

Михаил Силин, вице-президент Ассоциации кабельного телевидения России

Текущий этап развития цифрового эфирного вещания и кабельного телевидения

От редакции: Мы попросили М.В. Силина поделиться своим видением проблем перехода к цифровому эфиру, особенно для региональных телеканалов и сегодняшних взаимоотношений вещателей с операторами КТВ.

Н епросто прогнозировать развитие рынка телевизионного вещания в период быстрой, даже революционной смены технологий от аналогового эфирного вещания до интерактивного цифрового телевидения в формате высокой и сверхвысокой четкости. Еще сложнее — если это сопровождается введением новых, нигде в мире не апробированных норм законодательства. А когда это законодательство кем-то целенаправленно изменится в интересах некоторых участников рынка, заниматься прогнозированием не только бессмысленно, но еще и унижительно: не хочется гадать о целях, будут ли они достигнуты и что еще придет в голову для их достижения. Это уже не рынок и здесь может случиться что угодно. Поэтому на вопрос о будущем регионального вещания теперь ответить очень трудно.

С самого начала реализации ФЦП развития телерадиовещания под вопросом оказался огромный пласт регионального телевидения, имевший в то время форму сетевого партнерства с такими СМИ, как СТС, ДТВ, РЕН-ТВ, ТНТ и т.д. Региональным вещателям было сказано, что в рамках новой сети цифрового эфирного вещания федеральные СМИ в сетевых партнерах более не нуждаются и что региональные вещатели, во-первых, должны переходить на 24-часовой формат вещания, а во-вторых, должны связывать свое будущее с распространением по кабельным сетям. Теперь те же люди решили, что и кабельного будущего у региональных СМИ не должно быть, поскольку, разумеется, региональные каналы — это бесплатные каналы, живущие за счет рекламы и местного бюджета, который не может и не должен обеспечивать все финансовые потребности вещателя. Как все это связать, не хочется даже задумываться. Можно предположить лишь, что появятся какие-

нибудь поправки в законе о рекламе, которые выведут региональное вещание из-под его действия. Если только региональная реклама не является тем самым лакомым куском, ради которого все и затевалось и на освоение которого нацелились федеральные каналы со своими региональными версиями. Поэтому, если раньше я рекомендовал региональным вещателям идти не к регулятору, а к кабельным операторам и договариваться с ними об условиях распространения, то теперь вещатели могут получить что-то только от регулятора.

Несколько смягчает ситуацию то, что, по-видимому, аналоговое цифровое вещание будет выключено еще не скоро и, оставаясь в сетевом эфире, региональные компании еще много лет смогут работать по прежним схемам. А там, глядишь, закон отменят и региональное вещание вместе с рекламой перейдет в кабель. Обсуждать какие-либо иные сценарии развития, по моему, еще рано.

Выгодны или нет задержки с внедрением цифрового эфирного вещания кабельным операторам? Уверен, что невыгодны. Эфирное вещание никогда не было и не будет конкурентом кабельному и спутниковому телевидению, но может быть хорошим раздражителем для перехода на новые технологии. И уж совсем неверно противопоставлять кабельным операторам эфирных вещателей. Новые технологии открывают перед кабельными операторами и эфирными вещателями недоступные ранее возможности по совместному формированию телевидения нового поколения, выведению на рынок совершенно новых продуктов, которые впоследствии могут существенно изменить структуру доходов как вещателей, так и кабельных операторов. В первую очередь это относится к услугам интерак-

тивного телевидения, таким как Catch-Up, TimeShift, и подобным. Совершенно новые перспективы возникают у эфирных вещателей и в связи с возможностью доставки персонализированной рекламы в составе вещательного канала. Все это в полной мере относится и к каналам платного тематического телевидения. Причем для каналов платного телевидения доставка контента в форме услуг «видео по запросу» позволяет получать дополнительные доходы от размещения рекламы, поскольку на интерактивные услуги новые ограничения закона о рекламе не распространяются. Поэтому для всех каналов — и эфирного, и неэфирного телевидения — в настоящих условиях основным направлением развития является развитие услуг интерактивного персонального телевидения в партнерстве с ОТТ-порталами и современными платформами цифрового телевидения кабельных операторов. Безусловно, сохранить аудиторию при этом можно только при наискорейшем переходе на вещание в формате HD, что может потребовать введения по всей сети цифрового эфирного вещания третьего мультиплекса в интересах существующих вещателей первого и второго мультиплексов.

Возможно, в регионах все еще работает большое число кабельных операторов, не торопящихся с переходом на современные платформы телевизионного вещания, и для них даже цифровое эфирное вещание представляет угрозу. Но и им задержки с завершением построения цифровой эфирной сети не помогут: если они немедленно не начнут внедрение современных интерактивных услуг, то могут проиграть свой рынок агрессивным ОТТ-порталам, представляющим для таких операторов, несомненно, более серьезную угрозу, чем эфирное вещание. ■