

«Нано-ТВ»: о нанотехнологиях на доступном языке

Не прошло и полугода с момента запуска телеканала «Нано-ТВ», посвященного одному из самых интересных направлений в современной науке — нанотехнологиям, как здесь уже приступили к собственному производству линейки телепрограмм. Об этом, а также о тенденциях распространения познавательного канала, рассказала генеральный директор «Нано-ТВ» **Наталья Владимировна Евстигнеева**.



➤ Наталья Владимировна, напомните, пожалуйста, дату запуска канала. Вроде бы ему не больше полугода? Сколько потенциальных зрителей сегодня у «Нано-ТВ»? Каков его ареал распространения?

Н. Евстигнеева: Телеканал «Нано-ТВ» стартовал 1 апреля этого года со спутника Eutelsat W7 в формате MPEG-4. Вещание началось в пакете «Супер Оптимум» платформы «Триколор ТВ», на начало вещания у нас уже был миллион абонентов. Однако мы довольно быстро поняли, что канал будет интересен более широкому кругу телезрителей. Уже через два месяца мы перешли на вещание со спутника Eutelsat W4 в формате MPEG-2 и вошли в пакет «Оптимум» того же оператора — «Триколор ТВ». Это добавило нам еще 7 миллионов абонентов и расширило наши возможности в сфере подключения канала к кабельным сетям. Многим операторам этот стандарт подходит больше, и они с охотой откликнулись на наше предложение войти в их сети. Мы постепенно набираем аудиторию по кабельным сетям и с июля вещаем еще и со спутника Wopim-1. Тем самым, телеканал «Нано-ТВ» теперь можно увидеть по всей России от ее европейской части до Западной Сибири. Менее чем за полгода объем аудитории нашего канала возрос до 15 миллионов телезрителей.

Но на этом мы не останавливаемся и уже сейчас ведем переговоры с дистрибьюторами стран СНГ и Балтии. В стадии завершения — диалоги с представителями Украины, Грузии, Азербайджана, Таджикистана и Казахстана.

➤ Вещание на СНГ означает, что на покупной контент приобретаются права на соответствующие территории. Какие страны в них указываются?

Н.Е.: Если говорить о зарубежном контенте, то в договорах прописываются все страны поименно. Российские производители и дистрибьюторы подходят к этому вопросу иначе. Они просто указывают — СНГ. Теперь мы, по опыту наших зарубежных коллег, настаиваем на перечислении всех интересующих нас стран в договоре. Через год мы планируем выйти на мировое вещание, поэтому теперь, помимо стран СНГ и Балтии, еще прописываем в договорах ОАЭ, Турцию и другие страны, которые часто посещают наши соотечественники.

➤ Каков объем собственного производства сегодня? К какому стремитесь? Продаете ли свой контент после показа на своем канале? Есть ли на него известные покупатели?

Н.Е.: На данный момент объем собственного производства составляет 12,5 процентов. Что, безусловно, уже немало для кабельного канала. Уверю вас, этот процент будет постоянно расти и через год достигнет 50%. У многих нишевых каналов вообще нет собственного производства. Пока «своего» контента не так много, как нам бы хотелось. Сегодня к нам уже обращаются с вопросами о покупке нашего контента. Но поскольку он довольно

уникальный, мы не спешим им торговать. Сам факт, что у нас уже хотят его купить, говорит о том, что мы снимаем действительно хорошие и актуальные передачи.

➤ Насколько «Нано-ТВ» пересекается с каналом «Наука 2.0»? Ведь, насколько я понял из вашей программы передач, содержание не ограничивается нанотехнологиями.

Н.Е.: «Нано-ТВ» изначально позиционировал себя как канал о нанотехнологиях и инновациях. Контента по нанотехнологиям крайне мало, и мы это понимали с самого начала. Поэтому и открыли собственное производство. Сейчас мы снимаем передачи, делая упор как раз на применении нанотехнологий в самых разных сферах. И хоть, по сути, идея с «Наукой 2.0» у нас общая — донести до телезрителей научные разработки на понятном языке, повысить в стране статус науки в целом, сделать ее вновь престижной и интересной для молодежи, наш контент имеет совсем незначительное пересечение. Мы снимаем программы в основном о тех сферах, где применяются нанотехнологии, а «Наука 2.0» — о разных областях науки.

