

Роман Маградзе

Ребрендинг и рестайлинг

В телевидении, как и вообще в жизни, «все течет, все меняется». Периодически появляются новые программы и телешоу, закрываются потерявшие рейтинг, а то и вовсе происходит смена концепции телеканала и проводится масштабный ребрендинг. Каждый вещатель, правда, вкладывает в это понятие свой собственный сокровенный смысл. Для одних ребрендинг — это смена тематики канала, аудитории и названия с логотипом, а для других — всего лишь замена некоторых телепрограмм в сетке вещания.

В той или иной степени смена концепции вещания произошла на двух десятках телеканалов, распространяющихся на территории России. Некоторые из них изменились настолько радикально, что можно достаточно уверенно говорить о закрытии одного канала и запуске совершенно другого.

Gameland TV/ Man TV

Из отечественных вещателей стоит упомянуть радикальный ребрендинг телеканала Gameland TV, переименованный в прошлом году в Man TV. Дело не ограничилось сменой логотипа — он вообще перестал быть каналом для геймеров и стал мужским развлекательным. То есть Gameland TV фактически «убили». Такая «жестокость», со слов руководства канала, была продиктована малочисленностью аудитории и желанием расширить ее даже за счет смены формата вещания.

Эксперты рынка, надо сказать, прогнозировали эти трудности еще при запуске канала зимой 2008 года. Но ни это, ни факт того, что «геймеры играют, а не смотрят телевизор», не убедили руководство медиахолдинга Gameland в преждевременности вывода на российский рынок канала такого формата. Видимо, завораживала цифра в 5 миллионов активных геймеров, следящих за новостями игрового мира.

Почему же тогда до сих пор продолжает вещать канал «Первый игровой»? Он ведь тоже адресован геймерам.

Gameplay TV/ «Первый игровой»

Ну, адресован-то он, конечно, геймерам, но другим и по-другому, чем бывший Gameland TV. Упор здесь сделан на соревновательную составляющую киберспортивных игр. Крупнейший проект «Первого игрового» — телевизионная киберспортивная лига GamePlay League. Кроме того, телеканал возложил на свои плечи организацию отборочных этапов ESWC — международного первенства Electronic Sport World Cup. Это сделало программы более адресными. Ведь за ходом соревнований следят друзья участников, их знакомые, соперники и просто поклонники компьютерных игр. И выбранное направление сделало «Первый игровой» каналом о киберспорте. Если когда-нибудь последний

войдет в число олимпийских видов, телеканал придется позиционировать в качестве спортивного.

Впрочем, и он не избежал ребрендинга. Правда, более мягкого его варианта. Канал стартовал в сентябре 2007 года под логотипом Gameplay TV. Ровно через год были изменены название и, разумеется, логотип. Причины этого остались неясными.

O2TV

Примером ребрендинговых метаний может служить телеканал O2TV. Без смены названия и логотипа он четырежды менял свою концепцию вещания. Стартовал канал в 2004 году в качестве музыкального, но уже через год начал позиционироваться в качестве первого молодежного. В эфире, наряду с отечественной музыкой, появились новости и программы, посвященные социальным вопросам, политике, спорту, культуре.

Ближе к концу 2006 года «кислородный» канал больше не называли музыкальным. Данная составляющая вещания была сокращена на 30%. Освободившееся время O2TV посвятил политическим ток-шоу и аналитическим передачам. Формат вещания был подчинен формуле: новости, политика, музыка.

Во второй половине 2009 года телекомпания заявила о переходе на новый формат вещания для kidults («взрослых детей»). В основе контента O2TV теперь лежал «поиск себя», самоидентификация в определенной социальной группе (16-22 — в субкультуре, 22-35 — в социальном слое и профессиональной карьере). Программы охватывали довольно большой спектр интересов: музыка и гаджеты, моторы и клубные развлечения, путешествия и спорт, секс и знакомства, онлайн-жизнь, компьютерные и консольные игры.

