

Многоформатное видение

Игорь АГАПОВ

Рынок услуг телевидения в России находится в стадии активных преобразований во всех сферах – от перехода к перспективным форматам изображения и стандартам распространения сигнала до формирования новой структуры в связи с запланированным отключением аналогового эфирного вещания. При этом участники рынка пытаются найти ответы на вопросы, связанные с влиянием нормативных новаций на экономические и содержательные аспекты их деятельности.

Дискуссия о том, какие задачи встают перед игроками российского телевещательного рынка в текущих экономических условиях и как трансформируются бизнес-стратегии его ключевых участников, состоялась на организованной ComNews Международной конференции «Digital & Connected TV Russia 2016 – Цифровое вещание и новые способы доставки видеоконтента. Интерактивные услуги в современных сетях», в которой приняли участие около 200 представителей отрасли.

Завершение создания системы цифрового эфирного телевидения является одним из наиболее значимых факторов, влияющих на рынок ТВ-услуг в России. Заместитель генерального директора – директор департамента инновационного развития ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТРС) Виталий Стыцько сообщил, что по состоянию на октябрь 2016 года цифровым вещанием телеканалов первого мультиплекса охвачено 93,73% населения в 85 субъектах РФ. Для этого введены в строй 4346 объектов, а все оставшиеся по плану будут запущены до конца текущего года. Ситуация со вторым цифровым мультиплексом сложнее: его вещание охватывает 64,4% населения в 84 субъектах страны, причем речь идет в основном о городах с количеством

жителей более 100 тыс. Однако дело не только в этом: из построенного 2741 объекта второго мультиплекса работают только 220.

«Вещание осуществляется менее чем 10% передающих объектов потому, что вещатели второго мультиплекса не готовы платить за распространение сигнала в населенных пунктах, где проживают менее 100 тыс. человек. Пока решения этой проблемы нет, так как вещателям малые населенные пункты неинтересны с точки зрения распространения рекламы, которая является основным источником их доходов», – пояснил заместитель гендиректора РТРС.

Кроме того, Виталий Стыцько рассказал о перспективах внедрения новых технологических решений в сети цифрового эфирного вещания. РТРС технически решила задачу реализации региональных рекламных врезок в эфир телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», теперь ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (ВГТРК) может заключать договоры с региональными рекламодателями. РТРС также разработаны принципы осуществления региональных и местных врезок в цифровой эфир Первого канала.

Еще одно ожидаемое новшество – внедрение в цифровом телеэфире формата высокой четкости (HD). «К 2021 году



Заместитель генерального директора РТРС **Виталий Стыцько** заявил, что аналоговое телевидение отомрет после отмены госсубсидий, а не из-за волевого отключения

фото: СТАНДАРТ

Ведущий эксперт Huawei в России **Владимир Староватов** подчеркнул, что обеспечение высокого качества телесигнала 4K потребует серьезной модернизации сетей связи



фото: СТАНДАРТ

Директор по контенту «Триколор ТВ» Михаил Горячев убежден, что большинство абонентов платного ТВ придерживаются модели традиционного линейного телесмотрения



ФОТО: СТАНДАРТ

РТРС должна завершить работу над технологией распространения телесигнала в формате HD. Перечень каналов, сигнал которых будет транслироваться сетью цифрового эфирного вещания в этом формате, должны определить федеральные органы исполнительной власти», – сказал Виталий Стыцко.

Тема последних технологических решений и сервисов на их базе стала одной из основных на конференции. В числе новинок – технология LTE Broadband (eMBMS), позволяющая осуществлять широкоэмитательное распространение видеосигнала в сетях мобильной связи четвертого поколения (4G). По словам начальника лаборатории ФГУП «НИИ радио» (НИИР) Вадима Посакакухина, эта технология обеспечивает вещание при задействовании примерно 60% емкости обычного радиоканала LTE. В то же время она предъявляет высокие требования к плотности размещения базовых станций (БС), потому что при удалении принимающего устройства от БС качество сигнала экспоненциально падает.

Другое новшество, которое предполагает переход телевидения на иной технологический уровень, – распространение формата сверхвысокой четкости (UHD), подразумевающего передачу изображения с разрешением 4K (3840×2160 пикселей).

