамика рынка

Неуклонный рост индийской ИМР прогнозируется и в следующие пять лет. Доходы отрасли, скорее всего, уже в 2019 г. увеличатся до 32,7 млрд долл. США по сравнению с 17,0 млрд долл. США в 2014 г., показывая 14-процентный совокупный среднегодовой темп роста между 2015 и 2020 гг. [1].

В 2014 г. вся индийская ИМР оценивалась в 17,0 млрд, выросши на 0,7 % по сравнению с предыдущим годом. Самый большой сегмент – индийская телевизионная индустрия – продолжает оставаться лидером на медиарынке, показывая год от года приблизительно 13,8 % роста за счет доходов от абонентской платы. Интернет-реклама в Индии стала самым быстрорастущим сегментом ИМР с ежегодным темпом роста в 44,5 %.

Примечательно, что с увеличением числа пользователей смартфонов и расширением 3G и 4G-технологий в 2015 г. в Индии прогнозируется загрузка около 9 млрд приложений для мобильных телефонов, что более чем в пять раз превышает показатели 2012 г. – 1,56 млрд. Ожидается, что такая активная загрузка платных мобильных приложений увеличит доход индийской ИМР по приблизительной оценке с 144,7 млн долл. США в 2014 г. до 241,16 млн долл. США в 2015 г.

Индустрия видеоигр выросла на рекордные 22,4 % в 2014 г. по сравнению с 2013 г., где чистая стоимость увеличилась на 392 млн долл. США. В свою очередь, индийская анимационная индустрия была оценена в 748 млн долл. США в 2014 г., ежегодное увеличение здесь прогнозируется на 15–20 % [2].

По данным, опубликованным Департаментом промышленной политики и развития Министерства промышленности и торговли Индии, прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в информационный сектор Индии (вещание и печатные медиа) в период с апреля 2000 г. по июнь 2015 г. составили более 4 млрд долл. США [3].

Новейшие разработки / Инвестиции

За минувший год в индийскую ИМР были внедрены крупные инвестиционные проекты [4].

– Закрытая акционерная компания «Синеполис Индия» (Cinopolis India Private Limited), индийское отделение мексиканской сети кинотеатров «Синеполис», планирует до конца 2015 г. открыть еще около 60 кинозалов, увеличив, таким образом, общее количество своих киноэкранов до более 250 единиц.

– Индийское отделение Ти-Би-Эс (Turner Broadcasting System) – Тернер Интернешнл Индия (Turner International India Pvt. Ltd.) объявило о расширении своего телепакета для детей запуском канала «Тунами» (Toonami), посвященного мультфильмам. Это уже третий американский мультипликационный канал для детей в Индии после Cartoon Network and POGO, принадлежащих Тайм Уорнер (Time Warner). Канал «Тунами» добавится к 15 телеканалам, работающим в детских жанрах, и прогнозируемо привлечет 500 кроров [5] индийских рупий (75,52 млн долл. США) за счет рекламы.

– Базирующаяся в Сан-Франциско компания «Твиттер Инкорпорейшн» (Twitter Inc.) планирует создать проектно-исследовательский центр в Бангалоре, крупном административном центре на юге Индии, для быстрого внедрения на развивающиеся рынки. Это будет первый объект компании «Твиттер Инкорпорейшн» подобного рода за пределами США.

– Медиакомпания STAR India, подразделение корпорации «Двадцать первый век Фокс» (21st Century Fox), приобрела весь широкоэвещательный бизнес телеканала MAA TV (MAA Television Network Limited), вещающего на одном из официальных языков Индии – телугу. Сумма сделки не разглашается.

– Британская телепроизводственная компания «Карнивал Филмз» (Carnival Films Private Limited) выкупила частную компанию индийского медиамагната Мукеша Амбани «Старгейз Интертейнмент» (Stargaze Entertainment Private Limited), в распоряжении которой находится сеть мультиплексов. Прежде «Старгейз Интертейнмент» была подконтрольна крупнейшей в Индии медиаразвлекательной компании «Нетворк 18» (Network18 Media and Investments Limited).

– Сеть индийских мультиплексов SRS Cinemas с оборотом 5 000 кроров индийских рупий (753,2 млн долл. США) в настоящее время активно расширяется и тратит огромные суммы, чтобы открыть до конца 2015 г. 48 кинозалов и достичь показателя в 100 экранов.