В этом году, который фактически только начался, O2TV возвращается к своим истокам. Он вновь позиционируется в качестве музыкального.

«2x2»

Не менее занимательны крутые виражи телеканала «2x2». Вначале — госпредприятие, затем — акционировано. До лета 1997 года большую часть времени компания занимала на 3-м канале московского эфира. В июне она «добровольно» уступила место московскому каналу «ТВ-Центр», сама же перебралась на 51-й канал ДМВ, а через пару месяцев и вовсе тихо исчезла из эфира.

Осенью 2003 года канал «2x2» стал почти женским — 8 из 20 эфирных часов были отданы программам французского канала Fashion TV. В остальное время здесь звучала музыка самых разных стилей и направлений. Летом 2004 года был заключен договор с телеканалом Style TV о долгосрочном сотрудничестве. Но оно оказалось краткосрочным, и весной 2005 года 100% эфирного времени телеканала арендовала компания TV-Club, работающая на рынке Direct TV. То есть «2x2» стал телемагазином. Летом 2006 года многострадальный телеканал приобрел холдинг «Проф-медиа». Получив заодно и эфирную сеть «почившего» «Рамблер ТВ», «2x2» начал свое радикально обновленное вещание в качестве анимационного канала для взрослых. В марте 2007 года в Москве телеканал «2x2» вышел в эфир с новой концепцией, новым межпрограммным оформлением и новым логотипом.

Содержание канала, соответствующее его концепции, стало предметом бурного обсуждения, если не сказать, скандалов в обществе. Остро стоял вопрос о лишении телекомпании лицензии на вещание. В итоге в 2009 году вещательная политика была несколько изменена. Помимо мультсериалов, здесь теперь показывают художественные фильмы, «соответствующие концепции». Поводом для этого стала данная руководству компании рекомендация Федеральной конкурсной комиссии по надзору в сфере массовых коммуникаций (ФКК).

«Детский проект»/ 7ТВ

У известного артиста театра и кино, режиссера Ролана Антоновича Быкова была мечта — он хотел создать в России детский телеканал. В 1996 году была получена лицензия на «Детский проект». Но пока шла подготовка к запуску, в стране случился кризис 1998 года. Вслед за тем не стало Ролана Антоновича.

В 2000 году телеканал все же стартовал. Но от мечты Ролана Быкова на «Детском проекте» осталось всего 9% детского вещания. Основная доля эфирного времени — 42% — приходилась на трансляцию старых и дешевых фильмов советского производства. Доминирующей темой на телеканале стал спорт.

В 2002 году канал был продан, состоялся его первый ребрендинг. Сменилось все — от состава владельцев до логотипа. Телеканал стал называться 7ТВ, а содержание — полностью спортивным. Новый состав владельцев принял решение сделать из «Детского проекта» первый открытый спортивный канал, рассчитывая на кусок бюджетного «пирога», который в итоге достался ВГТРК, запустившему канал «Спорт».

В 2005 году 7ТВ провел более мягкий ребрендинг — изменились логотип и стиль канала.

«Ракета ТВ»/ Teen TV

Детский телеканал «Ракета ТВ» для платформы «Триколор» запустила телекомпания «Первый ТВЧ». Канал адресовался аудитории от 7 до 14 лет. Его название должно было создавать радостные ассоциации, образ «золотой середины» между дошкольным детством и порогом взрослой жизни, между мягкими детскими игрушками и увлечением моделированием, в том числе и ракет.

Но уже осенью 2008 года был проведен полный ребрендинг канала — от названия до содержания. Он стал называться Teen TV и занял свободную нишу

подросткового телевидения. Теперь его программы адресованы аудитории от 12 до 17 лет. В основе вещания тинейджерского канала — смесь из популярных реалити-шоу и культовых сериалов, анимационных фильмов и познавательных программ.