Ведущий менеджер по продажам операторских программных решений Huawei в России Александр Черняев заявил, что 4K – это уже не будущее, а настоящее и для России внедрение данного формата изображений не предстоящий шаг, а текущая задача. «4K находится в фазе развития, но станет общепринятым стандартом в ближайшие годы. В России уже продаются телевизоры с поддержкой 4K, однако смотреть по ним нечего, так как вещатели не производят контент в этом формате. Поэтому важно создать экосистему видеосервисов на основе 4K, что должно увеличить время видеосмотра контента, а значит, и доходы операторов платного ТВ», – считает Александр Черняев.

Генеральный директор ООО «Сигнал Медиа» Михаил Ковальчук назвал несколько основных направлений развития телевидения в стране. «На перспективу до 2024 года одной из главных тенденций станет увеличение разрешения телевизионной картинки: идет внедрение форматов 4K и 8K, проводятся эксперименты с 16K. Кроме того, будет осуществляться полный переход всех телевизионных технологий в IP-среду – от распространения сигнала

до создания контента и виртуализации производственной ТВ-аппаратуры. Будут появляться и новые методы обработки информации: трехмерный формат кадра, единые средства хранения видеoinформации независимо от ее формата», – прогнозирует руководитель «Сигнал Медиа».

Директор спутникового бизнеса ПАО «Мобильные Теле-Системы» (МТС) Алексей Иванов называет ведущими направлениями эволюции платного ТВ формат UHD и интерактивные сервисы. «Правда, UHD – это несколько более отдаленная перспектива для массового рынка из-за высокой стоимости приемников и контента и их недостатка на рынке. Расширение использования интерактивных сервисов будет связано с ростом объема доступного абонентам контента», – полагает Алексей Иванов.

Однако на пути полномасштабного внедрения интерактивных ТВ-услуг лежат препятствия не столько технологического, сколько правового характера, подчеркнул директор по контенту НАО «Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ») Михаил Горячев. «Технически есть возможность организовать, например, функцию отложенного просмотра. Однако действующее законодательство об авторских правах не позволяет сделать этого с передачами ведущих федеральных каналов. Интерактивные сервисы – это то, что сейчас нужно, потому что они востребованы зрителем. Но говорить об их монетизации можно будет только тогда, когда появится четкая нормативная база и, как следствие, понимание операторами, что возврат инвестиций в эти сервисы будет обеспечен хотя бы в перспективе пяти лет», – заявил Михаил Горячев.

Александр Черняев обратил внимание на экономику предоставления интерактивных сервисов. «Если мы хотим распространять в России интерактивные ТВ-сервисы, нужно проводить адекватную ценовую политику. В частности, при ставке с интерактивными функциями целесообразно продавать по той же цене, что и обычные. Тогда зритель бесплатно получит доступ к новым услугам и может начать оплачивать их», – убежден он.

Вице-президент Ассоциации кабельного телевидения России (АКТР) Михаил Силин, характеризуя состояние рынка платного ТВ в стране, отметил тенденции усложнения государственного регулирования в этой сфере. «Принятие госпрограммы развития телерадиовещания на 2009-2018 годы сделало очевидной необходимость изменений нормативно-правовой базы отрасли. Они и происходят, но почти без учета мнений профессионального сообщества, что приводит к появлению новых проблем вместо решения старых. В течение нескольких лет мы сталкиваемся с тем, что неожиданно появляются нормативные требования, никак не вытекающие из особенностей взаимоотношений участников рынка. Это касается, например, требований о бесплатном распространении обязательных телеканалов во всех средах, ограничения рекламы на платных каналах и других норм», – считает вице-президент АКТР. Новые регуляторные акты, по мнению Михаила Силина, все более ограничивают операторов платного ТВ в доходах, налагая на них все более масштабные расходы.