➤ Какие циклы собственного производства были запущены в последнее время? На какой срок они рассчитаны? Как будет расширяться собственное производство?

Н.Е.: В последнее время у нас было запущено пять циклов собственного производства: «Нанотехнологии в России», NanoTech, Know How, «Лаборатория красоты» и «Инновации сегодня». Цикл программ «Нанотехнологии в России» посвящен российским предприятиям, производящим свою продукцию с использованием нанотехнологий. Цикл программ NanoTech — о том, какое применение в нашей жизни уже нашли разработки в области нанотехнологий, например, в космических аппаратах, солнечных батареях или в медицине. Know How — программы, в которых рассказывается об устройстве многих высокотехнологичных вещей. Например, что такое сенсорные сети, где они применяются, как устроено цифровое телевидение и многое другое. «Лаборатория красоты» знакомит прекрасную половину человечества с новинками в сфере косметологии и СПА, в которых нанотехнологии уже нашли свое применение. «Инновации сегодня» я бы отнесла к новостным передачам о новейших разработках и о том, что делают такие предприятия, как «Лукойл» и «Роснано» для привлечения молодежи к науке. В целом, наши программы рассчитаны на аудиторию от 16 до 65 лет, как мужчин, так и женщин, со средним и высшим образованием.

➤ Действительно ли выгодно вещателю организовывать собственное производство телеконтента? Не проще ли использовать только покупной контент или заказывать его у продакшн-студий?

Н.Е.: Собственное производство очень важно. Безусловно, мы стремимся быть лучшими и поэтому хотим первыми донести до нашего телезрителя новости о научных открытиях и инновационных разработках во всех сферах жизни, а не ждать, пока за нас это сделают другие. Рассказать о проектах «Роснано» не снимая их, невозможно... В России, как и во всем мире, вообще довольно мало контента о нанотехнологиях. Мы единственный доступный широкому кругу телезрителей канал в мире, рассказывающий об этом, а также об инновациях. Мы помогаем развитию соответствующей отрасли в России

и хотим делать это достойно. А без собственного производства это просто невозможно.

➤ Расскажите, пожалуйста, о стратегии продвижения «Нано-ТВ» на телерынках СНГ.

Н.Е.: Мы с гордостью можем говорить, что делаем уникальный канал, не имеющий аналогов в мире. Он интересен разной аудитории, и операторы сами проявляют инициативу, делая нам предложения о сотрудничестве. В любом случае вытесним мы кого-то из сетей или нет — покажет время. Но надеемся на то, что телезрители стран СНГ и Балтии по достоинству оценят наш канал и предпочтут его другим.

➤ Измеряет ли канал свою аудиторию? Можно ли уже говорить о каких-либо результатах?

Н.Е.: Рейтинг мы пока не измеряем. Однако результаты определенно есть. К нам в редакцию приходит огромное количество писем от людей из всех регионов России, благодарных за канал и вносящих свои предложения по контенту. Кроме того, были случаи, когда люди смотрели программу и обращались к нам с просьбой о помощи. Например, недавно позвонил один мужчина из Орехово-Зуево и попросил контакты врача, о котором мы рассказывали в программе, так как у него ребенок с серьезной травмой позвоночника, которого никто не берет за лечение. К сожалению, зритель не помнил ни программу, ни время выхода. Мы нашли программу, контакты врача, который в тот момент был в США. Рады, что смогли помочь.

➤ Как вы присутствуете в IP-сетях? Отличаются ли условия договоров и специфика отношений с IP-сетями и КТВ?

Н.Е.: Мы изначально выбрали для канала рекламную модель. Поэтому дистрибуция «Нано-ТВ» осуществляется условно бесплатно. Однако мы договариваемся о постановке нашего канала на одну из первых 15 кнопок в пакете, что значительно увеличивает его потенциальную аудиторию. Уже более 35 операторов подписали с нами протоколы о намерениях и поставили наш канал в тестовое вещание. В процессе заключения договора с «Комстар-ОТС» и «Акадо-Столица» ведутся переговоры о вхождении «Нано-ТВ» в сеть «Мостелеком».

➤ Какие интерактивные или другие специфические услуги предлагает канал своим зрителям, подписчикам?