Discovery Channel

Один из наиболее популярных каналов начал дублирование своего вещания на русский язык в 1998 году. На тот момент он позиционировался в качестве научно-популярного. Его сетка вещания состояла из программ, посвященных науке и ее достижениям, истории развития цивилизации, технологиям, миру животных. Но уже через год канал пережил масштабный ребрендинг. Были запущены новые Discovery Civilization и Discovery Science, куда из сетки флагманского Discovery Channel были выведены программы об истории и науке соответственно. Еще ранее программы о животных исчезли благодаря появлению в портфеле компании канала Animal Planet. Изменился и логотип.

В середине первого десятилетия 21 века Discovery Channel сменил свой формат с научно-познавательного на развлекательный. Ребрендингом это в полном объеме, конечно, не назвать, но определенные изменения в сетке вещания канала все же произошли. Впрочем, малозаметные, что, возможно, было вызвано негативной реакцией партнеров на осуществленное репозиционирование. Особенно резко новый имидж канала не приняли в России, для этого региона в 2008 году появилось определение Discovery Channel как познавательно-развлекательного телевидения.

Впрочем, на этом метания телеканала не закончились. В 2009-м портфель Discovery Communications пополнился каналом о криминалистике и криминале для женщин Investigation Discovery. Кроме того, Discovery Travel&Living сменил свою тематику на женскую. В качестве баланса Discovery Channel стал выглядеть сугубо мужским развлекательным телевидением о моторах, опасной, тяжелой и грязной мужской работе, гигантских стройках и т.п. Еще раз сменился логотип.

Discovery Travel&Living/ TLC

Discovery Networks в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке (EMEA), подразделение ведущей медиакомпании Discovery Communications, в мае 2009 года представило зрителям в России и во всем регионе EMEA канал Discovery Travel&Living в новом облике. Главный в портфолио Discovery Lifestyle-канал стал ориентироваться на женщин в возрасте от 25 до 54 лет.

А до того времени он был преимущественно мужским. В 1998 году в Великобритании стартовал телеканал о путешествиях и стиле жизни Discovery Travel&Adventure. В марте 2004-го он был переименован в Discovery Travel&Living. То есть из канала о путешествиях и приключениях он стал каналом о путешествиях и стиле жизни. В таком качестве он и появился в России в 1999 году. Значительную долю его аудитории составляли мужчины от 18 до 45 лет.

Похоже, в Discovery Communications подустали от частых ребрендингов или посчитали, что это несколько утомило партнеров. Поэтому в конце 2010 года было объявлено, что Discovery Travel&Living прекращает свое существование, а вместо него в начале 2011-го запускается новый канал для женщин TLC.



НТВ и «Рен ТВ»

О смене гендерного состава своих аудиторий заявили сразу два общероссийских канала — НТВ и «Рен ТВ». В 2007 году телеканал НТВ сделал ставку на развлекательный контент для мужчин. Появились соответствующие программы, кинофильмы и сериалы, осуществлена программа капитальных инвестиций в контент и инфраструктуру.

В тот же год «Рен ТВ», существующий с 1997 года, объявил о своей переориентации на мужскую аудиторию. Окончательной точкой стало еще одно изменение логотипа и эфирного оформления. Телеканал сменил привычный для многих зрителей «апельсин» на более «брутальные» кольцо и круг с оранжево-черной гаммой. Эфир наполнили информационные, криминальные и документальные передачи. Основной фокус вещания сконцентрирован на новостных, спортивных и развлекательных блоках. Увеличена доля эротического контента.



ТВЗ

Богатый на ребрендинги 2007 год «зацепил» и первый российский эфирный фильм канал ТВЗ. Он принадлежал американской инвестиционной группе, которая приобрела его в середине 1998 года. Собственно, иностранные инвесторы и создали фильм концепцию вещания.

В декабре 2006 года холдинг Владимира Потанина «Проф-Медиа» приобрел 100% акций теле-сети ТВЗ. Сумма сделки по оценке участников рынка составила более 550 миллионов долларов. И уже осенью 2007 года телеканал начал позиционироваться в качестве мистического. Изменилось, соответственно, и жанровое наполнение эфирной сетки. Сфокусировались на трех ключевых жанрах: фантастика, мистика, приключения. Разработана новая концепция «Настоящего мистического». Ну, обошлось без изменения названия канала, хотя и не без обновления логотипа.