Партнерами конференции выступили

НАО «Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ»), Huawei, ЗАО «Телекомпания «Стрим», ООО «ЕПГ Сервис» (EPG Service)

Заказать материалы конференции



www.comconf.ru/ru/materials

Калю Кукк,
главный эксперт
ЗАО «Московский научно-исследовательский
телевизионный институт» (МНИТИ):
«Проблема доставки контента – ключевая
для отрасли. Новые перспективные технологии
требуют увеличения скорости передачи сигнала
и расширения используемого частотного ресурса.
Решить проблему частот способны современные
методы сжатия сигнала и мультиплексирования»

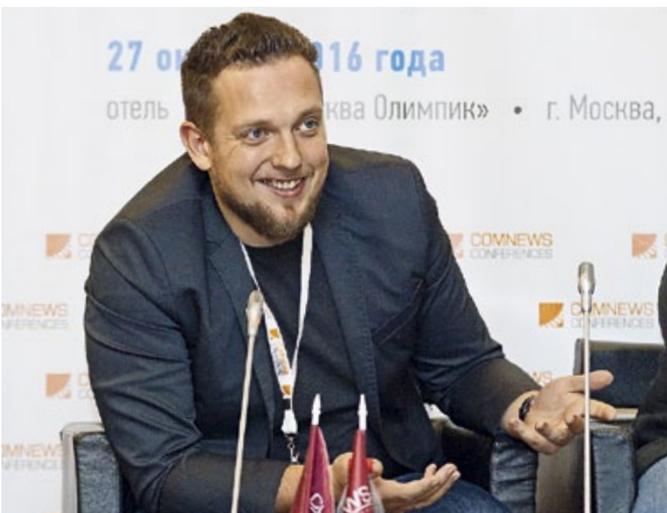


Виталий Васильев,
генеральный директор
ООО «ЕПГ Сервис» (EPG Service):
«Отсутствие инструментов удобной навигации
в каталоге телепередач ведет к потере ценности
услуг платного ТВ для пользователя и заставляет
его искать альтернативные варианты доступа
к контенту. Один из путей решения проблемы –
внедрение систем семантического поиска на основе
анализа предпочтений зрителя»

Фото: СТАНДАРТ

Фото: СТАНДАРТ

Ирина Грандель,
руководитель направления
развития бизнеса ООО «Иви.ру» (ivi.ru):
«Платная модель потребления телеконтента
в России встала на ноги. Примерно 60%
потребления платного контента приходится
на Smart TV, а на Интернет – около 5%. Причем
рост трафика легального контента в Интернете
отмечается лишь на настольных компьютерах»



Андрей Громковский,
управляющий директор
ООО «Двадцатый век Фокс СНГ»:
«Увеличение потребления легального контента
зависит от предоставления пользователям
удобных способов поиска и покупки интересующих
его программ, без чего любые другие методы
продвижения легальных видеосервисов
будут мало способствовать их активному
распространению на рынке»

Фото: СТАНДАРТ

Фото: СТАНДАРТ



Фото: СТАНДАРТ

Яна Власова,
старший менеджер
по развитию VOD-сервисов
АО «МегаЛабс» (MegaFon.TV):
«Сторонним операторам сложно организовать интерактивные сервисы для распространения контента ведущих российских телеканалов, так как те стремятся сохранить все права за собой. В то же время для того, чтобы пользователь платил за интерактивность, очень важны новизна и актуальность контента»

Михаил Ковальчук,
генеральный директор
ООО «Сигнал Медиа»:
«Платность контента для зрителей и обеспечение маржинальности контентного бизнеса – это разные вещи. Получать доход от контента можно не только взимая за него плату, но и за счет рекламы, дополнительных услуг, раздела доходов с операторами и так далее. Поэтому крайне важен правильный маркетинг контента»



Фото: СТАНДАРТ



Фото: СТАНДАРТ

Александр Калинин,
начальник информационно-аналитического
центра РТРС, член управляющего комитета
международной инициативы FoBTV:
«Консорциум DVB Project ведет переговоры с производителями смартфонов о внедрении технологии DVB-T2 в чипы для устройств LTE, что позволит принимать передачи эфирного телевидения на смартфоны без дополнительного модуля»

Михаил Силин,
вице-президент
Ассоциации кабельного телевидения России (АКТР):
«Действие «закона Яровой», требующего хранения больших объемов пользовательского контента, вызовет увеличение цен на услуги связи примерно в три раза, если исходить из того, что затраты операторов на его исполнение должны окупиться в течение четырех лет»



Фото: СТАНДАРТ