



DOI: 10.22363/2313-2329-2017-25-4-575-582

УДК 338.467.6 (540)

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ИНДИЙСКОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ В МИРОВОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: ИТОГИ 2016—2017 гг.

В.В. Матвиенко

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В данной статье рассмотрены основные статистические показатели развития ИИМР в 2016—2017 гг. в аналитическом сравнении; выявлена динамика развития индийской медиаиндустрии в азиатском и мировом медиапространстве; показаны инициативы, предпринимаемые правительством Индии в сфере развития национальной системы коммуникаций.

Ключевые слова: Индия, национальный медиарынок, медиакомпании, инвестиции, диверсификация, медиаконцерны, прибыль, правительственные инициативы, реклама, медиа-сотрудничество

Введение

Индийская индустрия медиа и развлечений (ИИМР) — быстрорастущий сектор национальной экономики, стабильно демонстрирующий высокие темпы развития. Доказав свою устойчивость на фоне становления глобальной медиасферы, ИИМР сегодня находится в фазе роста благодаря повышению потребительского спроса и доходов от рекламы.

В течение последнего десятилетия главные характеристики ИИМР такие: тотальная оцифровка контента, диджитал-маркетинг и доступность интернет-коммуникаций. Для большинства людей в Индии Интернет стал практически основным развлекательным медиаресурсом.

Обзор литературы

В основе проведенного исследования лежит анализ данных крупнейшей в Индии интернет-платформы по обмену профессиональной финансово-аналитической информации CAclubindia.com, отчетов Федерации индийских торгово-промышленных палат, официальных сведений департамента промышленной политики и развития Министерства промышленности и торговли Индии (ibef.org), публикаций в ведущих индийских газетах The Economic Times, Mirror India, The Hans India.

Методы и подходы

В данной работе предусмотрены системный и комплексный подходы. В качестве методов использованы метод интерпретации и анализа дискурса, диахронный

метод, методы анализа, обобщения и синтеза, единства логического и частного. При анализе материалов СМИ задействованы такие методы эмпирического исследования, как политико-дискурсный и контент-анализ.

Результаты

Динамика индийского медиарынка. К 2020 году, в соответствии с прогнозом Федерации индийских торгово-промышленных палат и на основе данных международной аудиторской компании КПМГ (FICCI-KPMG), среднегодовой темп роста индийской индустрии медиа и развлечений вырастет на 14,3%, что в денежном измерении составит 2, 26 трлн индийских рупий (33,9 млрд долл. США). Доходы от рекламной деятельности вырастут на 15,9% — 99,400 крор¹ (14,91 млрд долл. США) соответственно².

Сектор радиовещания в среднем вырастет на 16,9%, а цифровая реклама — на 33,5%. Крупнейший медиасегмент Индии — телевидение — покажет ежегодный темп роста в 15%. На фоне мировой тенденции сокращения рынка печатных СМИ, предполагается, что сектор индийской периодической печати вырастет в среднем годовом показателе на 8,6%³.

Индийский рынок рекламы — один из самых быстрорастущих рынков в мире. Расходы страны на рекламу оцениваются в 15,5% в 2016 году и, как ожидается, вырастут еще на 11,2% в 2017 году благодаря таким важным медиасобытиям, как Кубок мира по крикету T20, Индийская премьер-лига (крикет) и выборы президента страны. Ожидается, что сегмент ТВ, который доминировал на медиарынке в 2016 году, в 2017 году вырастет еще на 11%, что обусловлено увеличением расходов на потребительский брендинг, рекламные интернет-кампании и коммерческие операции с помощью сети Интернет⁴.

Согласно данным, опубликованным департаментом промышленной политики и развития Министерства промышленности и торговли Индии, приток прямых иностранных инвестиций в индийский медиасектор (включая печатные СМИ) с апреля 2000 года по декабрь 2016 года составил 6,3 млрд долл. США⁵.

¹ 1 крора равняется 10 млн индийских рупий. 99,400 крор = 0,994 трлн рупий.

² Indian media & entertainment business to be around Rs 2.26 lakh crore by 2020 // The Economic Times [Электронный ресурс]. URL: //economictimes.indiatimes.com/articleshow/51617621.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst (дата обращения: 18.08.2017).

³ Complete guide on impact of GST on media & entertainment // India's largest network for finance professionals [Электронный ресурс]. URL: https://www.caclubindia.com/articles/complete-guide-on-impact-of-gst-on-media-entertainment-30818.asp (дата обращения: 01.09.2017).

⁴ Indian advertising industry at a glance in 2016—2017 // Indian Mirror [Электронный ресурс]. URL: http://www.indianmirror.com/indian-industries/2017/advertising-2017.html (дата обращения: 01.09.17).