«MTV Россия»

Ребрендинг этого телеканала, как и всех MTV, происходил постепенно. На протяжении длительного времени в них сокращалась музыкальная составляющая за счет введения в сетку вещания множества развлекательных шоу и сериалов для молодежи. MTV перестал быть музыкальным каналом задолго до признания этого факта в прошлом году руководством международного медиахолдинга.

В результате из логотипа каналов этой группы во всем мире было удалено слово Music. Что же касается «MTV Россия», то упоминание о его музыкальной составляющей из логотипа исчезло еще чуть раньше. Сегодня он позиционируется как развлекательное телевидение для молодежи.

Muzzik/ Mezzo

Французский телеканал классической музыки, оперы, хореографии и классического джаза Muzzik, который и довольно широко знали за пределами галльского государства, в том числе и в России, в 2002 году был переименован в Mezzo и изменил содержание своей сетки вещания. При этом он остался телеканалом для поклонников искусства оперы, балета и джаза.

Международная компания Lagardere Networks International, занимающаяся развитием, дистрибуцией

и маркетингом брендов тематических телевизионных каналов, включая их вещание и передачу, владела телеканалом Mezzo. Он был малоизвестен за пределами Франции, так как распространялся только в ее кабельных сетях. Программная сетка состояла из опер и балетов. А вот телеканалом Muzzik владел другой французский медиахолдинг — MCM Group. Muzzik знали далеко за пределами родной Франции. Его программы были посвящены классической музыке, джазу, танцам, музыке народов мира. На страны СНГ и Балтии сигнал раздавался с российской цифровой платформы «НТВ-Плюс».

В конце 2010 года произошло слияние двух телеканалов: Mezzo и Muzzik. И весной поклонники классики и джаза увидели новый телеканал Mezzo, но со знакомым логотипом Muzzik в виде контура птички и новыми программами. Впоследствии менялся и сам логотип.

«Ночной клуб»

В истории отечественного развлекательного телевидения «для взрослых» (так сейчас деликатно именуется эротический телевизионный контент) были закрытия каналов, метания между софтом и хардом. Но до осени прошлого года не было ребрендингов. «Пионером» стал канал «Ночной клуб» от «Первого ТВЧ».

«Ночной клуб» стартовал в 2007 году с коллекцией фильмов категории XXX от известного отечественного производителя эротического контента Сергея Прянишникова. В дальнейшем появилось видео и других российских режиссеров легкого жанра. И вся «изюминка» канала состояла как раз в том, что телезритель, глядя, как на экране разворачивается характерное откровенное действие, мог сказать: «А вот эта... в резиновых сапогах и рваных колготках... на соседку мою... Клавку... уж больно похожа». Это был полностью российский эротический канал со всеми характерными для отечественного контента недостатками, но привлекательный и оригинальный своей узнаваемостью.

Однако осенью прошлого года руководство производящей компании объявило о ребрендинге «Ночного клуба». Изменения были вызваны желанием повысить уровень телеканала, сделать его более привлекательным, ярким и зрелищным. Ну, и приносящим чуть больше прибыли, разумеется. Произошли изменения в оформлении, эфирном построении и, самое главное, в программном наполнении. Если раньше телеканал транслировал преимущественно художественные фильмы российских мастеров пикантного жанра, то теперь весь контент стал европейского и американского производства. И, конечно же, новый логотип был приведен к общей стилистике каналов телекомпании «Первый ТВЧ».

Смена логотипа и оформления

Простую смену логотипов и оформления также считают ребрендингом. Хотя при чем здесь бренд? Точнее было бы назвать это рестайлингом, сменой стиля, но уж никак не бренда. Ведь он-то как раз сохраняется.

