COMNEWS

СТАНДАРТ ТРИБУНА

Конец эры вещания 46

Приветственное слово участникам конференции 48

Перспективы развития рынка платного многоканального телевидения России 49

Монетизация ТВ-контента в режиме «вслед за эфиром» 50

Новые международные направления развития ТВ-вещания 51

Точка зрения 52

Digital & OTT TV Russia 2012

Фото: СТАНДАРТ

Мир цифрового телевещания стремительно меняется: вместо традиционных экранов приходят интерактивные видеоинформационные системы, дополняющие домашний и мобильный просмотр телепрограмм. Новая форма телесмотрения кардинально меняет сложившиеся представления о ТВ-вещании, как в творческом, так и в техническом плане. Участники международной конференции Digital & OTT TV Russia 2012 обсудили перспективы развития цифрового вещания и новые способы доставки видеоконтента.

Конференция прошла при поддержке ФГУП «Космическая связь», ФГУП «РТРС», «Триколор ТВ» (ЗАО «Национальная спутниковая компания»), Eutelsat Communications, Ericsson, NDS, ОАО «МегаФон», ООО «СДН-Видео», ООО «Современные сетевые технологии», Envivio и Funke Digital TV.

Конец эры вещания

Екатерина ЛАШТУН

Телевизионное вещание в привычном понимании уходит в прошлое. Функции основных субъектов этого рынка существенно изменились: операторы связи становятся вещателями, потребители разделились на абонентов и телезрителей, и только технологии определяют будущее телевидения.

В конце марта в Москве состоялась ежегодная международная конференция «Цифровое вещание и новые способы доставки видеоконтента. Интерактивные услуги в современных сетях – Digital & OTT TV Russia», организованная компанией ComNews Conferences в партнерстве с Национальной ассоциацией телерадиовещателей (НАТ) и Ассоциацией кабельного телевидения России (АКТР). Мероприятие стало главным событием для участников рынка цифрового телевещания и прошло при поддержке ключевых международных ТВ-организаций и профильных государственных структур.

По словам руководителя информационно-аналитического центра, советника президента НАТ Владимира Лившица, впервые словосочетание «цифровое партнерство» прозвучало в ноябре прошлого года, на Международном конгрессе НАТ. «Этот термин во многом объясняет те отношения, которые сложились на рынке медиаиндустрии и распространения контента»,– объяснил он. Владимир Лившиц также сообщил о важных изменениях, произошедших в области регулирования телевещания. Так, в ближайшее время появится общественный канал, который будет закреплен президентским указом. Он будет отнесен к числу общероссийских обязательных общедоступных каналов, следовательно, будет иметь свою систему распространения и оплаты и войдет в первый мультиплекс. «Ранее канал общественного телевидения претендовал на 9-й слот в первом мультиплексе, который уже был определен для региональных каналов, однако принято решение, что в первом мультиплексе будет 10 слотов, один из них – региональный канал, по одному из каждого субъекта РФ, и один – канал общественного телевидения», – рассказал советник президента НАТ. В связи с этим, по его мнению, возникает сакраментальный вопрос: сможет ли первый мультиплекс вместить 10 телеканалов и какова будет его емкость? Владимир Лившиц напомнил, что в сентябре 2011 года правительственная комиссия приняла решение о вхождении в первый мультиплекс дополнительных сервисов: доступа к порталу государственных услуг и оповещения в случае чрезвычайных ситуаций.

Характерно, что в Концепции развития телерадиовещания, утвержденной в 2007 году, были определены четыре основных субъекта медиарынка: производители, вещатели, операторы связи и потребители. «Не прошло и пяти лет, как все изменилось. Так, производители пока еще остались производителями, операторы связи становятся «многостаночниками», меняя операционную деятельность, потребители разделились на абонентов и телезрителей, имея различные отношения с операторами связи. А вещатели, привычные всем телерадиокомпании, кардинально изменили свой статус», – отметил Владимир Лившиц. Он добавил, что с учетом новых поправок в закон «О СМИ» вещателем

Фото: СТАНДАРТ

По мнению руководителя информационно-аналитического центра, советника президента НАТ Владимира Лившица, наступает момент, когда операторы связи превращаются в вещателей, а технологии определяют дальнейшее развитие рынка

