



Глава 8: Индия

Лоуренс Лян и Рави Сундарам

Докладчики: Прашант Айенгар, Сиддарт, Чадда, Нупур Джейн, Жинуин Ли и Акбар Зайди.

Введение

Пиратство вошло в общественное сознание Индии в условиях глобализации 1980-х. Быстрое распространение видео-культуры, имидж Индии как появляющегося крупнейшего разработчика программного обеспечения и измерение сравнительного преимущества между странами с точки зрения знания – все это стало причиной возникновения вопроса об управлении знаниями и творчеством, об «интеллектуальной собственности», который вышел на первый план обсуждений экономической политики. Объединение Индийских медиа отраслей с глобальными амбициями относительно фильмов, музыки и телевизионных передач превратило предоставление охраны авторским правам в особенную, неотложную проблему. В настоящий момент широкомасштабное пиратство, в основном, ограничивается аудиокассетами и книгами, продаваемыми на улицах. Пиратство начали рассматривать не только как угрозу конкретным предприятиям, но и как вызов большим экономическим моделям и национальным интересам. Проблема защиты интеллектуальной собственности в Индии с точки зрения законов, изложенных на бумаге, и с точки зрения методов, применяемых на улицах, приняла форму диалога между юристами, судьями, министрами и журналистами.

Политический диалог на высоком уровне способствовал принятию нескольких важных изменений законодательства об авторском праве, включая корректировки в Законе об авторском праве в 1994 и 1999 годов, особенно в отношении роста пиратских аудиокассет и компакт-дисков. Новый ряд предложений, отражающих более свежий список недочетов относительно управления культурными ценностями, начал создаваться в 2006 году и с высокой степенью вероятности будет вынесен на голосование в начале 2011 года.

С 1990х был подготовлен уже знакомый всем набор глобальных преобразований в области производства, оборота и регулирования медиа продуктов и культуры. Эти преобразования заключаются в пределах, начиная от макро-уровня (включающего новые международные обязательства по защите интеллектуальной собственности и выход Индии на новые глобальные медиа рынки), кончая крайне локальными разработками (такими, как дешевые DVD плееры и устройства для записи компакт-дисков, компьютеры в бедных городских кварталах). В этом отношении Индия относится к странам с более распространенными технологическими, культурными и политическими изменениями, перечисленными в этом докладе. Еще как минимум два фактора делают ситуацию в Индии оригинальной.

Во-первых, в отличие от других стран с низкими и средними доходами, на индийских рынках кино и музыки доминируют местные фирмы, которые конкурируют по ценам и уровню качества. В Индии ниша между дорогостоящими международными медиа продуктами и очень дешевыми пиратскими копиями заполнена отечественными компаниями. В результате шум вокруг распространения и ценообразования имеют сходство с современными волнениями на рынках США и Европы, где тираж дешевых цифровых медиа сервисов приводит к тому, что старые модели бизнеса обречены на крах и на сложный процесс обновления. В развивающихся странах такие инновации

Содержание главы

339	Введение
344	Цель пиратства
347	Уличное пиратство
350	Пиратство и время
352	Международная торговля
356	Интернет и P2P
356	Развертывание широкополосного интернета
356	Рост P2P в Индии
358	Контент
360	Интернет и политика в сфере цифровых медиа
362	Реорганизация рынка индийских фильмов
364	Сегментация рынка
365	Кинозалы
366	Управление окнами
370	Цены и конкуренция на рынке оптических дисков
374	Рынок исследований пиратства
376	Судебное принуждение к соблюдению
383	Сеть принуждения к соблюдению прав
385	Ассоциация дистрибуторов кино
388	Музыкальная индустрия Индии
390	Пиратство программного обеспечения
391	Условия для новых видов медиа искусства в Индии
393	Заключение
395	Об исследовании
395	Ссылки

остаются редкостью на медиа рынках, контролируемых международными компаниями, где продолжают быть нормой небольшие рынки, построенные на политике высоких цен.

Динамичность Индийских медиа рынков не обеспечивает создание модели борьбы с пиратством: на самом деле в Индии существуют уникальные барьеры для контроля над исполнением законов на различных уровнях. Это действительно является сильным контрапунктом в дилемме, стоящей перед большинством развивающихся стран: хроническая слабость легальных медиа рынков зажата в рамки таких факторов, как высокие цены и широко распространенное пиратство. И это обеспечивает уникальный ответ на один из центральных вопросов, вытекающих из этого отчета: не может ли пиратство быть полностью устранено или сведено к минимуму, но будут ли сопровождающие легальные рынки структурированы вокруг высоко-затратных или низко-затратных конкурентов.

Второй фактор, который отличает Индию от других стран, заключается в ее децентрализации управления и культурного производства. Несмотря на то, что Болливуд часто используется как название всей Индийской индустрии кино, он технически только описывает ту часть индустрии, которая связана со студией Хинди в Мумбаи (формально Бомбей). На самом деле Болливуд – это только часть нескольких важных региональных и локальных киностудий, включающих в себя продукцию округов Тамиль, Каннада и Малаялам. Телевидение похоже на шаблоны создания региональной продукции, основывающиеся на политике медиа индустрии, восходящей к кампании по модернизации Nehru в 1950х. Эти региональные СМИ чрезвычайно популярны. Индийская индустрия кино, телевидения и музыки преобладает над внутренними рынками, Голливудом и другими межнациональными медиа компаниями. Сборы Голливудских фильмов оцениваются в 8% индийского рынка – совершенно противоположный результат наблюдается во многих странах со средним и низким доходом. Доля музыки других стран на рынке Индии оценивается в 6% (Кохи-Кандекар 2010).

Шаблоны корпоративного владения усилили эту исключительно региональную организацию рынков. Несмотря на попытки в прошлом десятилетии внедрить современные структуры корпоративного

владения, индийская индустрия развлечений сохраняет высокую степень неформальной организации и часто построена вокруг семей. Такие структуры могут давать преимущества на местных рынках, но на сегодняшний день они предоставляют относительно слабую связь между глобальной экономикой отраслей медиа и глобальными организациями, в частности правообладателей.¹

Эта децентрализация послужила источником многолетних неудач для групп отраслевых лоббистов, таких как Motion Picture Association of America (MPAA) и Business Software Alliance (BSA), которые вели долголетние поиски (и, в общем-то, потерпели в них неудачу) индийских групп владельцев прав или уполномоченных лиц, с кем можно было бы сотрудничать. Когда международные исполнительные организации решились на переговоры с индийскими правообладателями, они смогли договориться с большим количеством региональных продюсеров, которые работали преимущественно с локальными рынками, регулируемые законами этих субъектов (а не национальными). Международные отраслевые группы в Индии получили возможность дискутировать о пиратстве и об обеспечении местных игроков (ровно как и себя) с целью создания лучшего окружения для своих долгосрочных планов. В этом отношении международные корпорации были вполне успешны в становлении антипиратских мер внутри субъектов Индии и в составлении реестра локальных ассоциаций таких отраслей, как музыкальная, кино- индустрия и индустрия производства программного обеспечения. Многие из этих локальных групп имели, в свою очередь, заимствованные антипиратские подходы и опыт международных корпораций, а некоторые даже независимо спонсировали антипиратские компании в Индии.

Охранительная политика и усилия по принудительному применению права сталкиваются с подобными вызовами. Принудительное применение прав в Индии организовано на уровне штатов, но не национальным правительством.²

Акронимы и аббревиатуры

ACTA	Anti-Counterfeiting Trade Agreement
BSA	Business Software Alliance
DRM	digital rights management
ESA	Entertainment Software Association
FICCI	Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry
FPBAI	Federation of Publishers and Booksellers Association of India
GDP	gross domestic product
IDC	International Data Corporation
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry
IIPA	International Intellectual Property Alliance
IMI	Indian Music Industry
IP	intellectual property
IPRS	Indian Performing Right Society
ISP	Internet service provider
IT	information technology
MPAA	Motion Picture Association of America
MPDA	Motion Picture Distributors Association
NASS-COM	National Association of Software and Services Companies
P2P	peer-to-peer
TRIPS	Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights
UPDF	United Producers and Distributors Forum
USIBC	U.S.-India Business Council
USTR	Office of the United States Trade Representative
VCD	video compact disc
WCT	WIPO Copyright Treaty
WIPO	World Intellectual Property Organization
WPPT	WIPO Performance and Phonograms Treaty
WTO	World Trade Organization

¹ Смотри доклад Rajadhyaksha's (2009) о растущей корпоративности и глобализации индустрии кино в Индии 1990-х.

² Конституция Индии делит власти национального штата делится на три категории или «списка»: принадлежащие those belonging to the central government, those belonging to the states, and those belonging to both—the concurrent list. Право и порядок – это уровень штата. Поэтому инициативы принудительного применения, реально организуются полицией на уровне штата, а не центрального агентства.

Хотя индийский правовой режим и западная судебная система сравнительно открыты для импортируемых правовых аргументов и практик, государственная организация полиции, закон и суды считают, что это давление быстро запуталось в сложной местной политической ситуации, где промышленники имеют разные уровни силы в мобилизации полиции и продвижении дел через перегруженную систему индийских судов. В частности громоздкие индийские процедуры уголовного судопроизводства служат постоянной темой отчетов Международного альянса по интеллектуальной собственности и формируют основу требования быстрых судов по интеллектуальной собственности, которые могут обработать больше, чем обычное количество нарушений. Успех отрасли – особенно в расширении использования законов об организованной преступности по преследованию пиратства кино – достиг государственного уровня с поддержкой мощных местных промышленных заинтересованных лиц.

Несмотря на то, что иностранные лобби стали более активны на государственном уровне, они также непрерывно предпринимали попытки сделать индийское правительство более эффективным посредником в принудительном применении права при усилении контроля над отечественными медиа рынками и медиа потоками. Основной критерий этих попыток включал усиленные меры по надзору и координацию крайне нецентрализованных полицейских сил индийских штатов. Более ранние стратегии включали подталкивание к более сильному обеспечению принудительного применения в ожидании ревизии закона об авторском праве. Противоречивость этого проекта – еще одна постоянная черта отчетов индийского Международного альянса по интеллектуальной собственности. В 2009 году альянс утверждал, что «Индия, в том числе ее отрасли на основе авторского права, отчаянно нуждается в антипиратской стратегии на уровне центрального правительства, способной сцепляться в правительствах штатов ... в содержательный метод принудительного применения. Недостаток поддержки в этих вопросах способствовал более или менее постоянному присутствию Индии в Списке наблюдения (Watch List) Офиса Торгового представителя Соединенных Штатов.

В целом, индийское принудительное применение оценено Международным альянсом по интеллектуальной собственности и его членскими группами как неуспешное, при этом чувствуется, что доклады альянса передают столь значительное разочарование в недостатке активности индийского правительства, насколько широко распространено пиратство как таковое, являющееся серьезным, но довольно типичным для развивающихся стран. Доля пиратской продукции в течение последних нескольких лет оставалась приблизительно на одном уровне. Она составляла 66% в программном обеспечении (согласно последним данным опроса Американской ассоциации производителей программного обеспечения и компьютерных игр, проведенном в 2007 году), 55% – в музыкальной продукции, 89% – в игровой продукции. По результатам последних опросов Американской ассоциации кино (проведенных в 2005 году) в кино-продукции она составляла 29%. Среди местных отраслевых групп верными считаются более высокие показатели, в том числе доля пиратской продукции оценивается в 90% на DVD-рынках и в 99% на рынках цифровой музыки.³ Как правило, исследование, лежащие в основе данных утверждений, не доводятся до сведения общественности и поэтому не могут быть оценены.

Несмотря на протесты Международного альянса интеллектуальной собственности, повсеместный образец принудительного применения права в Индии и изменения в организации нелицензированного использования показывают близкие параллели с другими странами. Розничные торговцы среднего уровня все чаще покидают рынок пиратской продукции, оказавшись вытесненными комбинированными притеснениями полиции в ос-

³ Sanjeev Varma, руководитель корпоративных связей для Moser Baer, интервью 2009. Показатель 99% от IFPI цитируется в ИПА (2010).

новых торговых местах, таких как Palika Bazaar в Дели и Lamington Road в Мумбаи, а также снижением цен на нелегальные диски, значительно сократившим прибыль. Оба фактора способствовали росту доли неформальной торговли нелегальными оптическими дисками и появлению более гибких, дешевых, стойких практик уличной торговли.

Параллели в практике принудительного применения также поразительны. Отечественные поставщики были очень успешны в мобилизации полиции при обслуживании особых операций по принудительному применению, особенно часто в целях защиты «окна» при выпуске в свет ожидающегося фильма-хита. Целенаправленные, крупномасштабные действия полиции в Мумбаи (для хинди релизов), Ченнае (для тамильских релизов) и Бангalore (для каннада релизов) стали сравнительно распространенной частью стратегий релиза киноиндустрии и создали неровный ландшафт принудительного применения для более широкого круга поставщиков кино. Международные фильмы, в отличие от отечественных, продвигаются через множество пиратских каналов распространения и не имеют локальных контрольных точек, делающих их менее пригодными мишенями для сосредоточенных усилий полиции.

В оставшейся части данной статьи исследуются точки соприкосновения между медиа рынками, нелегальными товарами и мерами принудительного применения в Индии, которые фокусируются на трех широких проблемах:

- Во-первых, организация экономики нелегального медиаконтента в Индии от уличной торговли и до международных сетей по распространению дешевого компьютерного оборудования и пиратской продукции. Эти сети – часть того, что было экспортировано преимущественно из азиатских стран, включая Китай, Малайзию, Пакистан и импортировано в страны южно-азиатской диаспоры. Эта территория сейчас теряет свою связь с некогда доминирующими производителями нелегальных кассет и дисков, и на ней в настоящее время наблюдается рост местной продукции и распространения через Интернет.
- Во-вторых, быстрый рост и изменения структуры киноиндустрии Индии, чьи представители спорят о пиратстве и мерах принудительного применения в Индии. Два фактора выделяются на фоне остальных: текущая реорганизация театральных представлений в многозальные кинотеатры, отмеченная ростом цен и уменьшением каналов распространения; безудержная конкуренция среди релизов на рынках DVD и саунд-треков отмечается быстрым снижением цен и более плотной конкуренцией с нелегальными рынками.
- В-третьих, эволюция деятельности по принудительному применению в Индии, сформирована регионализмом индийских медиа рынков и децентрализацией политической власти, а также кооперацией между международными, национальными и местными организациями. Все чаще такое сотрудничество распространяется на весь спектр деятельности по развитию мер принудительного применения: от рейдов по уличным палаткам и расследований до подготовки сотрудников полиции и судей, введения более широкого дискурса по вопросам интеллектуальной собственности и пиратству в СМИ.

Цепочки пиратства.

В Индии, как и везде, многочисленные отчеты о медиа пиратстве строятся относительно моральных и экономических исков правообладателей и направлены на обоснование этих требований. Эти отчеты, в основном, фокусируются на нелегальности и криминальности актов пиратства. Они живо представляют смысл потери и опасность в таких действиях, часто вплетая пиратство в вереницу индийских социальных кризисов: от безработицы и до организованной преступности. Такие попытки формирования представления о пиратстве занимали центральное место в организации усилий по принудительному применению, но, на наш взгляд, в значительной степени искажают реальную картину медиа пиратства. Повышая уровень драматичности, они редко улавливают ординарность и всеобщую доступность пиратства в современной Индии.

Эта ординарность уходит корнями, прежде всего, в центральную роль, которую играет неофициальный сектор в культурных инновациях в Индии, особенно в контексте цифровой революции прошлого десятилетия. В Индии, как и в других странах с низким и средним доходом, цифровая культура приобрела большой опыт, особенно в нелегальном секторе. Импорт дешевой китайской техники, переработанные товары нелегального рынка и пиратский контент были фундаментом, хорошо это или плохо, для роста и для результирующего увеличения доступа к медиа. Они также заняли центральное место в демократизации медиа продукции, поскольку издержки производства и распространения снизились. В этом контексте практика пиратства и нелегальных рынков задавала направления не только «потреблению» в ограниченном смысле, но и культурному участию, обучению и инновациям для широкого спектра индийских секторов.

В основном, изменения привлекают внимание индийской медиа индустрии только в плане тех споров о пиратстве, где его обычно клеймят. Была проведена очень небольшая работа по выявлению природы этих новых сетей медиа и что они значат для социально-экономического развития Индии или для нашего более широкого понимания глобализации. Эта глава и проделанный нами длинный путь работ над этим докладом – попытка документировать изменения в опыте медиа- и городской жизни в Индии.

Большинство исследований этого предмета в индийской журналистике и образовании крутятся вокруг двух столпов индийских представлений: вмешательство государства (на примере плана модернизации 1960-1970х) и динамика рынка (перспектива, которая стала знакомой нам при становлении Индии основным игроком на рынке информационных технологий в последние два десятилетия). На практике, однако, Индия насчитывает несколько простых изменений от аграрного общества к развивающемуся, управляемому рынком обществу. Опыт модернизации для большинства индийцев заключается не в разработке новых, а в переработке технологий и дешевых копий как их следствие. Поскольку технологии проходят через сообщества, регионы и классы намного позже того, как они теряют свою актуальность, их можно считать в своем роде подержанными или секонд-хендом.

Рассматривая пиратство как маргинальную (не элитную) медиа практику, мы тем самым пытаемся избежать определений пиратства как кражи или преступления и фокусируемся не на том, как пиратская практика вплетается в существующие социальные отношения и одновременно изменяет их. Подразумевалось, что практика фокусируется на группах, исключенных из технического образования общего для средних и высших классов Индии и тех, кому удалось занять ценную нишу в информационной экономике.

Nehru Place.

Nehru Place, в Дели, является владельцем крупнейшего рынка компьютерного секонд-хенда в Азии и крупнейшим центром экспорта в Индии, а также большим рынком нелегального программного обеспечения. Но это далеко от начального плана. В стратегическом плане Дели от 1962 года планировалось, что Nehru Place станет крупнейшим из пятнадцати окружных центров, который сделает из города центр урбанистической культуры. Это было воплощением модернизации жизни Дели в 1960х и Индии в целом.

Х. П. Сайнх был одним из первых экспортеров одежды, переехавшим в Nehru Place. Он владеет одним из крупнейших гипермаркетов в комплексе и чувствует на своем примере глубокий провал первоначального замысла модернизации: «Когда я видел планы развития Nehru Place, мне обещали бульвары Лондона и Парижа, окружных центров Европы. Я и не догадывался, что Nehru Place примет такую форму, как сейчас».

Сегодня Nehru Place представляет собой пример размытой границы между формальной и неформальной индийской экономикой. Кроме того, этот шумный пример коммерческого восстановления ассоциируется, в первую очередь, с рынком «вторичного аппаратного компьютерного обеспечения», на котором продаются восстановленные компьютеры, программное обеспечение и другие сервисы. Магазины компьютерных запчастей впервые появились в 1980х, когда местные компании и департаменты правительства начинали использовать компьютеры в промышленных масштабах. Они продолжают работать и сегодня как часть огромного рынка нелегальных компьютеров и программного обеспечения.

Большинство товаров на вторичном рынке аппаратных средств – это забракованные компьютеры, привезенные из Южной Азии, которые были разобраны, а затем собраны для вторичного ис-

пользования. Продавец компьютеров – Сачин – объясняет основу бизнеса: «Во многих странах за рубежом время жизни компьютера составляет год-полтора. Обновление является ключом развития технологий. Здесь же люди не продают свои компьютеры. Они смотрят на них как на свои телевизоры, передавая их другим, когда техника износится».

Рынок действует как сеть распространителей, которые связаны друг с другом и торгуют запчастями и услугами. Большинство магазинов связаны через интерком, называемый линией шотти (или маленькой линией), существование которой нелегально с тех пор, как она обходит официальные телефонные сети. Когда необходимы специальные услуги, звонки направляются полставочниками, которые могут их выполнить. Когда этот способ не действует, запрос часто направляется другим поставщикам, имеющим возможность гарантировать выполнение большинства требований. Одно из условий заключается в том, что нет централизованных складов внутри комплекса. Другое – в том, что большинство операций оплачивается наличными в целях облегчения обмена запчастями и услугами внутри сети.

Пиратское программное обеспечение также хорошо продается в Nehru Place и часто бывает предустановлено на подержанные компьютеры. Главный офис Microsoft в Дели, который находится в самом центре, следит за секцией, в которой торгуют программным обеспечением. Как и у многих других компаний в Nehru Place, место Microsoft изначально предназначалось для других целей. На первоначальных схемах место, занимаемое Microsoft, отводилось под кинозал.

Многие из этих общественных путей начались в операторских центрах, центрах копирования, интернет кафе и в индустрии компьютерных услуг. Многие из них отмечаются желанием избежать ограничений, продиктованных недостатком формального образования. Понимание этих сфер социальной мобильности было ключом для нашего понимания пиратства. (Sundaram 2001, 1996; Liang 2003).

Индийский опыт научил нас тому, что вопрос легальности является наименее интересным местом, с которого начинается подобное исследование. Строгое соотношение между легальным и нелегальным сектором, как правило, не характерно для структуры индийской медиа индустрии, особенно в контексте большого неофициального сектора. Часто вопрос лучше ставить так: как люди ориентируются в городской медиа среде? Как они получают доступ к медиа продукции или создают ее в условиях доступности ресурсов и существующих ограничений (в том числе и легальных)?

В пиратстве нас не интересует вопрос легальности. В действительности проведение границы в законодательстве и на улицах в Индии чрезвычайно осложнено. Напротив, мы интересуемся его обычностью – вопросом, к которому мы приблизились, анализируя социальные сферы возникновения пиратства, создаваемые им страхи и формы социального управления.

Невозможно понять суть этого устройства без понимания неформальных условий, которые формируют доступ к товарам, услугам, жилью, государственной власти и другим особенностям жизни в урбанистической Индии и других городах Большого Юга. Большинство таких городов построены на деньги, полученные нелегальным путем, и только частично сформированы муниципальным планированием, а также частично интегрированы в сети бизнеса, услуг и государственную власть, открывающую внешний вид глобальной экономики.

Условия нелегальности были приняты Индийским государством как неизбежный аспект роста городов. Однако в прошлом десятилетии смещение приоритетов с интеграции индийской экономики в глобальную экономику увеличило давление на использование земель в городах Индии. Атаки на зоны нелегальности стали намного более обычными, причем суды стали играть ключевую роль в определении выживания трущоб во многих индийских городах. Этот процесс скорее приводит к изменению распространения нелегальности, нежели к ее устранению. Поскольку старые зоны нелегальности были разрушены, бедным индийцам, населявшим эти земли, пришлось переместиться. В результате нарушения городского ландшафта появились новые временные зоны, характеризующиеся нелегальной торговлей и предельно низкими доходами.