Но ведь ребрендинг звучит масштабнее, привлекает внимание. А реклама, как известно, — двигатель торговли, то есть бизнеса. Вот и появляются громкие заявления о сменах брендов, хотя они остаются на месте.



Animal Planet

На фоне масштабного ребрендинга флагманского канала Discovery Channel и Discovery Travel&Living компания Discovery Networks объявила о смене имиджа канала Animal Planet и определенных изменениях в его программной сетке. Осенью 2008 года телеканал предстал перед зрителями Европы, Ближнего Востока, Африки, Латинской Америки и Тихоокеанского региона в новом облике.

Изменения коснулись в первую очередь логотипа. Кроме того, что он стал другим, его цвет меняется в зависимости от тематики транслируемой программы. Изменилась также эфирная графика канала. «Мы меняем внешний облик, стиль и подачу Animal Planet, чтобы сделать отношения со зрителями более тесными, упрочить связь с рекламодателями, а также привлечь более взрослую аудиторию», — сказал Филлип Лафф (Phillip Luff), старший вице-президент и генеральный директор Animal Planet International.

Discovery Civilization/ Discovery World

Другим примером более сложного рестайлинга можно назвать канал Discovery Civilization, в том же 2008 году ставшим Discovery World. Здесь изменилось, как видим, и название, и, разумеется, логотип телеканала. Его тематика и общее содержание ключевых программ остались прежними.

И все же непонятно, как название Discovery World лучше отражает программы об истории и культуре, реальные истории, расследования и шоу о мистике, чем Discovery Civilization?

Sci-Fi/ Syfy Universal

Весной 2010 года компания Universal Networks International Russia объявила о ребрендинге телеканала Sci-Fi на Syfy Universal. Благодаря изменению названия, звучание которого фонетически идентично старому, обновленный бренд становится привлекательным для более широкой аудитории и охватывает широкий спектр жанров развлекательного телевидения, обращаясь к воображению: фэнтези, шоу о паранормальных явлениях, реалити-шоу, мистику, экшн и приключения, а также научную фантастику.

Syfy создает зонтичный бренд, который может быть использован в смежных предприятиях под названием Syfy Ventures: Syfy Games, Syfy Films и Syfy Kids. Кроме того, зона охвата бренда очень быстро расширяется и к концу этого года количество международных каналов планируется довести до 50,

Syfy полностью соответствует требованию по созданию принятого во всем мире регистрируемого фирменного наименования, которое указывает на уникальность бренда в каждом регионе.

В октябре 2009 года NBC Universal объявил о своем многомиллионном инвестиционном проекте ребрендинга международного портфеля каналов и обновления индивидуальности брендов.

Fox Kids/ Jetix/ Disney Channel

Менял название и ныне почивший детский телеканал Fox Kids. Под таким брендом он просуществовал с 1990 по 2004 год. После того как в 2004-м году владелец телеканалов Fox Kids и Fox Kids Play — компания Fox Broadcasting Company — продал их The Walt Disney Company, состоялся ребрендинг. Приобретенные каналы получили названия Jetix и Jetix Play.

В 2010 году эти детские телеканалы были заменены на Disney Channel.




«Мир»

В рамках открытия XI Евразийского телефорума осенью 2008 года в Центре международной торговли состоялась презентация нового оформления телеканала «Мир». Масштабный ребрендинг канала включил в себя создание нового образа, а также полную смену элементов стиля, таких как логотип, идентификационные элементы оформления эфира и декорации. Целью ребрендинга было укрепление позиции телеканала в его борьбе с конкурентами, увеличение доли просмотра и моральное обновление.

Zone Club Europe/ Fine Living Network

Хорошо известный российским зрителям канал Zone Club весной прошлого года был переименован в Fine Living Network (FLN). Программное наполнение канала хоть некоторым образом и изменилось, но он по-прежнему адресуется женщинам. Кстати сказать, никто эти перемены ребрендингом не назвал.

