

Российскому телеканалу в Интернете требуется полоса от 5 до 100 Гбит/с

По информации компании NGENIX, обеспечивающей интернет-вещание для крупных федеральных и региональных ТВ-каналов, наибольшую нагрузку на сеть — 100 Гбит/с и более — генерируют трансляции спортивных мероприятий, в частности футбольных и хоккейных матчей топовых российских или европейских клубов. Линейное вещание региональных ТВ-каналов, как правило, не превышает 5 Гбит/с в прайм-тайм. При вещании масштабных событий, к примеру, социально-политического характера, нагрузки могут достигать 50-60 Гбит/с.

Александр Осипов, менеджер по маркетингу компании NGENIX, рассказывает, что доля одного абонента при этом составляет в среднем 1Мбит/с: «На данный момент для охвата 80-90% интернет-аудитории мы рекомендуем нашим клиентам подготавливать видео с битрейтом 1000-1200 Кбит/с. Если заметная часть аудитории смотрит трансляцию с мобильных устройств, лучше всего предложить пользователям видео с битрейтом 300-600 Кбит/с. HD-видео (3000 Кбит/с +) в Интернете увидит в основном столичная аудитория и ШПД-абоненты крупных городов-миллионников».

Нагрузка на сеть во многом зависит от типа контента и его популярности. Обслуживание прямых трансляций требует большой запас по пропускной способности сетевой инфраструктуры, а VOD-контент создает большую нагрузку на серверное оборудование.

Приложение Music.ivі создает музыкальный канал

Новое приложение Music.ivі для iOS теперь позволяет собирать персональный музыкальный канал. Для отбора треков используется рекомендательный движок компании Gravity.

Как пояснила пресс-служба Ivi, рекомендательный сервис Ivi.ru анализирует множество параметров, чтобы предложить пользователю лучшие рекомендации. Одними из оцениваемых параметров являются выбор контента, длительность просмотра и другие его характеристики, время суток, выставленные оценки, оставленные комментарии и другие типы активности. Чтобы получать наиболее точные рекомендации, пользователю нужно быть зарегистрированным и смотреть Ivi.ru хотя бы некоторое время. Если ждать не хочется, всегда можно заполнить специальную анкету — тогда техника подстроится под ваши предпочтения быстрее.

TVLight — решение для вещателей

Компания CDNvideo разработала новый продукт для организации интернет-вещания. TVLight — программное решение, которое устанавливается на серверы вещателя, интегрируется с его системой управления контентом и отвечает за транскодирование видео и его отправку через Интернет. Таким образом, компании, имеющие библиотеки видеоконтента (например, телеканалы), могут запустить интернет-вещание на любые устройства с минимальными усилиями.

TVLight использует сеть доставки контента CDNvideo и решение по управлению показом Cloud4Video. Совместное использование этих продуктов позволяет вещателю не заниматься организацией транскодирования, хранения и распространения видео собственными силами. TVLight уже интегрирована с Cinegu, одной из наиболее распространенных на российском рынке комплексных систем автоматизации видеопроизводства.

«ВКонтакте» начинает размещать видеорекламу

«ВКонтакте» запускает видеорекламу. Правообладатели смогут загружать лицензионное видео, в том числе и на место спорных копий, загруженных пользователями, и участвовать в программе разделения доходов. Размещением видеорекламы в видеоплеере «ВКонтакте» займется Gazprom-MediaDigital.

Для того, чтобы правообладатели были готовы выкладывать свое видео, будут использоваться специальные программные решения для защиты от пиратства. Для рекламодателей «ВКонтакте» предоставит точные инструменты таргетинга, позволяющие показывать рекламу различным целевым аудиториям.

По оценкам Gazprom-MediaDigital, в 2014 году по мере подключения партнеров с лицензионным контентом объем видеотрафика в новом сервисе «ВКонтакте» может составить до 20 млрд показов видео от правообладателей.

Аудитория видеороликов, как и самих сайтов, выросла за год. Даже без учета данных за октябрь 2012 года у Ivi.ru заметна довольно высокая динамика. Исключение составляет проект Tvigle.ru, потерявший за год чуть больше 50 тысяч пользователей.

Аудитория видеороликов онлайн-кинотеатров Рунета. TNS Web Index, октябрь 2013 г. — октябрь 2012 г.

№	Сайт	Октябрь 2013 года, 100 000+, 12-54	Октябрь 2012 года, 100 000+, 12-54
1.	Tvigle.ru	7327,4 тыс.	7382,0 тыс.
2.	Videomore.ru	5058,0 тыс.	2676,2 тыс.
3.	Ivi.ru	4101,4 тыс.	Ролики не включены в расчет аудитории
4.	Zoomby.ru	3969,6 тыс.	2242,8 тыс.
5.	Megogo.net	1128,0 тыс.	388,5 тыс.
6.	Tvzavr.ru	Ролики не включены в расчет аудитории	Ролики не включены в расчет аудитории

Общая динамика роста аудитории видеоконтента прослеживается и на протяжении августа-сентября 2013 года. Однако, если Tvigle.ru и Videomore.ru демонстрируют стабильность развития, то остальные участники мониторинга далеки от этого. Ivi.ru и Megogo.net в сентябре лишились незначительной доли аудитории своего контента по сравнению с августом, однако уже в октябре они не только вернули утраченные позиции, но и превзошли показатели лета. А вот проект Zoomby вначале продемонстрировал значительный прирост аудитории, но затем — еще более значительное ее падение.

Аудитория видеороликов онлайн-кинотеатров Рунета. TNS Web Index, август — октябрь 2013 г.

№	Сайт	Октябрь 2013 года, 100 000+, 12-54	Сентябрь 2013 года, 100 000+, 12-54	Август 2013 года, 100 000+, 12-54
1.	Tvigle.ru	7327,4 тыс.	7009,9 тыс.	6419,5 тыс.
2.	Videomore.ru	5058,0 тыс.	4255,2 тыс.	3155,0 тыс.
3.	Ivi.ru	4101,4 тыс.	3335,9 тыс.	3533,1 тыс.
4.	Zoomby.ru	3969,6 тыс.	5191,3 тыс.	4139,0 тыс.
5.	Megogo.net	1128,0 тыс.	962,0 тыс.	1088,2 тыс.

Результаты мониторинга «TNS Россия» интернет-проектов показал, что «антипиратский» закон существенного влияния на динамику роста аудитории легальных онлайн-кинотеатров не оказал. Не произошло значительного всплеска обращений к легальному видеоконтенту. Сохранился общий стабильный рост с незначительными локальными колебаниями. Мир Рунета продолжает жить своей особой жизнью, далекой от принимаемых в высоких кабинетах резолюций.

Роман Магразде