



Конкурентная модель платного ТВ

С.Л. Уразова

кандидат филологических наук, доцент

Российская ТВ-индустрия переживает этап бурного реформирования. На фоне внедрения цифровой платформы отечественного наземного эфирного вещания (в рамках ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы»), чьи программы в аналоговом виде показываются в свободном доступе, активно формируются иные востребованные сегменты телевизионного рынка – кабельное и спутниковое ТВ, IPTV, интернет-вещание, мобильное ТВ. На примере Международной выставки и форума CSTB'2012 (организаторы – выставочная компания МИДЭКСПО и Ассоциация кабельного телевидения России, АКТР) в статье анализируется динамика процессов в области отечественного телевидения.

УДК 792.8:621.391

АННОТАЦИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

выставочная
бизнес-модель,
визуализация
пространства,
конвергенция,
интеграция, плат-
ное ТВ, экранные
технологии, ка-
бельные/спутни-
ковые технологии,
IPTV, интернет-
вещание,
мобильное ТВ,
контент нишевых
телеканалов

Мультиэкранная концепция как прообраз ТВ

Интенсивные процессы трансформации модели современного ТВ, по-прежнему сохраняющего на рынке позиции ведущего медиа, несмотря на обеспокоенность профессионального сообщества наметившимся отказом потребителей от телесмотрения, вызваны совокупностью факторов. Влияние оказывает не только бурный рост технологических, телекоммуникационных и компьютерных нововведений как в области ТВ-вещания, так и в сфере интернета, открывающих беспрецедентные возможности для захвата внимания разных социальных групп, массовой аудитории в целом, но и идущие одновременно конвергенция и интеграция медийных ресурсов, что проявляется в реструктуризации их оргструктуры, методах распространения аудиовизуального контента, да и в формообразовании телепрограмм, сетки вещания телеканалов. Мономедийная среда быстро преобразуется в мультимедийную, и стимулом здесь выступают новые технологии.

В русле ускорения ритма жизни темп набирает и визуализация медиарынка: благодаря экранному продукту потребитель быстро усваивает информацию, и эта тенденция создает неоспо-



Торжественное открытие 14-й Международной выставки и форума «CSTV 2012», традиционно проходящей при поддержке Минкомсвязи РФ

римые конкурентные преимущества для телеканалов, независимо от способа доставки сигнала – с помощью эфира, кабеля, через спутниковые или иные системы связи. Наш современник и сегодня может принимать телевизионную «картинку» на разные экранные устройства – будь то телевизор, мобильный терминал или компьютер с учетом его модификаций. В дальнейшем этот процесс станет более совершенным, прагматично естественным. Таким образом, *мультиэкранная концепция* медийных ресурсов (эта тема актуализирована ныне в кругах операторов), которую следует понимать как трансмедийное распространение аудиовизуального контента на всех известных устройствах и платформах, – своего рода прообраз будущего ТВ, которое уже сегодня начинает осваивать разные способы представления экранного продукта. При этом главным для телемана является не только оперативный выбор качественной тематически экранной продукции, но и мобильность ее получения. А это означает, что вся инфраструктура медийного ресурса должна быть нацелена на интересы пользователя. В выигрыше окажутся те, кто быстрее ощутит требования времени, озаботится полноценной дистрибуцией своей продукции в мультимедийной среде.

Несмотря, однако, на общую направленность конвергентно-интеграционной модели развития ТВ, именно незфирные (кабельные, спутниковые и т.д.) телеканалы (их еще называют *платным ТВ*, поскольку свою бизнес-модель они выстраивают на абонентской подписке) прогрессируют сегодня в России особенно активно. По данным АКТР, еще в 2010 году охват платного ТВ свидетельствовал об устойчивом росте: на тот период совокупная абонентская база операторов увеличилась на 19,5%, и процесс этот продолжается. При этом лидерство в сегменте платного телевидения сохраняется за кабельным ТВ, на второй позиции – спутниковое, третьей – IPTV¹. Динамика развития данного сегмента просматривается и в том, что кабельные и спутниковые операторы уже предлагают своим абонентам цифровые и даже HD-каналы, особенно в крупных городах: если в целом за 2011 год проникновение платного ТВ в России составило 26 млн домохозяйств, то цифрового платного ТВ – почти в половину меньше – 10,3 млн (проникновение 19% домо-

¹ Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад//Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. – М., 2011. С.16.