Н.Е.: На сегодняшний день у нас работает сайт www.tv-nano.ru, и, как мы уже говорили, существует обратная связь с телезрителями. Мы планируем устроить интернет-голосование на предмет выбора наиболее интересных передач или тем для них. В сентябре планируем проведение всероссийского конкурса среди телезрителей, студентов режиссерских факультетов и съемочных групп на лучший фильм о нанотехнологиях. Хронометраж программы может составлять от 13 до 39 минут. Победитель определится открытым голосованием. Лучшие программы мы покажем на телеканале. Победитель получит 100 тысяч рублей, а также контракт на съемки цикла программ для «Нано-ТВ». Будет также отдельный приз зрительских симпатий, победителя которого будут выбирать телезрители голосованием на нашем сайте и sms-голосованием на нашем канале. ■

На правах рекламы

Беседовал Роман Маградзе

ДТВ прочистил канал

По словам генерального директора ДТВ Дмитрия Троицкого, конференция для продакшн-студий — уникальное явление на рынке отечественного ТВ. Необходимость ее проведения возникла из-за несогласованности действий между участниками индустрии, царящей на рынке. «Главная проблема взаимодействия между каналами и производителями контента заключается в том, что студии не знают, что нужно телеканалам, и поэтому приносят заведомо неинтересные для них проекты. «Как раз для того, чтобы прочистить этот канал коммуникаций, мы затеяли сегодняшнюю конференцию. Этот формат я подсмотрел у BBC — они проводят традиционный ежегодный форум для партнеров. Мы решили, что тоже сделаем это мероприятие регулярным и в следующем году будем рассказывать не только о планах, но и анализировать уже проделанную работу, что тоже станет полезным материалом для всех продакшн-компаний». Дмитрий также поделился с участниками новым видением канала и рассказал, какие форматы и жанры необходимо предлагать, чтобы они имели больше шансов занять место в эфире. В ближайшем сезоне ДТВ ожидает кардинальная смена сетки вещания — сейчас канал активно работает над тем, чтобы подготовить и запустить ряд проектов, многие из которых выйдут в принципиально новых для отечественного телевизионного рынка форматах.

РЕН-ТВ сменил слоган и эфирное оформление

Телеканал РЕН-ТВ опять сменил эфирное оформление и слоган. Теперь его лозунгом стала фраза «Ты с друзьями». Зрители увидели новое межпрограммное оформление и ребрендинг передачи «Новости 24» 15 августа. Канал специально выбрал яркие оттенки оранжевого цвета. Ключевым роликом межпрограммного оформления стал «Манифест дружбы». Смена оформления понадобилась вследствие того, что теперь канал ориентируется на целевую ауди-

торию в возрасте от 35 до 45 лет. В качестве основной своей ценности РЕН-ТВ выдвинул дружбу.

«Спорт 1» стал круглосуточным

С 14 августа телеканал «Спорт 1» перешел на круглосуточное вещание. Это совпало с днем рождения канала. За год существования он стал доступен более чем 4 миллионам зрителям по всей стране: от Калининграда до Владивостока. Сегодня «Спорт 1» смотрят в 50 городах России. Более 100 тысяч абонентов имеют возможность смотреть канал в формате высокой четкости — HD. Телеканал предлагает своей аудитории возможность следить за всеми матчами Премьер-лиги и кубка Футбольной ассоциации Англии, наблюдать за открытым чемпионатом Франции по теннису «Ролан Гаррос», смотреть полные телевизионные трансляции всех этапов чемпионата мира «Формулы-1» и рейтинговые бои, а также бои за звания чемпионов мира по боксу. Кроме того, канал транслирует матчи и чемпионаты по волейболу, хоккею, баскетболу и биатлону. По словам директора по дистрибуции Татьяны Ковальчук, «Спорт 1» в ближайшем будущем должен стать еще доступнее для широкой аудитории: «Вместе с отделом маркетинга мы разрабатываем программу для спортивных баров по всей стране. Мы уверены, что трансляции в HD-качестве будут интересны и для владельцев ресторанных сетей».