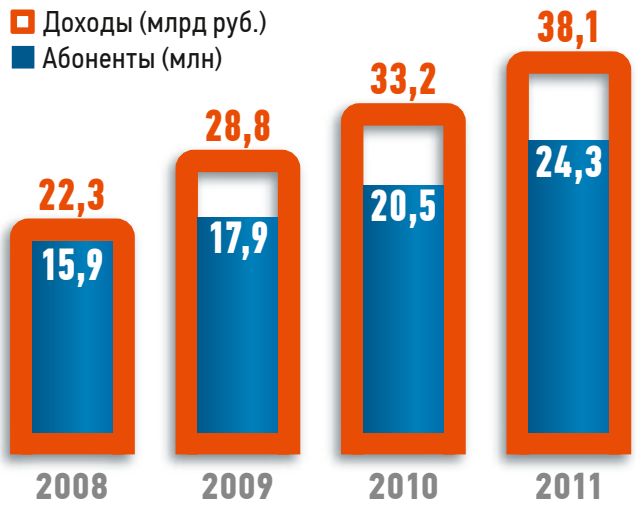
Представитель TM Forum в России и СНГ, заместитель генерального директора, директор направления моделирования бизнеса BI Telecom Сергей Анфилофьев считает, что российским операторам связи не стоит заниматься распространением контента

Фото: СТАНДАРТ

Генеральный директор Harris Communications CIS, член программного комитета IBC Екатерина Петухова предлагает подумать, как взаимодействие аудиовизуальных возможностей человечества можно применить для его дальнейшего развития

Фото: СТАНДАРТ

Рынок платного ТВ в России



Источник: iKS-Consulting

может стать любое юридическое лицо, необязательно имеющее зарегистрированное СМИ. Это любое предприятие, заключившее договор с правообладателем или производителем контента, получившее лицензию на вещание и распространяющее контент в разных средах. Таким образом, наступает момент, когда операторы связи и классические телекомы превращаются в вещателей, а технологии определяют дальнейшую стратегию их развития.

«Еще вчера я сказал бы, что контент решает все, – рассказывает генеральный директор ООО «ТНТ-Регион» Игорь Ростов, – но сегодня мы наблюдаем принципиальное изменение идеологии телевещания». По его словам, участники телевизионного рынка должны выработать новые формы взаимодействия в условиях слияния процессов производства контента и его доставки. Однако необходимо понимать, что цифровое телевидение – это не просто доставка телеканала в хорошем качестве, оно подразумевает под собой платформу, позволяющую оказывать массу полезных интерактивных сервисов. «Психология людей не меняется, она остается прежней. Ведь при появлении кинофильмов театр никуда не делся, такая же судьба ждет и телевидение», – уверен глава «ТНТ-Региона».

Генеральный директор Harris Communications CIS, член программного комитета IBC Екатерина Петухова предположила, что все мы постепенно переходим в аудиовизуальный мир. «Телевидение не изменилось, это цифровые технологии изменили мир»,– подчеркнула она. По ее словам, в аудиовизуальную сферу переходят реклама, образование и другие процессы, которые пока сложно себе представить. Таким образом, вещатель способен сделать очень многое в новом аудиовизуальном мире, как с точки зрения монетизации, так и с точки зрения развития всего человечества. «Говоря о цифровом партнерстве, следует подумать о том, как взаимодействие аудиовизуальных возможностей человечества можно применить для его дальнейшего развития»,– считает Екатерина Петухова. По ее словам, в этой ситуации операторам связи приходится несладко, у них буквально «выбивают из-под ног табуретку». Чтобы выжить в новых рыночных условиях, операторам приходится существенно наращивать объем предоставляемых услуг, становясь агрегаторами и распространителями контента. «Бизнес-модель оператора связи, когда он просто распространяет сигнал, становится неконкурентоспособной», – подчеркивает глава Harris.