² Цифровое ТВ занимает почти 40% рынка телевидения в России по итогам 2011 года// URL.: <http://www.aktr.ru/> (дата обращения 11.03.2012).

³ Бырдин А. Презентация «Платные каналы. Цифры и статистика. Основные проблемы каналов глазами зрителей и операторов»//CSTB-2012. – М., 2012.

⁴ Каменская М. TNS Russia. Презентация «Тематический канал: анализ успешности выбранной стратегии развития»//CSTB-2012. – М., 2012.

⁵ Цифровое телесемейство – лидер тематического телевидения России //URL.: <http://www.1tvrus.com/digital-tv-family> (дата обращения 11.03.2012).

Круглый стол
«Переход
национального
вещания на
цифровой стандарт.
Новый порядок взаи-
модействия игроков
рынка» с участием
представителей
Минкомсвязи РФ,
Роскомнадзора и
игроков рынка

хозяйств), а это означает, что цифровое платное ТВ охватывает около 40% рынка телевидения в России². О быстром росте сегмента свидетельствует и значительное увеличение платных телеканалов. Если, по данным компании J'son&Partners, в августе 2010 года на российском рынке их насчитывалось 270 (в 2009-м – 180), то на тот же период 2011 года их стало 320. А в январе 2012-го количество неэфирных телеканалов составило уже 362³. Эти данные были обнародованы во время проведения выставки и форума CSTB-2012.

Далее, надо полагать, их численность будет увеличиваться. Объясняется это тоже рядом факторов. С одной стороны, на медийном рынке отмечается заметно растущая сегментация аудитории, что сопряжено с интересом телемана к тематическому, т.е. «нишевому» экранному контенту. А именно такую модель и реализуют сегодня кабельные, спутниковые, IP- и мобильные операторы, собирая в свои сети в большей степени тематические телеканалы. О тенденции роста интереса к тематическим каналам свидетельствует и статистика. В частности, TNS Russia отмечает, что в октябре – декабре 2011 года в 74 % домохозяйств смотрели тематические каналы, а около 30 % населения в возрасте 4 лет и старше включали тематические каналы хотя бы раз в день, уделяя просмотру более одного часа⁴. И это не только показатель запроса аудитории, но скорее свидетельство формирующейся привычки населения к разнообразному контенту. С другой стороны, позиционирование нового телеканала в кабельных или спутниковых сетях, сегодня вполне разветвленных, дело несложное. Этой услугой успешно пользуются не только те, кто начинает свой бизнес в этой сфере, но и федеральные телеканалы. В качестве примера стоит привести *«Первый канал. Всемирная сеть»*, распространяющий пакет своих неэфирных телеканалов, входящих в группу «Цифровое телесемейство», в кабельных и спутниковых сетях более 600 россий-

ских операторов, почти 1500 операторов в странах СНГ и Балтии, свыше 300 операторов в США, Канаде, Европе, Израиле и Австралии⁵; другим доказательством служит ВГТРК, продолжающая расширять серию своих кабельных тематических телеканалов, добавив к уже известным – «Наука 2.0», «Страна», «Моя планета»,



⁶ Кабельные каналы ВГТРК выходят на выставку CSTB -2012 с боем//URL.: <http://www.vesti.ru/> (дата обращения 11.03.2012).

«Спорт 1», «Спорт 2», «Сарафан» еще два новых: «Бойцовский клуб» и «Русский роман»⁶. Эти примеры – малая часть обширного списка известных телезрителю неэфирных телеканалов, в том числе и зарубежных, конкурирующих между собой за свободное время потребителя. Все они представляли свою продукцию на выставке CSTB-2012.