Мы делаем это отступление по городской перепланировке, поскольку пиратство не может быть выделено из цепочек, в которых оно присутствует. Детальный отчет о пиратстве в Индии начинается с “многих пиратств”, которые пронизывают повседневную жизнь индусов. В центре нашего следования оказались три из таких цепочек: традиционная и все еще распространенная в мире уличная торговля, производственные и распределительные сети, образующие торговлю оптическими дисками, и возникшие в последнее время сети peer-to-peer (P2P) и другие каналы распространения цифрового медиаконтента.

Уличное пиратство

Можно утверждать, что наибольшую угрозу для нелегальной уличной экономики представляет не закон, а «непредсказуемый характер погоды». Увидеть сотни уличных торговцев сметенных в укрытия неожиданным сильным муссоном дождем – обычное зрелище в Бангalore. Полицейские рейды, в общем, производят такой же эффект: в результате уличные торговцы возвращаются на свои места по окончании рейдов.

Поскольку распространение пиратских оптических дисков стало обычным явлением в 1990х, рынки и уличные пространства занимались постоянными точками торговли. Места, подобные National Market и SP Road, достигли почти культовых статусов как пиратские центры в Бангalore, как дом для оптовых покупателей с широким ассортиментом контрафактных и пиратских продуктов: DVD дисков и проигрывателей, китайских телефонов и КПК, MP3 плееров и музыкальных автоматов, поддельных Ray-Bans и игровых консолей. Даже видеоплееры можно до сих пор обнаружить – остатки от наследия видеокассет, созданного в 1990х и начале 2000х.

Продавцы знают свою клиентскую базу и, соответственно, их желания. В корзине вне Аууаран Temple на Millers Road (место назначения для жителей Тамил Бангалора) тамильские фильмы составляют основную массу ассортимента, после которого идут фильмы Хинди. Фильмы на английском языке находятся в отдельном месте, зачастую они не распространены среди потребителей. На MG Road, где находится большинство офисов, пираты снабжают фильмами молодых профессионалов, которые думают о том, чем бы занять вечер. В ассортимент подобных офисов входят и фильмы на хинди, и англоязычные фильмы, и фильмы со всей Индии. Когда начались работы по прокладке Бангалорского метро по роскошному соседству с 100 Feet Road, дорога была переделана в уличный базар. Продавцы построили магазины с известными брендами и продавали диски сотрудникам корпораций, возвращающимся домой. В этой части города нелегальные голливудские фильмы пользовались огромным успехом. Пока есть спрос, продавцы мобилизуются и быстро приспосабливаются к изменениям в городе и к изменениям потребностей своей клиентской базы.

Уличные пираты также предлагают различные типы товаров, отражающие изменяющуюся степень доступности высококачественных и низкокачественных копий новых фильмов и потребность во вспомогательных материалах, например, журналистских репортажах. На рынке лидируют релизы фильмов в высоком разрешении, в основном, сжатые копии Blu-ray записей до файлов MP4 720p или до сходных форматов, записанных на DVD. Это все еще редкость на большинстве уличных рынках, но их продажи увеличиваются все больше и больше в местах, где живут корпоративные сотрудники, обладающие HDTV проигрывателями (например на 100 Feet Road). В конце списка сборники фильмов Голливуда и Болливуда (обычно на них записаны от трех до пяти фильмов, но иногда это число доходит до десяти или даже больше). Чем выше количество фильмов на диске, тем ниже качество записи. Некоторые продавцы реализуют, в основном, такие диски. Диск с фильмом The Untouchables, купленный в процессе нашего визита, к примеру, был копией оригинального DVD диска, в то время как DVD с тремя новыми фильмами на хинди содержал едва воспроизводимые «экранки». Через несколько недель стали доступны намного более качественные копии этих фильмов, записанные более качественными видеокамерами и улучшенные аудиодорожками. В течение пары месяцев продавцы будут продавать DVD диски с отличным качеством.

Как и в большинстве стран, описанных в этом докладе, в последние 5-6 лет участились кампании по принуждению к исполнению авторского права против организованного розничного пиратства. В штатах Тамил Наду и Карнатака местные правительства расширили Акт Гундаса, традиционно используемый для борьбы с бутлегерами и вымогателями, чтобы бороться с видео пиратством. Акт Гундаса был громом над критикой из-за суровых наказаний, включающих взятие под стражу на срок до двух лет, штрафы до \$2000 и возможность досудебного ареста без возможности выхода под залог на срок до одного года.

Использование Акта Гундаса для борьбы с пиратством было организовано по требованию представителей местной киноиндустрии. Акт применялся только к местным фильмам. На Бирманском базаре в Ченнаи – возможно, самом большом пиратском рынке в Индии – большинство киосков, продающих DVD, повесили заявления, в которых говорилось, что они уважают авторские права тамильской киноиндустрии, не хранят и не продают тамильские фильмы. Пиратские копии фильмов из Голливуда или Болливуда, напротив, доступны в больших количествах у всех на виду. Такие договоренности часты в Индии и отражают сильную узость многих аспектов культурной идентичности, торговли и управления. Пираты в южной части штата Карнатака не продают фильмы на языке каннада. Принуждение к соблюдению прав в Андхра Прадеш нацелено только на местные фильмы Telegu. Местная политика по принуждению к соблюдению прав – зачастую только политика.

Основным рынкам пиратских товаров, таким как Национальный рынок Бангалора и базар Палика в Дели, тем не менее, нечего противопоставить растущему давлению полиции. Хотя присутствующая на таких рынках местная полиция часто неформально сотрудничает с продавцами и операторами рынков, чтобы минимизировать процент серьёзных преступлений, в последние 5-6 лет частота анти-пиратских рейдов существенно увеличилась до уровня, который заставил уйти многих продавцов пиратской продукции из относительно незащищенного рыночного окружения. Наиболее очевидный результат этого давления – дальнейшая децентрализация и деформализация пиратских продаж. В Дели, например, сосредоточению продавцов-пиратов на больших рынках пришла на смену гораздо более локальная организация пиратской дистрибуции, часто смешанная с уличными продавцами овощей, фруктов и других товаров.

В Бангалоре интервью с продавцами, оптовиками и полицией обычно приводят в Ченнаи, город на юго-восточном побережье Индии, основной перевалочный пункт Голливудских, Болливудских и Тамильских фильмов. Ченнаи долгое время был центром контрабанды и других незаконных видов бизнеса в Индии. Когда импортируемые товары класса люкс, такие как парфюм и электроника, были обложены большими пошлинами, перед либерализацией индийской экономики в 1990ых годах, Ченнаи был Меккой электроники в южной Индии. Рынки Ченнаи, такие как Бирманский базар, зачастую были единственным местом, где можно было достать популярные импортные потребительские товары. Когда пошлины убрали, прибыль от торговли многими видами контрабандных товаров тоже упала, и продавцы на Бирманском базаре переключились на продажу пиратских VCD (видео компакт-дисков) и позже – на продажу DVD. Бирманский базар остался самой «горячей точкой» индийской неформальной экономики, где регулярные рейды разрушают потоки пиратских товаров, но доказательств долгосрочного эффекта или уменьшения торговли почти нет.

Синий и серебряный маал

В Индии пиратские диски часто называют «маал» – это разговорный термин, обозначающий товары и обычно применимый к пиратским товарам. Есть два вида маал в обращении: синий и серебряный. Синий маал в среднем – это низкокачественный VCD, обычно местная копия Болливудского фильма. Стоит она примерно от 40 до 50 рупий (\$0.80 - \$1.00) в Мумбаи. Импорт – это, как правило, высококачественные серебряные маал-диски, скопированные с оригинального DVD. Серебряные маал-диски доступны и для Болливудских, и для международных фильмов и могут обладать премиальной ценой до 100 рупий (\$2), особенно когда у них такая же обложка, как у лицензионных дисков.

Хотя уличные цены для обеих категорий дисков упали, цена, используемая полицией в оценке стоимости изъятого имущества, выросла, подпитывая скепти-

цизм относительно полицейских докладов о размере рынка пиратской продукции. До 2006 года цена каждого VCD/DVD оценивалась полицией в 100 рупий (\$2) – это потолок уличных цен. Сегодня, когда маал-диски изымаются полицией, цена каждого оценивается в 300 рупий (\$6) – потолок розничной цены для самого дорогого местного фильма в продаже. Этот разрыв между уличными ценами в оценке объема пиратской продукции похож на то, как группы правообладателей любят считать потери в исковых заявлениях. Но, как мы выяснили, более общие потери они считают совсем по-другому (см. часть 1). На практике этот разрыв увеличивает масштабы и пиратства, и мероприятий по принуждению к выполнению прав, что является самоцелью при вознаграждении за публичный показ действий по принуждению.

Несмотря на попытки отрасли показать связь таких рынков с сетями организованной преступности, проверка на местном уровне показывает малый масштаб большинства таких бизнесов. Пиратские товары привозят в Бангалор из других городов, таких как Майсур и Хосур, в небольших коробках в личном транспорте или в туристических автобусах. Их доставляют на оптовые рынки, которые продают их розничным продавцам. Есть много посредников и наценки на каждом шаге становятся очень маленькими. За последние 4-5 лет цены на пиратские записи сильно упали, оказывая сильное давление на всех игроков товарной цепочки.

В 2004 году DVD обычно стоили больше \$2. Сегодня дистрибуторы обычно покупают фильмы по оптовой цене около \$0.70 и продают уличным продавцам за \$0.80, которые, в свою очередь, продают диски примерно за \$1 на улице или на пиратских базарах. Здесь есть большие вариации цен, учитывающие близость к соседям с высококачественным контентом, или расстояние от высоко конкурентных оптовых рынков, таких как Бирманский базар, где розничные цены на DVD могут падать до \$0.40.

С такими маленькими наценками объем продаж становится решающим фактором. Согласно нашим интервью, оптовый продавец на Национальном рынке в Бангалоре продает в среднем тысячу дисков за день. Вне рынка есть другие маленькие магазинчики и уличные продавцы по всему городу, которые покупают у оптовиков и продают с наценкой от 10 до 15 рупий (\$0.20 до \$0.30). Средняя цена копии фильма на английском или Болливудского фильма на Brigade Road или Indira Nagar (точки коммерческой ак-

тивности Бангалора) – примерно \$1 за диск. Здесь продают от 15 до 100 дисков в день, обычно делая выручку \$10-\$20.

Почти все опрошенные согласились с тем, что рынок пиратских дисков стал гораздо менее прибыльным в последние годы. Большинство видят причину в стечении обстоятельств – от рецессии до изменения практики выпуска фильмов студиями, которые уменьшили период между премьерой в кинотеатре и выпуском DVD и таким образом уменьшили период времени, когда пираты имеют монополию в продажах. Все опрошенные, однако, основной угрозой пиратству считают интернет, так как развитие широкополосного интернета нивелирует два традиционных преимущества уличных продавцов: более быстрый доступ и низкие цены.

Пиратство и время

Упоминание доступа к медиа информации, исследуемое в этом отчете, обычно фокусируется на вопросах цены и доступности. Но другим важным фактором является привязка ко времени. “Управление окнами” – термин, обозначающий управление распространением продукции. Современное кинопроизводство Голливуда или Болливуда включает много периодов продвижения, начиная с долгой предварительной рекламной кампании, которая разогревает публику перед релизом в кинотеатрах. Период показа фильма в кинотеатрах – очень важное время для выручки. В Индии, где местные фильмы постоянно конкурируют за место на экране, этот период может быть очень коротким.

Возвращаясь к нашей работе, мы поняли, что распределение во времени столь же важно для формирования легального и нелегального медиа рынков, как цена. Временная природа распределения связана не только с экономической логикой, но также с тем, что мы называем «экономика ожиданий». Реклама выходящего фильма, релиз трейлера, постеров и саундтреков, премьера – всё это части экономики ожидания. Однако части этого ожидания очень неоднородно распределены. Люди ждут фильмы дольше по мере того, как мы движемся из северного полушария на юг, и от мегаполисов к небольшим городам и деревням. Тенденция одновременного глобального выпуска, распространённая сейчас среди многих крупных производителей Голливуда – это попытка минимизировать возможности пиратов использовать промежуток между выходом фильма на экраны и на DVD. Но даже эта тенденция есть только в крупных городах. В провинции люди ждут.

В этом контексте новизна фильмов, качество их воспроизведения, и качество самого фильма отражают хронологические и культурные различия – разницу между севером и югом, между маленьким городом и мегаполисом, между современностью и теми, кто “не совсем современен”. В таких фильмах, как *Main Madhuri Dixit Banna Chahti Hoon!* (2003) и *Haasil* (2003) или документальным фильмом Панкажа Кумара *Kumar Talkies* (1999), мы бегло знакомимся с миром людей, ждущих кино. В очаровательной сцене из *Main Madhuri Dixit* главный герой идет смотреть фильм *Devdas* на хинди, но спустя некоторое время фильм останавливается и аудитория жалуется, что в последний раз им пришлось ждать больше двух часов, прежде чем курьер на велосипеде привез другую бобину, которая тоже оказалась сломанной.

Большой город – это место, где неполадки могут быть устранены, где фильмы показывают полностью, и где зрителям не приходится каждый раз при посещении кино-

театра сталкиваться с географической и культурной отсталостью. Пиратство возникает на пересечении измеряемых днями или неделями ожиданий и стремления быть современным, жить в современном мире, показанном в кинофильмах, где вещи не ломаются и не выходят из строя бесконечно. (Vasudevan 2003; M. Prasad 1993; Bagchi 2006).

Ожидание последнего Голливудского или Болливудского релиза в этом контексте становится подходящим сравнением для фильмов, помещенных в разных кругах пространства и времени. Брайан Ларкин и Рави СанDRAM – студенты, изучающие современное пиратство, утверждают, что в противоположность головокружительной, происходящей на наших глазах интеграции информационной эры, подавляющее большинство людей в странах “третьего мира” ощущают современность не как скорости, а как происходящие остановки и поломки. Поломки создают культурное ощущение, которое скорее связывают не со скоростью, а с процессом ожидания. Из-за ожидания открытия электронного сообщения, починки оборудования, восстановления энергоснабжения технологии вне высокотехнологичных центров воспринимаются как замкнутый круг поломок и починок. В большинстве стран расширение человеческих возможностей с помощью технологий – расширенная память, расширенное восприятие, более развитое общение – ломается о штыки ежедневных проблем в эксплуатации техники. Для любого ремонта нужно время. Ощущение медлительности, более того, приходит как цепь технологий, производящих скорость, так что скорость и ускорение, замедление и застой связаны и постоянно чередуются. В большинстве стран технологическая современность выражается не в отличной работе новых технологий, а в несовершенной адаптации. Цифровое пиратство в развивающихся странах – это пример такого широкого процесса, в основе которого лежат дешевые воспроизводимые типы инфраструктуры информационной экономики (Sundaram 2001; Larkin 2004).

Интересный сюжет несовершенной адаптации в киноиндустрии – история видео компакт-дисков. В 1993 году Sony и Philips представили формат записи видео на компакт-диски VCD. Он был дешев, удобен и поначалу казалось, что у него большое будущее. Когда был представлен этот новый формат, уже шла разработка технически более совершенного стандарта DVD. С самого начала Philips знала про грядущее появление DVD и надвигающуюся угрозу с его стороны стандарту VCD. Предчувствуя незавидное будущее формата VCD, Philips и Sony отменили план запустить VCD на западных рынках и решили вместо этого запустить его в Китае, где технологическое отставание формата было бы не так быстро оспорено (Wang 2003; Hu 2008). Из-за того, что Philips и Sony были серьезными игроками в производстве дисков и плееров, киноиндустрия поверила, что VCD поможет побороть широко распространенное пиратство на рынке видеокассет. Вместо этого использование VCD дало начало буму производства дешевых китайских дисков.

Азиатские рынки с энтузиазмом приняли VCD, а вскоре и пиратство, как часть параллельных глобальных распределительных сетей Голливудских и Болливудских фильмов. Значительное распространение современных голливудских фильмов в Китае привело к распространению пиратства. Пиратские VCD стали единственным доступным источником голливудских новинок, лишь некоторые из которых легально показывали в кино.

За короткое время VCD стал основным форматом кино в большей части развивающихся стран. Он также запомнился как формат с коротким сроком жизни, с него начался процесс быстрого проникновения и распространения новых, дешевых цифровых потребительских товаров. К 1998 году VCD формат широко распространился в Китае, где было примерно 16 VCD плееров на сотню домохозяйств. К 2000 году это количество более чем удвоилось, значительно опережая распространение мобильных телефонов. Но переход к VCD-совместимым DVD плеерам был уже близок. В 1999 продажи VCD плееров в Китае достигли двадцати двух миллионов. К 2000 году продажи DVD плееров возросли с одного миллиона до трех миллионов, а в 2006 году достигли значения 19 миллионов в год (Linden 2004; Digital TV News 2008).

Технология VCD быстро проникла из Восточной Азии в остальные части Азии. В течение нескольких лет с момента появления VCD диски заменили видеокассеты в этом регионе и стали гораздо более распространенными, чем VHS кассеты. В Индии цена VHS плеера никогда не опускалась ниже \$200. Напротив, VCD плееры подешевели до \$20 к середине десятилетия. Так же, как и другие отсталые технологии, VCD инфраструктура остается важной вне больших индийских городов; общее число DVD плееров превысило количество VCD плееров только в 2008 году (Kohi-Khandekar 2010).

Формат VCD также быстро проник в другие регионы мира. В Нигерии, родине второй по величине в мире киноиндустрии, если считать по количеству произведенных фильмов (более чем 1200 в 2008 году), большинство фильмов доступны только на VCD или DVD. Страны западной части Южной Америки также наводнились дешевыми плеерами в начале 2000ых годов, и VCD диски остаются распространенными в этом регионе – эта тема раскрыта в части про Боливию. Но большинство западных рынков никогда не видели VCD, и этот формат остается признаком технологической периферии.

Транснациональная торговля

Мощные сети, передающие пиратские копии индийских фильмов, появились в 1980 годах, в начале эпохи видеокассет. В схеме, которая повторялась в течение следующих 30 лет, незаконные сети использовали преимущества возможностей рынка, созданного большинством производителей. Бомбейские студии решили отказаться от розничной продажи фильмов из-за боязни того, что никто не придёт в кинотеатры. Это практически не повлияло на розничные продажи и показы в Индии, но показало, что растущий сектор остался полностью незаконным (Sundaram 2009). Кроме того, из-за слабого развития международных сетей продвижения продукции Болливуда, пиратские сети стали первичным способом распространения новых болливудских фильмов среди международной аудитории. Соединенное Королевство, Пакистан и Дубай (который остается крупнейшим оффшорным перевалом для большого количества легального и нелегального индийского бизнеса) стали основными частями международной сети дистрибуции.

Другие индийские медиа и IT компании выросли из похожих транснациональных сетей в 1980ые годы. Индийские поставщики серого рынка компьютеров и электронных компонентов ездили на Тайвань и в Юго-Восточную Азию, чтобы снабжать компонен

История компании T-Series

В конце 1970ых Гульшан и Гопаль Арора владели магазином фруктовых соков в Дели, но их взгляды были направлены на музыку и электронику. В 1979 году братья открыли небольшую студию, где начали записывать Гарвали, Панжаби, Бобхпури и другую региональную музыку. Занимая деньги, они посетили Японию, Гонконг, и Корею, чтобы узнать больше об индустрии звукозаписи и технологиях производства кассет. По возвращению в Индию они основали фабрику, чтобы производить магнитные записи и аудиокассеты. В конце концов они построили большую звукозаписывающую фабрику, где они предлагали услуги копирования для более мелких региональных производителей кассет. К концу 1980ых их компания, T-Series была лидером рынка производства кассет в Индии и начала производить видеозаписи, телевизоры, стиральные машины и моющие средства, а позже - VCD и MP3 плееры.

T-Series была очень губительной силой для индийского музыкального рынка большей частью потому, что была очень успешной пиратской компанией. Она добивалась этого с помощью разнообразных полулегальных и нелегальных способов, особенно с помощью нарушения положения законной статьи индийского акта об авторских правах. Так T-Series выпустила тысячи кавер-версий(измененных вариантов) песен из классических фильмов. Фирма также была вовлечена в более открытое нарушение авторских прав: выпуская пиратским способом популярные хиты, она зачастую нелегально получала записи фильмов до их релизов, таким образом ударяя по легальному рынку. Против T-Series были выдвинуты и другие обвинения, включая оптовую продажу плохих магнитных лент конкурентам в попытке дискредитировать их бренды.

С другой стороны, T-Series изменила правила распространения, что привело к

изменению музыкальной индустрии и покупателей музыки в Индии. Покончив с узким существующим каналом точек продаж, T-Series активно распространяла кассеты в «магазинах по соседству», бакалейных лавках, стендах с бетелем и чайных магазинах – делая кассеты вездесущим продуктом индийской коммерческой жизни.

T-Series также расширила аудиторию слушателей, фокусируясь на жанрах и языках, которые игнорировались крупными индийскими лейблами и дистрибьюторами, особенно HMW. Этот лейбл считал невыгодными записи на языках, отличных от хинди, из-за малого масштаба соответствующих рынков. T-Series доказала, что можно увеличить эти рынки, усилив дистрибуцию и снизив цены. Оказывая услуги копирования более мелким лейблам, T-Series также способствовала возрождению других традиций, присутствующих малым рынкам.

Эти инновации были неотделимы от атаки компании на ценовую структуру записываемой музыки в Индии. На рынке, где доминировали две компании, лицензированных правительством, – HMV и EMI – аудиокассеты стоили от \$3.60 до \$4.60. T-Series сократила цену кассет до \$2.50, снабжая большой рынок индийской музыки.

Не вполне справедливо называть T-Series пиратами, осуждая крупнейшую революцию в музыкальном бизнесе, частью которой они были, или их тесные взаимосвязи с неформальным рынком. В интервью со специалистом по медиа Петером Мануэлем сотрудники T-Mobile так прокомментировали силы, которые их компания одновременно усилила и освободила: "То, что люди говорят про наши действия в ранние годы – большей частью правда. Но, возвращаясь к тем событиям, я скажу вам, что певцы из большого Газала приходили к нам и просили нас продавать пиратские копии их

собственных кассет для их большей популярности, с тех пор как НМВ перестала справляться с удовлетворением спроса.” Даже крупные игроки, такие как НМВ, сотрудничали с пиратами. Когда НМВ поняла, что не может удовлетворить спрос на один из самых больших ее хитов, *Maine Pyar Kiya*, она, как говорят,

заключила соглашение с производителями пиратских копий о том, чтобы пираты подняли цену на альбом с 11 до 13 рупий и платили НМВ полрупии за каждый проданный альбом. Другие производители тайно сговаривались с пиратами чтобы уменьшить свои цены, налоги и авторские отчисления артистам (Manuel 1993).

