

Рост аудитории стриминговых платформ и особенности ее медиапотребления в период пандемии COVID-19 (на примере Франции и России)

Научный руководитель – Захарова Милана Владимировна

Мильченко Ангелина Романовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

E-mail: lina.milchenko@bk.ru

Пандемия COVID-19 вызвала рост аудитории фильмов и сериалов на стриминговых платформах на глобальном уровне. Уже в апреле 2020 года Netflix по итогам работы за квартал отметил увеличение времени просмотров и количества пользователей. В дальнейшем показатели прироста новой аудитории превысили ожидания самой компании. Благодаря пандемии коронавируса и всеобщему режиму самоизоляции к платформе присоединились 15,8 млн подписчиков за первые месяцы года. Больше всего новых подписчиков пришло из Африки – 6,9 млн. В 2019 году за аналогичный период новыми пользователями стали всего 9,6 млн человек[7]. Общее количество пользователей сервиса, таким образом, достигло 183 млн человек по всему миру (апрель 2020 года)[10]. Из-за роста популярности стриминговых платформ повысилась нагрузка на Интернет. В итоге провайдеры обращались к таким мировым гигантам, как Netflix, Youtube, Amazon Prime, с просьбой о снижении качества контента[3].

Во Франции стриминговые платформы ежедневно посещали 8,3 млн французов, они смотрели видеоконтент в среднем в течение 26 минут 30 секунд, отмечает Médiamétrie[5]. К наиболее популярным стриминговым платформам в стране относятся Netflix, Amazon Prime Video, OCS, Disney+[6]. Последний, согласно аналитическим данным SEMrush, за первые три месяца 2020 года, получил больше всего новых подписчиков. Также у этого сервиса наблюдался активный прирост трафика[3].

В России сервисы онлайн-кинотеатров летом 2020 года имели 6,5 млн постоянных платных подписчиков [9]. Только у Okko за весь прошлый год количество платных подписчиков выросло более чем вдвое – с 1,1 млн до 2,6 млн пользователей. В тройку лидеров входят Netflix, Okko и КиноПоиск[1]. В целом, российский стриминговый рынок делят несколько крупных игроков: IVI, Okko, Premier, megogo, more.tv. Например, на IVI и Okko в августе 2020 года пришлось около 40% рынка [11]. Пандемия сказалась и на выручке компаний: в исследовании ИАА TelecomDaily говорится, что по итогам первой половины 2020 года легальные онлайн-кинотеатры заработали на 56% больше в годовом сравнении – 18,64 млрд руб[11].

В ходе доклада будут представлены результаты сравнительного анализа медиапотребления сериалов французской и российской аудиторией, проведенного автором в 2020-2021 годах. Изучались предпочтения зрителей, а также цели, которые они преследуют при просмотре видеоконтента. Материалом для анализа послужили статистические данные зарубежных и российских медиаметрических организаций, отчеты медиакомпаний, находящиеся в открытом доступе, публикации в СМИ по исследуемой проблематике, а также закрытые интервью, проведенные автором среди 146 французов и 195 россиян в возрасте от 18 до 54 лет.

Источники и литература

- 1) «Виси. ру»: <https://vc.ru>

- 2) «Кинопоиск»: <https://www.kinopoisk.ru>
- 3) «Коммерсант»: <https://www.kommersant.ru>
- 4) France24: <https://www.france24.com>
- 5) L'année TV 2020: <https://www.mediametrie.fr>
- 6) Le blog du cinéma: [https:// www.leblogducinema.com](https://www.leblogducinema.com)
- 7) Netflix:<https://ir.netflix.net>
- 8) PWC.Россия: <https://www.pwc.ru>
- 9) Sostav: <https://www.sostav.ru>
- 10) Statista: <https://fr.statista.com>
- 11) TelecomDaily: <https://tdaily.ru>