

Анна Бителева

XIV Конгресс НАТ

Телевидение будущего глазами чиновников, вещателей и операторов

В середине ноября в Москве одновременно с выставкой «НатЭкспо» прошел XIV Конгресс НАТ. Основная тема была озвучена во вступительном слове президентом НАТ Э.М. Сагалаевым. В этом году обсуждались модели развития телерадиовещания в условиях перехода на цифровые технологии. Свои сценарии представили руководители отраслевых общественных организаций и медиаструктур, а также представители государственных и регулирующих органов. Обсуждение получилось интересным и дискуссионным.

Первым слово получил заместитель министра связи и массовых коммуникаций РФ А.А. Жаров. Он зачитал приветствие конгрессу Владимира Путина, а затем представил свой сценарий развития. По его словам, сейчас цифровизация активно внедряется во все звенья цепочки производства контента. Реальностью стало и формирование универсальной среды распространения контента, объединяющей различные, ранее разрозненные, каналы. Другими словами, схожие услуги теперь предоставляются по разным каналам. Абонент может выбирать между ними в зависимости от привлекательности предложения. Подготовлен и парк абонентского оборудования, позволяющий принимать ТВ по разным вещательным и интернет-каналам. По мнению А.А. Жарова,

распространение передачи видео через интернет. По его мнению, это никак не нарушит бизнес-модели работы каналов. Их конкурентом нельзя считать не только наводнивший интернет пользовательский контент, но также и контент профессиональный, предлагаемый по требованию. Заместитель министра сравнил такие материалы с продуктами из супермаркета, а каналы — с готовыми блюдами, предлагаемыми общепитом. И то и другое может благополучно сосуществовать.

Затем слово было предоставлено председателю комиссии Совета Федерации по информационной политике Людмиле Нарусовой, которая выделила важные направления правового регулирования отрасли. Для развития новых видов сетей необходима конверсия спектра. Сегодня спецслужбы

В докладе президента холдинга «Профмедиа» Рафаэля Акопова с красочным названием «Телевидение без башни. От «метафоры к реальности» был представлен довольно спорный «футурологический» сценарий развития вещательной отрасли. Остановимся на нем подробнее, потому как многие из его тезисов обсуждались следующими докладчиками

Наиболее значимыми для развития вещательной отрасли, по мнению Р. Акопова, являются предпосылки для скорого появления передачи видео через интернет, часто называемого термином OTT (Over The Top). Во-первых, это стремительное развитие сетей ШПД, которые у нас в стране строятся на частные деньги. Во-вторых, появление гибридных приемников, позволяющих принимать видеоматериалы как из вещательных сетей, так и из интернета. В-третьих, это появление самих сетей интернет-вещания. В частности, компании Google и Apple объявили о запуске проектов Google TV и Apple TV. И если вспомнить, что появление iPhone с его аудиотекой и поштучной продажей музыкальных произведений изменило привычные схемы потребления музыки и что Google уже сегодня владеет крупнейшим видеохостингом youtube, то, по мнению Р. Акопова, реализация этих двух проектов очень продвинет распространение в мире интернет-вещания. Эти услуги будут приниматься через программный интерфейс — то есть на самые разные устройства, имеющие выход в сеть. Развитию OTT будет также способствовать появление сетей 4G, которые позволят принимать видеослужбы по мобильным беспроводным сетям.

Тенденции рекламного рынка тоже говорят в пользу развития OTT. При

К 2012 году OTT перегонит все остальные сегменты рекламного рынка за исключением телевидения

это усилит роль телекомов как координаторов всех элементов в цепочке доставки контента до абонентов. Кроме того, они, возможно, перетянут на себя какую-то часть рекламного бюджета. Последнему обстоятельству будет способствовать развитие интерактивности и технологий вставки адресной рекламы. Кроме телекомов, определенную долю рекламного рынка, по мнению А. Жарова, могут также оттянуть западные мейджоры киноиндустрии: они владеют крупными библиотеками уже окупившего себя контента, поэтому могут позволить себе заходить на наш рынок с реалистичными коммерческими предложениями.

В то же время А. Жаров не разделяет панических опасений, которые у многих вещателей вызывает стремительное

пользуются спектром бесплатно и не торопятся отказываться от старых и неэффективных технологий передачи, а часть закрепленных за ними частот просто не используют. Эти проблемы можно решить, заставив их платить за спектр. Одной из самых насущных задач Л. Нарусова считает необходимость ратификации европейской конвенции по трансграничному телевидению. Этому резко противодействует лобби рекламного рынка, благо после подписания конвенции у нас получают силу общеевропейские ограничения на продолжительность и время размещения рекламы.