тами и материалами появляющихся домашних производителей. Финансирование подобных поездок часто обеспечивались местными базарами или с помощью диаспор торговых каст. Крупные индийские компании, такие как T-Series, родились в таких поездках.

Такие сети также обеспечили решающую поддержку быстрой адаптации последующих технологий, таких компакт-диски, особенно когда дешевое китайское “железо” и малазийские диски начали появляться в Индии в конце 1990ых годов. К этому времени экономическая либерализация и рост в Индии и Китае сильно увеличили объем и сложность транснациональной торговли в регионе. Сравнительно простой неформальный сектор в 1980х стал сложной системой организаций, которые выросли из местных уличных торговцев до фабрик по всей Азии. Поскольку большие прибыли зависели от успехов ускорения производства и доставки товаров, эти сети росли и вводили новшества очень быстро.

Уличные дистрибьюторы пиратской продукции и оптовые рынки встроились в эти городские, региональные и транснациональные сети. В наших интервью большие возможности в Пакистане, Малайзии, Китае и Гонконге были, кроме того, названы торговцами и посредниками в качестве основных мест производства, откуда DVD попадают в Индию через множество региональных каналов. Малазийские импортеры, например, рассказали, что используют две региональные дистрибуционные цепочки на пути к оптовым продажам и рынкам сбыта в Мумбаи – один проходит через города Багга (Бангладеш) и Калькутта (Индия), а другой – через город Ченнаи (Индия).

Многие из этих путей закреплены давними транснациональными этническими и родственными сетями. Путь между Ченнаи и Куала Лумпуром, например, известен благодаря существованию большой (индийской) тамильской диаспоры, живущей в Малайзии. Пакистанские пираты, в свою очередь, обслуживают большую южно-азиатскую диаспору в англо-говорящем мире, которая покупает индийские кино и музыку. Часто перемещения в таких сетях идут обоими путями. Этнические тамильцы в Малайзии страстно ждут последних тамильских фильмов, в то время как тамильцы, живущие в Ченнаи, ждут последних голливудских релизов, скопированных на малайских фабриках. Индустрия развлечений знает об этих региональных цепях, но предпочитает смотреть на них, в первую очередь, через призму глобальных вызовов. Согласно ПРА, например, появление в прокате 19 мая 1999 года фильма *The Phantom Menace* запустило эффект домино: пиратские копии были доступны 24 мая в Сингапуре, 25 мая в Гонконге, Тайване и Макао; 26 мая в Таиланде; 27 мая в Индонезии и Австралии; 28 мая в Корее; и 31 мая в Пакистане. После Пакистана – 2 июня в Индии.

Сложный путь символично отражает высоко структурированные пиратские медиа потоки конца 1990-х и ранних 2000-х, когда проникновение физических дисков из центрального источника – малазийских фабрик – сформировало скорость и географию пиратских релизов. Появление Индии на конце цепочки, скорее всего, сигнализирует о другом пути: доставке оригинала на фабрики Пакистана и контрабандном ввозе на территорию Индии. В наши дни такие подсчеты выглядят совсем по-другому. Географическая траектория любого современного фильма радикально уменьшилась. Появились копии, записанные на камеру или более высокого качества, доступные в интернете во время или до официального релиза и уличная дистрибуция вскоре после релиза. Фабрично произведенные копии также появляются, но неизбежно после показа и обычно как премиальный продукт.

Наши интервью в 2009 году нашли доказательства того, что эти сети всё ещё играют роль на южно-азиатской сцене, но также очевидно, что пиратская среда стремительно меняется, что вызвано дешевыми технологиями копирования, которые уменьшают преимущества производства в промышленных масштабах и, более того, децентрализацией дистрибуции. Интернет – ключевой фактор в этом контексте, но не единственный: местные фабрики и дешевые потребительские устройства записи, хранения и др. играют значительную роль. Когда компания Ernst & Young исследовала происхождение пиратских дисков в Индии в 2008 году, она оценила, что 40% приходит от производителей дисков, 50% от неофициальных мелких производителей и только 10% от транснациональных сетей (USIBC/Ernst & Young 2008). По всем подсчетам, эти перемены сильно расширили поток пиратских товаров внутри Индии и Азии более глобально – так же, как они вытеснили сложные организационные сети, которые до недавнего времени сами вызывали эти перемены.

Эти перемены – наименьший из факторов, влияющих на торговлю реальными, осязаемыми товарами – особенно электроникой – где география азиатского серого рынка остается легко видимой и принимаемой без возражений. Эта география сигнализирует потребителям разными способами, в основном упаковкой и другими пометками, происхождение товаров. В Индии география товаров присутствует в названиях уличных рынков. Посетители, выходящие из Национального рынка в Бангалоре, могут увидеть Бангкок плаза и несколькими метрами далее, Бирманский базар Бангалора. Напротив Бирманского базара находится Новый гонконгский базар. Все они специализируются на нелегальных медиа товарах, от контрафактных телефонов до DVD и софта. Всё это части мира серого медиа рынка современной Индии.

Интернет и сети P2P

Пиратские оптические диски легко прижились внутри широчайшей серой экономики в Индии и быстро стали вездесущей реальностью на базарах и уличных рынках. Оптические диски были еще одним видом разнообразия дешевых копий, если сравнивать с торговлей другими повторно использованными, перепроданными и контрафактными товарами. Продажа материальных пиратских дисков продолжалась вместе с продажей других товаров, пока были возможности контролировать их.

До недавнего времени обмен файлами и сети P2P были неглавными в структуре пиратства. Уровень подключения к интернету в Индии был низким, и ограниченная инфраструктура широкополосных сетей была очень низкого качества, с низкой скоростью и частыми разрывами. Индийские чиновники, как и чиновники всех развивающихся стран, заняли выжидательную позицию в вопросах авторского права в этой ситуации, наблюдая за пиратством и принуждением к соблюдению авторских прав в более технологически развитых странах запада или юго-восточной Азии. В последние два-три года эта позиция начала меняться.

Развёртывание широкополосного интернета

В 2004 году Департамент телекоммуникаций анонсировал национальную широкополосную политику для Индии, целями которой были 115% ежегодного роста и 20 миллионов пользователей к концу 2010 года. Реальные цифры будут меньше запланированных из-за сложностей с обслуживанием сетей в деревнях и, в последние годы, из-за глобального финансового кризиса. Тем не менее, рост был большой, в среднем около 65% в год. Количество подключений к широкополосному интернету возросло с 1,35 миллиона в 2006 году до 6,27 миллионов в 2009 году (ISPAI 2009).

Повсеместное проникновение широкополосного интернета в стране с населением 1,1 миллиард человек всё ещё очень низкое – особенно в сравнении с Китаем, где число подключенных в 2009 году достигло 103 миллиона (или около 8% населения) (Zhao and Ruan 2009). Распространение персональных компьютеров в Индии также низко – примерно 30 на 1000 человек, в Китае больше в четыре раза (Anandan 2009).⁴

Рост сетей P2P в Индии

Несмотря на толчок развития широкополосного доступа со стороны правительства, продолжающаяся нехватка и низкое качество потребительских широкополосных подключений, даже в крупных городах, означает, что использование P2P остаётся крайне незначительным в сравнении с возможностями индийской культуры копирования. Медленные подключения – в Индии широкополосным считаются сети быстрее 256 килобит/секунду – и широко распространённое урезание ширины канала затрудняет использование P2P среди группы ранних пользователей (early adopters) широкополосного интернета.

⁴ Не вся техническая инфраструктура разработана так плохо: в июне 2010 индийское Правительство сообщило, что в Индии 635 миллионов мобильных телефонов, и уровень проникновения порядка 56% среди всего населения (TRAI).

Наиболее распространенная модель домашнего подключения – всё ещё \$10 за 1 гигабайт трафика в месяц. В последние два года стали доступны безлимитные тарифные планы, но цены всё ещё непомерно высоки для всех, кроме бизнес-элиты.

Тем не менее, в стране размером с Индию, в которой коммерческая элита составляет всего десять миллионов, очень маленькие ставки «вступления» могут генерировать большое количество новых пользователей. Индийские P2P используя огромное количество учетных записей, растут очень быстро. Индустриальные группы, такие как MPDA (Ассоциация распространения кинофильмов – локальный филиал МРАА в Индии), также как и несколько основных BitTorrent сайтов, которые размещают свои источники трафика обычным списком, отображают Индию среди основных стран по P2P активности. MPDA недавно заявила, что Индия является четвертой по величине распространения P2P трафика страной в мире (Эрнэсто 2008, Борпужари 2009⁵).

Основные международные P2P сервисы, в свою очередь, передают средства массовой информации в Индии, особенно фильмы Болливуда. Популярность международных сайтов дополняется значительной фокусировкой P2P сцены на Индии, также в основном используя BitTorrent протокол. Прародителем этих сайтов является DesiTorrents.com, запущенный в Январе 2004 года (и в настоящее время зарегистрирован в США). Большинство других индийских BitTorrent сайтов возникли из сообщества DesiTorrents, включая популярный DCTorrent и BwTorrents, В отличие от основных международных сайтов, стоимость регистрации на которых составляет, как правило, 10\$, на большинстве индийских сайтов регистрация бесплатна.

Индийские торрент-сайты, как и многие другие сайты, не входящие в список наиболее популярных торрентов в мире, чаще специализируются на локальных и не англоязычных средствах массовой информации. Наиболее успешные сайты имеют большие объединения пользователей, которые активно размещают новые файлы. Они публикуют новейшие файлы очень быстро, и многие пользователи затем делают свои копии, и тем самым файлы высоко качества перемещаются очень быстро от одного пользователя к другому. Быстрый выпуск болливудских фильмов является основной целью в этих объединениях: версии, записанные на видеокамеру, обычно появляются в течение нескольких дней после премьеры в кинотеатре. Когда цифровые аудио дорожки становятся доступными, происходит быстрое размещение версий высокого качества (Шарки 2009).

Глобализация Болливуда и большой индийской диаспоры обеспечивает то, что индийские сайты-трекеры имеют значительную международную аудиторию. DesiTorrents получает 77,7% трафика из Индии (данные собраны за апрель-август 2009 года), на аккаунты Пакистана и Бангладеша приходится 4,5% посетителей, остальной трафик поступает из стран с большой индийской диаспорой, включая США, Великобританию, Канаду, Катар и Австралию. DCTorrent, в сравнение получает 65,4% трафика из Индии, 15% из Пакистана, Бангладеша и Шри Ланка; остальной трафик из США, Великобритании и других миграционных центров⁶.

⁵ Эти работы показывают достаточную согласованность, чтобы их принимать всерьез, но тяжело согласуются с объективно небольшим числом широко полостного подключения в Индии. Мы ожидаем, что эта категория будет быстро расти, но это не в состоянии объяснить в данном исследовании очевидное текущее расхождение.

⁶ Alexa.com от 14 августа 2009 года

Контент

Хотя пиратству голливудских фильмов уделяется большое внимание в Индии, наши данные сканирования второго эшелона сайтов показывают, что наиболее популярная категория размещенных файлов приходится на местные программы телевидения – в некоторых случаях с большим отрывом. На TV материалах частично специализируется DCTorrent. Мыльные оперы, недавние матчи по крикету, сценические шоу, и программы новостей часто фигурируют в этих списках (таблицы 8.1 и 8.2). Хотя наши данные не дают возможности проследить скачивание файлов по географическому расположению, можно выделить два вероятных фактора, влияющих на вышеперечисленные предпочтения: рост богатых индийских объединений за рубежом, которым требуются новости и телевизионные программы из дома; и недоразвитость в Индии цифровых видеоманитофонов и потоковых видео-услуг для потребителей с высоким доходом, что делает P2P логичным инструментом для просмотра передач в записи.

Доступность пиратских версий до или несколькими днями позже кинематографической премьеры, по широко распространенному мнению, влияет на доходность фильмов. В 2009 году, плохой показ «Миллионера из трущоб», выигравшего Оскар, – фильм Fox Searchlight о детях в индийских трущобах – стал пробным камнем в дебатах. В то время как фильм заработал больше 100 миллионов долларов в международном прокате и имел успех у критиков, в индийском прокате он принес чистого дохода только на сумму в 648500 долларов. Потому что 5 месяцев разделяло премьеры в США и Индии, пираты имели исключительно долгую монополию на распространение фильма, в течение которой они единственные получали доход из-за значительного внимания вокруг фильма со стороны средств массовой информации. Как отметил Джогиндер Махаджан, основной распространитель в Дели: «К тому времени как фильм пришел в Индию... основная масса людей уже посмотрела английскую версию» (IANS 2009). В марте и апреле этого года, спустя соответственно два и три месяца после появления фильма на индийских экранах, по нашим данным, что фильм все еще широко циркулировал на DCTorrent и DesiTorrents, с многочисленными доступными DVD и более высокого качества версиями.

Таблица 8.1 DCTorrent: Наиболее популярные категории контента, март 2009

Размещенные файлы	Количество файлов	Популярные шоу/типы файлов
Кинофильмы	117	
Музыка	240	Оригинальные саундтреки, ремиксы/слияние поп и азиатской музыки, пакистанская/афганистанская музыка, пенджабская/бхангская музыка
Спорт	4836	Пенджабская/Урдуская/Пакистанские программы
Телевизионные программы	4836	Новости, ежедневные мыльные сериалы, еженедельные шоу, музыкальные и танцевальные программы

Источник: Авторы

Таблица 8.2 DesiTorrents: Наиболее популярные категории размещенных файлов, март 2009

Размещенные файлы	Количество файлов	Популярные шоу/типы файлов
Болливудские фильмы	380	
Музыка	656	Региональная музыка (Каннада, Пенджаби, Бенгали, Малаялам и т.д.), мировая музыка
Региональные фильмы	370	Гужарати, Каннада, Пенджаби, Бенгали, Малаялам и т.д.
Телевизионные программы	1224	Новости, ежедневные мыльные сериалы, еженедельные шоу, музыкальные и танцевальные программы

Источник: Авторы

Заявления индустрии о том, что пиратство снижает показы внутри страны, правдоподобны в этом контексте, но также иллюстрируют сложность составления каких-либо специальных заключений о потерях – как для индивидуальных фирм, так и для рынка в целом. Основными факторами, формирующим рынок фильмов в Индии, является выдающийся 450% рост в выручке между 2000 и 2008 годами (потом падение рынка на 15% в 2009 году в связи с экономическим кризисом и затягиванием конфликта между продюсерами и их представителями) и ярко выраженная ориентированность на хиты: примерно 90% индийских фильмов теряют деньги (С. Прасад 2008). Хотя, вполне вероятно, что пиратство влияет на продажи, и особенно это прослеживается в случае «Миллионера из трущоб», где стратегия распространения фильма и внимание прессы гарантировали широкое распространение пиратству, специфичное влияние пиратства очень тяжело изолировать. «Миллионер из трущоб» плохо годится для индийского блокбастера, но достаточно хорош относительно независимых фильмов он вероятно наиболее тесно подходит. Международное внимание средств массовой информации гарантировало фильму очень высокое мнение о нем в Индии в преддверии его выхода, но в большинстве местных средствах массовой информации были негативные отзывы, основанных на индийских стереотипах и уничижительном названии.

Исходя из наших данных, предполагается, что в Индии, как и в других местах, большинство скачиваемых фильмов приблизительно всегда являются хитами – но любое такое определение наверняка неточно. В случае «Трущоб» предполагается, следуя Балазу и Лакатосу (2010), что сильное ожидание фильма у публикой, а не последующий кассовый сбор, может быть лучшим индикатором появления фильма в пиратских сетях и лучшим объяснением для случаев, когда официальные премьеры и появление фильма в пиратские сети не синхронизированы.⁷ Тем не менее, он дает хороший рычаг для понимания денежных потерь.

⁷

Балаз и Лакатос использовали число экранов, на которых появился фильм как индикатор культурных ожиданий

Возможно, более типичный случай является «Ghajini», болливудский фильм, переснятый в 2005 году компанией «Tamil film» по мотивам американского фильма «Сувенир» 2000 года. «Ghajini» был большим болливудским хитом в 2008 году и, согласно нашему интервью с «пиратами» в Бангalore, также был самым популярным фильмом на неофициальном рынке, где был доступен почти мгновенно после премьеры. «Ghajini» тем не менее, заработал около 2 миллиардов Rs (42 миллиона долларов) в первые две недели проката в кинотеатрах и стал третьим по доходности болливудским фильмом за все время. Когда мы рассматривали наши данные за март и апрель 2009 года, он был все еще доступен для скачивания на DesiTorrents. Публикации об «Ghajini» также привели к бурным продажам у пиратов оригинального «Сувенира», который никогда не выпускался в Индии. Один из наших пиратских источников сообщил о продажах свыше сотни копий в день фильма «Сувенир» в течение первого месяца после премьеры «Ghajini»⁸.

Интернет и цифровая политика в отношении медиа

Отсутствие строгих правил не помешало агрессивным действиям против онлайн нарушений. Юридические действия против P2P сайтов в США и Европе стали основным фронтом в антипиратских войнах, и суды в большинстве стран имеют прецеденты, когда вина была доказана и установлена ответственность (глава 1). Эти юридические шаблоны, в свою очередь, были применены в других процессах по авторскому праву, по которым иски против местных сайтов, на которых размещаются файлы, стали общими для заявителей.

Индия далека от такой ситуации. Нет исков против индийских P2P сайтов, содержащих файлы. DesiTorrents, DCTorrent, и несколько других сайтов выступающих в первую очередь с файлами индийской тематики расположены за пределами Индии, что предоставляет им некоторую защиту из-за относительной неорганизованности международных право принудительных структур, в которые обращаются индийские право обладатели⁹.

Частично, это бездействие вызвано неопределенностью в отношении ответственности посредников, нарушающих авторское право. Внутри страны, индийский закон об информационных технологиях предоставляет иммунитет ISP (Интернет сервис провайдеры) и другим онлайн сервисам, если у них есть возможность доказать, что они следуют обязательным стандартам для предотвращения нарушения. Это относительно безопасное убежище, однако, в более приоритетном законе об авторском праве подразумевается ответственность посредников в случаях, когда группа имеет «разумные основания полагать» (раздел 51), что правонарушение происходило, или «сознательно нарушала или подстрекала к нарушению» (раздел 63). В настоящее время существуют значительные разногласия в трактовке этих положений, и эта проблема ждет решения суда.

В отличие от США, ответственность для посредников не переросла в дальнейшем в принцип «пособничества в нарушении патента», оставляя сайты по обмену файлами в

⁸ Интервью с «пиратом» М. Г. Роадом от 26 марта

⁹ В докладе описывается первый случай, в котором обвинялись 4 мужчины в городе Хайдарабат, которые разместили болливудский фильм в сетях BitTorrent (Эрнесто 2010). Мужчины также продавали DVD диски.

той же категории, что и другие поисковые сайты и сервисы, обеспечивающие размещение и передачу файлов. Среди основных право держателей, T-Series наиболее активно добивалась в суде изменения ответственности для посредников, так, первое судебное постановление относительно YouTube в 2007 году по поводу нарушения их авторских прав, и совсем недавнее судебное постановление относительно MySpace. Так как оба сервиса размещают файлы пользователей, и действуют в рамках текущей *ex post* системы, по которой сервис, как YouTube, должен исполнять запросы право держателей в отношении уже размещенных файлов, нарушающих авторское право, в отличие от *ex ante* системы, где предусматривается ответственность за размещение на сайте любых нарушающих файлов. Если последняя будет преобладать, все чаще будут требоваться услуги экспертов по созданию работающих фильтров для предварительной проверки для выявления нарушающих файлов. Однако это маловероятно. Также в отличие от законов в США и многих международных законов, индийские законы не обеспечивают «встречное обжалование» в случаях снятия файлов, не оставляя средств правовой защиты в случаях, когда запрос был необоснованным и легкомысленным.

В отличие от YouTube и MySpace, P2P сервисы не содержат файлы. Они являются простыми указателями или поисковыми машинами для файлов, размещенных на компьютерах пользователей. T-Series недавно подала иск против Gujuri.com, популярной индийской поисковой машины, предназначенной для поиска музыки. Победа над Gujuri.com уменьшила бы совершенную безнаказанность по закону об информационных технологиях и вероятно приоткрыла бы дверь для подачи дополнительных исков против BitTorrent и других P2P сайтов.

В шестидесятых годах после принятия соглашения TRIPS (Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности), Индия была осторожна в международных усилиях по расширению охраны интеллектуальной собственности по своим обязательствам по TRIPS. Основной причиной этой предосторожности является роль Индии, как производителя и экспортера общей фармацевтики – сохранение этой позиции являлось целью основных фармацевтических компаний и, следовательно, USTR. Но это предосторожность отражает проблему, по увеличению доступа к знаниям более широкого сектора людей, возвращая нас к дебатам по образовательным положениям в Бернском соглашении в 1960 годах. Хотя индийский закон содержит строгие гражданско-правовые и уголовные положения по нарушениям авторского права, но он также содержит (впоследствии правительство приняло меры по их сохранению) публичные интересы по ряду исключений и ограничений по обеспечению авторских прав¹⁰.

После соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности Индия не присоединилась ни к договору ВОИС по авторскому праву (ДАП), ни к договору ВОИС по исполнениям и фонограммам (ДИФ). В частности, была сохранена возможность обойти меры защиты (например, управление цифровыми правами, или DRM) на товары, защищенные авторским правом - важное условие для осуществления справедливого использования в цифровой век, которое ограничено договором ВОИС по авторскому праву. Это стало точкой раздора в недавних планах по реформе индийского

¹⁰ Международная организация потребителей (2010) оценивает авторские права в Индии. Отчет можно посмотреть по адресу <http://a2knetwork.org/reports/india>

закона об авторском праве. Музыкальная индустрия, в частности, отстаивали положения по «против обхода мер защиты» следуя Закону об авторском праве в цифровую эпоху в США, который выходит за рамки договора ВОИС в важных аспектах¹¹.

Обсуждение «борьбы с обходом мер защиты» было задано отраслями, имеющие авторские права, с оппозицией со стороны групп, которые взламывают технологическую защиту, включая организацию, представляющую бесплатные программы. В результате компромисса появилось намерение изменить ответственность в законопроекте. Это важный момент на пути строительства цифровой экономики, где уголовная ответственность за обход может применяться к очень широкому ряду мероприятий. Отрасли, имеющие авторские права, выступают против слабого стандарта, а международный альянс интеллектуальной собственности характеризовал положением несколько экстравагантно, как "почти полностью лишенное всякой защиты" (международный альянс интеллектуальной по собственности 2010).