⁵ India in Business. Ministry of External Affairs, Govt. of India. Investment and Technology Promotion Division [Электронный ресурс]. URL: http://indiaibusiness.nic.in/newdesign/index.php?param=industryservices_landing/381/3 (дата обращения: 13.09.2017).

Инвестиционные проекты индийской медиандустрии в 2016—2017 годах. За минувший год в ИИМР были внедрены следующие крупные инвестиционные проекты¹.

— Hotstar, цифровая стриминг-платформа, принадлежащая компании Star India Ltd, заключила соглашение о партнерстве с Zapr Media Labs, медиакомпанией, расположенной в третьем по величине населения городе Индии — Бангалоре. Целью созданного партнерства стал анализ мобильной аудитории для развития персонализированных брендинг-коммуникаций.

— Компания Bigtree Entertainment Pvt. Ltd, владеющая проектом Bookmyshow, приобрела 75% долю в Townscript, онлайн-платформе продажи билетов в крупном штате Махараштра.

— Компания PE major Warburg Pincus, частная акционерная компания, приобрела 14% долю в крупнейшей индийской мультиплекс-сети PVR Ltd за 123 млн долл. США.

— Глобальная спортивная консалтинговая и управляющая компания ITW Consulting появилась на индийском рынке, открыв развлекательную медиакоммуникационную компанию ITW Playworx. Главный офис компании находится в самом населенном городе Индии — Мумбаи (Бомбее), другие офисы — в Дели, Бангалоре, Ченнаи (Мадрасе) и Колкате (Калькутте).

— Carnival Cinemas, третья по величине крупная киносеть-мультиплекс в Индии, в партнерстве с правительством штата Одиша (Орисса) ведет строительство 30 развлекательных центров на территории штата площадью более 1—1,5 акров (более 0,4 га) в каждом районе.

— 7 независимых ангел-инвесторов инновационных предприятий² вложили в индийскую виртуальную платформу потокового видео Dekkho 1,2 млн долл. США для дальнейшего наращивания технологической инфраструктуры и инвестиций в лицензирование контента этой стриминг-платформы.

— Amazon запустила в Индии услугу Prime Video по конкурентоспособной годовой цене подписки в размере 499 рупий (7,4 долл. США) с одномесячной бесплатной демоверсией, включающей голливудские, а также европейские фильмы, телешоу и 9 индийских шоу в качестве пробного предлагаемого контента.

— Компания Reliance Capital, входящая в медиаконгломерат Reliance Group под руководством богатейшего человека в Индии Анила Амбани, объявила о продаже своих радио- и телевизионных вещательных компаний Reliance Broadcast Network другой крупной индийской медиагруппе Zee за 1900 крор (285 млн долл. США).

— Министерство информации и телерадиовещания Индии изложило планы по созданию Фонда поощрения национального кино, цель которого — оказывать финансовую поддержку индийским фильмам, отобранным для участия в любой

¹ Media and Entertainment Industry // India Brand Equity Foundation [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibef.org/pages/37639> (дата обращения: 12.09.2017).

² Ангел-инвестор — инвестор, готовый вкладывать средства в компанию на начальном этапе ее функционирования; меценат-инвестор.

секции международных кинофестивалей, или официально номинированным от Индии на премию «Оскар» в категории «лучший иностранный фильм».

— Компания в сфере медиа и цифровых коммуникаций Dentsu Aegis Network Ltd, базирующаяся в Великобритании, приобрела независимую компанию по связям с общественностью Perfect Relations Group, что позволило ей еще больше укрепить свое положение на индийском рынке.

— KidZania, мексиканская сеть семейных развлекательных центров, планирует к концу 2017 началу 2018 гг. расширить свой охват в южной части Индии, инвестировав 100 крор (15 млн долл. США) для создания тематического парка, который будет простираться на территории в 75 000 кв. футов (около 7 км²).

— LeEco, китайская технологическая компания, инвестирует около 1330 крор (199,5 млн долл. США) в разработку контента для Индии, включая внедрение собственного контента в ближайшие 2—3 года.

— Vice Media LLC, американская цифровая медиа- и вещательная компания, заключила соглашение о совместном предприятии с индийским медиахолдингом Times Group, чтобы открыть новый производственный центр в Мумбаи, запустив таким образом собственный цифровой, телевизионный и мобильный контент в Индии.

— ЗАО Cinopolis India Private Limited, индийское отделение мексиканской сети кинотеатров Cinopolis, продолжает расширение своего присутствия на медиарынке Индии, создав более 400 своих киноэкранов в стране.

— Китайская корпорация Dalian Wanda Group приобрела активы индийских мультиплексов PVR Ltd и Carnival.