Disney снимает «Приколы на переменке»

В Москве начались съемки нового сезона короткометражного комедийного сериала Disney «Приколы на переменке». В новых сериях телесериала, премьеры которого состоится в сентябре на канале Disney, зрители ждут новые герои, много музыки, шуток и сюрпризов. «Мы надеемся, что российским зрителям канала понравятся новые увлекательные истории и интересные персонажи, которых мы совсем скоро им представим, — говорит генеральный директор компании Disney в России Марина Жигалова-Озкан. — Нам особенно приятно, что

в съемках сериала приняли участие ведущие канала Disney, а также финалисты творческого конкурса «Мой Camp Rock». Мы счастливы, что благодаря этому конкурсу удалось найти новые таланты и дать ребятам возможность раскрыть актерский потенциал».

В съемках некоторых серий примут участие популярные спортсмены, актеры и телеведущие, чьи имена пока держатся в секрете.

ТВ3 опять сменил логотип

Телеканал ТВ3 15 августа поменял свой логотип. Три точки на нем заменены на большую цифру 3, вписанную в квадрат и похожую на кнопку пульта. В апреле руководство канала заявило, что ТВ3 больше не будет называться «Настоящим мистическим», а превратится в «Удивительный ТВ3». Смена слогана отражает изменение позиции телеканала и расширение его интересов. В сетке вещания появились новые передачи: шоу про уличных магов «Удиви меня», сериал «Мужчина во мне» и много новых документальных программ.

РБК-ТВ подружился с Bloomberg TV

Телеканал Bloomberg TV стал главным поставщиком деловых и финансовых новостей и тематических видеосюжетов по западным рынкам для российского телеканала РБК-ТВ. В рамках соглашения Bloomberg предоставляет оригинальные интервью, новостные репортажи и другие программы, ежедневно переводимые на русский язык. «Мы рады предложить подборку ежедневных оригинальных видео, интервью и репортажей зрителям РБК-ТВ, — заявил Малколм Фрид, главный редактор Bloomberg Television в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке. — Бизнес-элита во всем мире полагается на Bloomberg TV с целью получения достоверных, точных и последних деловых новостей, а теперь и русскоязычные зрители также смогут воспользоваться доступом к нашим интервью и репортажам, удостоенным наград». «Благодаря партнерству с Bloomberg TV мы сможем предо-

ставить нашим зрителям доступ к самой последней и полной финансовой и новостной информации о крупнейших рынках мира», — заявил генеральный директор ОАО «РБК» Герман Каплун.

Московские власти — единственные владельцы «ТВ Столицы»

Московские власти стали единственным владельцем телеканала «ТВ Столица», выкупив 35 процентов у бывшего столичного чиновника Василия Кичеджи. К осени он превратится в круглосуточный новостной канал и станет главным телевизионным активом Москвы. Принадлежащий городу более крупный «ТВ Центр» ждет приватизация.

Исследование состояния рынка HDTV-каналов

Опубликованы результаты исследования «Состояние рынка HDTV-каналов в России на июнь 2011», проводимого ассоциацией HD Union. По его данным, в стране насчитываются 15 HDTV-каналов российского производства. В пакеты основных операторов входят 27 HDTV-каналов, из которых 15 — российского производства и 12 — иностранного. Список российских производителей HDTV-каналов: НТВ+ («HD Кино», «HD Спорт», «HD Футбол»); ВГТРК и «Первый канал» («Спорт HD»); «Ред Медиа» (HD Life); ЗАО «Эйч Ди Медиа» («Перпетуум Мобиле», «Мир Эстетики», «Терра Инкогнита»); «Первый ТВЧ» («Кинопоказ HD-1», «Кинопоказ HD-2», «Телепутешествия HD», High Life HD); «Столет» («Женский мир HD»); медиахолдинг «Эксперт» («Эксперт-ТВ HD»); медиахолдинг «Дождь» («Дождь HD»).

Семинар в «СТС-Медиа»

Медиакомпания «СТС Медиа» провела семинар с одним из ведущих мировых профессионалов в области создания и производства оригинальных сериалов — Барбарой Уолл. По приглашению киношколы Cinemotion, специально для сотрудников «СТС Медиа» она провела семинар «Эффективное программирование и развитие производства в мировом опыте»,

в рамках которого обсуждались мировые практики оценки и закупки контента, собственного производства и бюджетирования, а также эффективного программирования. У сотрудников трех телеканалов компании — СТС, «Домашнего» и ДТВ, была уникальная возможность принять участие в индивидуальной сессии с учетом специфики проектов каждого из каналов. Барбара имеет успешный многолетний опыт работы в телеиндустрии. Занимала руководящие позиции в ведущих мировых телевизионных компаниях — Heel and Toe Films (Universal Television), 20th Century Fox Television, TNT, FOX Broadcasting Company.

