

ШИРОКОПОЛОСНЫЙ ПРОКАТ

Торговля фильмами через интернет набирает обороты, несмотря на усилия международного пиратского сообщества. Американские и европейские интернет-пользователи в прошлом году заплатили за легальный видеоконтент всего в шесть раз меньше, чем за музыкальные файлы,— \$472 млн. у российских пользователей показатели в 87 раз скромнее — \$5,4 млн. Тем не менее в рунете продолжают появляться специализированные сайты, продающие видеоконтент.

ВЛАДИМИР БОРОВОЙ

ПЕРВОПОКАЗЧИКИ Легальный видеоконтент впервые появился в сети даже раньше музыки. Первый сервис, позволявший просматривать фильмы через интернет, но не скачивать их (то есть действующий в режиме «видео по запросу»), — CinemaNow — был открыт в 1999 году. Однако ни он, ни его ближайший соперник на начальном этапе развития MovieLink, стартовавший в 2001-м, до середины десятилетия не имели решающего влияния на оборот средств, связанных с продажей медиаконтента в сети, поскольку охватаывали только жителей США, обладающих «толстыми» интернет-каналами и не менее толстыми кошельками, чтобы оплачивать быстро расходующийся трафик.

Массовое вливание усилий и денег в этот сектор развлекательной индустрии фактически началось только в конце 2005 — начале 2006 годов, когда с небольшим временным разрывом друг от друга видео стали заниматься Apple и Amazon.com. Первые начали продажу фильмов и видеоклипов в iTunes Store, вторые открыли магазин Amazon Unbox, где можно было как смотреть фильмы на сайте в режиме потокового видео, так и скачивать их. В течение последующих пары лет открылось еще несколько подобных сервисов, и постепенно западный, особенно американский, рынок оказался насыщен предложениями по продаже видеоконтента.

К маю 2008-го основными действующими лицами видеопродаж в США, Великобритании и отчасти в Евросоюзе и ведущих азиатских державах являются порядка десяти сервисов; суммарный объем средств, вращающихся в этом сегменте рынка, в прошлом году составил \$472 млн. Не так уж много, если сравнить с продажами музыки: в 2007 году более 1,2 млрд проданных музыкальных треков принесли звукозаписывающей индустрии около \$2,9 млрд. iTunes Store в десятке лидеров по продажам видеоконтента далеко не на первых ролях: число фильмов едва перевалило за 850. Правда, база видеоклипов и фрагментов телепрограмм насчитывает более 2 тыс. наименований. Старожил MovieLink имеет в распоряжении порядка 1,8 тыс. фильмов ведущих голливудских студий; другой ветеран, CinemaNow, располагает чуть меньшим каталогом (1,5 тыс. наименований), зато доступен практически во всем мире, в отличие от остальных, ориентированных главным образом на США. Также мировыми категориями мыслит базирующийся в Сигетле сервис RealTime.com — более 2 тыс. фильмов и телепрограмм, доступ к контенту по подписке, продвинутый движок, позволяющий использовать не только прямое, но и peer-to-peer соединение, что существенно облегчает жизнь пользователям с не очень «толстым» интернет-каналом. Единственный минус — отсутствие возможности скачать полюболюбившее видео.

Настоящим колоссом выглядит на фоне всех вышеперечисленных сервисов амазоновский Unbox, у которого в каталоге порядка 5 тыс. наименований. Практически все упомянутые сервисы предлагают видео пользователям как «напрокат», так и в личное пользование. Первое означает, что загруженный или заказанный фильм следует посмотреть в течение суток после первого нажатия на кнопку play, после че-



КИНОЗРИТЕЛИ-ИНТЕРНЕТЧИКИ ЧАСТО ВООБЩЕ НЕ СМОТРЯТ ТЕЛЕВИЗОР, СКАЧИВАЯ ВСЕ, ЧТО ИМ ТРЕБУЕТСЯ, ИЗ СЕТИ

го он становится недоступным. Второе обычно относится к контенту, который загружается на жесткий диск компьютера или портативного устройства: пользователь получает возможность просматривать видео неограниченное количество раз, но не может ни переписать его на другой носитель, ни «нарезать» на DVD. Соблюдение этих условий достигается при помощи различных программных (реже — программно-аппаратных) защит, объединенных названием digital rights management (DRM). С их помощью защищают не только видеоконтент, но и музыку.