– Теле- и кинопроизводственная компания «Баладжи Телефилмз» (Balaji Telefilms Limited), известная в Индии как производитель мыльных опер, реалити-шоу, телеигр и т. д. на нескольких местных языках, объявила, что выходит на американский телевизионный рынок, подписав контракт с оператором мультисервисных услуг связи Indus Media, специализирующимся на предоставлении услуг кабельного телевидения, широкополосного доступа в Интернет, а также обеспечении оптоволоконной связи. Сделка предусматривает обеспечение прав на американский комедийный телесериал Brown Nation («Коричневая нация»), основанный на реальной жизни индийских американцев.

– Издательский дом «Джагран Пракашан» (Jagran Prakashan Limited), который издает 12 газет, в том числе и популярную в Индии ежедневную газету на языке хинди «Дайник Джагран» (Dainik Jagran), приобрел радиовещательную компанию Music Broadcast Private Limited, управляющую всеми популярными радиостанциями Сити-FM (Radio City FM) в Индии.

– Один из ведущих американских глобальных медиаконгломератов «Виакон» (Viacom, сокр. от **V**ideo & **A**udio **C**ommunications) приобрел 50 % акций индийского телеканала «Призм-ТВ» (Prism TV) за 940 кроров индийских рупий (141,6 млн долл. США). Телеканал «Призм-ТВ» владеет и управляет региональными развлекательными каналами, используя зонтичный бренд, то есть выпуская под одной маркой сразу несколько товарных категорий. В названии товаров доминирует имя компании-производителя, а в рекламе продукции компании демонстрируется ее логотип.

– Одна из ведущих американских компаний Netflix, специализирующаяся на поставке потокового мультимедиа, то есть непрерывно получаемого вещания, уже подтвердила свои планы по выходу на индийский медиарынок в 2016 г.

– Известный индийский кинопроизводитель и кинопрокатчик «Эрос Интернешнл» (Eros International) заключил соглашение с тремя ведущими китайскими государственными кинокомпаниями о продвижении, совместном производстве, распространении и снятии ограничений на интеллектуальную собственность для китайско-индийских фильмов на всех медиаплатформах в обеих странах.

Правительственные инициативы

Правительство Индии поддерживает рост индустрии медиа и развлечений посредством принятия различных инициатив. К ним относятся оцифровка сектора кабельного распространения для привлечения большей институциональной поддержки, увеличение лимита прямых иностранных инвестиций с 74 до 100 % в сфере кабельного и прямого спутникового вещания, предоставление кинопроизводству статуса индустрии для облегченного доступа к институциональному финансированию.

Нововведением в сфере индийской ИМП стал тот факт, что правительства Индии и Канады подписали соглашение о совместных работах в аудиовизуальной сфере, которое предусматривает помощь продюсерам из обеих стран в изучении технических, творческих, художественных, финансовых и маркетинговых ресурсов для совместной производственной деятельности, что впоследствии должно привести к взаимному культурному обмену.

Кроме того, правительством Индии одобрено получение лицензий на 45 дополнительных новостных и развлекательных каналов в Индии. Среди тех, кто добились получения новых лицензий, такие авторитетные глобальные медийные гиганты, как Star India (21st Century Fox), Sony, Viacom и Zee. На данный момент в Индии существует 350 вещательных организаций, обслуживающих 780 каналов. Как заявил секретарь Министерства информации и телерадиовещания Индии Бимал Джулка, «нам необходимо больше конкуренции, которая должна быть направлена на соблюдение интересов общественности. Мы утвердили лицензии 45 новых каналов, представляющих смесь новостного и развлекательного контента. Но это только пока» [6].

Индия сегодня переживает настоящий радио-бум. В 2015 г. благодаря одобренным правительством электронным аукционам на право вещания в 294 городах страны появилось дополнительно 839 частных FM-радиоканалов, что принесло в казну государства 390 млн долл. США. На торги было выставлено более 800 вещательных частот в так называемых городах третьего и четвертого эшелонов [7].

Объединенный Совет министров Индии под руководством премьер-министра страны Нарендры Моди одобрил заключение Соглашения о совместном производстве аудиовизуальной продукции между Республикой Индия и Республикой Корея, при этом было рекомендовано завершить внутренние ратификационные процедуры по вступлению Соглашения в силу как можно скорее. Сотрудничество между киноиндустриями двух стран не только будет способствовать экспорту индийских фильмов, но и выступит в качестве катализатора в процессе более глубокого ознакомления с Индией и ее культурой [8].

