

Как стать миллионером



Валерий Пекар — президент компании «Евроиндекс», организатора международных выставок высоких технологий EnterEX, «ЦифроМания», elcom, REX и др.

Зарабатывать деньги на видеоконтенте, подобно тому, как это в свое время делали новостные корпорации, сможет практически каждый

Главное — предвидеть крутой поворот жизни, и, вписавшись в него, прийти к финишу в числе первых, разделив главный приз

■ Когда-то в школе нас учили: каждое крупное состояние начинается с большого преступления. Возможно, часто дело так и обстоит в период первоначального накопления капитала (будь то в XIX веке в США или же на наших глазах в постсоветской Украине). Однако период первоначального накопления капитала закончился практически по всему земному шару, и в нашей стране в том числе. Поэтому источником нового большого состояния (не забудем, что на дворе постиндустриальная эпоха, когда основная ценность заключается в таланте и знаниях) может стать только одно: новая большая идея, удачная попытка первым «поймать тему». Сегодня я хочу подарить вам такую «тему» и рассчитываю, что кто-то из вас в ближайшие годы станет на этой «теме» миллионером.

В традиционных средствах массовой информации (газеты, радио, телевидение) создание и передача контента достаточно дороги и потому доступны крайне немногим. (Под контентом мы понимаем все что угодно: новости, аналитику, развлечения — любую пищу «для ума и сердца», то есть для нашего интеллектуального и эмоционального мира.) Поэтому и появляются «медиа-магнаты», способные транслировать слово, которое слушают миллионы. Развитие печатных изданий привело к большому спросу на текстовый контент, и именно здесь многие новостные корпорации сумели в свое время сделать громадное состояние.

Интернет, появление и бурное развитие которого многими рассматривается как явление того же масштаба, что и изобретение книгопечатания Гуттенбергом в XV веке, снова, взорвал ситуацию со СМИ. Но уже совершенно в другом плане. Теперь создание контента и его распространение стали неизмеримо дешевле и доступнее практически каждому. Появились сотни тысяч сайтов. Конечно, среднее качество контента при этом резко упало, и кое-кто даже назвал Интернет «величайшим мусорником всех времен». Однако в этой огромной куче есть тысячи настоящих жемчужин — сайтов, которые любят, ценят и посещают множество людей, потому что находят там пищу «уму и сердцу».

Следующим актом этой драмы стало появление блогов. Прорыв лежал не в технологической, а скорее в психологической области: тысячи людей стали писать заметки о вещах, которые они считали важными и интересными, и сотни тысяч обнаружили, что читать эти заметки намного интереснее, чем смотреть одну и ту же телевизионную жвачку.

Однако блоги — не последний акт в развертывающейся на наших глазах драме очередного витка эволюции традиционных СМИ. Ведь технологиче-

ская революция еще не завершилась. Кстати, многие блогеры стали известными и авторитетными, однако никто из них не стал миллионером. А это важный признак: на крутых поворотах экономической, технологической и социальной жизни кто-то обязательно круто зарабатывает. Значит, нужно искать следующий поворот — чтобы предвидеть и, мастерски вписавшись в него, прийти первым.

Что же дальше? Увеличение пропускной способности каналов доступа в Интернет позволяет свободно передавать видео. С другой стороны, телевидение также приближается к Интернету — появляются технологии семейства Triple Play, позволяющие передавать и данные, и видео. На наших глазах в ближайшие годы будет происходить конвергенция Интернета и телевидения. К чему это приведет? Вместо 20–50–300 каналов телевидения возникнут десятки тысяч каналов, точно так же, как вместо тысячи газет возник миллион сайтов. Каждый такой канал будет рассчитан на свою, сравнительно узкую, аудиторию — как сегодняшние блоги отличаются от газет. Кстати, каналы будут интерактивными — не только новости и однонаправленные развлечения по типу «сиди и смотри», но и ролевые игры, интерактивные фильмы с динамическим сюжетом и неведомо что еще.

Каждый такой канал будет отчаянно нуждаться в классном контенте, чтобы выделиться, завоевать аудиторию, привлечь рекламодателя. Создание цифрового контента уже сегодня доступно практически каждому — цифровые видеокамеры дешевеют, а программы видеомонтажа и спецэффектов могут работать почти что на обычном компьютере. Как сегодняшние телеканалы не могут сами создать достаточное количество и качество контента и нуждаются в продакшен-студиях, так и здесь, но уже в неизмеримо больших масштабах, возникает огромный (мировой!) рынок цифрового контента. Например, уже сегодня известный видеохостинг YouTube намерен выплачивать премии авторам самых популярных видеороликов. Таким образом, благодаря эволюции контента от печатного (в печатных и электронных СМИ) к цифровому видео, история повторяется. Снова спрос в изобилии рождает предложение, более того, делает его новым золотым дном. И заработать на нем деньги, подобно тому, как это в свое время делали новостные корпорации, сможет практически каждый (как и в случае с веб-сайтами, среднее качество контента упадет — впрочем, и сегодня телеканалы нас не особо радуют). Но кто-то, несомненно, станет миллионером. Пусть это будете вы.