Развлекательный телеканал Sony Entertainment Television, представленный в России компанией Sony Pictures Television, меняет сокращенное название канала SET на «Sony TV». Написание в русском варианте — «Sony ТВ» (SET), латинском — Sony TV (SET). Официальное название канала Sony Entertainment Television остается неизменным.

А вот что именно изменилось, осталось непонятным. Как и то, на каком основании использовалось незарегистрированное название телеканала.

«Муз-ТВ» — 15 лет

В этом году «Муз-ТВ» исполнилось 15 лет. Кульминацией празднования стал масштабный концерт в высокогорном комплексе «Медеу» в Алматы. 29 августа здесь прошел концерт с участием популярных звезд российского шоу-бизнеса, в котором приняли участие Вера Брежнева, Сергей Лазарев, Ани Лорак, Филипп Киркоров, Николай Басков, Дима Билан, Анна Семенович, Митя Фомин, Тимати, Елка, группа A`Studio и многие другие. Те, кто не попал на концерт, смогли увидеть его в эфире «Муз-ТВ».

«Авто Плюс» поддержал Тимура Бекмамбетова

Телеканал «Авто Плюс» поддержал акцию Тимура Бекмамбетова, который выставил легендарный ГАЗ-21, задействованный в блокбастере «Черная Молния»,

на аукцион за право принять участие в очередном этапе ралли на классических автомобилях. Все вырученные средства будут направлены в «Фонд помощи детям с нарушениями иммунитета». Благотворительный фонд помощи детям с нарушениями иммунитета «Подсолнух» объявил прием заявок на участие в аукционе за право «полетать» на «Черной Молнии» в очередном этапе ралли на классических автомобилях. Победитель аукциона получит возможность принять участие в захватывающих соревнованиях наряду с опытными участниками ралли, владельцами классических автомобилей и звездами шоу-бизнеса. Начальная ставка — 110 тысяч рублей, именно столько стоит месячный курс лекарственного препарата «Неоцитотект», который поддерживает жизнь двухлетнего Архипа Наймушина, одного из подопечных фонда. Прием заявок заканчивается за три дня до очередного заезда. Женское ралли пройдет 3 сентября. Закрытие сезона состоится 23 сентября.

Discovery снимет 3D-фильмы

Документальный канал Discovery заключил контракты с телеканалами BSkyB и Virgin Media на съемку первых 3D-фильмов, предназначенных для британского телевидения. В рамках договора Discovery будет делать для британского ТВ документальные фильмы в формате 3D о природе, экстремальных видах спорта и преступлениях. Одними из первых выйдут два многосерийных шоу о дикой природе 3D Safari и Beautiful Freaks, съемки которых будут проходить в Африке. В контракте не оговорено, сколько именно часов британские телеканалы будут отдавать под документальные фильмы Discovery. Предполагается, однако, что часть уже готовых фильмов будет передана 3D-каналу 3net, который также принадлежит Discovery. Первый 3D-канал Discovery — 3net был запущен в феврале в сотрудничестве с компаниями Sony и IMAX. Предназначен для американской аудитории. Для него было сделано около двадцати фильмов и многосерийных программ в формате 3D.

ТЕЛЕСПУТНИК

ЖУРНАЛ О ЦИФРОВОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

www.telesputnik.ru

Форум по кабельному ТВ

Подписка через Интернет

Энциклопедия спутниковых каналов

www.telesputnik.ru/wiki

Спутниковые телевизионные каналы и спутниковые пакеты

На сайте журнала «Теле-Спутник» мы собрали информацию о спутниковых телевизионных каналах и пакетах спутникового ТВ. Основой послужил наш справочник «Спутниковые телевизионные каналы». Данные о каналах связаны с таблицей частот. Теперь вы можете сами редактировать информацию о любимых каналах.