СТОРОЖА НЕ ВЫЗЫВАЛИ Единообразия в защитных мерах среди поставщиков медиаконтента не наблюдается. Видеофайлы предлагаются в зашифрованном формате MP4 (.m4v), который понятен большинству современных воспроизводящих устройств. Большинство медиапродавцов пользуется DRM производства компании Microsoft (Windows Media DRM), которая наотрез отказывается работать с устройствами, изготовленными Apple, изредка — системой Helix, разработанной RealNetworks специально для проекта Rhapsody.

Однако существующие меры защиты вызывают справедливые нарекания со стороны потребителей. Вызванные ими неудобства заставляют пользователей искать необходимый контент на пиратских сайтах. В музыкальной индустрии за последний год отношение к DRM серьезно изменилось: на прошедших в конце 2007 и начале 2008 годов конференциях ведущих производителей музыки была признана неэффективность подобных защитных мер. Как результат, один из крупнейших продавцов цифровой музыки, Amazon MP3, первым из онлайн-магазинов полностью перешел на DRM-free файлы, а лейбл-гигант EMI начал самостоятельную продажу всего своего каталога в «незащищенных» MP3. И тот и другой через полгода эксперимента рапортуют, что продажи не только не упали, но и потихоньку растут. Это обстоятельство простиимулировало iTunes Store также снять защиту с большинства файлов, хотя часть каталога по требованию отдельных лейблов по-прежнему защищена.

МУЗЫКА СЕТИ

Широкомасштабный переезд легальных продаж медиаконтента в «мировую паутину» стартовал семь лет назад. Начало положил сервис компании RealNetworks под названием Rhapsody, открывшийся в декабре 2001 года. Rhapsody удалось заключить договоры с пятью ведущими звукозаписывающими лейблами, действующими на территории США (Sony, EMI, BMG, Universal

и Warner), и получить в свое распоряжение их полные каталоги. С июля 2002-го слушатели могут пользоваться ими либо по подписке стоимостью от \$12,99, либо бесплатно, ограничивая число запросов на сайте Rhapsody 25 в месяц. Часть треков по настоянию лейблов доступна только за отдельную плату. Следующей на рынке появилась Apple со своими iTunes Store, который запустился

в области DRM-видео ситуация выглядит совсем по-другому. Защите кинофильмов достается ничуть не меньше упреков, чем аналогичным охранным мерам музыкальных альбомов. Часть DRM-программ успешно взломана хакерами, а те, что до сих пор устояли, обходятся при помощи «аналоговой дыры» (когда контент при воспроизведении записывается на другой носитель с небольшими потерями качества). Но ни голливудские студии, ни продавцы легального видео не спешат от них отказываться. Сколько в этом боязни потерять дополнительные прибыли, а сколько обоснованного опасения вовсе лишиться заработка, подсчитать вряд ли кто возьмется. Поэтому сервисы, предлагающие защищенное видео, продолжают гнуть свою линию, с цифрами в руках доказывая, что продавцам DRM не помеха.

ЛЕГАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД Отечественный рынок легального медиаконтента пока составляет весьма незначительную конкуренцию «нелегалам»: онлайн-магазины, торгующие официальной цифровой продукцией, можно пересчитать по пальцам одной руки, а одних только сайтов с контрафактным видео в рунете более 300. Коллекции же MP3-файлов — как бесплатных, так и продаваемых за смешные деньги — едва ли поддаются исчислению.

Посетителей этих ресурсов можно условно разделить на две категории — халявшики и честные покупатели. Первые готовы смотреть фильмы посредственного качества на бесплатных сетевых видеоресурсах (YouTube, RuTube, Video.Mail.Ru, Rambler Vision и др.), пользоваться многочисленными файлообменными сетями, где в массовом порядке хранится нелицензионная видео- и аудиопродукция, прибегать к помощи сайтов, где все можно взять «за так», но нет ни удобной навигации, ни гарантии получения необходимого контента и нередки файлы, зараженные вирусами.

Вторая категория готова платить за доступ к цифровому меди, но их решимость оставаться честными напрямую зависит от цены на продукцию. Одно дело, когда продавец хочет за музыкальный альбом €10–12, и совсем другое — 80–90 руб. То же самое относится к фильмам: желающих регулярно выкладывать по 350 руб. за файл (если только это не остроактуальная новинка) мало, в то время как цены до 100 руб. обычно всех устраивают. Основные ресурсы, где затовариваются законопослушные пользователи, — video24.ru и getmovies.ru (видео).