«Предсказать судьбу телевизионного вещания сложно», – считает представитель TM Forum в России и СНГ, заместитель генерального директора, директор направления моделирования бизнеса BI Telecom Сергей Анфилофьев. В качестве примера он привел обсуждение развития стандарта GSM, когда в ETSI возникли жаркие дискуссии о том, нужна ли вообще функция SMS в мобильном телефоне. Эксперты разделились примерно поровну: одна половина утверждала, что «пейджер в телефоне» никому не нужен, другая половина предложила включить эту опцию «на всякий случай». «Стройной картины мира, когда было понятно, на какие категории делятся игроки рынка телевещания, уже не будет»,– предполагает Сергей Анфилофьев. Транспортные услуги перестали обеспечивать операторам связи высокие доходы, маржинальность их бизнеса падает, поэтому они будут вынуждены искать новые источники доходов, в частности заходить на территорию распространения контента. Однако представитель TM Forum уверен, что далеко не всем операторам это по силам. «Одновременно с цифровым партнерством все большую актуальность приобретает аутсорсинг, когда операторы передают непрофильные задачи сторонним компаниям – тем, у кого это лучше получается», – сообщает Сергей Анфилофьев. Таким образом, нет общих способов, которые гарантировали бы успех, и каждая компания будет идти своим путем. TM Forum рекомендует российским операторам связи не устремляться в область распространения контента, а помогать поставщикам контента создавать цепочки добавленной стоимости, то есть взять на себя часть функций, не характерных для вещателей. Это могут быть специализированные платформы, так называемые сервисные брокеры, позволяющие поставщику контента создавать бесконечное разнообразие персонифицированных услуг.

Наряду с этим необходимо понимать, что ни одна, даже самая качественная, картинка не сможет передать все прелести цифрового вещания без объемного звука. По словам генерального директора Dolby CIS LLC Алексея Угриновича, участникам рынка телевещания нужно стремиться к разработке единого мирового стандарта эфирного вещания. Глава Dolby считает, что многообразие платформ и стандартов сильно усложняет взаимодействие игроков рынка как на глобальном, так и на региональном уровне. «Стандартизация является важнейшим звеном, объединяющим всех участников рынка цифрового телевидения, и правильная политика государства в этой области задает верный курс на цифровое партнерство», – резюмировал Алексей Угринович.

Фото: СТАНДАРТ

Алексей Малинин,
заместитель министра связи и массовых коммуникаций РФ

Приветственное слово участникам конференции

Подчеркну, что ФЦП цифровизации российского телевизионного вещания идет по плану, без каких-либо серьезных сбоев, а в некоторых регионах даже опережает график. В прошлом году правительство РФ приняло важное решение о переходе на цифровой формат вещания DVB-T2, и на прошедшей в Мадриде конференции, посвященной цифровому эфирному вещанию, президент международного консорциума DVB Филипп Лавен назвал этот шаг «знаменательным событием и основой развития цифрового эфирного вещания во всем мире».

Безусловно, переход является достаточно болезненным, поскольку в ряде регионов России уже были построены сети стандарта DVB-T. В середине марта 2012 года мы переключили вещание в Москве и Петербурге с DVB-T на DVB-T2 и были приятно удивлены, когда жители двух столиц вопреки всем скептическим прогнозам стали смотреть цифровое ТВ в новом формате. С точки зрения контентного содержания пока цифровому эфирному вещанию трудно конкурировать с другими видами телевещания, такими как спутниковое или кабельное ТВ. Мы подверглись жесткой критике со стороны части населения, которая уже приобрела телевизионные приставки «старого» формата DVB-T. Пока в торговых сетях представлено недостаточно приемного оборудования, поддерживающего новый стандарт, однако мы закроем этот вопрос в самое ближайшее время. Буквально на моих глазах сошла с конвейера завода в Петербурге первая сотня телевизоров Philips со встроенными приемниками DVB-T2, и скоро производство таких телевизоров станет массовым.

Отечественная промышленность также откликнулась на новый запрос, и уже несколько российских заводов производят телевизионные приставки, поддерживающие стандарт DVB-T2. Между тем мы подверглись разумной критике со стороны Ассоциации разработчиков и производителей аппаратуры телерадиовещания (АРПАТ) из-за того, что не проинформировали их своевременно о переходе на новый стандарт телевещания, но мы стараемся наладить конструктивный диалог с российской промышленностью.

Несколько слов хотел бы сказать о видеоинформационных системах (ВИС). Во время страшной катастрофы в Японии именно эти системы позволили хоть как-то информировать граждан и успокоить их.