Положения о «борьбы с обходом мер защиты» и те, что дают некоторую безнаказанность, остаются спорными среди индийских депутатов. Аналогичные дебаты имели место вокруг исключения доступа по образовательным целям, общественные группы выступали за расширение формулировки прав для доступа к образовательным материалам (Лианг 2010). Несмотря на рост международного давления на Индию по введению строгих стандартов ВОИС (и стандартов Международного альянса по интеллектуальной собственности), индийское правительство проявляет готовность бороться за «национальную свободу выбора» по этим вопросам. В частности, индийское правительство находилось среди самых активных, выразив обеспокоенность по поводу возникновения Торгового соглашения по борьбе с контрафакцией, под руководством США, где происходит укрепление международных стандартов принуждающих к правопорядку, в котором Индия не является участником переговоров. По состоянию на 2010 год, Индия дала понять, что выступает против торгового соглашения по борьбе с контрафакцией и готовность занимать эту позицию в ВТО (Международная торговая организация), где вопросы о возможной юрисдикции и реализации торгового соглашения по борьбе с контрафакцией, несомненно, будут подняты.

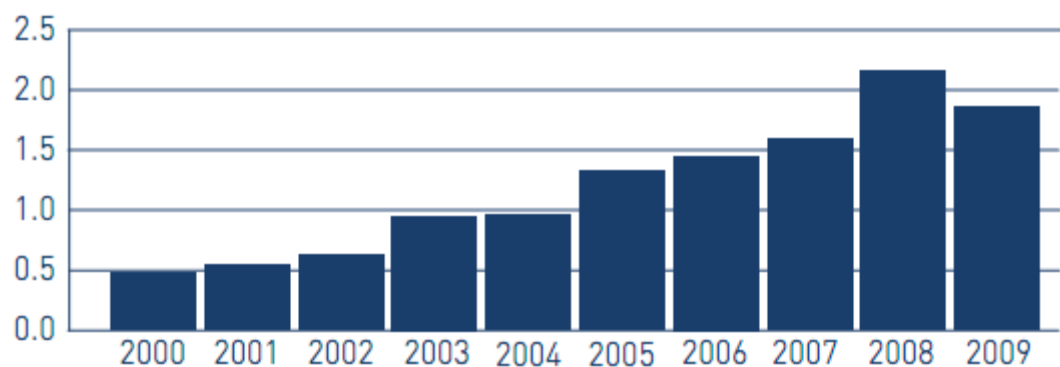
Реорганизация индийского рынка кинофильмов

Кинофильмы являются основой публичной жизни в Индии. Более 3 миллиардов билетов было продано в Индии в 2009 году, что составляет примерно половину всего мирового количества. Город, как Бангалор, смотрит минимум шесть, семь новых премьер каждую пятницу, включая последние голливудские, болливудские, каннадские, тамильские и малаяламские фильмы. Кинотеатры привлекают огромное количество людей, большинство фильмов окупаются за выходные. Жизненный цикл фильма в кинотеатре очень мал: фильм обычно перестают показывать в кинотеатрах в течение 2 недель после премьеры. Наиболее популярные фильмы редко остаются в кинотеатрах дольше, чем на две недели.

Этот бешеный темп является в огромной части следствием чрезвычайно большой конкуренции на индийском рынке кинофильмов, который на протяжении большей части последнего десятилетия выпускал более 1000 отечественных фильмов в год, плюс основные голливудские хиты, в соперничестве за несколько десятков тысяч просмотров

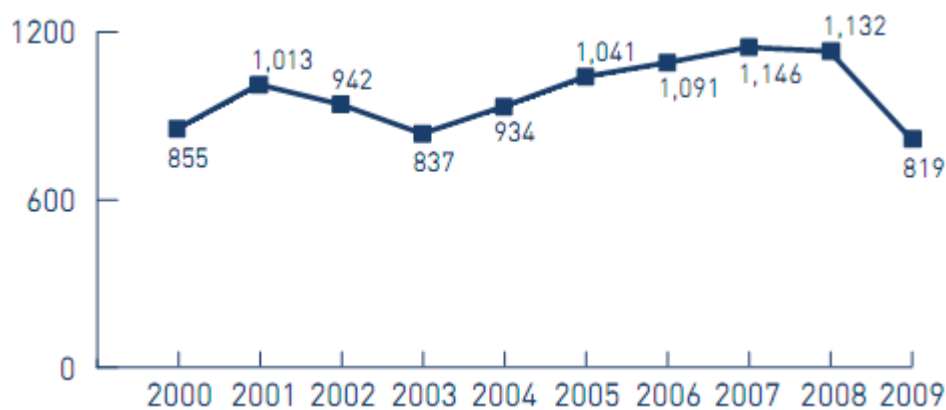
¹¹ В частности в расширении технических мер защиты, которые запрещают доступ к произведениям, не только возможность копировать их. В отличие от крупнейших мировых музыкальных лейблов, которые коллективно отказались от DRM для цифровых музыкальных продаж. Индийские компании, подобные T-Series продолжают использовать его для ограничения копирования и воспроизведения файлов на появляющихся рынках цифровой загрузки.

График 8.1 Кассовые сборы в Индии (в миллиардах долларов США)



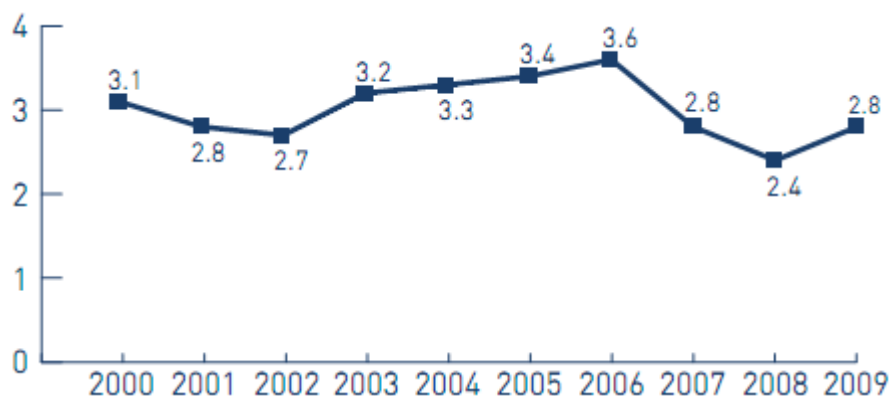
Источник: Авторы, используя материалы Кохи-Кандекара (2010) и KPMG (2010)

График 8.2 Количество произведенных в Индии отечественных фильмов



Источник: Авторы, используя материалы Европейской Аудиовизуальной Обсерватории (2001-2010)

График 8.3 Количество показов фильмов на душу населения в Индии



Источник: Авторы, используя материалы Европейской Аудиовизуальной Обсерватории (2001-2010)

(кинокомпании США, в частности, производят 500-600 фильмов в год). Несмотря на большой рост в выручке в последнее десятилетие (график 8.1), только 10% фильмов получают прибыль от таких условий. Это остановило производство, которое пошло вниз после 2008 года (график 2008). Многие, кто теряет деньги, считают, что пираты является главной помехой для заработка в индийской киноиндустрии.¹² Недовольство киноиндустрии вызвано неконтролируемостью большого пиратского рынка DVD, который приносит «пиратам» весьма значительный доход.

Внутренняя киноиндустрия в Индии была ориентирована на массовый рынок – городской средний класс, и затем была распространена на более широкие слои населения путем дешевых показов, которые обсуждались ранее в этой главе. Количество показов фильмов за год на душу населения колеблется около трех с конца 90-ых годов (график 8.3) – почти в три раза больше, чем в Мексике и России, и в шесть раз больше, чем в ЮАР и Бразилии, в странах с примерно равными ВВП на душу населения. До введения многоэкранных кинотеатров и постепенной интеграции индийского кино с мировыми сетями распространения в конце 90-ых годов, средняя цена билета в кино составляла около 0,20\$ (Европейская Аудиовизуальная Обсерватория 2010)¹³. Богатство городских районов вызвало реконструкцию во многих торговых центрах – кинотеатры стали располагаться на двух верхних этажах. Новые многоэкранные кинотеатры смешали голливудские и отечественные фильмы, что привело к достаточному росту на цену билетов. Глобализация затронуло киноиндустрию в Индии, как в свое время Голливуд.

Сегментация рынка

Среди развивающихся стран, Индия является уникальной страной по контролю всех аспектов рынка средств массовой информации, от производства музыки и кино до распространения. Внутреннее кино составляет около 92% рынка (Кохи-Кандекар 2010) – соотношение внутренних и иностранных фильмов, примерно такое же, как в Бразилии, Мексике, ЮАР, и многих других странах. Обладая такой огромной долей внутреннего рынка, индийские компании имеют долгую и часто жесткую историю конкуренции за внутренних потребителей. Из-за широкого разнообразия в доходах и инфраструктуре в Индии, компании также практикуют ценовую дискриминацию в целях привлечения аудитории.

География играет важную роль в распределении цен и проникновения кинематографа. Как и на развитых кинорынках Дели, Мумбаи и Бангалоре, в бесчисленных индийских городах и деревнях появляются все более сложные театры и кинотеатры (и все менее сложной становится инфраструктура для домашнего просмотра, и соответственно, пиратское распространение). DVD и высокого качества форматы доминируют на пиратских рынках в основных городах, а постоянные жители маленьких городов до сих пор пользуются VSD форматом. Это сложность вызывает пересечение рынков, в которых некоторые товары продаются по разным ценам. Пиратский рынок не отделен от такой

¹² 2009 год был относительно плохим для индийского кино, с падением доходов при продолжении экономического кризиса и количества релизов фильмов в результате продолжавшегося два месяца конфликта между продюсерами и владельцами мультиплексов. Многие медиа аналитики (PricewaterhouseCoopers 2010, FICCI|KPMG 2010)) ожидают возвращения к быстрому росту в следующие годы.

¹³ С учетом ценовой дискриминации, практикуемой на индийском рынке

сегментации, и также представлен в этих секторах.

На кинорынке два события изменили устоявшийся пейзаж за последние годы: (1) переход от одноэкранных кинотеатров к многоэкранным; и (2) острая конкуренция на последних шагах цепочки распространения привела к гораздо менее дорогим моделям продаж, аренды видео, и также повлияла на цены. Второе событие имеет много параллелей с возникновением менее дорогих моделей распространения фильмов, TV и музыкальных записей в США и Европе и, на наш взгляд, имеет много схожих причин: существование рынка сильных компаний, которым приходится конкурировать за внутренний рынок.

Кинотеатры

Переход с одноэкранных кинотеатров на многоэкранные был важным социальным явлением. Как и во многих других странах, в Индии наблюдались значительные изменения в показе фильмов в последние десятилетия, как только многоэкранные кинотеатры стали вытеснять традиционные одноэкранные кинотеатры в основных городах. В конце 90-х, существовал только один многоэкранный кинотеатр в Индии, к 2008 году их уже было больше 100, с почти 850 экранами (Европейская Аудиовизуальная Обсерватория 2010). Хотя многоэкранные кинотеатры все еще представляют очень маленькую часть от всех кинотеатров в Индии, они создали диспропорцию на рынке кино, влияя на распределение выручки, состав аудитории, организацию пространства в кинотеатрах, и главное, на пиратский рынок, который прочно укрепился, как основная форма доступа к кино для бедных.

Многоэкранные кинотеатры в Индии сконцентрированы в основных городах, что вызвано, в первую очередь, реальным ростом цен на недвижимость в этих городах. Они в основном построены, как средство привлечения людей, в новых торговых центрах. В отличие от старых кинотеатров, которые обычно принадлежат некоей семье, на земле которой они построены, новые кинотеатры гораздо чаще являются собственностью девелоперских корпораций, что обусловлено высокими начальными инвестициями и соответственно высокой скоростью возврата этих инвестиций. Это резко толкнуло вверх цены на билеты. Сегодня, самый дешевый билет в многоэкранных кинотеатрах составляет 120 рупий (2,60\$), премиум билет с лучшими местами в лучших кинотеатрах на выходные стоит 500 рупий (11\$) (таблица 8.4).

Эти цены дифференциально делят индийский рынок, разделяя бедную аудиторию, которая часто посещает одноэкранные кинотеатры, от тех, кто может себе позволить поход в многоэкранные кинотеатры. Так как средний класс богатеет, то и реальная цена на недвижимость растет также, вызывая все большее давление на одноэкранные кинотеатры. В большинстве основных городов в Индии происходит медленное сокращение одноэкранных кинотеатров – либо закрытие, либо переход на многоэкранный формат. Цены во всех кинотеатрах растут, способствуя обращению бедной аудитории Индии к пиратскому рынку для просмотра премьеры. Большие одноэкранные кинотеатры были домом для необычных индийских спектаклей для элиты и бедных, являясь единым местом встречи. Дорогие пространства торговых центров значительно меньше поддаются этой социальной интеграции.

Сегодня группы людей с маленьким доходом выступают за сохранение одноэкранных кинотеатров, где цены на билеты в большинстве своем стоят ниже 1\$. Большинство этих кинотеатров показывают продукцию Болливуда и другие региональные фильмы. Многоэкранные кинотеатры, в свою очередь, обслуживая высокодоходную аудиторию, показывают болливудские фильмы, ориентированные на мировую аудиторию, и мировые премьеры – включая совсем недавний тренд, победителей премии Академии кинематографических искусств и наук, или другими словами, Оскара. Показ премьер голливудских фильмов в одноэкранных кинотеатрах в значительной мере был приостановлен.

График 8.4 Количество просмотров фильмов в Индии



Источник: Авторы, используя материалы Кохи-Кандекара (2010) и Европейской Аудиовизуальной Обсерватории (2001-2010)

Высокие цены в многозальных кинотеатрах вызвали много тревожных комментариев о превращении фильмов в более элитарную форму искусства¹⁴, но так же они доказали свою привлекательность продюсерам, которые видят возможности получения дохода от фильмов ,рассчитанных на аудиторию меньшего размера. В любом случае модель произвела значительный рост в доходах. Индийский рынок возрос от \$470 миллионов в 2000 до \$2.15 миллиардов в 2008¹⁵. Примерно весь рост обусловлен высокими ценами, особенно в многозальных кинотеатрах(мультиплексах), которые контролируют менее 10% кинотеатров, но получают от 25% до 45% от доходов. Но для сравнения, ни публика, посещающая кинотеатры, ни огромный размер представленного рынка не возрос в данный период: общее кол-во кинотеатров уменьшилось за последнее десятилетие(см. таблицу 8.4), число проданных билетов осталось стабильным, оно колеблется от 3 до 3.5 миллиардов(до недавнего спада).Как следствие общая показательная емкость снизилась. Большинство старых кинотеатров с одним залом могут вместить от

¹⁴ Среди остальных под руководством Мукеша Бхатта (Mukesh Bhatt)(IANS 2009с)

¹⁵ Перед снижением до \$1.86 триллиона в 2009 , как результат двухмесячного закрытия мультиплексов во время спора с продюсерами

800 до 1000 человек, новые же мультиплексы ,в большинстве своем ,рассчитаны на аудиторию от 150 до 300 человек.

Таблица 8.3 Ценовая дискриминация в киноиндустрии,2009

Cinema	Type	Screens	Language	Weekday Morning Price	Normal Weekday Price	Weekend Price
PVR Classic	Multiplex Standard	18	English, Hindi, Kannada, Tamil, Telegu	Rs.60	Rs.120	Rs.200
PVR Europa	Multiplex Premium	6	English, Hindi, Kannada	—	Rs.170	Rs.300
PVR Gold	Multiplex Exclusive	6	English, Hindi	—	—	Rs.500
REX CINEMA	Single-screen	1	Hindi	Balcony - Rs.60 Rear Stall - Rs.50	Balcony - Rs.100 Rear Stall - Rs.80	Balcony - Rs.170 Rear Stall - Rs.130
FAME LIDO	Multiplex	12	English, Hindi, Kannada, Tamil, Telegu	Rs.100	Rs.140	Rs.200
FUN CINEMAS	Multiplex	10	English, Hindi, Kannada, Tamil, Telegu	—	Gold - Rs.190, Premium - Rs.170	Gold - Rs.250 Premium - Rs.200

Source: Authors.

Управление окнами

В Индии самыми важными для успеха фильма являются первые недели показа. Фильм должен или принести хороший доход от продаж в первую неделю, или же потерпеть фиаско и перестать показываться - обычно это определяется после первых двух недель. Самым большим хитом Болливуда на протяжении 2008-2009 гг. был *Ghajini*, который собрал примерно половину от своей суммарной прибыли по всему миру ,составляющей \$43 миллиарда ,за первые две недели показа внутри страны. Фильм был запущен на долгое время в национальное (а затем и в интернациональное) вещание. Соревнование кинотеатров и скорость товарооборота означает, что предварительная реклама играет необыкновенно важную роль в этом процессе.

Когда фильм попадает в прокат, продюсеры и дистрибьюторы борются за право получить последующие exhibition window.Первая возможность – относительно не очень ценные провинциальные рынки проката, кинотеатры которых обычно ждут прибытия

Прямое скачивание фильмов в кинотеатры

Шесть лет назад в Индии началась практика скачивания кинотеатрами фильмов. На данный момент в Индии три тысячи цифровых кинотеатров занимаются нелегальным скачиванием фильмов, общее же число кинотеатров в стране - 10 тысяч.

Новые технологии были предназначены для того, что бы положить конец созданию высококачественных пиратских копий среди театров, которые копировались прямо с катушки киноплёнки, либо снимались с экрана в нерабочее время кинотеатров. В настоящее время одноразовое распространение так же обозначает, что фильм может быть помечен знаком, что дает возмож-

ность отследить возвращение пиратских копий обратно к их источнику. В 2008 пиратское DVD фильма Tashan было отслежено - оно было впервые показано 25 апреля в кинотеатре с одним залом, в маленьком городе Гуджарат. На театр был совершен налет и камкодер был сломан.

Так как копии становятся все более широко распространенными, такие технологии поднимут новые преграды вокруг exhibition window кинотеатров. Для большинства студий в Болливуде создание таких кратковременных помех - единственный реальный способ защититься от пиратства.

копий фильмов, которые уже не идут в прокате на основном рынке. Последующее распределение на DVD, кабельное и спутниковое телевидение позволяет дальше сегментировать рынок и расширять аудиторию одного конкретного продукта. Контроль над каналами такого вторичного распространения и продаж позволяет продюсерам компенсировать возможные риски, которые возникают на производстве. Несмотря на успех в кинотеатрах, обеспечивающий более выгодные сделки этих вторичных продаж, даже у, с шумом провалившихся фильмов есть шанс окупиться.

Такие стратегии сегментирования начинают разрабатываться самими кинотеатрами, которые тщательно продумывают политику распределения цен. Цены на билет в кино могут меняться от 1,30\$ до 11\$, в зависимости от выбора кинотеатра, длительности фильма, удобства мест и других сервисов которые предлагает кинотеатр (например, ужин). Даты релизов DVD и VCD определяются популярностью фильмов в кинотеатрах, расчетами, касающимися вопроса о выгоде продолжения проката и остаточного эффекта от рекламы. Показы по кабельному, спутниковому телевидению и в системе телевизионного обслуживания, при которой абоненты платят за каждую просмотренную программу, также основаны на этих расчетах.¹⁶

«Таяние кусочка льда»

Контроль над так называемыми «релизными окнами» рассматривается критически к бизнес модели применительно к коммерческим фильмам. Чендер Лалл, главный адвокат МРАА в Индии, описывает фильм

как «кусочек льда», тающий в руках продюсера.

До тех пор пока продюсеры и дистрибьютеры не смогут делать деньги быстро, по спланированной программе, они риску-

¹⁶ Широта функционирования этой системы в частности зависит от того насколько эффективно работает административный аппарат, который занимается получением разного рода лицензий (Wang 2003)

ют тем, что фильм превратиться в ничто, и не будет покрывать расходы. Премьеры в кинотеатрах играет центральную роль в этой стратегии. Но временной интервал между каждым последующим «окном» так же важна. С одной стороны, продюсеры завоевывают новую аудиторию на каждой стадии, с другой стороны пытаются предотвратить распространение фильма нелегальными источниками. Высокий уровень пиратства подрывает эту стратегию, а так же, обвиняется в неудачах будущих фильмов. Есть так же и другие причины, почему фильм не был успешен.

Из-за высокого уровня конкуренции на рынке, из-за того что видение фильма крайне субъективно, из-за того что вероятность успеха фильма, по оценкам, не велика. Выдающийся мумбайский режиссер Энурог Кэшуап (Anurag Kashyap)² считает, что основой для первоначального вложения, является приглашенная звезда, которая является индикатором успеха. Распространители и владельцы кинотеатров, в свою очередь, признают фильмы, основанные на шумихе созданной вокруг данного фильма и на рекламной компании фильма. Роль аудитории, напротив, определяется первоначальным откликом на рекламные кампании и измеряется количеством проданных билетов в первую неделю проката. В принципе, успех фильма может быть сформирован «сарафанным радио», но лишь тем фильмам, кассовые сборы которых достаточно велики предоставляются дополнительные дни показа. Превращая количество просмотров на первой неделе в основной товар, рынок усиливает зависимость от космических одиссей, сиквелов, имитирующих стратегий и широких рекламных кампаний для того, чтобы выделить один фильм из сотен остальных. Хотя бы на маленький промежуток времени. Затраты на производство неимоверно выросли, что создает инвестиционные мосты, но не повышает вероятности успеха.

2

Интервью 2009 года

Фильм “Oye Lucky! Lucky Oye!”, вышедший в 2008 году стал одним из первых фильмов, нарушивших традиционное прокатное расписание. Подобно многим голливудским фильмам рекламная кампания этого фильма была построена вокруг релиза саундтрека к фильму и промовидео. Права на саундтрек принадлежал компании T-Series, которая сделала возможным скачивание альбома за 2,52\$(0.33\$ за песню).

Однако премьера фильма в кинотеатрах пришлась на очень плохое время. “Oye Lucky! Lucky Oye!” появился в прокате 27 ноября, в день после волны террористических атак в отелях делового центра Мумбаи. Распространившийся страх людных мест держал многих индийцев вдали от кинотеатров. Несмотря на это фильм имел оглушительный успех, хотя и часть дохода была потеряна ввиду печальных обстоятельств. “Oye Lucky! Lucky Oye!” пока зывали в кинотеатрах в течение последующих четырех недель, за это время кассовые сборы составили порядка миллиона долларов. Дополнительные 400,000 \$ этот фильм заработал в международном прокате.³

В попытках компенсировать затраты, 18 декабря, менее чем через месяц после премьеры в кинотеатрах UTV Motion Pictures выпустили фильм на двух основных цифровых платформах. Права на распространение видеопродукции предназначенной для домашнего просмотра были проданы Moser Baer Entertainment Ltd., представителю второй в мире компании по производству оптических дисков, которая выпустила VCD и DVD с фильмом в первую неделю января 2009 года по цене 2,17\$ за DVD и 0,88\$ за VCD, что позволило ей конкурировать с пиратским рынком.