Компания Scripps Networks Interactive, ведущий мировой производитель передач о стиле жизни для телевидения и интернет-вещания, стала основным поставщиком программ для обновленного канала Fine Living Network. Собственник телеканала, компания Lightdragon Ltd. — совместное предприятие компании Zonemedia Broadcasting Ltd. и Scripps Networks Interactive — унаследовала все права и обязательства Zonemedia Broadcasting Ltd. в отношении телеканала Zone Club.



Телеканал приглашает к сотрудничеству кабельных операторов

www.1obr.ru

1 ПЕРВЫЙ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ



Бесплатная трансляция

Оригинальные учебные программы собственного производства

По вопросам трансляции в сетях КТВ обращайтесь:
тел./факс: +7 (495) 727-21-19; e-mail: region@sgutv.ru

Круглосуточное вещание

Коллектив профессионалов высокого класса

Вещание со спутников «Интелсат-15», «Ямал-200-1». Лицензия на осуществление телевизионного вещания, серия ТВ № 10788 от 13 декабря 2006 г.

реклама

«Триколор ТВ»: новый радиопакет и региональные телеканалы

Российский оператор телевидения «Триколор ТВ» вскоре предложит своим абонентам спутниковый радиопакет. Об этом руководство компании объявило на выставке и конференции CSTV 2011, завершившейся 3 февраля в Москве. Появление нового пакета даст абонентам возможность принимать со спутника Eutelsat W7 (36° в.д.) более 80 радиостанций, причём доступ к радиопакету оператор обещает сделать бесплатным.

«Столько радиостанций в одном пакете не предоставлял ни один оператор, мы надеемся, что абоненты оценят и жанровое разнообразие радиостанций, и условия, на которых предоставляется радиопакет. На мой взгляд, появление данного предложения особенно привлекательно в начале дачного сезона», — считает первый заместитель генерального директора «Триколор ТВ» Николай Губбенет. На сегодняшний день «Триколор ТВ» ведёт переговоры с несколькими крупными российскими и зарубежными медиахолдингами, представляющими популярные радиостанции. В дальнейшем число радиостанций будет увеличено до 200 — таков технический резерв, выделенный под вещание радиопакета.

«Триколор ТВ» также объявил о намерении включить в свой пакет 64 региональных телеканалов. По словам представителей компании, «Триколор ТВ» начнёт региональное спутниковое вещание уже в 2011 году. Технология геокодирования, которую намерен применить оператор, позволит вещать региональные телеканалы адресно, в зависимости от места проживания абонента. Жители каждого субъекта РФ в зоне вещания «Триколор ТВ» смогут принимать именно и только «свой» региональный телеканал. Данная технология решает сразу две задачи. С одной стороны, она дает возможность региональным телеканалам, не имеющим лицензии на федеральное вещание, войти в

состав пакетов «Триколор ТВ» и тем самым увеличить число своих зрителей. С другой, распространение ТВ-сигнала через спутник позволит обеспечить повсеместную доступность регионального телевидения. Телеканалам, не имеющим круглосуточного вещания, оператор планирует предложить модель сетевого партнёрства. Для этих целей в рамках проекта будет создан круглосуточный телеканал «Триколор ТВ».

На первом этапе проект «Геокодирование» будет реализован в центральной части территории России, в зоне приёма сигнала со спутников Eutelsat W4 и W7. «О жителях восточной части страны мы тоже не забыли. В данный момент обсуждается возможность включения региональных телеканалов Сибири в состав пакетов «Триколор ТВ Сибирь». Чтобы заранее успокоить абонентов, скажу, что появление региональных телеканалов в составе пакетов «Триколор ТВ» никак не отразится на абонентской плате», — отметил генеральный директор «Триколор ТВ» Вячеслав Мордачёв.

Минкомсвязь России разработала ряд нормативных актов по конверсии радиочастотного спектра

Министерство связи и массовых коммуникаций подготовило проект указа президента РФ о гарантиях частных инвестиций в конверсию радиочастотного спектра и план конверсии радиочастотного спектра в диапазоне 790-2700 МГц. Об этом на заседании Комиссии РСПП по телекоммуникациям и информационным технологиям 21 января сообщил заместитель министра связи и массовых коммуникаций Наум Мардер.