Вернувшись к теме конференции, следует отметить, что все происходящее на мировом рынке цифрового телевещания можно назвать одним страшным словом: война. Во всем мире развернулась нешуточная борьба за частотный спектр, и в первую очередь в ней участвуют телекоммуникационные компании, которые развивают сети широкополосного доступа четвертого поколения, и компании, работающие на телевизионном рынке. Все расчеты показывают, что самые современные технологии как ТВ-вещания, так и ШПД не позволяют гарантировать необходимую пропускную способность канала. С моей точки зрения, выход – в создании гибридных сетей. Представьте на секунду, что в Москве построена некая интеллектуальная платформа, управляющая всем частотным спектром, которым мы с вами пользуемся. Она переводит поток информации с сотовых сетей на традиционные телевизионные сети и разгружает их таким образом от лишнего трафика, доставляя при этом всю информацию на все устройства. Подобное решение сулит достаточно серьезные перспективы с точки зрения эффективности использования спектра и обслуживания интересов пользователей.

Ключевой задачей во всей этой истории становится разработка бизнес-модели: как зарабатывать деньги? Компании, занимающиеся строительством сетей, несут большие издержки, и с каждым годом они только увеличиваются. Нужен конструктивный диалог между телекоммуникационными компаниями и контент-провайдерами, поскольку необходимы новые правила игры и новые взаимоотношения на рынке.

Министерство наблюдает за всеми процессами, происходящими на рынках телекоммуникаций и телевещания, и старается поменьше в них вмешиваться. Ведь в нынешних условиях очень тяжело предугадать и заранее принять верные правила игры, которые могут в итоге оказаться губительными для участников рынка.

Фото: СТАНДАРТ

Юрий Припачкин,
президент Ассоциации кабельного телевидения России (АКТР)

Перспективы развития рынка платного многоканального телевидения России

Платное телевидение в России, по оценкам АКТР, остается одним из самых динамично развивающихся сегментов отрасли, особенно в городах с населением более 200 тыс. человек. При этом города-миллионники показывают серьезное проникновение: так, Москва достигла 100%, Петербург – 85%. В 2011 году общее количество абонентов операторов кабельного телевидения, входящих в АКТР, превысило 24 млн человек, что составляет около 50% населения страны. Доходы от платного телевидения превысили 38 млрд рублей. Мы считаем, что эта отрасль является кризисоустойчивой: в ней регулярно происходят сделки по слиянию и поглощению компаний, а число инвесторов, желающих в нее вкладывать, с каждым годом растет.

Рынок платного ТВ продолжают формировать операторы кабельного и спутникового телевидения. В последнее время наибольший рост абонентской базы показывают именно спутниковые компании. Операторы кабельного телевидения устойчиво работают со своей абонентской базой, строя сети и подключая новых абонентов. Обращаю внимание, что IPTV занимает определенный процент рынка, но его доля растет слабо, и мы не считаем эту технологию конкурентоспособной по отношению к кабельному и спутниковому ТВ. К 2015 году мы ожидаем, что операторы, входящие в Ассоциацию, займут 60% российского рынка платного телевидения, и это говорит об устойчивой бизнес-модели.

Мы видим ряд проблем, которые препятствуют органическому росту операторов платного ТВ. Самой большой проблемой для нас является формирование отношений участников рынка с государственными органами, в том числе с ФАС России, а также с потребителями и вещателями в связи с распространением обязательных общедоступных каналов. Так, принцип распространения этих каналов, на наш взгляд, прописан недостаточно четко, и понятие «бесплатно» до сих пор вызывает у населения множество вопросов. К примеру, к операторам платного ТВ регулярно обращаются граждане с просьбой предоставить им бесплатно восемь телеканалов, при этом они ссылаются на указ президента, где отмечена бесплатность данных каналов. Позиция операторов и Минкомсвязи следующая: с одной стороны, операторы предоставляют социальный пакет телеканалов бесплатно, с другой стороны, они вправе взимать с абонента плату за техническую поддержку и услуги связи. Эта схема уже доказала свою эффективность и никем не оспаривается.