Нелинейный формат отраслевой выставки

Если нелинейный принцип распространения экранной продукции можно рассматривать как залог успешного привлечения/удержания внимания потенциальной аудитории с учетом среза ее социальных групп, то нелинейный формат выставки и форума CSTB, уже в течение 14-ти лет выступающей как системообразующее звено в российской телекоммуникационной отрасли, следует классифицировать как эффективный инструмент получения информации по интересующей проблематике. Только здесь можно встретить компании, многие годы развивающие неэфирное – платное ТВ. Эта функционирующая всего три дня бизнес-площадка собирает и ведущих представителей отечественных и зарубежных ТВ-каналов, и операторов кабельного, спутникового ТВ, IPTV, и производителей, дистрибьюторов оборудования для систем цифрового ТВ, системных интеграторов, отечественных производителей радиоэлектронной промышленности. При этом выставочная модель CSTB включает как обширную экспозицию, где можно познакомиться с новой техникой и инновационными технологическими решениями – в этом году свою продукцию представляли более 450 компаний, так и форум, где «игроки рынка», отечественные и зарубежные, делятся анализом текущей ситуации на рынке, прогнозируют развитие.

По мультимедийному принципу выстроена и программа этого отраслевого мероприятия: есть доминирующее событие, важное для всех, – в этом году круглый стол *«Переход национального вещания на цифровой стандарт. Новый порядок взаимодействия игроков рынка»*, где обсуждались наиболее актуальные вопросы, а за ним следуют различные секции, например, как на этот раз, Форум *«Секреты коммерческого успеха тематического телеканала на рынке платного ТВ»*, IP & TV- форум, технические семинары по 3D-производству (их со-организатором выступила итальянская ассоциация «Comunicare Digitale») и т.д. Параллельность проведения дискуссионных площадок и иных привлекательных мероприятий как раз и позволяет посетителям (их в этом году насчитывалось почти 24 тыс. человек) углубиться в направление, которое наиболее предпочтительно, не



Круглый стол
«Переход
национального
вещания на
цифровой
стандарт...». В зале
нет свободных мест

столе, проблемы развития законодательства в сфере массмедиа, лицензирования стали приоритетными. Затрагивалось и влияние проекта цифровизации телерадиовещания и развития рынка цифрового ТВ на отечественную отрасль приборостроения; переход на новый стандарт вещания DVB-T2 (в ряде опытных зон этот стандарт апробируется); замена подвесных линий связи и воздушно-кабельных переходов в крупных городах на подземные; взаимоотношения операторов с производителями контента в условиях наметившихся изменений. Как положительную тенденцию участники дискуссии отметили становление новой нормативной базы, позволяющей оперативно исправлять неточности или недоработки, допущенные в процессе законотворчества, а также определяющую роль интересов и потребностей зрителей в формировании операторами услуг пакетных предложений.

Стоит сказать и о проведении IP&TV Forum, пользовавшегося среди посетителей немалым вниманием. Движение всех операторов в сторону IPTV признается сегодня глобальным трендом развития технологий передачи ТВ-сигнала. В настоящий момент, как отмечалось на форуме, происходит явный процесс конвергенции IPTV и OTT (Over the Top). Абонент, особенно молодежь, отходит от просмотра традиционного ТВ в силу того, что появилось немало экранных устройств, способных транслировать ТВ-сигнал – на мобильные телефоны, планшеты, ноутбуки, компьютеры. Однако обилие контента вызывает и ряд проблем, так как каждая платформа требует своего уникального способа подключения. Чтобы обеспечить модель «Телевидение повсюду», используются специальные приложения. В частности, компания NDS представила универсальную сервисную платформу NDS SDP, способную обеспечить операторам платного ТВ возможность предоставления доступа ко всем источникам контента через свою платформу как дополнение к основ-

затрачивая понапрасну своего времени. Такое моделирование выставки и форума дает посетителю ощущение свободы, деловой самостоятельности, что явно перекликается с тенденцией свободного выбора современными потребителями экранной продукции.

Среди актуальных вопросов, обсуждаемых на круглом

ным сервисам. А компания «Нетрис» поделилась, к примеру, решениями об эффективном методе предоставления услуг интерактивного ТВ, сделав акцент на предпочтениях телезрителя, где ведущими факторами становятся HDTV (телевидение высокой четкости), гибкость в управлении временем, гибкий подход в предоставлении контента по запросу (video-on-demand), реализация комплексного решения («услуги в одной коробке») и главное – предложение услуг, захватывающих воображение потребителя.