— Американский хедж-фонд Tiger Global Management владеет 25%-ной долей индийского цифрового онлайн-развлекательного канала The Viral Fever.

— Обеспечивающий Индию высокоскоростной интернет-связью международный сервис Netflix позволил 1/5 населения Индии (270 млн человек) постоянно находится онлайн.

— Индийское подразделение Turner Broadcasting System наряду с уже имеющимися каналами Cartoon Network and POGO, принадлежащих Time Warner, запустило третий детский мультипликационный канал Toonami, который зарабатывает 500 крор (75,52 млн долл. США) за счет рекламы.

Правительственные инициативы. Правительство Индии продолжает целенаправленную поддержку индустрии медиа и развлечений посредством принятия различных инициатив. Это оцифровка сектора кабельного распространения для привлечения большей институциональной поддержки, снятие ограничений прямых иностранных инвестиций с 74 до 100% в сфере кабельного и прямого спутникового вещания, предоставление кинопроизводству особого статуса для облегченного доступа к институциональному финансированию¹.

¹ Government Mulls Raising FDI Cap To 100 per cent In DTH, Cable Networks // The Hans India [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thehansindia.com/posts/index/Business/2015-09-20/Government-mulls-raising-FDI-cap-to-100-per-cent-in-DTH-cable-networks/176769> (дата обращения: 10.08.2017).

Министр по вопросам жилищного строительства и борьбы с городской бедностью, развития городов, информации и телерадиовещания Индии (Minister of Housing and Urban Poverty Alleviation, Urban Development and Information and Broadcasting) В. Наиду изложил план по внедрению национальной политики в области коммуникаций. Он заявил, что правительство выделило 100 крор (15 млн долл. США) для возрождения общинных радиостанций в стране¹.

Кабинет Министров (Объединенный совет министров Индии) одобрил модель закона Shops and Establishment Act, направленного на повышение перспектив трудоустройства и расширение занятости населения. В соответствии с этим законом кинозалы, рестораны, магазины, банки и подобные места оказания услуг в Индии должны оставаться открытыми круглосуточно².

Министерство информации и телерадиовещания Индии продолжает работать над законопроектами, которые должны содействовать ведению медиабизнеса в стране за счет снижения контролируемых мер и обеспечить саморегулирование этого сегмента национального рынка.

В планах Правительства Индии запуск Национального центра превосходства (National Centre of Excellence) для СМИ, цель которого — обучение, переподготовка и повышение квалификации специалистов медиаотрасли.

Индийское правительство, как это уже было упомянуть, выделяет дополнительное финансирование фильмам за счет госбюджета, включая продукцию Голливуда, для их участия в международных кинофестивалях.

Бюджетом 2016—2017 гг. было предусмотрено освобождение от базовой таможенной пошлины на газетную бумагу. Таможенная пошлина на древесину в виде щепок или стружки для производства бумаги, строительного картона и печатной бумаги снизилась с 5% до 0³.

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. Сегодня 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 начало»⁴.

¹ Media and Entertainment Industry // India Brand Equity Foundation [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibef.org/pages/37639> (дата обращения: 12.09.2017).

² Model Shops & Establishments Act 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.citehr.com/551128-model-shops-establishments-act-2015-a.html> (дата обращения: 15.09.2017).

³ Union Budget 2016—2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ibef.org/economy/union-budget-2016-17> (дата обращения: 21.08.2017).

⁴ Media and Entertainment Industry // India Brand Equity Foundation [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibef.org/pages/37639> (дата обращения: 12.09.2017).

Заключение

Рассмотрев статистические данные индийской индустрии медиа и развлечений, можно с уверенностью констатировать, что индийский национальный медиасектор, используя существующие классические типы диверсификации, не просто занимает лидирующее положение в южноазиатском регионе, а уверенно движется на глобальный рынок как самостоятельно, так и образуя совместные медиаконгломераты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Indian media & entertainment business to be around Rs 2.26 lakh crore by 2020 // The Economic Times [Электронный ресурс]. URL: [//economictimes.indiatimes.com/articleshow/51617621.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst](http://economictimes.indiatimes.com/articleshow/51617621.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst) (дата обращения: 18.08.2017).
- Complete guide on impact of GST on media & entertainment//India's largest network for finance professionals [Электронный ресурс]. URL: <https://www.caclubindia.com/articles/complete-guide-on-impact-of-gst-on-media-entertainment-30818.asp> (дата обращения: 01.09.2017).
- Indian advertising industry at a glance in 2016—2017 // Indian Mirror [Электронный ресурс]. URL: <http://www.indianmirror.com/indian-industries/2017/advertising-2017.html> (дата обращения: 01.09.2017).
- India in Business. Ministry of External Affairs, Govt. of India. Investment and Technology Promotion Division [Электронный ресурс]. URL: http://indiainbusiness.nic.in/newdesign/index.php?param=industryservices_landing/381/3 (дата обращения: 13.09.2017).
- Media and Entertainment Industry // India Brand Equity Foundation [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibef.org/pages/37639> (дата обращения: 12.09.2017).
- Government Mulls Raising FDI Cap To 100 per cent In DTH, Cable Networks // The Hans India [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thehansindia.com/posts/index/Business/2015-09-20/Government-mulls-raising-FDI-cap-to-100-per-cent-in-DTH-cable-networks/176769> (дата обращения: 10.08.2017).
- Model Shops & Establishments Act 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.citehr.com/551128-model-shops-establishments-act-2015-a.html> (дата обращения: 15.09.2017).
- Union Budget 2016—2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ibef.org/economy/union-budget-2016-17> (дата обращения: 21.08.2017).