Еще одним серьезным барьером для развития рынка платного ТВ является ситуация с воздушными линиями связи, когда ряд местных администраций в ультимативной форме потребовали от операторов убрать воздушно-кабельные переходы и заложить их в подземную канализацию. Операторы, входящие в АКТР, понимают, что в воздушном пространстве между домами действительно висит много проводов, однако относить их все к телекоммуникационным кабелям некорректно. Проведенный нами анализ показал, что существенную долю этих проводов составляет «советское наследие», а также провода, принадлежащие различным ЖКХ: пожарная сигнализация, силовые кабели и др. Поэтому важнейшей задачей должно стать наведение порядка: инвентаризация и установление принадлежности этих кабелей. Операторы связи, которые прокладывали воздушные линии в соответствии с действующим законодательством – получали проекты, согласовывали их с местной администрацией и т. д., имеют «право на жизнь», и ответственность за решение обрезать им воздушные кабели должна лечь на те властные структуры, которые принимают такие решения. Безусловно, все кабели, которые проложены незаконно, должны быть демонтированы.

В числе мероприятий, предложенных АКТР органам исполнительной власти, – разработка нормативной базы строительства и определение требований к топологии кабельной канализации. Следует определить источники финансирования для строительства и перепроектирования сетей, а также назначить независимую организацию, ответственную за проектирование, строительство и эксплуатацию кабельной канализации.

Фото: СТАНДАРТ

Дмитрий Минеев,
директор по контенту и развитию бизнеса ОАО «ВебТВ» (Zoomby.ru)

Монетизация ТВ-контента в режиме «вслед за эфиром»

В России потребление онлайн-видео растет быстрыми темпами, по этому показателю мы уже опережаем США и Западную Европу. Рост популярности видео связан с проникновением ШПД, развитием технологий доставки видео и появлением новых площадок с премиальным видеоконтентом. Благодаря росту потребления видеоконтента растет и рынок видеорекламы онлайн, согласно прогнозам, в ближайшие два года он должен удвоиться. Рынок интернет-рекламы является самым быстро растущим по сравнению с другими медиа. А доля видеорекламы в Интернете будет постоянно увеличиваться относительно других типов размещения.

Аудитория демонстрирует высокий интерес к просмотру ТВ-контента онлайн, при этом популярность отдельных наименований зависит от текущего телеэфира. По нашим наблюдениям, пользователи в Интернете готовы смотреть объемный телевизионный контент, а самые популярные продукты – сериал и фильм (суммарно более 65% просмотров). Как на всем отечественном ТВ, на Zoomby доминируют традиционно любимые российскими зрителями жанры: мелодрама и комедия.

Приток денег в видеосегмент российского Интернета, а также интерес пользователей к ТВ-контенту предоставляют правообладателям дополнительные возможности монетизации. В отличие от США, у российских правообладателей возможности распространения контента ограниченны: низкое проникновение кабельного (платного) телевидения и ШПД; невысокая платежеспособность нишевых и региональных каналов, сдерживающая рост синдикации; слабое развитие услуги «видео по требованию» (VoD); практически полное отсутствие на российском рынке коммерческого использования технологии DVR, а также низкий уровень продаж DVD. Создание интернет-площадок на базе отдельных нишевых каналов нерентабельно, поскольку необходимы существенные вложения в платформу и продвижение, а площадка с контентом одного телеканала менее привлекательна для пользователей, чем площадка-агрегатор. В свою очередь, создание интернет-агрегатора отвечает потребностям правообладателей и удовлетворяет запросы пользователей.

Характерно, что до недавнего времени практически исключительным источником ТВ-контента в Рунете являлись пиратские ресурсы, которые остаются основными конкурентами легальных площадок. Проект Zoomby, который был запущен в мае 2010 года, является одним из крупнейших развлекательных порталов, предоставляющих пользователям бесплатный доступ только к профессиональному видеоконтенту от большинства российских и иностранных правообладателей. Это единственная в России легальная площадка, размещающая архивный контент (library) сразу после показа телевизионных передач в эфире, в режиме «вслед за эфиром». Кроме того, мы реализовали возможность просмотра прямого эфира новостных каналов.