Не остались вне внимания форума и развитие Connected TV (доклад компании Opera Software) – нового направления, начинающего развиваться и распространяться глобально, которое позволяет пользователю получать большой выбор контента на любых устройствах при минимальных затратах. И тем не менее, несмотря на возможности распространения ТВ по методу ОТТ как в широкополосных сетях, так и в мобильных, известная в области развития новых технологий компания Harris (российское представительство) высказала мнение о том, что *эфирное ТВ* и *сетевое ТВ* будут еще немало лет развиваться параллельно, а потому оптимальной стратегией является объединение всех этих направлений в едином комплексе, основой которого становится единая кроссплатформенная система MAM и биллинга, обеспечивающая быстрый возврат инвестиций. Вопросы развития мобильного ТВ также не были обойдены. Интересный доклад представила компания STI, прогнозируя не только формирование единой экосистемы для ТВ на фиксированных и мобильных системах связи, но и тесную интеграцию устройств в экосистеме при наличии уникального интерфейса пользователя для каждого типа устройств с учетом обязательной защиты контента на всех этих устройствах. Что касается последнего аспекта проблемы, то вопросы поиска решений по безопасности мультисервисных сетей также обсуждались. Как и производство новых форматов 3D, HDTV.

О World Content Show и стендовых показах

Речь идет о Международном фестивале каналов для платного ТВ *World Content Show*, уже в шестой раз проводившемся в рамках выставки CSTB. Это красочное зрелище сфокусировано прежде всего на презентации нишевых каналов как новых, так и успевших заслужить признание. Задача фестиваля – представить мир платного ТВ в его многообразии, содействовать операторам в подборе наиболее интересного контента, способного привлечь телезрителя. Тем более что программная политика неэфирных телеканалов не стоит на месте.



В одном из павильонов выставки «ССТВ-2012»

На выставочных стендах демонстрировалось немало новинок. К примеру, «Триколор ТВ», крупнейший спутниковый оператор, намерен запустить и пакет с зарубежным контентом, а также пакет телеканалов в формате HDTV. А «НТВ-Плюс», имеющий более 170 каналов широкой тематики, показывал их на стенде и в цифровом

формате, и в формате HD. Компания «НКС Медиа», в свою очередь, демонстрировала «помолодевшие» после ребрендинга каналы «Мать и дитя», «24 Техно», «24 Док», а также премьеры каналов «Парк развлечений» и «Совершенно секретно». Не менее интересным предстал и стенд Группы «АКАДО», где демонстрировалась как модель «цифрового дома», так и весь спектр услуг цифрового ТВ, включая HDTV, 3DTV. Это была наглядная реализация принципа подключения цифровых услуг «Мультирум».

Обнадеживающие новости появились и для производителей цифрового кино. Национальный спутниковый оператор ФГУП «Космическая связь» (ГПКС) совместно с компанией «СинеЛаб Дата Деливери» объявил о запуске проекта доставки цифрового кино в кинотеатры на всей территории России и СНГ (за исключением удаленных регионов Дальнего Востока) через спутниковые каналы связи. ГПКС предоставило комплексное решение, включающее необходимые технические средства для доступа в интернет, подготовки контента и его подъема из Центра космической связи «Дубна» на спутник «Экспресс-АМ2» (80 гр. в.д.), а «СинеЛаб Дата Деливери» обеспечит прием цифрового кино непосредственно в кинотеатрах. При этом скорость информационного потока достигает 45 Mbit/s. Цифровизация в сфере кинопроката продвигается: в конце 2011 года около 660 кинотеатров (1332 зала) оснащены цифровыми проекторами. Налицо и тенденция роста цифровых копий кинолент по сравнению с копиями на 35-мм пленке. Использование же спутниковых каналов связи позволит не только снизить риски, создаваемые физическими носителями при доставке фильмов в сети кинотеатров, но и возродит традицию массового посещения кинозалов. ■