© Матвиенко В.В., 2017

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 1 ноября 2017

Дата принятия к печати: 25 декабря 2017

Для цитирования:

Матвиенко В.В. Динамика развития индийской медиаиндустрии в мировом медиапространстве: итоги 2016—2017 гг. // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика*. 2017. Т. 25. № 4. С. 575—582. DOI: 10.22363/2313-2329-2017-25-4-575-582

Сведения об авторе:

Матвиенко Валентин Викторович, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики Российского университета дружбы народов. Контактная информация: e-mail: matvienko_vv@rudn.university

DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF INDIAN MEDIA INDUSTRY IN THE WORLD MEDIA SPACE: RESULTS OF 2016—2017

V.V. Matvienko

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The Indian Media and Entertainment (M&E) industry is a sunrise sector for the economy and is making high growth strides. Proving its resilience to the world, 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.

This article analyzes the main indicators of IMEI (Indian Media and Entertainment Industry) development in 2016—2017 years with the help of analytical comparison; also there is a dynamics of the Indian media industry development in the Asian and world media space; moreover, this article demonstrates initiatives taken by the Government of India in the sphere of the national communications system development.

Key words: India, the national media market, media companies, investments, diversification, media concerns, income, government initiatives, advertising, media cooperation

REFERENCES

- Indian media & entertainment business to be around Rs 2.26 lakh crore by 2020 // *The Economic Times*. Available at: [//economictimes.indiatimes.com/articleshow/51617621.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst](http://economictimes.indiatimes.com/articleshow/51617621.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst) (accessed: 18 August 2017).
- Complete guide on impact of GST on media & entertainment // India's largest network for finance professionals. Available at: <https://www.caclubindia.com/articles/complete-guide-on-impact-of-gst-on-media-entertainment-30818.asp> (accessed: 01 September 2017).
- Indian advertising industry at a glance in 2016—2017 // *Indian Mirror*. Available at: <http://www.indianmirror.com/indian-industries/2017/advertising-2017.html> (accessed: 01 September 2017).
- India in Business. Ministry of External Affairs, Govt. of India. Investment and Technology Promotion Division. Available at: http://indiainbusiness.nic.in/newdesign/index.php?param=industryservices_landing/381/3 (accessed 13 September 2017).
- Media and Entertainment Industry // India Brand Equity Foundation. Available at: <https://www.ibef.org/pages/37639> (accessed: 12 September 2017).
- Government Mulls Raising FDI Cap To 100 per cent In DTH, Cable Networks // *The Hans India*. Available at: <http://www.thehansindia.com/posts/index/Business/2015-09-20/Government-mulls-raising-FDI-cap-to-100-per-cent-in-DTH-cable-networks/176769> (accessed: 10 August 2017).
- Model Shops & Establishments Act 2015. Available at: <http://www.citehr.com/551128-model-shops-establishments-act-2015-a.html> (accessed: 15 September 2017).
- Union Budget 2016—2017. Available at: <http://www.ibef.org/economy/union-budget-2016-17> (accessed: 21 August 2017).

Article history:

Received: 1 November 2017

Revised: 30 November 2017

Accepted: 25 December 2017

For citation:

Matvienko V.V. (2017) Dynamics of Development of Indian Media Industry in the World Media Space: Results of 2016-2017. *RUDN Journal of Economics*, 25 (4), 575—582. DOI: 10.22363/2313-2329-2017-25-4-575-582

Bio Note:

Matvienko Valentin Viktorovich, PhD in Philology, Department of Theory and History of Journalism, Peoples' Friendship University of Russia. *Contacts information*: e-mail: matvienko_vv@rudn.university