Zoomby – первый официальный видеопортал в Рунете, ориентированный на показ телевизионных фильмов, сериалов и передач в режиме «вслед за эфиром». Видео появляется на портале спустя несколько часов после эфира на ТВ. Анализ 20 самых популярных передач на Zoomby показывает, что наибольшей популярностью пользуются ТВ-программы из разряда catch up (не более месяца с момента эфира). 12% просмотров контента из списка топ-20 занимает библиотечный контент, и 14% просмотров связаны с контентом, который в данный момент идет по ТВ (новый сезон), а его старые сезоны имеются на Zoomby. То есть люди пересматривают старые сезоны программ и шоу под воздействием показа по ТВ новых сезонов.

Число просмотров резко увеличивается в дни показа сериала по телевидению. Несмотря на снятие сериала с эфира, количество просмотров продолжает расти (пример – сериал «Пончик Люся»), так как зрителей интересует окончание картины.

Текущий телевизионный эфир является драйвером роста интереса зрителей к контенту. Наибольший интерес к конкретному наименованию зрители проявляют во время эфира и в течение недели после его окончания. Однако разница между количеством поисковых запросов и легальных просмотров говорит о том, что пиратские ресурсы все еще представляют значительную конкуренцию.

Фото: СТАНДАРТ

Марк Кривошеев,
главный научный сотрудник ФГУП «НИИР»

Новые международные направления развития ТВ-вещания

Интерактивные видеоинформационные системы (ВИС) открывают новую эру телевизионного вещания. Они впервые обеспечивают высококачественное наружное ТВ-вещание, воспроизведение 2D/3D-видеоинформации на экранах различных размеров в многолюдных местах как на открытом пространстве (площади, улицы, стадионы и т. п.), так и в закрытых помещениях (залы, торговые центры, метро и т. п.). ВИС дополнят домашний и мобильный просмотр ТВ-программ. В отличие от этих двух форм телесмотрения, когда получатель выбирает видеоинформацию индивидуально, понятие «ТВ-вещание в ВИС» отражает условия, при которых он может воспользоваться видеоинформацией исключительно с заданным контентом, где бы она им ни наблюдалась. Важно, что контент получателем не выбирается, а ему предоставляется. Эта третья форма телесмотрения кардинально меняет сложившиеся представления о ТВ-вещании как в творческом, так и в техническом плане.

Контент для ВИС может формироваться федеральными, региональными и местными вещателями с учетом интересов государства и общества. Наступил момент, когда впервые совпали возрастающий социальный заказ на гарантированную возможность просмотра заданного контента ТВ-программ, достигнутый технологический уровень, позволяющий создавать ВИС с высоким качеством ТВ-изображения на открытом пространстве, а также слияние интерактивных ВИС с множеством экранов и мобильной связью с многомиллиардными терминалами, которое позволит намного увеличить загрузку средств телекоммуникаций и общие доходы.

Дальнейшее повышение качества изображения ВИС обеспечит семейство новых ТВ-систем сверхвысокой и ультравысокой четкости (ТУВЧ), в которых заметно проявляется эффект объемности. Изображение ТУВЧ формата 7680×4320 содержит около 32 млн пикселей, что в 16 раз больше, чем в ТВ-системах высокой четкости.

Многие трудности всевозрастающей многостандартности в телерадио- и мультимедийном вещании будут преодолены с помощью всемирного вещательного роуминга (ВВР). Применительно к традиционным средствам вещания ВВР подразумевает возможность доступа к контенту в разных средах и зонах вещания, даже при использовании в них отличающихся стандартов. При приеме используются универсальные программируемые терминалы. В среде Интернета ВВР подразумевает выбор требуемого контента из множества поставляемого в эту Сеть для пользователей во всем мире с помощью единых мировых IP-стандартов. ВВР входит во всеобъемлющую концепцию всемирного информационного роуминга (ВИР).

Новые направления развития цифрового телерадиовещания поддержаны в международном масштабе. Многие функции ВИС универсального терминала в ВВР защищены пакетом отечественных патентов. Так, на «Экспо 2010» в Шанхае была представлена первая в мире полиэкранная ВИС со звуковым сопровождением на терминалы подвижной связи (патент РФ №92563 от 20 марта 2010 года). Зрители смогли смотреть изображение на полиэкранах и слушать комментарии на разных языках.

Важно, что Россия начала внедрение цифрового ТВ-вещания по международным стандартам, которые создавались при ее активном участии. Страна выступила инициатором стандартизации в новых направлениях развития цифрового вещания и стремится к авангардной роли в последних инновационных достижениях.