Первым в 2006 году на небольшом пока российском видеорынке легального контента, чей объем едва приблизился к \$5,4 млн, успел появиться ресурс getmovies.ru. Его создатели сделали ставку на старое советское кино, доминирующее в каталоге, и обширную подборку телепередач, документальных фильмов, спортивных программ и видеоклипов. Такая тактика позволила быстро нарастить объемы предлагаемого товара: число фильмов подбирается к 900, телепередач уже больше 200, а видеоклипов — около 250. В среднем за фильм пользователь платит не более 80 руб., за клип — порядка 12 руб.

28 апреля 2003 года и поначалу также специализировался в основном на музыке. Отличительными особенностями сервиса стали отсутствие подписной платы, продажа альбомов по фиксированной цене вне зависимости от количества треков и прочие приятные опции. За пять лет работы iTunes Store стал продавцом легального цифрового медиаконтента номер один в США и теперь совершает порядка 70% всех

подобных продаж в масштабах планеты, действуя в 22 странах. Вслед за iTunes Store в октябре 2003-го открылся музыкальный сервис Napster.com, переделанный из гремевшего на весь интернет в начале 2000-х одноименного пиратского ресурса. Владелец «Напстера» собрал каталог, сравнимый по объемам с каталогом iTunes (более 6 млн треков), и сделал ставку на платную подписку, которая позволяет прослуши-

Сервис video24.ru. был открыт в октябре 2007-го и за полгода доказал, что всерьез претендует на лавры главного продавца легального видеоконтента. Ему единственному удалось заключить договоры сразу с пятью правообладателями, в число которых входят «Централ Партнершип» (около 70% фильмов в коллекции) и «ЕА Синама» (примерно 15% каталога). Его каталог вырос с 50 фильмов на момент открытия до более 500 в настоящее время, и фильмы добавляются каждый день. Представители ресурса рассчитывают к концу года увеличить число картин до 1,5 тыс., догнав по объемам западные магазины. Сейчас на сайте можно купить фильм без регистрации, отправив на определенный номер SMS стоимостью 87 руб. (без НДС), или, зарегистрировавшись, заплатить почти вдвое меньше — 49 руб.

Продукция обоих сервисов защищена Windows Media DRM, однако вопросу защиты своего товара от незаконного использования в video24.ru посвящают в разы больше времени, чем в getmovies.ru. Специальные сотрудники мониторят пиратские сайты, отыскивая незаконно используемые фильмы из каталога ресурса — найдя таковой, они требуют у владельцев сайта убрать ссылку на него, а если те требование игнорируют, идут беседовать с хостинг-провайдером, чтобы заблокировать доступ к их ресурсу. На счету video24.ru есть даже один успешный опыт уголовного преследования пиратов: на владельца сайта skladkino.ru заведено дело, сам сайт отключен, впереди взыскание ущерба в пользу потерпевшего.

Несколько в стороне от общероссийского процесса продажи видео онлайн стоят сервисы интернет-провайдеров «видео на заказ», осуществляемые в рамках их систем цифрового телевидения. Те, кто пользуется «Стрим-ТВ», IPTV «Корбины» или аналогичной услугой других поставщиков, имеют возможность «брать напрокат» фильмы и телепрограммы из списков, которые у компаний сильно отличаются. Например, актуальный каталог «Стрим-ТВ» насчитывает порядка 200 фильмов, хотя всего в «виртуальном кинотеатре» шло на порядок больше картин; «Корбина», включившая в услугу отдельные серии «мыльных опер» и телепередачи, вывела доступную коллекцию видео за пределы 2 тыс. наименований и намерена к концу года дойти до уровня в 5,5 тыс. Однако аудитория, охваченная этим видом услуг, явно проигрывает общему числу кинозрителей-интернетчиков, которые часто вообще не приближаются к телевизору, получая все, что им требуется, в интернете.

Неторопливость разворачивания российской онлайн-торговли цифровым меди не должна обманывать. Пользователи сегодня потихоньку начинают нести свои деньги официальным продавцам, а владельцы пиратских ресурсов все чаще начинают обращаться к правообладателям с целью легализовать свою деятельность. Пока, по словам представителей «Централ Партнершип», большинство этих обращений сводится к вопросу, «сколько фильмов для своего сайта я смогу купить за \$50», но за серьезными предложениями, судя по опыту video24.ru и getmovies.ru, дело не станет. ■

вать в специальном плеере решительно любой трек из коллекции и дает возможность скачивать файлы с существенной скидкой.