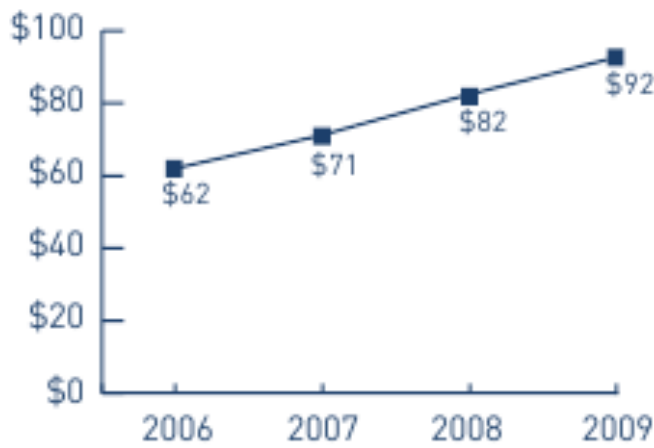
3

Box Office Mojo, <http://www.boxoffice-mojo.com/movies/?id=oyeluckyoye.htm>, accessed March 4, 2009

Цены и конкуренция на рынке оптических дисков.

Рост индийского кинорынка – это в основном история растущих цен и успешной организации показа премиальной продукции в многозальных кинотеатрах, что может оправдать увеличение цен. Сектор видеопродукции предназначенной для домашнего просмотра, напротив, развивался по-другому и стал местом невероятной конкуренции в ценах и предоставляемых услугах. За последние три-четыре года основные индийские медиа компании, такие как Reliance Big Entertainment, T-Series, и Moser Baer Home Video начали ценовые войны, трансформировавшие большие части индийской медиа среды от цен дистрибуции до практики получения лицензий на фильмы и музыку.

Рисунок 8.6 Индийский рынок видеопродукции для домашнего просмотра



Source: FICCI/KPMG 2010.

В отличие от театрального рынка, стоимость которого оценивается в 2 миллиарда долларов, рынок лицензионных DVD и VCD остается очень маленьким – в 2009 году объем рынка составлял примерно 92 миллиона долларов (рис. 8.6). Индийский рынок видео для домашнего просмотра традиционно представлял мало интереса для продюсеров фильмов. Окно между премьерой фильма в кинотеатре и выходом фильма на видео-носителе обычно составляла около трех месяцев. Цены таких DVD местных были достаточно высокими и составляли \$5 - \$7 за диск. Это позволило пиратам контролировать рынок – до 90% рынка по оценке Moser Baer (интервью 2009 года) было пиратским.

До последнего времени каналы распространения дисков были очень слабы. Диски продавались в местных магазинах с аудио и видео, особенно в сетевых магазинах, таких как “Planet M”, книжных магазинах таких как “Crossword chain”, и сетевых супермаркетах таких как “Reliance Time Out”. Расположение магазинов обычно определяло, какие именно диски в них продавались. Престижные розничные магазины продавали продукцию на английском языке, хинди и региональном индийском диалекте, в то время как в маленьких магазинчиках была только самая популярная продукция на хинди и местная продукция. Успех компании Moser Baer и студии “Reliance Big Entertainment” на рынке фильмов предназначенных для домашнего просмотра в 2007 году вызвал революцию за счет цены и доступности; в частности, резко возросло количество розничных торговых точек.

Бизнес-модель Moser Baer знакома читателям этой статьи: выпуск DVD настолько быстро и дешево, насколько возможно и распостарение их на максимально большой

территории. Имитация пиратского рынка компанией Moser Baer была умышленной, так же как и намерение конкурировать с пиратским рынком и основание конкурентноспособного индийского рынка видеоносителей предназначенных для домашнего просмотра. Moser Baer оценивает свою долю во всем рынке DVD за последние три года примерно в 10%, что было возможно за счет конкурентноспособных цен, агрессивного маркетинга и призывам к покупателям «убить пиратство».¹⁷

В ценовой войне Moser Baer сыграли большую роль права на распространение. В 2005 и 2006 годах Moser Baer получила права на распространение более чемна 10,000 фильмов, которые имели низкий потенциал к перевыпуску на дорогостоящем рынке DVD-дисков. Практически все из них были индийскими; большая часть из них досталась Мошере Байеру от маленьких дистрибьютеров видеопродукции. Через три года компания выпустила 60% этих фильмов на VCD и DVD по стартовой цене в 40 рупий (0,85\$) за VCD и 99 рупий (2.12\$) за DVD. После положительного отклика покупателей компания начала сотрудничество с продюсерами, договариваясь о новых релизах. В 2009 году была заключена сделка стоимостью в 250 миллионов рупий (5,5 миллиона долларов) и Moser Baer получил права на видео-релизы кинопроизводства компании UTV, включая права на фильмы, которые были сняты до середины 2009 года. (Mitra 2008)

Другая фирма-дистрибьютор видео продукции на индийском рынке - это “Reliance Big Entertainment”, часть “Reliance ADA Group”, которая является крупнейшим конгломератом в Индии и стоимость которой составляет 80 миллиардов долларов. “Reliance Big Entertainment” является основным игроком во многих отраслях кинорынка Индии, включая производство фильмов, развитие многозальных кинотеатров и рынка дешевых фильмов для домашнего просмотра. В 2008 году “Reliance Big Entertainment” встряхнул рынок проката видео новым сервисом, который называется BigFlix. По базовой цене 6,50 \$ BigFlix предлагает неограниченное количество фильмов из коллекции в 15,000 фильмов. Онлайн-портал BigFlix недавно увеличил количество предоставляемых услуг в сети Интернет; теперь возможны прямые загрузки фильмов с портала на компьютер и в наличии имеется широкий набор бесплатного контента.

Подобно ценовой политике Moser Baer в отрасли продаж DVD, BigFlix начал ценовую войну в секторе аренды видеопродукции и постепенно вытесняет с рынка местные видеосалоны. Еще один сервис “Reliance Big Entertainment”, «телевидение прямо домой» оказал похожее влияние на эту часть рынка видеопродукции и в настоящее время предлагает возможность просмотра двухсот телеканалов по цене 32,50\$ в месяц. “Tata Sky” и “Dish TV”, два других основных представителя такого рода услуг ответили снижением цен на услуги; в некоторых обстоятельствах она почти не отличается от нуля.

Эти ценовые войны происходили в основном в секторе медиапродукции предназначенной для домашнего использования. Ни «большая четверка» студий звукозаписи (EMI, Sony Music Entertainment, the Universal Music Group и Warner Music Group), ни голливудские студии не принимали участия в этой игре. Самые дешевые голливудские фильмы на DVD стоят 399 рупий (8,50\$) – за счет того, что фильм был снят давно, и цена была снижена. Новые релизы и популярные фильмы продаются по цене в 500 рупий (11\$) и выше.¹⁸ Голливудские хиты составляют практически весь репертуар иностранных фильмов, если конечно он существует. Даже в настоящее время рынок фильмов на английском и других иностранных языках мал, такая продукция редко пред-

¹⁷ Интервью с Sanjeev Varma, главой по корпоративным коммуникациям, Moser Baer, June 20, 2009

¹⁸ Существует также спрос на VCD, которые продаются по незначительно меньшей цене, и диски Blu-ray в специализированных элитных магазинах, стоимость видеопродукции в которых резко возрастает и составляет 1,299 рупий (28\$) за диск.

ставлена на легальном рынке. Пиратское распространение путем P2P-сайтов или розничных продавцов обычно обеспечивает единственный способ просмотра таких фильмов в Индии.

Практическое влияние разницы в ценах иллюстрируется мощным методом сравнения при покупке, который используется во всей статье. Этот метод переводит цену лицензионных благ и их пиратских эквивалентов в относительные цены, которые отражают насколько дорогим был бы продукт для американцев, если бы цена составляла эквивалентный процент ВВП США на душу населения. Результаты применения метода предсказуемо непреклонны. ВВП на душу населения в Индии составляет 1/46 ВВП на душу населения США.

В отличие от театрального рынка, в рынке легальных DVD существует относительно постоянная практика ценообразования, сегментированная по категориям благ (к примеру, Голливуд, Болливуд и дешевые диски Moser Baer), но одновременно с небольшой ценовой дискриминацией среди одинаковых благ. С ценами на пиратские диски ситуация обстоит по-другому: наблюдается достаточно большой разброс в ценах. Они зависят от разнообразных факторов, включая географический, приоритетного спроса, и уровень связанности фильмов, музыкальных альбомов и синглов. Спектр цен на DVD-диски, к примеру, зависит от оптовых рынков, таких как Burma Bazaar в Ченнаи, где высококачественные DVD могут быть куплены за 0,40\$ до цен в 2\$ на более организованных и привлекательных рынках Дели и Бангалора. Кроме того, существует большая подкатегория дисков с набором фильмов, обычно снятых в Болливуде, которые пользуются значительной популярностью среди покупателей и которые можно купить по доступной низкой цене. Наши данные по ценам лицензионных DVD-дисков, имеющиеся в наличии в магазинах Бангалора, основаны на внезапных выборочных проверках организации "Minimal Retail Price" (MRP). Цены на пиратские фильмы колеблются около 1\$ - обычная цена на одноразовые DVD высокого качества.

Из сравнения цен на лицензионные и нелегальные DVD (таблица 8.5) можно сделать вывод, что в Индии существует ценовая динамика на видеопродукцию, предназначенную для домашнего просмотра. В 2008 году голливудский блокбастер «Темный рыцарь» продавался по более-менее международной цене в 14-15\$ - из-за существования контроля голливудскими студиями над глобальным лицензированием и дистрибуцией их продукции. «Игры разума» - более старый доступный голливудский фильм, как и другие более старые фильмы продавался по дисконтированной цене. В обоих случаях цена представляет невероятно непропорциональное распределение локального дохода по сравнению к отношению цена/доход в США и Европе. В эквивалентной доле от ВВП США на душу населения, «Темный рыцарь» стоил бы 663\$, а «Игры разума» - 421\$.

Таблица 8.4 Цены на легальные и пиратские DVD в Индии, 2009 год

	Legal Price (\$)	CPP Price	Pirate Price	Pirate CPP Price
<i>The Dark Knight</i> (2008)	14.25	663	1	46.5
<i>A Beautiful Mind</i> (2001)	9.10	421	1	46.5
<i>Ghajini</i> (2008)	8.50	395	1	46.5
<i>Flashbacks of a Fool</i> (2008)	6.42	298	1	46.5
<i>Oye Lucky! Lucky Oye!</i> (2008)	2	93	1	46.5
<i>Jaane Tu . . . Ya Jaane Na</i> (2008)	3.8	176	1	46.5

Source: Authors.

Дистрибьютеры болливудских фильмов, напротив, резко уменьшили цену на их продукцию за последние годы. Новые игроки, такие как Moser Baer приобрели права на популярные индийские фильмы на условиях, которые позволяют устанавливать низкие цены – 40 рупий (0,85 центов) за VCD и 99 рупий (2,12\$) за DVD. Цена на некоторые фильмы-блокбастеры, такие как “Ghajini” избежали ценовой войны и стоят 199 рупий (4,24\$) за VCD и 399 рупий (8,50\$) за DVD. Но, в большинстве случаев, традиционные компании - дистрибьютеры видеопродукции, такие как “Shemaroo” и “Eagle” были вынуждены понизить цены для того, чтобы остаться конкурентоспособными. В 2008 году “T-series” понизила среднюю цену релизов новых фильмов на VCD до 38 рупий в ответ на предложение конкурентов.

В результате разница в стоимости между пиратской и оригинальной копиями болливудских фильмов (в два раза) гораздо меньше чем соответствующая разница у голливудских фильмов (в десять и более раз). Эта разница оказалась достаточно маленькой и вызвала большой рост продаж легальных DVD. Продажи более миллиона дисков для большинства релизов стали нормой. Были проданы более 6 миллиона копий DVD Мосера Байера популярного фильма “Jab We Met”, через пять недель после премьеры в кинотеатре, когда он впервые вышел в формате видео для домашнего просмотра.

Влияние компании Moser Baer на рынок видеопродукции было невероятным, что иллюстрирует основную идею этой статьи : высокая стоимость на медиа продукцию ведет к распространению пиратства , а широко распространенное пиратство в присутствии конкурентоспособного легального бизнеса катализирует массовый рынок легальных дешевых альтернатив пиратским копиям. В Индии эти дешевые законные альтернативы только начинают появляться. Однако с начала ценовой войны в 2007 году доходы от видеопродукции, предназначенной для домашнего просмотра, растут, как на дрожжах.

Дистрибуторы также переместились в сектор рынка, которые создали и до этого занимали производители и продавцы пиратской продукции. Практика пиратов по продаже 3-4 фильмов на одном DVD широко применяется на организованных рынках, точно также как и коллекции фильмов по жанрам и темам (к примеру, фильмы о Второй мировой войне) которые доказали свою популярность на пиратских рынках. Дру-

гой пример - медленное зарождение организованного рынка иностранных фильмов не на английском языке. В течение многих лет киномамы использовали пиратские фильмы для пополнения своей коллекции зарубежного кинематографа. Фильмы знаменитых неанглоязычных режиссеров, таких как Вонг Кар Вай и Педро Алмодовар редко шли в прокате в Индии, и никогда не выпускались на DVD. Опять же Moser Baer (в сотрудничестве с Palador Pictures, которой принадлежат индийские права на широкий спектр зарубежных фильмов) сделал попытку заполнить очевидный пробел и теперь продает шедевры мирового кинематографа на “престижном рынке DVD” по 399 рупий (8,50\$). В какой-то мере удивительно, что глава Palador, Gautam Shikins говорит об этой сделке как о «начале эры мирового кинематографа в Индии». (Indiantelevision.com, 2007).

По причинам, которые очевидны всем, многие недовольны тем, что они вынуждены играть на более конкурентном, низкорентабельном рынке, чем он был несколько лет назад. В 2007 году группа компаний предложила ввести «закон об оптических дисках», разработанный для регулирования производства и продажи дисков. Министерство Информации и Вещания отвергло эту идею, вместе с Министерством Secretary Asha Group заключив, что наличие пиратства – это знак того что еще нужно что-то сделать для демократизации доступа к легальным рынкам: «Лучший способ остановить пиратство – это управление «поставками», выпуск фильмов на цифровой платформе: одновременный выход фильмов в кинотеатрах, на дисках и в интернете представляется решением. Если бы количество доступных DVD на национальном и международном рынках было достаточным, люди и не заходили бы на эти сайты.» (Pahwa, 2008)

Изучение пиратского рынка

До 2004 года исследования, касающиеся темы пиратства проводились в основном отраслевыми группами США, работающими в Индии. Их работы входили в ежегодный отчет ПРА по Индии, который является источником информации для USTR. 301 особый отчет, в которых обычно Индия критиковалась за фармакологическую политику, защиту авторских прав дисков и фильмов и за разнообразие реальных и мнимых проблем имеющих место при настоящем правящем режиме.

Количество попыток создать локальную корпоративную и государственную поддержку регулирования ситуации возросло в начале этого десятилетия, соответственно область изучения пиратства расширилась. Множество консалтинговых фирм, включая PricewaterhouseCoopers, KPMG, Ernst&Young и International Data Corporation (IDC) вошли на рынок чтобы объяснить, почему пиратство распространено индийским мультинациональным компаниям и предоставить помощь в преодолении наиболее сложных проблем, связанных с лоббированием и помочь проведению кампаний призывающих к ужесточению мер по борьбе с пиратством. Медиа консалтинг, на быстрорастущем индийском рынке это часто тоже самое, что и IP-консалтинг, действие которого похоже на эхо: рекомендации и результаты исследований повторяются, и советы по ужесточению борьбы с пиратством становятся всё настойчивее и настойчивее. Все основные индийские группы в настоящее время заказывают исследования касающиеся музыки в IMI (Indian Music Industry), IPRS (Indian Performing Right Society), касающиеся программного обеспечения в NASSCOM (National Association of Software and Services Companies), и касающиеся книг в FPBAI (Federation of Publishers and Booksellers, Association of India).

В 2007 году компания Ernst&Young выиграла контракт на проведение исследования для U.S.-India Business Council (USIBS), группой связи, находящейся в Палате Коммерции в Вашингтоне и ориентированных на ужесточение мер против пиратства. Первое исследование Ernst&Young, “The effect of Counterfeiting and Piracy on India’s

Entertainment Industry” (2008) был выпущен, когда USIBS лоббировала закон об оптических дисках и широко цитировалось в качестве аргумента за этот закон. Несмотря на такую близкую связь с лоббированием, в этом исследовании содержится глубокое изучение пиратского рынка фильмов, телевидения, музыки и развлекательного (но не бизнес) программного обеспечения за последние несколько лет. Нужно сказать, что это исследование содержит хороший методологический аппарат для изучения любой из отраслей, которые мы рассматриваем в этом проекте, и что в нем не используются типичные уловки, направленные на то, чтобы раздуть суммы потерь индустрии в более большие размеры экономических потерь (такие, как применение экономических множителей).

Минус этого отчета заключается в том, что в своих расчетах его создатели опираются на другие, не такие прозрачные, отчеты по этой теме, к примеру, на работу МРАА по пиратским рынкам, проведенную в 2004-2005 годах и постоянно использует количество розничных продаж в качестве базиса для подсчета потерь. Последнее предположение, в частности, игнорирует тот факт, что отношение цена/доход не сбалансировано, что и является первопричиной появления пиратских рынков, и ставит результаты отчета в противоречие с фактом, повсеместно признанным в этой отрасли, что норма замещения – т.е., вероятность того, что покупка пиратского диска исключает покупку эквивалентного лицензионного – обычно меньше единицы. Такой эффект в настоящее время относительно распространен в рассуждениях о пиратстве в США и Европе, но в целом отсутствует в дискуссиях развивающихся стран, где отношение цена/доход задает очень маленькую норму замещения, и, следовательно, гораздо хуже оценивает настоящие потери при продажах в розницу.

Используя эти методики, составители отчета пришли к выводу, что из-за пиратства индийская медиа индустрия потеряла 4 миллиарда долларов и 820,000 рабочих мест в 2007 году – причем, как утверждается, больше половины потерь были за счет вещания пиратских кабельных телеканалов. Потери киноиндустрии, согласно отчету, составили 1 миллиард долларов. Эти цифры широко цитировались в СМИ, и относительно легко увидеть в отчете часть долгосрочных попыток по развитию и привитию национального осознания вреда пиратства.

Другие недавние исследования в основном идут по этому же пути, давая прогнозы по увеличению количества рабочих мест, зарубежных инвестиций и налоговых доходов при уменьшении объема пиратского рынка. Основа для этих утверждений эфемерна уже в течение нескольких лет. В 2003 году Business Software Alliance заявила, что уменьшение уровня пиратства на 10% приведет к появлению 50,000 новых рабочих мест и дополнительного финансирования в индийскую экономику размером в 2,1 миллиарда долларов. К 2005 году BSA уже утверждала, что потери от пиратства составляют 50%, а оценочные выгоды более чем удвоились: теперь 10% уменьшение уровня пиратства добавило бы не менее чем 115,847 новых рабочих мест, 5,9 миллиарда долларов в экономику, и 386 миллионов долларов дохода за счет налогов. К 2008 году заявленные потери чуть ли не учетверились по сравнению с 2005 годом, но экономические выгоды несколько уменьшились: уменьшение пиратства на 10% теперь привело бы к появлению всего лишь 44,000 рабочих мест, 3,1 миллиарда долларов инвестиций и росту дохода за счет налогов до 208 миллионов долларов. (BSA/IDS 2008). Никакого объяснения таким отклонениям не было дано, равно как и не был описан метод, лежащий в основе оценок. Соперничество между индустриальными силами региона – в основном Россией, Китаем и Индией предоставляет новый способ исследований. Согласно отчету BSA в 2008 году «Уменьшение пиратства на десять пунктов могло бы сделать Китай первой страной по занятости в этой сфере, после США, а Россию большим IT-рынком, чем Индия» (BSA/IDS, 2008).

Первая глава этого отчета ставит под сомнение методики, лежащие в основе этих утверждений, так что в этой части отчета мы не будем рассматривать этот вопрос. Однако отчеты USIBC/Ernst&Young and BSA/IDS повторяют основные ошибки таких анализов. Суммы, «потерянные» на домашние покупки практически никогда не входят потери больших компаний, потому что иначе они бы были потрачены на другие вещи. Потери зарубежных компаний, поскольку это не опровергнуто надлежащими доказательствами, являются заработком для национальной экономики. В этих условиях потери тысяч миллионов долларов представляется в совсем другом свете. Такие компенсирующие факторы могут, а могут и не перевесить соответствующие потери национальной экономики в отдельных отраслях. При таких условиях анализ становится очень сложным. В любом случае, нечестно игнорировать эти факторы в попытках подтолкнуть к ужесточению национального законодательства.

Судебная защита авторского права

Суды были и есть постоянным полем боя в попытках бизнеса усилить законы, относящиеся к индийскому авторскому праву. Самая критичная проблема – дисфункция индийской судебной системы. Огромное отставание как в гражданских, так и в криминальных судебных делах ведет к тому что судебные тяжбы, проходящие с нарушениями, или уголовное преследование могут растянуться на годы.¹⁹ В таких случаях часто требуемые инвестиции намного превышают любые возможные штрафы, компенсации пострадавших сторон или возможный разубеждающий эффект от пиратства, делая судебное разбирательство и защиту пострадавших сторон финансово обременительными для всех тех, кто вовлечен в процесс. В последнем отчете МРАА говорится о более чем 1900 рассматриваемых судебных тяжбах в 2009 году; ИМІ содержал более 8000 в 2008.

Но проблемы обязательного применения прав выходят за рамки медленного судебного разбирательства. Судьи, с их стороны, очень неохотно работают с истцами в делах, связанных с нарушением закона. Согласно отчету ПРА в период 1992-2007 только в шестнадцати случаях пираты были признаны виновными и только в шести случаях с 2000 года – все за пиратство в сфере кинематографии. Согласно последним отчетам, ожидается немного больший успех в доведении дел до приговоров: ИМІ говорит о 60 осуждениях за пиратство в 2008 и почти вдвое больше случаев, когда суд принял решение о снисхождении. Число приговоров идет на фоне трех тысяч рейдов, связанных с ИМІ и МРАА только в 2008 году.