В настоящее время проект указа должен пройти согласование в Министерстве юстиции РФ. План конверсии радиочастотного спектра в диапазоне 790-2700 МГц проходит согласование в заинтересованных ведомствах и готовится к представлению в правительство. Он включает в себя оценку финансовых затрат, необходимых для конверсии частот в этом диа-

пазоне. Документ может быть утвержден правительством до того, как Государственная комиссия по радиочастотам примет решение о выделении частот для мобильного широкополосного доступа по технологии LTE. Ранее ГКРЧ поручило провести предварительное изучение вопроса о возможности использования радиочастот для LTE «Ростелекому» и операторам «большой тройки» до 1 июля.

Представители Минкомсвязи также сообщили, что в первом квартале текущего года будет разработана методика платы за использование радиочастотного спектра. Она разрабатывается параллельно с проектом постановления правительства о платности радиочастотного спектра. Работа близка к завершению, в частности, проект согласован с Министерством обороны РФ.

Распоряжением правительства РФ от 21 января 2011 года утвержден План использования полос радиочастот в рамках развития перспективных радиотехнологий. В документе содержатся перечень перспективных технологий, планируемый срок начала предоставления услуг, радиочастотный ресурс, необходимый для одного оператора, рекомендуемое число операторов, срок проведения конкурса или выпуска решения ГКРЧ.

К числу перспективных технологий отнесены стандарты цифрового телевизионного вещания DVB-T, DVB-H и DVB-T2, стандарты связи четвертого поколения LTE и WiMAX, стандарт спутниковой связи VSAT Ka. Согласно плану уже в этом году в полосе частот 470-862 МГц начнется вещание с использованием технологий DVB-T и DVB-H.

«Радуга-интернет» принимает клиентов AxGate

11 февраля провайдер одностороннего спутникового интернет-доступа «Радуга-интернет» объявил о том, что в связи с ликвидацией спутникового сервиса AxGate на спутнике Hellas Sat 2 (39° в.д.), компания (по договоренности

с AxGate) принимает на себя обязательства по дальнейшему обслуживанию пользователей этого провайдера. Так как «Радуга-интернет» не арендует емкость на Hellas Sat, бывшие абоненты AxGate переводятся на Intelsat-904 (60° в.д.).

В Эстонии объявлен конкурс на общенациональный бесплатный телеканал

Министерство культуры Эстонии объявило конкурс на общенациональный FTA-телеканал, который должен вещать 12 часов в день на эстонском языке. В сетку должны входить общекультурные, развлекательные, юношеские и детские программы, новости, художественные и документальные фильмы. Отдельное условие — не менее чем 90 минут эфира в месяц должны быть отданы специальным передачам о различных регионах страны. Финансирование этих блоков должно осуществляться региональными администрациями. Предложения по конкурсу принимаются до 14 марта. Сейчас в Эстонии вещают четыре бесплатных телеканала: два государственных — ETV и ETV2, и два коммерческих — Kanal-2 (Schibsted) и TV3 (MTG/Viasat).

Холдинг Bridge Media собирается стать еще одним оператором спутникового ТВ?

По сообщению «Ведомостей», к концу текущего года холдинг Bridge Media собирается запустить свой пакет спутниковых каналов. В настоящий момент компания производит несколько телеканалов, в частности, Russian Travel Guide TV, Bridge TV и Rusong TV, в ближайшее время к ним добавятся Dance TV и World Travel Guide.

Всего предполагается собрать пакет из 85-100 телеканалов (в том числе 30-40 в открытом доступе), 8-10 будут в формате HD. Стоимость оборудования обещают порядка 10 тыс. руб., подписка — 350 руб. в месяц. Вещание предполагается на европейскую часть России, переговоры об аренде спутниковой емкости ведутся с Eutelsat. ■