Не менее актуальным, по ее словам, сейчас является подготовка информационного кодекса, регламентирующего правила электронной торговли, применения электронной подписи и т.д.

сохранении нынешней динамики перетока рекламы в интернет к 2012 году он переронит все остальные сегменты рекламного рынка за исключением телевидения. И хотя по общему объему интернет по-прежнему будет отставать от телевидения, реклама на каналах с ОТТ-распространением в 2015 году, по прогнозам, будет стоить уже дороже, чем на аналогичных каналах в вещательных сетях.

На фоне этих перспектив общероссийский проект цифрового эфирного телевидения выглядит безнадежно устаревшим. Положение усугубляется тем, что в него перетаскиваются старые бизнес-схемы, предусматривающие неоправданно большие государственные вложения и создание приоритетных условий для попадания в цифровой спектр произвольно выбранных каналов. Глава «Профмедиа» также считает, что места в цифровых мультиплексах следовало бы распределять путем проведения аукциона с равными правами участников, а субсидирование государственных каналов ограничить теми, которые идут без рекламы. По его мнению, выбирать операторов связи для проекта можно было бы на конкурсной основе. Ему также не очень понятна необходимость государства финансировать телевидение небольших городов, аудитория которых для рекламодателей несущественна. Другими словами, схему надо сделать более рыночной. Это бы снизило затраты налогоплательщиков на реализацию проекта и сбалансировало условия попадания каналов в цифровые пакеты. Сегодняшняя политика фаворитизма приведет к сокращению количества каналов на российском рынке. Это, конечно, облегчит контроль их работы государственным органам, но последовательное проведение такой политики может привести к тому, что в стране останется только один канал под брендом «РосПерГаз». Кроме того, финансирование эфирного распространения неизбежно вызовет вопросы кабельных операторов, которые оказываются в неравных условиях конкуренции с эфиром.


Такой эфирный проект обречен проиграть в конкурентной борьбе с ОТТ-распространением. ОТТ-платформа, которая будет построена в стране на частные деньги, сможет обеспечить доставку значительно большего числа каналов, стоимость их распространения в пересчете на канал будет ниже, а возможности предоставления разнообразных услуг — выше. Реклама также будет перетекать в ОТТ-среду, которая предложит возможность ее адресной передачи и контроля ее эффективности. В результате, для поддержания эфирного проекта, от налогоплательщиков будут требоваться все большие вливания денег.

По мнению Р. Акопова, гораздо рациональнее было бы пересмотреть программу

цифровизации, снизив уровень государственного участия в развертывании цифрового эфирного телевидения, и, напротив, предусмотреть меры для стимулирования развития ШПД- и ОТТ-платформ как более эффективного средства доставки телевидения конечным пользователям.

Как и все участники обсуждения, глава «Профмедиа» ожидает: развитие платформ ОТТ приведет к изменению цепочки распределения контента и, соответственно, доходов от его распределения. Из нее постепенно выпадут операторы сетей доступа типа КТВ, а также контент-агрегаторы.

Что касается каналов, то они, по его прогнозу, вполне могут существовать и в ОТТ-среде, хотя и в условиях конкуренции с

 Развитие ОТТ-платформ в крупных городах может стать реальностью в ближайшие пять лет. Это приведет к изменению цепочки распределения контента. Но характер этих изменений участники рынка представляют себе по-разному

контентом по требованию. Но для этого им уже сейчас надо учиться представлять свой контент в цифровой форме и продавать его в разных средах, а также сосредоточить усилия на развитии брендов каналов и отдельных программ.

Директор АЦ «Видео Интернешнл» С.В. Веселов проанализировал состояние рекламного рынка. В 2009, кризисном, году рекламные доходы на телевидении упали почти на 26 %, хотя ни один крупный рекламодатель с рынка не ушел, благо возвращаться очень дорого. В 2010-м наблюдался устойчивый рост ТВ-рекламы. В первых трех кварталах он составил, соответственно, 5, 9 и 21%.

Сергей Веселов также отметил: львиная доля телевизионной рекламы приходится на каналы с эфирным распространением, доля спутниковых каналов колеблется в пределах 8,3-9,2%, а на каналы с кабельным распространением приходится 2,5%. Что касается общих перспектив телевидения, то пока его доля в общих рекламных доходах СМИ упала только на 1,5%. Но, по мнению директора «АЦВИ», она будет снижаться и дальше, в основном за счет перетока рекламы в интернет, доля которого, по его прогнозу, будет быстро расти. Тому есть две причины. Во-первых, пороговая цена для начала рекламной кампании в интернете гораздо ниже, чем в телевидении. А во-вторых, в России эта ниша еще не выбрана, то есть еще не наступил баланс между спросом и предложением. По оценкам С. Веселова, такое насыщение наступит, когда интернет займет 15-25% рекламного рынка.