С точки зрения бизнеса, свойственное суду отношение и превалирующее интерпретация закона об авторском праве сделали основной вклад в провал принудительного применения права. Представители бизнеса постоянно говорят о нужде «повысить чувствительность» судей к требованиям владельцев прав. Соответственно, группы предпринимателей, совместно с судебными властями, сделали педагогическое вмешательство в форме тренинговых сессий проводимых IP адвокатами из больших фирм Дели. Это продвигает «культуру интеллектуальной собственности», чтобы использовать WIPO язык, закрепленный, как верят, в социальном вреде, вызванным разрозненностью авторских прав и – для судей и прокуроров – в продвижении стратегий в пользу правообладателей для ускорения рассмотрения исков и усиления наказаний. Наше интервью с членами судебной власти показало относительно распространенную неприязнь к педагогической модели. Конечно, она не произвела значительного изменения в количестве случаев признания пиратов виновными.

Трудности доказательства виновности, в большинстве случаев, связаны с трудно-

¹⁹ Предварительная оценка очереди из 31 миллиона незавершенных дел рассматриваемых в судах Индии. Высший суд Индии подсчитал, что потребуется 321 гд, чтобы избавиться от очереди.

стями судебного процесса, который постоянно откладывается и претерпевает неудачи. Обычно обвинители привлекают полицию, начиная с низших уровней судебной системы, и налагают значительное бремя доказательства на прокуроров. Жалоба с ее или его стороны должна быть представлена на каждой дате слушания – требование которое повышает затраты и неудобство судебного дела. Обвиняемые – так же чувствительные к этим затратам, часто не вовлечены.

В каждом конкретном судебном разбирательстве, несколько агентов должны координировать поступление судебного дела в суд. Правила громоздки и трудны, но они существуют, как часть, потому что полиция рассматривается как один из самых коррумпированных институтов в Индии, часто работая в тандеме с «криминалитетом». В наших опросах уличного рынка, такая низкоуровневая коррупция была взята как нечто данное. Информаторы описали различные формы соучастия между частными поставщиками и местной полицией, которые включают дань полиции за рейды и соответственно чаевые или выплаты от поставщиков. На рынке пиратской продукции, полицейских покупающих пиратские CD и DVD диски не уличают в содеянном. Рейды против поставщиков и распространителей пиратской продукции являются спором среди судебных представителей и полицией. Все видят эффект от загрязнения судов и только некоторые рассматривают это как эффективные стратегии уменьшения пиратства. Частичное исключение из этих правил – попытки защитить другие высокотехнологичные фирмы от выпуска windows. Большие релизы сейчас вовлечены в мобилизацию судов и полиции в короткие, интенсивные антипиратские компании, сосредоточенные на нелегальные уличные рынки и высокоприбыльные точки распространения, такие как сетевые операторы которые представляют пиратские фирмы. В то время как распространение пиратской продукции до сих пор хорошо организовано вокруг конкретных локаций, таких как Mumbai for Bolliwood productions или региональных центров Tamil и Kannada film, уличные кампании по разоблачению показали ограниченную эффективность по подавлению имеющихся в наличии пиратских копий и ключевых театральных рынках. Подобные попытки являются краткосрочными, с малым воздействием на последующее наличие пиратской продукции. Но на индийском рынке, краткосрочность важна.

Принимая во внимание эти трудности, принудительное применение права в Индии началось чтобы принудить больше к гражданской правовой защите. Жалобы граждан по большей части просты, быстры и на практике менее сфокусированы на оспаривании в судах. На основе таких жалоб, суды обычно выдают запреты против нарушивших сторон и так же могут позволить судебным исполнителям провести рейд и конфисковать товары.

Клуб фанатов принудительного применения прав

На юге Индии, где обычно смешивается культура кинофильмов и политики, Фан клубы кинозвезд являются важной единицей политической организации. Для звезд, вступающих в политику, клубы играют важную роль в обходе вопросов кастовой принадлежности звезд, а так же социального класса, и часто обеспечивают инфраструктурой для политических кампаний. Такие клубы зачастую поддерживаются за счет самих кинозвезд и вовлекаются в различную «социальную работу», которая на глазах у общественности, например донорство и усыновление сирот. Так же в последние годы, клубы вовлечены в борьбу с видеопиратством. В 2007 году, во время выхода нового фильма *Sivaji* (2007) от киностудии Rajnikant's film, основной фан

клуб Rajnikant, главной звезды Tamil, дал указания своим отделением организовать группы по борьбе с пиратством для надзора за аудиторией и работниками кинотеатра. Так же известны случаи, когда члены фан клубов нападали на видеопиратов и заставляли их закрыть их магазины. Комментируя подобный произвол сам Rajnikant заметил: «Не правильно просить фанатов бить этих людей. Это создаст закон и впоследствии проблему» (SouthDreamez 2010).

Хотя надзор со стороны фан клубов -не очень эффективная форма принудительного применения прав, она легко видима и обеспечивает проявление широкой культуры правоприменения. Однако ни одна из попыток фан клубов не вышла за рамки защиты работы звезд киноиндустрии.

Ограниченные в использовании против пиратской продукции, подобные запреты, где неформальные торговые организации проводят рейды и захваты, не эффективны в разрезе общей стратегии. Но они широко используются против более организованных распространителей пиратской продукции и, в частности, против местных сетевых операторов, которые обычно показывают пиратские версии фильмов во время предварительного выхода²⁰. В подобных случаях после получения ордера на изъятие, истцы обычно содействуют полиции в изъятии продукции и оборудования. Рейды такого типа нацелены менее на изъятие улики для суда, нежели чем на то о, чем говорилось в главе 1, посвященной конфискационному режиму, в котором главной целью является уничтожение или конфискация запасов пиратской продукции и инфраструктуры в попытке уничтожить бизнес пиратства²¹.

Из-за большой тяги таких гражданских мер по принудительному применению прав, адвокаты защищающие бизнес, в последние несколько лет, настояли на значительном расширении силы судебных запретов. Огромный массив правовых стратегий, разработанных в других сферах закона, были перенесены статьи о нарушении авторских прав, включающих нарушения в одностороннем порядке, без слушания других вовлеченных сторон, предложения Джона Доу, выставленные против анонимных правонарушителей, и предложения Антона Пиллара, о расширении поиска и аресте представителей власти. Совместно эти меры сделали запреты более эффективным средством для борьбы с теневой экономикой и, в настоящее время, применяются истцами постоянно. Однако они остаются спорными методами изъятия и не всецело допустимы.

Многие из опрошенных адвокатов, занимающихся авторским правом, испытывали раздвоенные чувства относительно практичности принудительного применения права. В частности, фокус IPA и USTR на принудительном применении права в криминальных случаях, связанных с авторским правом в Индии, принимается со скептицизмом.

²⁰ Ernst & Young оценили процент пиратского контента (контент, для которого права не были уточнены) на официальном индийском сетевом операторе в 60%.

²¹ Некоторые из самых известных случаев использования подобных судебных предписаний включает дело Mira Naig для фильма *Kama Sutra* против сетевых операторов.

Такие взгляды не отражают равнодушия к нарушениям. Многие из тех же адвокатов, так же жаловались, что полиция не принимает всерьез дела связанные с нарушением авторского права. Мы видим довольно много доказательств подобной точки зрения. Индийская полиция имеет достаточно сил, чтобы бороться с пиратством, включающую властей, которые позволяют полиции арестовывать за нарушение авторского права без предварительного заявления. Но такие аресты редко происходят вне контекста специфичных кампаний по конфискации, таких как последняя широкомасштабная зачистка в Тамил Наду.

Таким образом, отношение к IP со стороны полиции это еще один фронт в усилении укрепления правоприменительной практики в Индии. Как и вмешательства с судебными властями, эти попытки имеют сильную воспитательную направленность и, в некоторых отношениях, становятся просто еще одним аспектом более широкой кампании, ведомой группами гражданского общества с целью формирования полицейской культуры. Один из адвокатов с которым мы разговаривали, является преподавателем в полицейском колледже в Дели, где он проводит сессии для полицейских инспекторов на защите программного обеспечения и фильмов. Он описал важность «информирования» офицеров полиции о вреде пиратства в СМИ – слова, где угодно используемое в основном борцами за права человека и права гендерных групп, которые описывают их проблемы с правоохранительными органами.

Несмотря на озабоченность относительно общей незаинтересованности полиции, отношения между бизнесом и полицией остается критичными для практики взысканий основанной на проведении рейдов. В последние годы появился процветающий частный рынок экспертизы, что создает сложную сеть профессиональных и социальных связей между государственными и частными органами изыскания. Агентства, нанимаемые для расследования нарушений или для помощи в проведении рейдов, обычно возглавляются бывшими офицерами полиции или ушедшими на пенсию офицерами. Экспертиза в сети пиратства – это часть описания работы. Звонок бывшим коллегам - это другая и критичная возможность инициированная бизнесом, в контексте тысяч рейдов в год.

Существуют другие практические трудности, связанные с действиями полиции касательно авторского права, включающие продолжающиеся скудное понимание закона об авторском праве, особенно касающегося разницы в стандартах доказательства обладания и подачи исковых заявлений. В соответствии с международным правом, заявление на авторское право в Индии не требует регистрации. Тем не менее, полиция часто следуют нормам материально - имущественных преступлений в требовании доказательств права собственности, под страхом быть вовлеченным в преследования из-за ложных жалоб.

По мнению большинства, полиция и судебное образование, в лучшем случае, имеет скромный успех. Общий уровень убежденности остается исчезающе низким. Большинство судов по-прежнему неохотно расширяют использование процедур в одностороннем порядке, в которых обвиняемый не должен присутствовать на слушании, или, в конечном счете - во время уголовного процесса.

Полиция, как правило, сопротивлялась принятию авторских прав в рамках своей основной миссии, несмотря на изменения в индийском законодательстве, которые прямо подталкивали их к этому. Мало кто из представителей полиции, с кем мы говорили, рассматривают пиратство в СМИ, в качестве первоочередной задачи в стране, где правоохранительные законы и судебная система являются чрезвычайно перегруженными более серьезными преступлениями.

Организованная преступность и пиратство

Антипиратские кампании по всему миру

регулярно обнаруживают связь между пи-

ратством, организованной преступностью и терроризмом. В Индии, роль преступной группировки D-companу часто используется в качестве доказательства обоих утверждений. Самые свежие сведения о роли D-companу получены из опубликованного в 2009 году отчета RAND Corporation, финансируемого МРАА, о преступных и террористических связях с кино-пиратством. По данным RAND, D-companу контролирует все сферы бизнеса индийского кино и пиратского рынка: "С 80-ых годов основателям D-Companу, удалось вертикально интегрировать D-companу в индийскую кино и пиратскую индустрию, устанавливая чисто пиратскую монополию над конкурентами и применяя рэкет для управления мастер-копиями пиратских Болливудских и голливудских фильмов" (Тревертон и др. 2009). Доклад RAD после выхода, широко цитировался в индийских СМИ, и его заявления о D-companу были быстро интегрированы в антипиратскую кампанию, проводимую индийской киноиндустрией и МРАА.

Большая часть внимания сосредоточена на Дауд Ибрагиме – основателе D-companу, а также лидере Мумбаиской мафии в 1980-ых. Ибрагим якобы финансировал взрывы в Мумбаи в 1993 (как отместка за насилие со стороны индусов, в предыдущем году, в отношении мусульман). Под давлением полиции, он отправился из Индии в Дубай, а позднее в Пакистан. Ибрагим в настоящее время действует от Карачи, где по сообщениям, он управляет контрабандой наркотиков в значительной части Южной Азии, Африке и Юго-Восточной Азии. Существует много свидетельств о его связях с пакистанской разведкой и Аль-Каидой, последние – причина его наличия в списке террористов США.

Роль Ибрагима в кино-пиратстве, как правило, объясняется его предполагаемым приобретением компании Sadaf Video – основного производителя и дистрибутора DVD продукции в Карачи, значительно выросшей, несмотря на запрет на индийские фильмы в Пакистане. До 2008 года, когда

запрет был окончательно отмененⁱ, пиратские копии изготавливаемые компанией Sadaf стали основной формой доступа к дико популярным фильмам Болливуда в Пакистане. Большие фабрики по производству VCD и DVD как в районе Карачи, так и за его пределами имели большой спрос. Товары Sadaf нелегально переправлялись назад в Индию и отправлялись на другие региональные рынки для продажи (таких как Южная Африка, см. главу 3).

Достоверной информации о деятельности этих преступных сетей не хватает, но наша работа в Мумбаи и Карачи предполагает, что расчеты RAND преувеличены: D-Companу уже давно, удаленно, контролирует маршруты контрабанды между Дубаем, Карачи и Мумбаи. Но мы не видим никаких доказательств того, что эта цепочка поставок играет важную роль в современном пиратстве в Индии, или что она распространяется и на другие районы страны. Мы не видим никаких доказательств об объявлении D-Companу монополией на пиратском рынке, даже в Мумбаи. Наоборот, рынок Мумбаи для пиратских DVD-дисков становится очень конкурентным среди местных поставщиков, и все чаще, из-за уменьшения затрат на производство и снижения цены продукции, открывает двери для маломасштабных производителей. Ernst & Young в своем исследовании пиратства в Индии, оценила в 2008 году наличие DVD дисков произведенных за рубежом, как 10% от общего объема продукции, присутствующей на рынке, остальное поделено между местными производителями и производителями кустарной продукции (USIB/Ernst & Young 2008)ⁱⁱ. Пиратская деятельность D-Companу также пострадала от США, которые спровоцировали подавления в Пакистане в 2005 году, что в свою очередь, якобы сломало основную сеть произ-

ⁱ Запрещение снималось стадиями. Релиз избранных индийских фильмов был разрешен в 2006. Запрещение полностью снято в 2008, в основном для развития мультиплексов в Пакистане.

ⁱⁱ Этот факт не удержал Ernst & Young от описания «жестко организованной преступной связи. Поддерживающей пиратскую индустрию», без последующих комментариев, как вызов принудительному применению закона.

водства пиратской продукции в Карачи.

Кроме того, мы не видим никаких доказательств более широкого контроля со стороны D-Companу киноиндустрии в Мумбаи или других субъектов, принадлежащих мафии описанных в докладе RAND. Несомненно, финансирование мафией играло большую роль в производстве фильмов в 1980 и начале 1990-х годов – эпохи Ибрагимма, хотя имело отнюдь не доминирующее положение – как утверждает в докладе RAND. Эти связи были выявлены благодаря аресту в 2001 году (и позже оправданию) Бхарата Шаха, финансировавшего производство фильмов, он был обвинен в вымогательстве и работе на рэкет от имени бандитов Мумбаи и в использовании денег для финансирования своей собственной продукции. Слухи о мафии,

финансировавшей частные фильмы, были распространены в последние два десятилетия, но ничто не было подтверждено. Также не было обнаружено никакой связи мафии с какой-либо из крупных региональных киноиндустрий, таких как Tamil и Telegu. Проблемы финансирования фильмов, описанные RAND, являются точкой входа для денег мафии, которые рассеялись в последнее десятилетие, так как индийская киноиндустрия выросла и разнообразилась. Сегодня, финансирование поступает из континуума индийских и зарубежных источников, в том числе голливудских студий. Хотя связь с преступным миром Мумбаи почти наверняка существует, мы не видим никаких доказательств того, что она систематическая, а тем более доминирующая.

Однако, в такой децентрализованной системе полиции и судов, как в Индии, некоторые институты доказали, что легче быть чувствительными к повестке исполнительных органов нежели к чему-то другому.

Наиболее ярким примером является Высший суд Дели, который видит высокий процент случаев IP, обусловленных концентрацией больших юридических фирм в городе, работающих с IP.

С начала 2000-ых, Высший суд Дели является надежным активистом, предъявляющим претензии и взыскания от имени правообладателей. В первое время он усиленно расширил масштаб судебных норм и установил карательные штрафы, как обычный результат от действий с торговыми марками и несоблюдением авторских прав. Он играл важную роль в защите доказательных стандартов используемых в делах связанных с несоблюдением авторских прав и в частности узаконил претензии со стороны бизнеса относительно вреда связанного с несоблюдением прав. Он создал прецедент в принятии решений в одностороннем порядке, без присутствия обвиняемого.

Одним из наиболее важных дел было разбирательство Microsoft Corporation против Yogesh Popat и Другие, инициированное в 2003 году, в котором магазин по торговле компьютерами владельцев из Дели был обвинен, в том, что загрузил на 200 компьютеров пиратские копии Office 2000 и на 20 компьютеров Visual Studio 6.0. Это дело соединило в себе много инноваций в сфере юриспруденции. Оно проводилось полностью в одностороннем порядке, так как Popat никогда не появлялся в суде, и создало набор прецедентов для сложного, с точки зрения практики ведения дела в Индийском законе (и законов других стран), как истцы определяют ущерб связанный с нарушениями.

Реформа закона об авторском праве

В Индии, в закон об авторском праве в настоящее время вносятся поправки и, как и ожидалось, он станет ареной для соперничающих интересов со стороны бизнеса на растущем индийском секторе СМИ. Жесткие меры по принудительному применению права и наказания за нарушение неоднократно определяли, первоначальный контекст продвижения высоких штрафов за уголовные преступления. Но с 2006 года, перечень желаний органов судебной власти постоянно оказывался в стороне, с вероятной компромиссной позицией относительно борьбы с обходом мер, представляющих всего лишь шаг за рамки существующих положений. Другие возможные меры гораздо более специфичны в индийском контексте. Музыкальная индустрия сильно лоббировала ослабление положения в текущем Законе об автор-

ском праве, который широко использовался музыкальными компаниями, чтобы несанкционированно выпускать популярные песни. Эти "пираты" пошли дальше, чтобы стать официальными лейблами и в настоящее время стремятся закрыть существующие лазейки. Борьбе с пиратством в киноиндустрии также уделено место в нынешнем законопроекте. Правительство, например, стремится ввести в действие положения, которые позволили бы писателям предоставить больший контроль за права на свои произведения. Производители фильмов отчаянно сплотились против этого положения, не желая видеть любые изменения, которые усиливают рыночные позиции писателей и поэтов. Окончательный вариант законопроекта, скорее всего, встанет на голосование в парламенте в начале 2011 года.

Традиционно, оценка убытков делалась со ссылкой на счета и продажи обвиняемого, выраженные в денежном эквиваленте. Обычно обвиняемый должен «оплачивать счета» суду чтобы определить прибыль, вырученную от разбирательств. Однако, такой подход является очень проблематичным, когда дело касается теневого бизнеса, так как владельцы этого самого теневого бизнеса могут не иметь счетов (или, в таком случае, не присутствовать в суде чтобы ответить на вопрос о наличии таких счетов)

Соответственно в деле *Popat* суд принял протест Microsoft об их «оцененном ущербе для бизнеса», который Microsoft описал как эквивалент розничной стоимости пиратской продукции (примерно \$140,000). Суд затем подсчитал упущенную чистую прибыль от продаж пиратской продукции. Он вычел «прибыль дилера» в \$5,200 и затем установил процент выручки Microsoft за год в 32%. Суд вернул сумму ущерба в \$46,500- что являлось самым высоким возмещением ущерба в деле IP с 2005 года.

Из-за того что Индия – страна с обычными законами, такие решения высшего суда установили многочисленные прецеденты. Решение по делу *Popat* создало основу оценки ущерба программного обеспечения на розничном рынке, раньше бы выбиралась самая низкая цена, по которой товары были бы проданы на пиратском рынке или, что значительней, через объем сделок по лицензиям, которые составляют 80% прибыли Microsoft. Как мы долго обсуждали в главе 1, подход розничной цены предлагает удобный, но неправильный подсчет ущерба и поэтому более не используется никакими большими группами бизнеса в их исследовании пиратства (в последнем, BSA отказался от расчета розничной цены потерь в 2010). На практике, большие софтверные компании дискриминируют цену на всем рынке, делая пиратскую уличную цену намного

более точным отражением упущенных продаж.

Решение по делу Popat так же установило прецеденты для ссылки только на показания истцов. – шаг, который позволил суду присудить делу с Microsoft и наблюдателям от других индустрий награду за необычную скорость. Оба прецедента были последовательно использованы в других делах по пиратству, как Microsoft против Kamal Wahi (2004), что дало рекордное возмещение ущерба в деле Popat, и Indian performing Right Society Ltd. против Debashis Patnaik And Ors (2007), производительно – правовой случай, в котором потери были так же определены и награждены в одностороннем порядке, исключительно на основе заявлений истцов.¹⁹

Сети принудительного применения права

Скоординированное принудительное применение прав в индийских фильмах и секторе музыки доказало, что есть трудность с региональными рынками, интенсивной конкуренцией и местной политикой, которое превосходит длительные периодические попытки построить бизнес-коалиции на основе границ. Даже немногочисленные группы работников киноиндустрии, таких как актеры студий Болливуда, которые расположены во круг Мумбаи, обнаружили, что трудно работать вместе.

Одним из препятствий было и есть структура рынка сектора аудио и видео продукции.

Когда студии Болливуда отклонили распространение видео в 1980-ых, они действительно защитили рынок кино-продукции. Они рассматривали VCR не как потенциально новый поток доходов, а как неуправляемый канал дистрибуции, который вел бы к увеличению жизненного срока мелкомасштабных, неофициальных показов кинофильмов (которые на самом деле имели место быть, несмотря на запрет). Такие оборонительные действия привели к общему согласию между основными игроками, потому что они ничего им не стояли. Напротив, соответствующие обязательства изыскания были трудно достижимы. Затраты на наведение правопорядка в обширной теневой экономике Индии, были настолько высоки что не позволили провести процедуру наведения порядка в качестве частного мероприятия и являлась слишком маргинальной проблемой привлечения серьезной публичной поддержки – даже на юге, где культура кинематографии играет огромную роль в локальной политике. Децентрализация индийской полиции и массив других вызовов в области усовершенствования, соперничающих за публичное внимание, поднял барьеры для любой совместной публичной попытке - локальной или национальной.

Следовательно, в кинобизнесе без серьезных инвестиций в видео для частного просмотра осознанная ценность совокупного принудительного применения права редко превышает реальные частные затраты. Хотя вначале 2000-ых эта процедура была относительно малых масштабов, и являлась частной практикой проводимой через суды от имени частных фирм. В гораздо меньшем музыкальном бизнесе, принудительное применение права было

¹⁹ Есть некоторые свидетельства того, что Индия начала сдвигаться назад к использованию

просто незначительным, от части, это связано с борьбой между внутренними музыкальными студиями в 1980-ых и в 1990-ых годах, что оставило T-Series только 60% рынка и репутацию недобросовестной пиратской фирмы со своими собственными правами.

