

НОВАЯ ЭКОНОМИКА

ИННОВАЦИИ

Андрей Дураков: Господство контента уходит в прошлое

Гендиректор «Лаборатории Маугри» и основатель LetItPlay рассказал о новых подходах в борьбе за внимание аудитории и о том, почему за аудиоформатом будущее

Дина Полина

— Андрей, «Лаборатория Маугри» известна прежде всего как разработчик гидов и мультимедийных экспозиций для музеев. Новый проект LetItPlay делает новый шаг в этом направлении? В чём его основной замысел?

— Мы исходим из того, что визуальный канал восприятия информации практически полностью исчерпан. Человек использует практически всё своё свободное время для потребления визуальной информации. На рынке цифрового контента постоянно появляется что-то новое: игры, виртуальная и дополненная реальность. Все они конкурируют друг с другом за внимание потребителя. Чтобы потреблять больше, человек начинает жертвовать, например, рабочим временем или сном.

Конкурировать за этот канал восприятия бессмысленно. Большую его часть можно пересказать словами. По нашим оценкам, из информационного контента 95% текста и 90% видео можно преобразовать в аудиоформат без потери сути. Наши исследования также показывают, что в среднем у человека до трёх свободных часов в день, которые могут использоваться для прослушивания аудио: после пробуждения или перед сном, во время нахождения за рулём или в транспорте, передвижения между встречами, занятий спортом или домашних дел. И это время почти не занято. Вот почему именно развитие аудиоформата распространения информации мы считаем наиболее перспективным.

В идеале сервис LetItPlay должен работать следующим образом: пользователь задаёт любой вопрос, например «главные новости за последние полчаса», «как сыграли наши в футбол», «какие ленты идут в кино». На основе этого запроса и предпочтений пользователя система рекомендаций формирует персональный плей-лист. Можно прослушивать его, занимаясь другими делами.

— Подкасты существуют и сегодня, но не пользуются высоким спросом аудитории.

— Действительно, доля подкастов в общем контенте изданий не превышает 1%. Самые известные в России выпу-

скает «Медуза» и ряд радио. Но основная часть новостных порталов и блогов отказывается от производства контента в аудиоформате. Потому что это долго, дорого и экономически неэффективно. Проект LetItPlay нацелен на решение этих проблем.

В LetItPlay мы создаём целую экосистему, основанную на блокчейне, которая позволит любому изданию или блогеру создавать аудиоконтент даже в отсутствие профессионального аудиопродакшена. А благодаря экономике внимания этот контент может принести издателю реальную прибыль, то есть быть экономически эффективным.

Мы протестировали нашу идею с рядом контент-производителей, среди которых пермские СМИ — Properm, РБК, «Эхо Москвы», федеральные — Film.ru (кинопортал №2 в России), «Комсомольская правда», «Медуза». Сейчас у нас порядка 60 русскоязычных контент-провайдеров, около 10 иностранных. Нам удалось сократить время производства аудиоконтента с недели до 30 минут, а стоимость производства — с 200 до 30–40 руб. за минуту на русском языке и с \$20 до 2 за минуту — на английском. И это в условиях «ручной работы» без запущенного маркетплейса. Поэтому в перспективе эти показатели будут ещё лучше.

— Каким образом будет работать ваша платформа? За счёт чего возможна монетизация для производителей контента?

— Сейчас господствует экономика контента. Именно он считается первичным и самым ценным. Поэтому если ты действительно хочешь получить информацию, то тебя можно отвлечь от контента, показав неактуальную рекламу. Интересы потребителя в этой системе ценностей практически не учитываются. Но время меняется, контента настолько много, что «узким местом» становится человек, его время и внимание. Мы приходим в эру экономики внимания. Если рекламодатель хочет показать рекламу, то должен компенсировать время, затраченное на это. Если ты сам проявляешь интерес к информации, то её создатель должен получить



вознаграждение, в нашем случае play-токены.

Для реализации экономики внимания нам и необходим блокчейн. Централизованные сервисы, ВКонтакте, Google или Facebook тоже используют собственную внутреннюю валюту. Но в централизованных сервисах неясно, что она из себя представляет и сколько её, как контролируется её эмиссия, а правила игры могут поменяться без учёта мнения пользователей. Яркий пример — YouTube, который за несколько лет изменил правила монетизации настолько, что сейчас даже популярные блогеры считают её невыгодной для себя. В нашем блокчейне всё иначе, так как все операции прозрачны, алгоритмы эмиссии точно определены, а правила игры меняются только при одобрении сообщества в рамках взвешенного голосования в децентрализованной администрации.

— В какие сроки вы планируете реализовать проект?

— Часть сервисов запущены, но на уровне MVP (минимально жизнеспособный продукт). Выпущено приложение для iOS, на этой неделе — для Android. Сервисы платформы работают централизованно до лета 2018 года, после чего будут «переезжать» на блокчейн. Сейчас мы на

этапе пресейла токенов, которые будут внутри платформы платёжным средством между сервис-провайдерами, контент-провайдерами, рекламодателями и пользователями. До конца января мы тестируем маркетинговые каналы, получаем экспертную оценку наших идей, занимаемся юридическими вопросами. В феврале мы планируем запустить полноценное ICO, где выпустим основной объём токенов и пустим их в оборот. Параллельно будем развивать сам продукт. Нам предстоит объединить большое количество контент- и сервис-провайдеров, а также привлечь рекламодателей.

— Какие проекты вы рассматриваете в качестве конкурентов?

— Существует международная платформа Steemit и её российская франшиза «Голос». В блокчейн-сообществе эти проекты уже являются стандартом. Для нас эти платформы послужили ориентиром, поскольку также пропагандируют экономику внимания. В отличие от нас в их экосистеме отсутствует рекламодатель. Поэтому отсутствует внешний спрос на их токены. LetItPlay не отказывается от рекламодателя, заинтересованного в целевой аудитории, готового возместить время на потребление его информации.

Топ-6 бизнесменов в цифровой экономике Прикамья, на опыт которых ориентируется Андрей Дураков

- 1. Андрей Кузьев, президент АО «ЭР-Телеком Холдинг»
- 2. Дмитрий Андриянов, президент компании «Прогноз»
- 3. Артём Разумков, совладелец и генеральный директор компании Macroscop
- 4. Егор Гурьев, генеральный директор компании PlayKey
- 5. Сергей Ивлиев, сооснователь и исполнительный директор международной финансово-технической компании Lykke
- 6. Андрей Хусид, основатель сервиса RealtimeBoard

ООО «Лаборатория мультимедийных решений» создано в 2011 году. За шесть лет работы компании на базе платформы Маугри созданы решения для музеев: мобильные приложения (Маугри, «Музеи Московского Кремля», «Гид по Кунсткамере» и др.), аппаратные аудиогиды на базе Android-устройств, ПО для сенсорных информационных киосков. Компанией разработаны интерактивные экспонаты с использованием технологий виртуальной и дополненной реальности («рентген оружия» для Музея панфиловцев, стационарные бинокляры виртуальной реальности), роботы-аниматроники. В штате 30 человек. География реализации — РФ, Канада, Израиль, Эквадор и Бразилия.