



Спортивные каналы смогут размещать рекламу

ФАС разрешила вопрос о спортивных трансляциях. Оригинальный комментарий на телевизионном канале автоматически присваивает статус «национальной продукции» любому эфиру спортивной трансляции. Напомним, что размещение рекламы в эфире доступно только при условии, что 75 % контента — российского производства. Таковой признается продукция, при создании которой отечественные компании использовали не менее половины средств российских инвесторов, и она на русском языке.

Национальной продукцией считаются студийные программы, новостные эфиры, интервью, спортивные и развлекательные шоу и программы, научные и документальные передачи, а также спортивные трансляции. Дубляж и субтитры в зарубежном продукте не относились к нему. Однако голосовые комментарии на канале спортивных мероприятий оставались нерешенной темой. Теперь же, по словам Андрея Кашеварова, заместителя главы Федеральной антимонопольной службы, ФАС решила принять сторону игроков рынка. Вызывание комментатором телеканала своего мнения по поводу зарубежной программы считается национальным контентом.

По мнению экспертов, от данного решения выигрывают платные спортивные телеканалы, такие как Eurosport. Ольга Паскина, генеральный директор Discovery Communications в Восточной Европе (владеет Eurosport), рассказала о готовности компании вернуть рекламу на канал. На ВГТРК, «Первый канал» и «Газпром медиа» данное решение влияния не окажет. Ими ранее уже была получена лицензия на спортивные тематические эфиры, которые были переведены в категорию бесплатных телеканалов.

РБК

Минкомсвязи предлагает снять запрет на рекламу алкоголя и табака

Падение отечественного рекламного рынка и сложное экономическое состояние СМИ вынуждает российское правительство отменять ранее принятые законодательные решения. Это относится к запрету рекламы алкогольной и табачной продукции в СМИ, действие которого российские власти собираются временно приостановить. С подобным предложением выступило Минкомсвязи РФ. Этот вопрос сейчас находится на рассмотрении в Федеральной антимонопольной службе.

По мнению первого заместителя министра Алексея Волина, подобная мера будет действовать как минимум до 2019 года. Более того, уже есть информация, что российские власти планируют возобновить продажу табачных изделий в ларьках и киосках, которые торгуют газетами и журналами. Представители Минкомсвязи заявляют, что эта мера призвана поддержать розничную торговлю печатных изданий и в ближайшее время они сделают соответствующий запрос Минпромторгу об изменении регламента торговли в нестационарных условиях.

Предложение ведомства о снятии ограничений на рекламу алкогольной и табачной продукции во всех медиаресурсах было инициировано главами крупных федеральных изданий. Тем не менее ФАС выступает против подобных мер.

В конце 2014 года российский парламент разрешил рекламировать алкоголь и табак на телевидении и радио, приняв соответствующие законодательные поправки во втором и третьем чтениях. Уже сегодня шампанское и вино, произведенное в Российской Федерации, можно рекламировать на телевидении и радио, но только в ночное время, с 23:00 до 7:00. Также допускается реклама этой продукции в печатных органах, кроме интернет-ресурсов. Но есть ограничения: запрещено рекламировать вино и шампанское в передачах пря-

мого эфира и детско-юношеских спортивных программах. Эти послабления в законодательстве действуют с начала 2015 года.

Портал «Москва-24»

Arris купила PACE

Сделка на 2,1 миллиарда долларов США была совершена в обмен на денежные средства и акции покупателя. Ранее компания ARRIS приобрела другого конкурента в области оборудования для систем платного ТВ — подразделение Motorola, выпускавшее абонентские приставки.

В пресс-релизе покупателя говорится, что это приобретение усилит присутствие компании на международных рынках, а также будет способствовать ее масштабному проникновению в сегмент спутникового ТВ.

Сделка приведет к появлению новой компании (пока известной как New Arris) с подразделением в Великобритании, международным отделом и руководством в Савани, США. Компания будет котироваться на бирже высокотехнологичных компаний NASDAQ.