Расцвет современных индийских медиа-корпораций с глобальными амбициями, таких как Yash Raj Films, T-Series и Moser Bear начали изменять свою структуру в начале 90-ых. Давление, стимулирующее большее количество инвестиций в принудительное применение прав начало расти и создало, в свою очередь, давление, направленное на координацию внутри бизнеса. Студии Болливуда стали центром этих событий, так как их внутренний и внешний доход был больше чем у других региональных студий. Логично, что национальная схема принудительного применения права могла бы начаться именно со студий Болливуда, и эти студии остались бы в выигрыше.

Однако, большинство из фактических стимулов для координации, на самом деле пришли от международных групп владельцев прав. Две организации возглавили последующую связующую национальную программу в Индии: MPDA (отделение МРАА) в киноиндустрии и IMI в музыкальной. Эти две группы объединились и стали центром обширной сети как индийских, так и международных правообладателей в стране и с начала 2009 года предприняли несколько успешных попыток нарастить активность в сфере принудительного применения права.

Из-за выдающегося положения правообладателей среди студий Болливуда, ключевые группы бизнеса имеют штаб-квартиры в Мумбаи. Интересы студий и IMI в целом совпали относительно записи песен и распространения между студиями и лейблами, так как на музыкальном рынке в то время преобладали саундтреки. Софтверная индустрия оставалась в стороне от организационной сети как организационно, так и географически.

NASSCOM – крупная софтверная организация с штаб-квартирой в Дели, помогает лоббировать национальное правительство и глобальных игроков медиа рынка. Альянс производителей программного обеспечения для бизнеса имеет слабые позиции в Индии, предпочитая работать через NASSCOM или через двусторонние форумы, как например US Chamber of Commerce расположенный в Посольстве США в Индии.

Другим важным игроком является FICCI (the Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry), являющимся главным представителем индийской промышленности. FICCI агрессивно продвигает в последние десятилетие медиа индустрию, в попытке повторить успех ИТ сектора Индии. В основном это приглашения к участию и лоббирование организаций, что является сильной защитой от становления неофициальной организации индийского медиа сектора через корпоративные модели и глобальные нормы. Их самое большое событие это ежегодная конференция медиа бизнеса FICCI FRAMES в котором участвуют индийские и международные медиа компании. Дискуссии о пиратстве и принудительном применении права сыграли значительную роль в FICCI FRAMES, и это событие стало опорной точкой для продвижения коалиции сторонников принудительного применения прав. Так же в январе 2009, FICCI организовало большое тайное совещание посвященное противодействию пиратству, которое собрало вместе студии Болливуда, звукозаписывающие компании и активистов индустриальных групп, как например МРАА.

Ассоциация дистрибьюторов кино

В большинстве стран, местное отделение или организация, выполняющая те же намерения и цели, что и МРАА, является лоббистом кино. МРАА представляет голливудские студии международного спроса, и эти студии обычно контролируют местные театральные кассы и распределительные каналы. Однако, в Индии это не так, американские студии составляют только 8% от приблизительно \$2 млрд ежегодного кассового дохода (Kohi-Khandekar 2010).

Местное отделение МРАА в Индии называется Ассоциация дистрибьюторов кино (the Motion Picture Distributors Association). MPDA – очень маленький игрок, в условиях рыночной власти он не является активным игроком в деле принуждения к соблюдению прав. Хотя MPDA официально открылся в Мумбае только в 2009 году, наличие MPDA в Индии датируется 1994 годом, когда она наняла известную в Дели юридическую фирму Chander Lall & Sethi представлять свое Азиатско-тихоокеанское крыло. Chander Lall & Sethi до сих пор выполняет большую часть деятельности по лоббированию нового правоприменительного законодательства и продолжает работать с правоприменительными командами в Мумбае.

Rajiv Dalal, управляющий директор MPDA, описал правоприменительную стратегию студий следующим образом:

МРА [Ассоциация кино – международное подразделение МРАА] принимает комплексный подход, так как одной из основных проблем предыдущих попыток, предпринимаемых индийскими продюсерами, была их разрозненность, а их усилия были непоследовательными, и длились только первые десять дней после выхода фильма на экран. МРА с февраля [2009] занималась последовательными рейдами, а не просто дожидалась выхода фильма на экран. Это стало результатом совместных усилий Индийских студий и МРА. Также МРА отдельно работала с владельцами фильмов, пытаясь добраться до источника производства пиратских материалов. Существует необходимость дать представление владельцам о записывающих видеокамерах и лоббирования в правительстве законодательства по борьбе с записью на видеокамеры, наряду с законодательством, регулирующим оптические диски. МРА также пытается работать с Интернет-провайдером, чтобы остановить пиратство в интернете, ожидая новых поправок к законам об авторском праве и ИТ в стране²⁵.

Координация деятельности этих групп была сложной задачей не только из-за значительного районирования индийского рынка, но и из-за сильных разногласий корпоративных интересов внутри сектора (а также из-за временами напряженной конкуренции между ними). В частности, это верно в отношении ценообразования в различных каналах распределения. Индийские компании были не в состоянии на деле поддерживать линию поведения картелей, формируя медиа цены на рынках, контролируемых международными монополиями. Нет правоприменительных организаций, объединяющих хотя бы группы Мумбая, не говоря уже о ряде региональных производителей и государственных и местных политических властях. Хотя МРАА и другими группами было сделано несколько предварительных попыток создать такой координирующий орган, последняя серьезная попытка провалилась «так как для Союза продюсеров кино и ТВ Индии сотрудничать с

МРА было слишком дорого»²⁶. Союзу не хотелось, в частности, направлять деньги на полицейские акции применения права «в американском стиле», поддерживающие обычную тактику высокой общественной риторики против пиратства и принцип судов по конкретным фильмам, финансируемых отдельными производителями.

Поскольку Индия – один из наиболее быстро растущих театральных рынков, МРАА рассматривала Индию как долгосрочный проект. Особенно она продолжала препятствовать более тесному объединению индийских заинтересованных сторон, как в государственном, так и в частном секторах. Текущие попытки 2009 года были вызваны тем, что СМИ называли «производитель-мультиплекс противостояние», которое столкнуло Объединенный форум продюсеров и дистрибуторов (UPDF), представлявший большинство продюсеров и дистрибуторов фильмов Мумбая, и Ассоциацию мультиплексов Индии в вопросе распределения доходов. Этот спор остановил показ фильмов в мультиплексах больше, чем на 2 месяца, с апреля по июнь того года – беспрецедентное событие в Индии, которое обошлось отрасли примерно в \$70 млн. В конце концов, владельцы мультиплексов сломались первыми как более подверженные воздействию этих издержек, чем продюсеры. На окончательных переговорах посредником выступал Reliance Big Entertainment, из-за своей роли и в производстве, и в показе фильмов.

Хотя пиратство не было предметом спора в ходе конфликта, оно действительно представляло желанного общего врага в том, что большинство заинтересованных сторон воспринимало как хрупкие времена для отрасли. По настоянию МРАА, финальное соглашение между продюсерами и владельцами мультиплексов включило не только переработанное распределение доходов, но и существенные новые обязательства по коллективным усилиям в борьбе с пиратством.

Новая группа по борьбе с пиратством была названа «первой коалицией Голливуда и Болливуда» по борьбе с кино-пиратством в Индии²⁷. Все крупнейшие участники индустрии кино, музыки и домашних видео были представлены, включая Moser Baer, Studio 18, Eros International, UTV, Reliance Big Entertainment, Yash Raj Films, the UPDF, и the IMI (примечательным исключением был T-Series). Система социального обеспечения полиции Мумбая, которая ответственна за местные усилия по борьбе с пиратством, также принимала участие с самого начала.

В короткие сроки, образование новой коалиции побудило к новым правоприменительным действиям на нескольких уровнях. Наиболее заметным был новый цикл рейдов против магазинов DVD/VCD в Мумбае в середине Июля 2009 года, который надавил на многих из установленных DVD пиратов. Наша работа не смогла определить имели ли эти усилия какой-то длительный эффект: меньшая часть формальных сетей уличных торговцев никогда не покидала своих дислокаций рядом с вокзалами и автобусными остановками. Наши опросы июня и июля 2009 года показали, что торговцы ощутили значительную разницу в заключение этого спора, так как прекращение релизов в Болливуде также остановило им поставки новых материалов.

²⁵ Интервью с Rajiv Dalal, май 2009.

²⁶ Интервью с Supran Sen, генеральным секретарем Союза продюсеров кино и телевидения Индии, 23 января, 2009.

²⁷ Интервью с Girish Wankhede, менеджером отдела внешних и корпоративных связей Cinemax, Мумбай, 3 августа, 2009.

Yash Raj Films: Глобальное принуждение к соблюдению прав

Хотя принуждение к соблюдению прав в Индии получает львиную долю внимания со стороны отраслевых и правительственных структур, Болливуд также обладает растущими глобальными рынками и каналами распространения и, следовательно, растущим интересом в глобальном принудительном право-применении. Yash Raj Films, крупнейший и наиболее влиятельный производственный центр Болливуда, по большому счету является лидером в этой относительно новой стадии глобализации индийского медиа. Международная работа Yash Raj направлена в первую очередь против пиратства на высокодоходных рынках – особенно среди крупных индийских сообществ эмигрантов в Соединенных Штатах и Великобритании. Yash Raj возбудил ряд гражданских исков в США и работал с правоприменительными органами Великобритании. Высокая цена борьбы с пиратством в американских судах ограничивает такую работу, однако: цена гражданского иска о нарушении закона начинается примерно от \$75000, включая расходы на оформление жалобы, наем юристов и следователей, и сбор доказательств¹. Для сложных случаев, счета растут довольно быстро.

За пределами Соединенных Штатов и Великобритании, Болливуд имеет немного или совсем не имеет эффективных представительств – и, конечно, у него нет скоординированного представительства вроде того, которое американские студии годами культивировали через МРАА. Поскольку принуждение к соблюдению авторских прав во всем мире строится вокруг сотрудничества правоохранительных органов и отраслевых групп – как по юридическим причинам, таким как необходимость подачи иска в большинстве гражданских и уголовных дел, так и по менее очевидным вопросам влияния и распределения затрат – отсутствие глобальных антипиратских сетей в Болливуде означает, что их права почти совсем не осуществляются, даже если правоприменительные действия, напротив, обширны (смотри главу Южная Америка настоящего доклада).

Интервью с Aswin Punathambekar, доцентом Факультета коммуникативных исследований Университета Мичигана, Ann Arbor.

С середины 2010 года коалиция Голливуда и Болливуда добилась крупного законодательного успеха: добавление аудио- и видео-пиратства к списку правонарушений, преследуемых в судебном порядке согласно закону об организованной преступности штата Махараштра, Акт о предупреждении опасной деятельности Махараштры (также известный как Акт MPDA). Как и Акт Goondas в Тамилнаде, Акт MPDA предоставляет возможность заключения кого угодно без поручительства и с предварительным задержанием за видео-пиратство. Неудивительно, что директор MPDA Rajiv Dalal приветствовал закон, стирающий разницу между медиа пиратством и организованной преступностью:

Мы одобряем принятие этого предупреждающего закона, который ставит пиратские правонарушения под действие закона об организованной преступности Махараштры. За последние несколько месяцев выпуск доклада RAND о «Кинопиратстве, организованной преступности и терроризме» упрочил связи между финансированием кино-пиратства и организованной преступности/терроризма в Индии. Этот закон, несомненно, своевременен, и значительно укротит пиратство и финансирование синдикатов организованной преступности и терроризма на одном из наиболее важных мировых рынков кино. (Business of Cinema 2009)

Хотя национальная стратегия борьбы с пиратством, представленная ПРА и МРАА, не достигла больших успехов, МРАА показала, что кооптация закона и полиции на государственном уровне, построенная вокруг региональных заинтересованных групп, является жизнеспособным вариантом. Распространение принудительного применения от штата к штату, как это было в Махараштре, Тамилнаде и Карнатаке, вполне возможно.

Индийская музыкальная отрасль

При объявленной выручке \$606 млн за 2007 год индийская музыкальная отрасль значительно меньше, чем \$2-миллиардная отрасль кино (Kohi-Khandekar 2010)²⁸. Но они тесно связаны: примерно 70% продаж альбомов – это саундтреки к индийским фильмам. Международный ассортимент, для сравнения, составляет только 6% рынка²⁹, в результате только несколько международных альбомов осуществляют релиз внутри страны.

Как и отрасль кино, музыкальная отрасль имела разногласия с общим мнением по вопросам пиратства и координации правоприменительных полицейских акций на местном уровне. Крупнейшая отраслевая группа – IMI, Индийская музыкальная отрасль. IMI представляет четыре крупнейших международных лейбла, но также, что более важно, огромную совокупность местных лейблов, которые контролируют внутренний рынок музыки (и, в некоторых случаях, даже более широкий региональный рынок). Tips Music, Saregama (ранее HMV), Yash Raj и Venus среди них наиболее известны. В совокупности внутренние лейблы контролируют приблизительно 82% рынка, переворачивая обычную картину господства международных крупных компаний. IMI также становится предпочтительной правоприменительной организацией в области пиратства видеоигр, и считает подразделение видеоигр Sony своим партнером.

Самый большой пробел в списке IMI – T-Series, крупнейшая музыкальная компания Индии, управляющая более чем 60% рынка. Отношения между T-Series и другими компаниями плохи из-за истории с производством пиратской продукции в 1980х – период, когда она фактически уничтожила монопольное ценообразование доминирующих в то время записывающих компаний, таких как HMV. T-Series – до сих пор очень агрессивный игрок в этом бизнесе и, независимо от других лейблов, также агрессивно занимается принуждением к соблюдению собственных авторских прав. Она поддерживает независимую лоббистскую и антипиратскую деятельность, компания была основоположником, особенно, в деле подачи исков на он-лайн компании, такие как You Tube и My Space, за нарушение закона. Как сообщают, она содержит антипиратское подразделение, имеющее в штате около двух сотен людей в составе «рейд-групп» (Bai-lay 2009).

До недавних усилий МРАА, наиболее активным спонсором рейдов против уличных пиратов и незаконного исполнения была IMI. Организация под руководством бывшего офицера полиции Хулио Рибера подала в 2008 году 3500 судебных исков (ПРА 2009b).

За последнее десятилетие медиа-рынок Palika Bazaar в Дели был частым пунктом назначения для рейд-групп IMI. Этот «торговый комплекс» – огромный рынок небрендовых товаров, и за последние десять лет он стал известен благодаря пиратской музыке, кино и программному обеспечению. Делийский офис IMI повторил свои попытки совершения рейдов на базар, но встретился с организованным сопротивлением владельцев ма-

²⁸ IFPI оценивает оптовые продажи записанной музыки на индийском рынке за 2008 год в \$140 млн (IFPI 2009).

газинов: сторона, совершающая рейд, иногда была буквально выбита с рынка даже в сопровождении полиции. Готовящиеся рейды, в свою очередь, трудно сохранить в секрете. Торговцы стали экспертами в обнаружении групп ИМІ, появляющихся на территории рынка, и разработали план на случай непредвиденных обстоятельств, чтобы гарантировать отсутствие нелегальных товаров ко времени прибытия рейд группы.

Как и в других странах, частота таких рейдов нередко используется как показатель правоприменительных полицейских акций в Индии, но их общее воздействие остается неясным. По-видимому, такие рейды просто подчеркнули и немного ускорили длительный процесс деформализации пиратства оптических дисков, не оказав заметного влияния на поставки в целом. Изменение в технологиях потребления музыки, например, сделало рейд все в большей степени неуместным. Освоение MP3 плееров – часть этой истории, еще один яркий пример – взрыв использования мобильных телефонов. Индия является вездесущим потребителем цифровых товаров с более чем шестью сотнями миллионов пользователей. Все в большей степени источники пиратской музыки – не только CD и интернет, но также масса торговцев мобильными телефонами, специализирующихся на телефонах без товарных знаков и пред-продаже изготовленных на заказ «мобильных чипов» с MP3. Легальные продажи мобильной музыки, включая рингтоны, значительно выросли и теперь составляют почти 50% всех музыкальных продаж (Kohi-Khandekar 2010: 173-76). Это изменение нашло отражение в исследовании ИМІ и полицейских мероприятиях, и также фигурирует в последних отчетах ПРА. Но, очевидно, это – не рецепт эффективного принудительного применения. Как сообщает ПРА в отчете об Индии за 2010 год: «Уровень музыкального пиратства в онлайн пространстве оценивается в 99%».

Это изменение без труда видно и на улицах Дели. Jack's – популярное место сборищ любителей западной музыки, где клиенты могут попросить любой международный альбом и получить через неделю пиратскую копию. В 2009 году Jack's остановил складирование CD, полностью перейдя на цифровое распространение через мобильные телефоны, флэш-накопители и другие цифровые устройства. Сейчас пиратские CD на улицах стали редкостью, уступая место продуктам с большей торговой наценкой. Потребители, покупающие MP3 на Национальном рынке в Бангалоре, по большому счету, приобретают групповую подписку. Диски, которые стоят 50 рупий (\$1.06), часто содержат от 10 до 12 альбомов с последними релизами фильмов или другие популярные компиляции. Для тех, у кого имеется широкополосная связь, музыка, конечно, легко доступна посредством совместного использования файлов или сайтов, блокирующих файлы, которые облегчены специальными поисковыми механизмами, типа Gujuri.com.

Одновременно с более широкими изменениями в методах цифровой музыки, мы также замечаем четкую тенденцию к приобретению одного трека, а не целого альбома – изменение, давшее на сегодняшний день существенное преимущество пиратскому рынку, с его более передовой цифровой дистрибуцией и оптовыми ценами. Дистрибуторы отреагировали снижением цен на индийские альбомы, особенно на новые релизы, в попытке снова вернуть клиентов к CD формату. Порталы онлайн-продаж, созданные T-Series и другими, как выяснилось, тоже использовали изменение в сторону приобретения синглов для получения выгоды, причем стоимость песни варьировалась от 12 до 15 рупий (\$0.30-\$0.35). Они до сих пор скованы техническими средствами защиты авторских прав и, тем не менее, пока не оказали значительного воздействия на рынок.

²⁹ ИМІ, «Размер индийской музыкальной отрасли», <http://www.indianmi.org/national.htm>

Пиратство программного обеспечения

Как и в других странах, розничные цены на деловое программное обеспечение типа Microsoft Office и Windows Vista привязаны к международным ценам, приводя к предсказуемо высокому уровню пиратства программного обеспечения со стороны частных потребителей и бизнеса; широкому распространению пиратства «предварительной инсталляции» на огромном сером рынке компьютеров, где торговцы продают машины, собранные из недорогих комплектующих; и программам корпоративного лицензирования, где компании, производящие программное обеспечение, могут определять и эффективно управлять институциональным рынком. Учитывая сложности измерения серого рынка, оценка размеров пиратства программного обеспечения в Индии должна производиться с большей осторожностью, чем обычно. Согласно BSA, пиратство программного обеспечения в Индии медленно идет на убыль, упав до 65% в 2009 году с 74% 2004 года (BSA/IDC 2010). Пиратство игр – включая пиратство игр с приставками, которому способствует моддинг компьютеров на сером рынке – обычно оценивают в 90% рынка (IPA 2009b; USIBC/Ernst & Young 2008), свидетельствуя о привязке цен к международному уровню и полном отсутствии ценовой дискриминации.

На наш взгляд, опыт Индии согласуется со стратегией развития рынка, изложенной в главе 1 настоящего доклада, согласно которой крупнейшие торговцы программного обеспечения (1) терпят высокий уровень пиратства для того, чтобы захватить долю рынка, заблокировать конкурентов с открытым кодом и затем (2) постепенно применяют лицензии против государственных учреждений и организаций. Последние лицензионные соглашения с правительствами штатов Карнатака и Махараштра иллюстрируют вторую фазу этого процесса, а также дела о лицензионных услугах с Hewlett-Packard и другими локально активными торговцами оборудованием, которые гарантируют, что новые компьютеры идут в комплекте с предварительно загруженными копиями Windows, чтобы препятствовать и пиратам, и альтернативным открытым источникам.

Как и везде, лицензирование – рискованное предприятие: оно толкает государственные учреждения на легальный рынок программного обеспечения, но кроме того увеличивают риск крупномасштабного усвоения свободного программного обеспечения, так как учреждения думают о своей долгосрочной стратегии в отношении программного обеспечения. В частности широко распространено в Индии усвоение открытых программ школами с масштабной пробной программой в штате Керала, служащей образцом для дальнейших попыток усвоения в Карнатаке, Гуджарате, Ассаме и Западной Бенгалии.

И, как и везде, эта динамика наблюдается исключительно за пределами розничного рынка. Потребители и малый бизнес редко выигрывают от государственного лицензирования, и немногие могут платить по западным ценам. С их точки зрения, рынок остается разделенным между дорогостоящими легальными вариантами и очень дешевым пиратским рынком. Открытые платформы, такие как Linux, остаются очень незначительными конкурентами, главным образом, на потребительском рынке и рынке малого бизнеса³⁰. Как отметил один из респондентов: в Индии бесплатное программное обеспечение означает Microsoft Windows.

³⁰ Опрос 2010 года Springboard Research показал, что доля Windows Server в малом и среднем бизнесе в Индии составляет 91.8% базы установленного оборудования – по сравнению с 94.7% по всей Азии (Withers 2010). Оценки проникновения Linux desktop, как известно, скромны, но были установлены World Wide Web Consortium на уровне около 1,3% от глобально установленной базы в 2007 (Paul 2007).

Без пиратства

В 2004 году Microsoft спонсировал семинар против пиратства в престижной Национальной юридической школе в Бангалоре, чтобы «активизировать» членов судебной власти в вопросах пиратства программного обеспечения. В конце семинара представители компании предложили объявить юридическую школу «зоной, свободной от пиратства». Однако последующая проверка программного обеспечения показала, что лишь немногие преподаватели

использовали лицензионное программное обеспечение. В ответ на это компания предложила университету групповую лицензию по льготной ставке. Льготная цена, однако, все еще почти равнялась годовому бюджету библиотеки и была отклонена университетом. После того, как университет дал понять, что хотел бы перейти на открытое программное обеспечение, компания выпустила бесплатную общую лицензию и статус «без пиратства».

Microsoft сыграл большую общественную роль в продвижении и корпоративного лицензирования, и мер принудительного применения, агрессивно двигаясь к предложению дешевых решений на школьном и государственном уровне, и распространяя рейды на торговцев малого бизнеса и серого рынка, действующих на границе официальной экономики. *Дело Microsoft Corporation против Yogesh Popat* было небольшим примером такого увеличения активности в начале 2000-х. Местные совладельцы, напротив, стали значительно менее активны в вопросах защиты прав за последние годы – в особенности мощная индийская ассоциация NASSCOM. В свои первые дни под руководством Dawang Mehta (который был председателем с 1990 по 2001гг.), NASSCOM приняла агрессивную позицию в борьбе с пиратством, отличаясь широко разрекламированными рейдами против продавцов. В последние годы NASSCOM сместил свое внимание на лоббирование бизнеса торговли и отрасли ИТ, включая такие многолетние вопросы, как квоты на экспорт и H-1B визы для Соединенных Штатов. Борьба с пиратством едва ли не исчезла из обсуждений и деятельности ассоциации. Это практически полностью переместило принуждение к соблюдению прав в области программного обеспечения в Индии под инициативу иностранного руководства.