Массовая экранизация и всемирный информационный роуминг внесут решающий вклад в развитие глобального информационного общества. Требуется высокая информационная безопасность этих нововведений. В следующее десятилетие темпы развития информационной среды превзойдут когда-либо существовавшие в истории.

Подчеркну, что последние международные решения, принятые при непосредственном участии и вкладе России, дают основания полагать, что 2012 год станет переломным, знаменующим полный выход из скорлупы многолетних традиционных представлений о ТВ-вещании и старт новых подходов к стратегии его развития с учетом реалий и перспектив.

Юрий Прохоров,
генеральный директор ФГУП «Космическая связь»:
«Спутниковый ресурс обновленной группировки ГПКС составит 680 эквивалентных транспондеров, что более чем в два раза превышает текущий ресурс. В результате будут обеспечены непрерывность и преемственность оказания услуг связи, должный уровень резервирования, а также созданы дополнительные условия для развития цифрового многоканального телевидения, мультимедийных услуг и ШПД в РФ»

Фото: СТАНДАРТ

Фото: СТАНДАРТ

Александр Макаров,
генеральный директор ЗАО «Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ»):
«Для того чтобы реализовать интерактивное телевидение, спутниковому оператору необходима HDD-карта в декодере, а также обратный канал, с помощью которого абонент сможет взаимодействовать с поставщиком контента. Мы рассматриваем интерактивное ТВ как дополнительный сервис, поскольку большинство российских пользователей пока делают выбор в пользу линейного ТВ»

Ираклий Накашидзе,
глава российского представительства NDS:
«Телевизионный оператор, планирующий внедрить новую услугу, сталкивается со многими сложностями. Именно поэтому мы разработали систему Service Platform Delivery (SPD), которая позволит разработчикам создавать приложения для просмотра различного контента на разных устройствах, при этом они могут быть легко интегрированы с платформами ТВ-операторов»

Фото: СТАНДАРТ

Фото: СТАНДАРТ

Денис Овсянников,
руководитель группы по развитию и поддержке услуг CDN ОАО «МегаФон»:
«Суммарная емкость нашей CDN-сети в России составляет 250 Гбит/с, при этом узлы CDN располагаются в собственных дата-центрах. А партнерство с международным оператором CDNetworks позволяет клиентам CDN «МегаФона» ускорять распространение контента по всему миру, что поможет владельцу интернет-ресурса сэкономить и сосредоточиться на основном бизнесе»

Фото: СТАНДАРТ

Ярослав Городецкий,
генеральный директор ООО «СДН-Видео» (CDNvideo):
«К выгодам от использования CDN относятся высокая скорость доступа к видеоконтенту за счет близости серверов CDN к аудитории, доступность контента за счет многократного резервирования серверов, расширение охвата аудитории без капитальных затрат (более 100 тыс. одновременных просмотров видео), а также защита контента от несанкционированного использования»

Фото: СТАНДАРТ

Олег Попов,
заместитель генерального директора – коммерческий директор ОАО «МГТС»:
«Развитие технологии OTT (Over the Top) диктует российским операторам новые требования к доступу и доставке мультимедийного контента. Существующая сетевая инфраструктура группы МТС в сочетании с единой гибридной платформой позволит перейти к модели win-win (поставщик контента – оператор – пользователь) с гарантируемым уровнем качества оказываемых услуг»

Фото: СТАНДАРТ

Сергей Назаров,
вице-президент по коммерческой деятельности ГК «Акадо»:
«Эволюция рынка телевизионных приемников идет в направлении Smart TV. Через такие телевизоры абоненты могут получать доступ к различным приложениям и интернет-браузерам, рекомендательным системам на основании пользовательского опыта и др. Это приводит к существенному росту трафика внутри квартир и заставляет операторов строить гибридные сети»

Фото: СТАНДАРТ

Константин Чумаченко,
генеральный директор ООО «Современные сетевые технологии» (Ngenix):
«На смену линейному телевещанию приходят индивидуальное потребление и персонализация контента. Современный телезритель – это пользователь, который выбирает контент, время, место и устройство для просмотра, использует возможности конвергентных платформ, участвует в интерактивных коммуникациях в социальных сетях, а также предпочитает профессиональный контент»