Сценарий генерального директора ОАО «ТНТ — Телесеть» Р.Е. Петренко был близок к представленному Р.А. Акоповым.

Он выделил те же значимые для развития отрасли тенденции, а именно — взаимное смешение функций телевизора и ПК, развитие беспроводных технологий передачи данных с поддержкой передачи видео и стремительно растущую популярность видео в интернете. Как и большинство выступавших, он считает, что при наличии узнаваемого бренда каналы как профессиональные агрегаторы контента смогут выжить и в этой новой среде.

Этот прогноз в своей ремарке поддержал и А.А. Жаров, но зато он выразил несогласие с некоторыми положениями доклада Р. Акопова. В частности, по его словам, всероссийской платформы ШПД пока не существует, и сравнивать ее воз-

можности с тем, что в ближайшем будущем сможет дать программа цифровизации, некорректно.

Сегодня миллионы людей получают у нас только один канал, а реализация цифрового эфирного проекта обеспечит им как минимум 8 или 9. Кроме того, не следует забывать, что в рамках государственной программы будет построена оптическая транспортная система, которая сможет использоваться не только для доставки ТВ-сигналов на цифровые эфирные передатчики, но и для многих других задач, в том числе и в качестве транспорта для ОТТ-платформ.

Предположение, что не найдется каналов, способных оплатить свое присутствие во втором мультиплексе, тоже выглядит необоснованным; сегодня на девять его позиций претендуют 18 каналов. В то же время заместитель министра согласился с предположением, что многие коммерческие каналы выживут только в средах, отличных от эфирной. Государственные субсидии выбранным каналам, по его мнению, тоже вполне оправданы, они имеют самую большую аудиторию и выполняют задачи государственного информирования, в то время как коммерческие каналы с самого начала являются только коммерческим проектом.

Руководитель Роснадзора С.К. Ситников представил прогноз на близкую ему тему изменений в лицензировании вещания с приходом новых технологий передачи. По его мнению, ОТТ-платформы через два-три года станут реальностью в Москве, через четыре — в Петербурге, а через пять — в других крупных городах. Что касается периферии, то там ОТТ появится еще не скоро, так как подводить туда соответ-

ствующую инфраструктуру экономически нецелесообразно.

С увеличением мультимедийности и диверсификацией схем доставки видео роль государства в регулировании вещания неизбежно будет ослабевать. Охватить подобное разнородное жестко прописанными процедурами окажется невозможным. Поэтому, по мнению С. Ситникова, должна усилиться роль саморегулируемых организаций. Их появление будет только приветствоваться, причем одна из важных функций, которую они могут на себя взять, — проверка достоверности информации. Она стала особенно актуальной из-за активности блогов и других любительских форматов распространения информации. В какой-то момент их даже прочили на смену профессиональной журналистике. Но сейчас, по впечатлению С. Ситникова, наблюдается возвратный процесс — растет спрос на профессиональную аналитику. Единственная область, в которой государство пока не собирается ослаблять свой контроль — это тематика предлагаемого телезрителям контента.


Глава Роснадзора также рассказал о проведенных за последнее время изменениях в области лицензирования. Он отметил успешную борьбу с перекупкой лицензий, сокращение сроков частотных назначений с 120 до 60 дней, достигнутое соблюдение сроков выдачи вещательных лицензий и решение проблемы с разрешительными документами у РТРС. Кроме того, работа зарубежных каналов за последний год была в сильной мере приведена в соответствие с российским законодательством. Это снимает проблемы их ретрансляции в кабельных сетях, а также позволяет собирать с них законные налоги.

Роснадзор также принимал участие в решении вопроса частотного обеспечения цифрового эфирного телевидения. Были составлены частотные планы для полного покрытия территории двумя мультиплексами, но в ходе проектно-строительных работ их приходится корректировать. Это создает некоторую неопределенность в отношении свободного частотного ресурса. Она усиливается еще и в связи с заинтересованностью операторов мобильной связи в получении верхних частот метрового диапазона, и, возможно, эта полоса им перейдет. Поэтому выдача новых лицензий на эфирное вещание пока приостановлена.