Условия нового медиа искусства в Индии

Эта глава показала три основных взгляда на индийскую медийную экономику: (1) потребительский опыт доступа медиа в Индии через множество легальных, серых и нелегальных распределительных каналов, отражающийся на повседневной жизни; (2) практики рынка и бизнеса, формирующие в Индии уникальный внутренний, широко распространенный и конкурентоспособный медиа сектор; и (3) практика принудительного применения права и пропаганды такого применения, которая остается перемещающейся границей между первыми двумя. Но, как было описано в начале главы, индийская цифровая медиа революция – это не только история о расширении возможностей потребления или о корпоративной стратегии обеспечения защиты своих распределительных каналов. Это также история об обширной демократизации медийной продукции. Производство кино, в частности, больше не является делом элитной индустрии, а становится все более популярной формой искусства, которая циркулирует за пределами традиционных отраслевых каналов. Практика пиратского и серого рынка, в этом контексте, была необходима для участия и образования и артистов, и аудитории.

Студии регулярно мобилизуют звездных актеров и режиссеров от лица антипиратских кампаний, продолжая длительную и – возможно, важнее всего – дешевую стратегию морального наставления на борьбу с пиратством. Главные звезды, такие как Rajnikant, заняли свою позицию в борьбе с пиратством и являются наиболее яркими лицами акций принудительного применения. Но наши интервью показывают значительную неоднозначность мнений артистов. Новые артисты, в частности, выражают неоднозначное мнение по вопросам авторского права – баланс между желанием контролировать процесс извлечения прибыли от своих произведений и необходимость доступа пиратов к средствам современной медиа продукции. Но кроме их личного выбора, большинству артистов также известно, что отрасли музыки и кино косвенно зависят от правонарушений внутри системы снабжения нового таланта. Низко затратный доступ к инструментам и широкое распространенное копирование и присвоение, во многих отношениях, являются условиями для художественного обновления в высокотехнологичной медиа культуре и, особенно в условиях экономического неравенства, культурного разнообразия и мощи Индии.

Это – немаловажный опыт. Большинство независимых медиа артистов Индии начинают карьеру в достаточно тесной связи с нарушением авторских прав. Основные факты низкого дохода и высоких цен делают невозможным отклонение от этой модели. Anurag Kashyap – один из ведущих сценаристов и режиссеров в Болливуде указывает, что хотя многие другие кинематографисты Болливуда рассматривают пиратство как угрозу для отрасли, его кинематографическое образование было неотделимо от пиратства – от просмотра фильмов в кустарных кинотеатрах на потрепанных видеомагнитофонах, проигрывающих пиратские кассеты. Это была кинематографическая культура маленького городка Танда в Файзабаде, доступная за 2 рупии за билет. Его литературное образование, отмечает он далее, было основано на дешевых пиратских копиях Достоевского, Толстого, Чехова и других русских классиков. Этот опыт привел его к оправданию пиратства в контексте большего осуждения культуры «дешевых ремейков», которая преобладает в Болливуде (Kashyap 2005).

По необходимости, и зачастую в отсутствие более широких норм, артисты чертят свой собственный этический путь на медиа ландшафтах. Kashyap Murali, бангалорский DJ и видео-артист, типичным образом проводит различие между контекстом и видами пиратства. В наших интервью, он признал кино-пиратство, но никак не пиратство музыки, на покупке оригиналов которой он настаивает в поддержку артистов и потому, что он ценит сопутствующий материал. Хотя он утверждает, что отдает предпочтение легальному программному обеспечению, профессиональные пакеты программного обеспечения, необходимого для его работы стоят \$2000 и выше – чрезмерно крупная инвестиция, даже для большинства успешных индийских артистов. Пиратство программным обеспечением, в мире Kashyap Murali, является просто условием художественного производства. Пиратство музыки, напротив, – этический вопрос.

Archana Prasad – режиссер музыкальных видео. Когда она начала свою карьеру в качестве музыкального видеоя, ее работа почти целиком состояла в нарушении прав других артистов на клипы. Присвоение и повторное использование защищенных авторским правом произведений было распространенным явлением среди ее коллег, входящим в более широкий набор норм, регулирующих совместное использование произведений в рамках сообщества видеоя. Тем не менее, она щепетильно в вопросах подлинности и производных произведений и устанавливает личное ограничение в 30

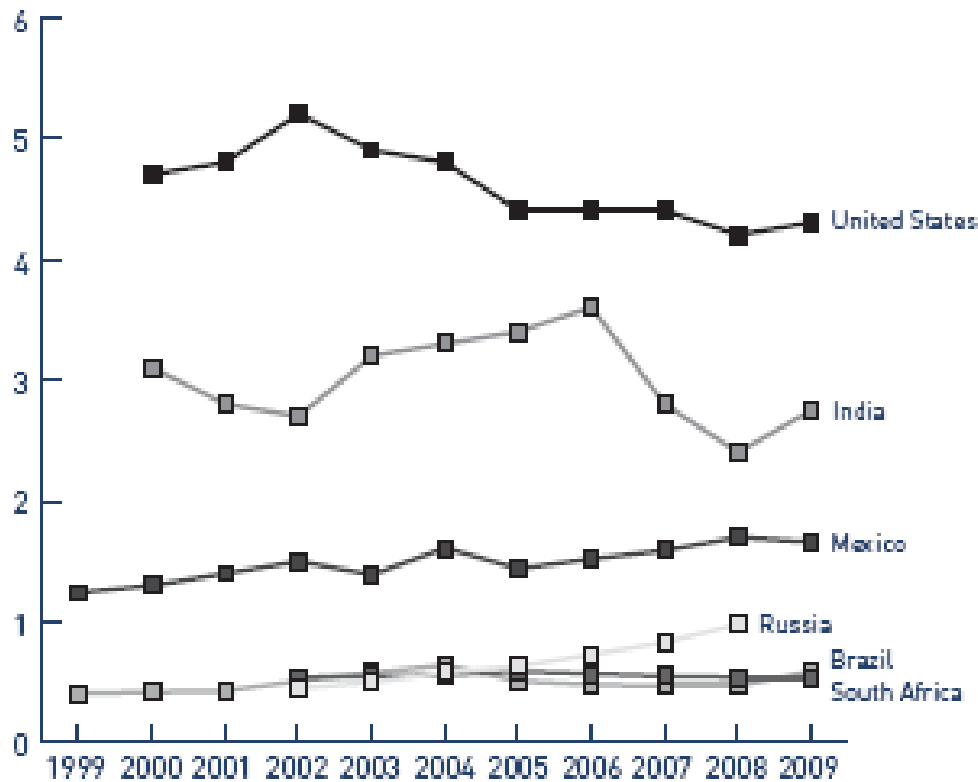
секунд на использование клипов других артистов. Со временем она смогла создавать значительное количество собственного отснятого материала и больше не полагается так сильно на другие источники. Она знает, что ее собственные произведения, в свою очередь, внесут вклад в более широкую культуру повторного использования делийских диджеев, и это тоже вид профессионального становления и маркетинга. Как отмечает Prasad, лучший способ продавать билеты на концерт – убедиться что эта музыка всем доступна: «Люди придут и заплатят, если они могут себе это позволить. Для музыкантов имеет смысл выставлять свои произведения таким образом, чтобы люди могли услышать их. Имеет смысл организовывать музыкальные группы, чтобы продвигать свою собственную музыку онлайн».

Заключение

Ценовые войны между индийскими медийными компаниями иллюстрируют знакомые изменения положений между старожилками и новичками медиа рынков. Новый игрок часто является пиратом или характеризуется как таковой, пока рынок не примет новую бизнес-инновацию и тогда новичок становится старожилом, выступая в собственных интересах и часто активно защищая свои интересы в сфере интеллектуальной собственности. Пиратство, в этом контексте, вопрос как политической и рыночной власти, так и законности. Похожая динамика существует и на индивидуальном уровне, так как артисты проделывают свой собственный путь от весьма неофициальной экономики культурного производства до официальной, все более корпоратизированной среды Болливуда и других региональных отраслей.

Реальным значением Индии для более широкого отчета, развитого в этом докладе, является то, что эти пути вообще существуют. В других странах со средним и низким уровнем дохода, медиа рынки гораздо больше разветвлены между крошечными дорогостоящими легальными рынками, контролируруемыми многонациональными компаниями, и огромными, дешевыми пиратскими рынками. Индия, напротив, имеет намного более дифференцированный рынок, на котором легальные конкуренты существуют на всех уровнях и могут нажиться и интегрировать аспекты неофициального сектора. Возможно, самое важное то, что индийская модель предшествует появлению вездесущей интернет культуры – движущей силы революции в области цен и доступа в странах с высоким уровнем дохода.

Было бы, по всей видимости, наивно рассматривать ее как экспортируемую модель – или даже как стабильную. Корни индийской медиа автономии уходят на много десятилетий и основаны на значительном районировании индийской культуры, которое возвело барьеры для иностранного проникновения. Из других крупных стран, производящих фильмы, только Нигерия осуществила подобный переход, построенный на аналогичных условиях дешевого производства, неофициальности и длительной, поддерживаемой государством культурной независимости. Масштаб этого достижения скромнен с точки зрения социального благосостояния, но выдающийся в культурном плане. Средняя посещаемость кинотеатров в США колеблется от 4 до 5 фильмов в год. В Индии, обладающей 1/46 ВВП США на душу населения, в среднем около 3 фильмов. В Мексике – крупнейшем рынке кино в Латинской Америке, ВВП которого на душу населения в 8 раз выше индийского – в среднем смотрят 1,5 фильма. В большинстве стран с низким и средним уровнем дохода этот показатель колеблется от 0,5 до 1.

Иллюстрация 8.7 Количество посещений кинотеатров на душу населения в год

Источник: Авторы на основе данных от European Audiovisual Observatory (2001-10).

Другая сторона этой истории – изменение среды принудительного применения права, когда индийские компании усваивают современные корпоративные модели организации, распространяют свои амбиции на глобальный рынок и, прежде всего, усваивают риторику и практику принудительного применения многонациональных групп. До сих пор, этим группам мешала головнокружительная сложность региональных рынков Индии, государственных законов и конфликтующих медиа секторов, а также полемика по вопросам авторского права, сосредоточенная скорее на национальной автономии и локальных проблемах, чем на согласовании с глобальной программой принудительного применения. Мы не видим серьезных шансов, что эта ситуация изменится в краткосрочной перспективе. Но отраслевое лоббирование постоянно, а внутренние корпоративные интересы, скорее всего, будут и далее соответствовать интернациональным. Недавнее партнерство Болливуда и Голливуда иллюстрирует это соответствие, и хотя оно мало делает для сокращения пиратство, оно действительно представляет еще один шаг к созданию более широкой культуры принуждения к соблюдению прав в Индии. Оно способно потребовать от правительств штатов и, в конечном счете, от национального правительства более решительных мер и увеличения государственных инвестиций.

Об исследовании

Исследование Индии было проведено командой Sarai по программе медиа исследования Центра изучения развивающихся обществ в Дели и Альтернативным юридическим форумом (ALF) – центром правовых исследований и практики в Бангалоре. Проектное и исследовательское руководство было предоставлено, соответственно, Ravi Sundaram из Sarai и Lawrence Liang из ALF. Несколько других исследователей внесли вклад в статью, включая в частности вклад Siddharth Chaddha в изучение пиратских рынков в Бангалоре, Prashant Iyengar – медиа и исследовательский доклад о пиратстве, и Nupur Jain – отрасль кино и принуждение к соблюдению прав в Мумбае. Большая часть первичной информации поступила из опросов, проведенных в 2008 и 2009 годах о медиа пиратах, сотрудников отрасли кино, полиции, юристов и антипиратских организаций. В большей степени статья опирается на почти десятилетнее исследование пиратства, принудительного применения права и развивающейся медиа культуры в Индии, выполненное Sarai и ALF.

Проект также получил ощутимую поддержку, в том числе от Bodó Balázs и Дмитрия Пигорева, которые собирали данные по индийским torrent-трекерам, и Joe Karaganis, который был источником замечаний, предложений и редакционной поддержки. Глава была улучшена благодаря плодотворным откликам читателей, включая Shamnad Bashee.

Ссылки

- Anandan, Rajan. 2009. “Harnessing IT for India’s Growth.” *Economic Times*, July 13. <http://economictimes.indiatimes.com/Comments-Analysis/Harnessing-IT-for-Indias-growth/articleshow/4770640.cms>.
- Bagchi, Jeebesh. 2006. “Acceleration and Conflicts: Comments on the Cinematic Object in the 1990s and After.” *Journal of the Moving Image*, no. 5 (December).
- Bailay, Rasul. 2009. “Action Groups Devise Ways to Check Piracy.” *Livemint.com*, January 26. <http://www.livemint.com/2009/01/26221735/Action-groups-devise-ways-to-c.html>.
- Borpujari, Utpal. 2009. “India Major Online Film Piracy Hub.” *Deccan Herald*, December 16. <http://www.deccanherald.com/content/41541/india-major-online-film-piracy.html>.
- BSA/IDC (Business Software Alliance and International Data Corporation). 2008. *Piracy Reduction Impact Study*. Washington, DC: BSA. <http://www.bsa.org/country/Research%20and%20Statistics/~media/E5EAABBAC7814D6CB3A486E47982DA92.ashx>.
- . 2010. *2009 Global Software Piracy Study*. Washington, DC: BSA.
- Business of Cinema. 2009. “Audio-Video Piracy Included under MPDA Act in Maharashtra.” *Business of Cinema*, July 17. <http://www.businessofcinema.com/news.php?newsid=13741&page=1>.
- Consumers International. 2010. *IP Watchlist Report 2010*. London: Consumers International. <http://a2knetwork.org/watchlist>.
- Digital TV News. 2008. “CCID Consulting: Review and Forecast of China’s DVD Market in 2008.” December 26. <http://www.digitaltvnews.net/content/?p=6125.396>

- Ernesto. 2008. "India Huge Growth Market for BitTorrent Sites." *Torrent Freak* (blog), November 19. <http://torrentfreak.com/india-huge-growth-market-for-bittorrent-sites-081119/>.
- _____. 2010. "Indian Police Arrest Four Member BitTorrent Gang." *Torrent Freak* (blog), November 22. <http://torrentfreak.com/indian-police-arrest-4-member-bittorrent-gang-101122/>
- European Audiovisual Observatory. 2001–10. *Focus: World Film Market Trends. Annual reports*. Paris: Marché du Film.
- FICCI/KPMG (Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry and KPMG). 2010. *Back in the Spotlight: FICCI-KPMG Indian Media & Entertainment Industry Report*. New Delhi: FICCI.
- Hu, Kelly. 2008. "Made in China: The Cultural Logic of OEMs and the Manufacture of Low-Cost Technology." *Inter-Asia Cultural Studies* 9:27–46.
- IANS (Indo-Asian News Service). 2009a. "Microsoft Fined for Using 'Money Power.'" *Economic Times*, December 15. <http://economictimes.indiatimes.com/MS-fined-for-using-money-power/articleshow/5336125.cms>.
- _____. 2009b. "Piracy, Poor Publicity Spoil 'Slumdog's' India Collections." *Economic Times*, February 22. <http://economictimes.indiatimes.com/News/News-By-Industry/Media--Entertainment-/Entertainment/Piracy-poor-publicity-spoil-Slumdog's-India-collections/articleshow/4168686.cms>.
- _____. 2009c. "Mukesh Bhatt Meets PM to Discuss Producers-Multiplex Tiff." April 13. IFPI (International Federation of the Phonographic Industry). 2009. *The Record Industry in Numbers*. London: IFPI.
- IIPA (International Intellectual Property Alliance). 2009a. *IIPA Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement*. Washington, DC: IIPA.
- _____. 2009b. *India: IIPA Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement, 2009*. Washington, DC: IIPA.
- _____. 2010. *2010 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement: India*. Washington, DC: IIPA.
- Indiantelevision.com. 2007. "Moser Baer in DVD Deal with Palador for 50 World Cinema Titles." November 23. <http://www.indiantelevision.com/aac/y2k7/aac123.php>.
- ISPAI (Internet Service Providers Association of India). 2009. "Growth of Broadband Subscribers: 256 Kbps and More." <http://ispai.in/Stat2-BroadbandSubscribers256Kbps.php>.
- Kashyap, Anurag. 2005. "Pirates of the Arabian Sea." *Teelka*, March 15. http://www.teelka.com/story_main11.asp?filename=hub031905Pirates_of.asp.
- Kohi-Khandekar, Vanita. 2010. *The Indian Media Business*. Delhi: Sage Publications.
- Larkin, Brian. 2004. "Degraded Images, Distorted Sounds: Nigerian Video and the Infrastructure of Piracy." *Public Culture* 16:289–314.
- Liang, Lawrence. 2003. "Porous Legalities and Avenues of Participation." In *Sarai Reader 05: Bare Acts*, edited by _____.
- Monica Narula, Shuddhabrata Sengupta, Jeebesh Bagchi, and Geert Lovink. Delhi: Centre for the Study of Developing Societies. 397
- SOCIAL SCIENCE RESEARCH COUNCIL • MEDIA PIRACY IN EMERGING ECONOMIES CHAPTER EIGHT INDIA
- _____. 2008. "Meet John Doe's Order: Piracy, Temporality and the Question of Asia." *Journal of the Moving Image*.

- _____. 2010. "Exceptions and Limitations in Indian Copyright Law for Education: An Assessment." *Law and Development Review* 3.
- Linden, Greg. 2004. "China Standard Time: A Study in Strategic Industrial Policy." *Business and Politics* 6.
- Manuel, Peter Lamarche. 1993. *Cassette Culture: Popular Music and Technology in North India*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Mitra, Ashish. 2008. "Moser Baer, UTV Ink Strategic Alliance." *Screen*, December 26. <http://www.screenindia.com/news/moser-baer-utv-ink-strategic-alliance/403204/>.
- Pahwa, Nikhil. 2008. "@FICCI Frames: Asha Swarup, Secretary Ministry Of I&B On Mobile TV, Copyright And Optical Disc Law." *contentSutra.com*, March 25. <http://contentsutra.com/article/419-ficci-framesasha-swarup-secretary-ministry-of-ib-on-mobile-tv-copyrigh/>.
- Paul, Ryan. 2007. "Linux Market Share Set to Surpass Win 98, OS X Still Ahead of Vista." *Ars Technica*, September 3. <http://arstechnica.com/apple/news/2007/09/linux-marketshare-set-to-surpass-windows-98.ars>.
- Prasad, Madhav. 1993. "Cinema and the Desire for Modernity." *Journal of Arts and Ideas*, nos. 25–26 (December).
- Prasad, Sudha. 2008. "Flops Mar Film Industry in South; Only 10% Films Recover Money." *Financial Express*, December 28. <http://www.financialexpress.com/news/flops-mar-film-industry-in-south-only-10-filmsrecover-money/403788/>.
- PTI (Press Trust of India). 2010. "Courts Will Take 320 Years to Clear Backlog Cases: Justice Rao." *Times of India*, March 6. <http://timesofindia.indiatimes.com/india/Courts-will-take-320-years-to-clear-backlogcases-Justice-Rao/articleshow/5651782.cms>.
- PriceWaterhouseCoopers. 2010. *Indian Entertainment and Media Outlook 2010*. Mumbai: PwC, India. http://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/PwC_India_EM_Outlook_2010.pdf.
- Rajadhyaksha, Ashish. 2009. *Indian Cinema in the Time of Celluloid: From Bollywood to the Emergency*. Bloomington: Indiana University Press.
- Sharky. 2009. "The Desi/Bollywood P2P Scene: BitTorrent's Other Side." *FileShareFreak*. February 9. <http://filesharefreak.com/2009/02/01/the-desibollywood-p2p-scene-bittorrents-other-side/>.
- SouthDreamz. 2010. "Fumes and Flutters in Kollywood." January 7. <http://www.southdreamz.com/2010/01/fumes-and-flutters-in-kollywood.html>.
- Sundaram, Ravi. 1996. "Beyond the Nationalist Panopticon: The Experience of Cyberpublics in India." Paper presented at the Fifth International Conference on Cyberspace, Telefonica, Madrid, June 6–9. http://www.sarai.net/research/media-city/resouces/film-city-essays/beyod_the_nationalist_panopoticon.pdf.
- _____. 2001. "Recycling Modernity: Pirate Electronic Cultures in India." In *Sarai Reader 01: The Public Domain*, edited by Raqs Media Collective and Geert Lovink. Delhi: Centre for the Study of Developing Societies. 398 SOCIAL SCIENCE RESEARCH COUNCIL • MEDIA PIRACY IN EMERGING ECONOMIES
- _____. 2009. "The Pirate Kingdom." *Third Text* 23:335–45.
- TRAI (Telecom Regulatory Authority of India). 2010. "Information Note to the Press: Telecom Subscription Data as on 30th June 2010." Press Release No. 34/2010, July 23. <http://www.trai.gov.in/WriteReadData/trai/upload/PressReleases/746/PressRelease23july.pdf>.
- Treverton, Gregory F. et al. 2009. *Film Piracy, Organized Crime, and Terrorism*. Santa Monica, CA: RAND Corporation.
- UFO Moviez. 2008. "Stop Piracy with UFO Movies." http://www.ufomoviez.com/piracy_news.html.

- USIBC (U.S.-India Business Council)/Ernst & Young. 2008. The Effects of Counterfeiting and Piracy on India's Entertainment Industry. Washington, DC: USIBC.
- Vasudevan, Ravi. 2003. "Cinema in Urban Space." Seminar 525 (May). <http://www.india-seminar.com/2003/525>. htm.
- Wang, Shujen. 2003. Framing Piracy: Globalization and Film Distribution in Greater China. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Withers, Stephen. 2010. "Linux Spreading, but Windows Server Still Rules in India." iTWire, July 12. <http://www.itwire.com/business-it-news/open-source/40340-linux-spreading-but-windows-server-still-rules-in-india>.
- Zhao, Judy, and Levi Ruan. 2009. Broadband in China: Accelerate Development to Serve the Public. Milan: Value Partners. http://www.valuepartners.com/VP_pubbl_pdf/PDF_Comicati/Media%20e%20Eventi/2010/valuepartners-PR_100301_BroadbandInChinaZhaoRuan.pdf.