Дальнейшие перспективы

Индийская индустрия медиа и развлечений находится на пути своего впечатляющего роста. По прогнозам аналитиков выручка от рекламы будет увеличиваться в среднем на 13 % в год и превысит 81 600 кроров индийских рупий (12,29 млрд долл. США) в 2019 г. по сравнению с 41 400 крорами индийских рупий (6,24 млрд долл. США) в 2014 г. [9].

Реклама в печатном сегменте индийского медиарынка занимает второе место в общем объеме доходов индийской ИМП. На третьем месте – реклама в сети Интернет, а лидерство пока остается за телевидением.

Прибыль индийского кинопроизводства в 2014 г. составила 12 640 кроров индийских рупий (1,9 млрд долл. США) и ожидается ее ежегодный стабильный рост на 10 % за счет культурной экспансии и расширения прав на кабельное и спутниковое вещание.

Таким образом, можно заявить, что индийская индустрия медиа и развлечений использует все классические типы диверсификации и занимает лидирующее положение в своем регионе.

Ссылки и примечания:

1. Media and Entertainment Industry [Электронный ресурс] // India Brand Equity Foundation. URL: <http://www.ibef.org/industry/media-entertainment-india.aspx> (дата обращения: 12.09.2015).
2. Ibid.
3. FDI Statistics [Электронный ресурс] // Department of Industrial Policy and Promotion. URL: http://dipp.nic.in/English/Publications/FDI_Statistics/FDI_Statistics.aspx (дата обращения: 10.10.2015).
4. Media and Entertainment Industry.
5. Крор – индийская единица исчисления, равная 10 млн. Так, 5 кроров означает 50 млн индийских рупий.
6. Draft Information Document [For Listing on Institutional Trading Platform (“ITP”) of NSE Emerge] [Электронный ресурс]. 2014. September 29. URL: http://www.nseindia.com/emerge_itp/corporates/content/emerge_itp_3RML_IM.pdf (дата обращения: 12.09.2015).
7. Govt gets Rs 263 cr in bid deposits of FM radio Phase-III e-auctions [Электронный ресурс] // The Economic Times. URL: http://economictimes.indiatimes.com/articleshow/49065943.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst (дата обращения: 01.11.2015).
8. Audio-Visual Co-Production Agreement between India and Republic of Korea [Электронный ресурс] // Press Information Bureau Government of India Cabinet. URL: <http://pib.nic.in/newsite/PrintRelease.aspx?relid=121708> (дата обращения: 01.11.2015).
9. Indian Media and Entertainment Industry – an overview [Электронный ресурс] // The Hans India. URL: <http://www.thehansindia.com/posts/index/2015-10-03/Indian-media-and-entertainment-industry---an-overview-178875> (дата обращения: 03.11.2015).

References and notes:

1. 'Media and Entertainment Industry' 2015, *India Brand Equity Foundation*, retrieved 12 September 2015, <<http://www.ibef.org/industry/media-entertainment-india.aspx>>.

2. 'Media and Entertainment Industry' 2015, *India Brand Equity Foundation*, retrieved 12 September 2015, <<http://www.ibef.org/industry/media-entertainment-india.aspx>>.
3. 'FDI Statistics' 2015, *Department of Industrial Policy and Promotion*, retrieved 10 October 2015, <http://dipp.nic.in/English/Publications/FDI_Statistics/FDI_Statistics.aspx>.
4. 'Media and Entertainment Industry' 2015, *India Brand Equity Foundation*, retrieved 12 September 2015, <<http://www.ibef.org/industry/media-entertainment-india.aspx>>.
5. Crore - the Indian unit of numeral equal to 10 million. So, 5 crore is 50 million Indian rupees.
6. *Draft Information Document [For Listing on Institutional Trading Platform ("ITP") of NSE Emerge]* 2014, September 29, retrieved 12 September 2015, <http://www.nseindia.com/emerge_itp/corporates/content/emerge_itp_3RML_IM.pdf>.
7. 'Govt gets Rs 263 cr in bid deposits of FM radio Phase-III e-auctions' 2015, *The Economic Times*, retrieved 01 November 2015, <http://economictimes.indiatimes.com/articleshow/49065943.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst>.
8. 'Audio-Visual Co-Production Agreement between India and Republic of Korea' 2015, *Press Information Bureau Government of India Cabinet*, retrieved 01 November 2015, <<http://pib.nic.in/newsite/PrintRelease.aspx?relid=121708>>.
9. 'Indian Media and Entertainment Industry – an overview' 2015, *The Hans India*, retrieved 03 November 2015, <<http://www.thehansindia.com/posts/index/2015-10-03/Indian-media-and-entertainment-industry---an-overview-178875>>.