Из того, что планируется или должно быть сделано в сфере законодательства, С. Ситников выделил следующие задачи. Во-первых, предполагается, что нормы законов в области вещания в скором будущем будут иметь прямое действие, то есть для их исполнения не будет требоваться дополнительных постановлений

правительства. Во-вторых, срок действия лицензий планируется увеличить с пяти до десяти лет. Должна также появиться безвозмездная аннулировать лицензию без суда. Но самое главное: будет введена универсальная лицензия, которую вещатель будет получать для работы в любой среде. А все остальное будет прописываться в форме приложений к лицензии. Это сильно упростит прохождение всех процедур и автоматически снимет ограничение, не позволяющее сегодня одному вещателю получать больше двух лицензий.

Что касается большого вопроса о лицензировании услуги связи для ретрансляции цифровых каналов в кабельных сетях, то для его решения планируется предложить схему, при которой помимо частоты для канала будет прописываться и его номер в пакете. Предполагаются изменения и в лицензировании работы

 Будет введена универсальная лицензия, которую вещатель будет получать для работы в любой среде

сетей непосредственного спутникового вещания. Они в первую очередь коснутся наземных услуг спутниковых операторов, а именно — продажи приемного оборудования.

Генеральный директор ФГУП РТРС А.Ю. Романченко в своем выступлении еще раз подчеркнул: на базе инфраструктуры, создаваемой в рамках программы цифровизации, предполагается развивать и другие услуги. Построенные опоры, подведенные к ним фидеры, система удаленного мониторинга и другие компоненты этой инфраструктуры смогут использоваться РТРС и другими операторами для доставки самых разных сервисов.

А. Романченко также рассказал о планах поэтапного введения цифрового вещания и принципах распространения мультиплексов. Для первого мультиплекса, в котором восемь позиций из девяти будут занимать общенациональные каналы, предусмотрена схема с повторным подъемом сигнала на спутник. Во второй мультиплекс в основном войдут каналы, для которых региональные рекламные врезки не очень актуальны, его планируется распространять в один этап. Третий предполагается комплектовать региональными каналами, поэтому он будет распространяться исключительно по многочастотной схеме.

Операторы сетей доставки, разумеется, были не согласны с прогнозом их скорого вытеснения из цепочки распределения видеоконтента. В частности, по мнению вице-президента АКТР М.В. Силина, сегодня интернет-распространение используется только для непрофессионального контента и в целом пригодно

лишь для бесплатной модели, которая вряд ли устроит вещателей. Он убежден в том, что у кабельных сетей есть будущее. Их потенциал будет полезен тем каналам, которым не найдется места в эфирных мультиплексах. Кроме того, сейчас многие вещатели создают базы контента, и кабельщики могут взять на себя функцию агрегаторов, дополнительно формируя интерфейс для доступа к этому контенту. Не исключено также, что в России станет популярной практика вставки местной рекламы в кабельных сетях.

М. Силин перечислил основные правовые проблемы, осложняющие работу кабельных сетей. Во-первых, это уже упомянутая невозможность получить лицензию на вещание нескольких цифровых ТВ-каналов в одном частотном канале. Во-вторых, процедура частотных присвоений в кабельных сетях по-прежнему копирует

эфирную схему. То есть на один город выдается одна частота, что в отношении КТВ совершенно неоправданно. В-третьих, не урегулированы отношения с РАО, которое сначала требует очистки прав на контент от вещателей, а потом еще и со стороны операторов сетей ретрансляции. И, наконец, угрозу для кабельщиков представляет требование обязательной бесплатной ретрансляции вещательных каналов, которое непонятно во что выльется на практике.

Мысль о возрастающей роли сетевых операторов для агрегации и пакетирования контента поддержал и технический директор «НТВ-Плюс» О.О. Колесников. Сегодня в пакетах «НТВ-Плюс» передается более 130 каналов, и если их правильно не пакетировать и не предоставить пользователю, то некоторые из них просто потеряются в этом изобилии. Он сравнил пакетизацию и продвижение каналов с принципом работы супермаркета, где продаваемость продукта во многом зависит от полки, на которую его поместят.

Одновременно О. Колесников отметил неизбежность распространения видео в другие среды доставки, в первую очередь интернет и мобильные сети, добавив, что и там будет действовать тот же принцип супермаркета. «НТВ-Плюс» уже в ближайшем будущем планирует ввести в эти среды свои каналы и видеоматериалы.

В целом, дискуссия получилась живой и интересной, отражающей планы, надежды и опасения основных игроков вещательной отрасли. В некоторых вопросах выступающие были почти единодушны, а по некоторым высказывались прямо противоположные мнения.

Кто из них прав — покажет будущее. ■