По мнению президента Arris Боба Станционе, Pace plc. — это компания с солидным багажом в области пионерских разработок и отличной службой поддержки клиентов. Путем приобретения других компаний и естественного развития она достигла уровня одного из лидеров в поставке решений для провайдеров из сферы платного ТВ и широкополосного доступа, обслуживая предприятия кабельного, спутникового ТВ и телекоммуникаций по всему миру.

Более подробно о направлениях работы Pace можно прочитать в материале «Pace выходит на российский рынок» («Теле-Спутник» № 4, 2014 год).

Евгений Шляхтер

Новости российского цифрового ТВ в России

Как мы уже сообщали, в России в феврале 2015 года был преодолен рубеж 50 % по охвату населения двумя мультиплексами цифрового вещания.

Месяцем позже РТРС заявила о намерении отключить в 61 регионе аналоговые передатчики, ретранслирующие каналы «Россия 1», «Россия 2», «Россия К» (бывший телеканал «КуцЧльтура»). В результате абоненты, принимающие эти каналы не через кабель и не через спутниковую антенну, должны были оперативно определиться с приобретением дополнительного оборудования (приставки или CAM-модуля). Однако обещанное в этом году отключение аналога не состоится — видимо, в каждом регионе дата отключения, будет определяться отдельно в зависимости от готовности инфраструктуры. Как и многие другие процессы, переход на цифру в течение последнего года потерял свои темпы..

Несмотря на вышесказанное, в конце апреля специалисты РТРС успешно провели испытания на врезке местной рекламы в цифровые телеканалы «Первый канал», «Россия 1», «Россия 2» первого мультиплекса (пакет РТРС-1). Специалистами РТРС совместно с представителями вещателей и рекламных агентств была организована тестовая зона сигналов первого мультиплекса с рекламными врезками на базе филиала РТРС «Липецкий ОРТПЦ». Технологию синхронной вставки рекламы тестировали на всех шести объектах вещания одночастотной зоны на 30 ТВК, включающей город Липецк. Специализированное оборудование обеспечивало оборудование обесценивало врезку на основе управляющих сообщений в сигналах телеканалов. Для доставки роликов и файлов расписаний, подготовленных рекламными агентствами, РТРС использовала возможности технологической сети VSAT, используемой для мониторинга и управления сетью телерадиовещания. Применение этой технологии позволит таргетировать рекламу в отдельных крупных населенных пунктах, оптимизировать затраты вещателей и рекламных агентств на организацию врезки рекламы в условиях существующих сетей ЦЭТВ.

Также в конце апреля был дан старт вещанию каналов второго мультиплекса в Искитиме, Новосибирской области. Теперь телерадиопрограммы пакета РТРС-2 доступны 69,03 % населения Новосибирской области, что составляет 1 840 288 человек. Пакет цифровых телеканалов РТРС-1 (первый мультиплекс) могут смотреть 2 588 049 человек, это 97,08 % населения региона.

Сегодня сеть РТРС обеспечивает цифровую трансляцию общероссийских обязательных общедоступных телеканалов в 85 субъектах Российской Федерации. Первый мультиплекс доступен 86,5% российских телезрителей. Второй мультиплекс могут смотреть более 53 % населения России в 75 регионах?.

В те же сроки было расширено вещание каналов цифрового ТВ в Карачаево-Черкесии. Директор республиканского филиала РТРС Жанна Ткаченко отметила, что телерадиопрограммы пакета РТРС-1 доступны 99,2 % жителей республики. «Таким образом, мы превысили планку, заданную ФЦП», — не без гордости сказала Жанна Ткаченко.

Жанна Сергеевна добавила, что из-за гористого рельефа местности на небольшой территории в 14,5 тысяч квадратных километров пришлось построить 45 объектов цифрового вещания, в то время как для равнины хватило бы и одной башни с мощным передатчиком. 41 объект возведен с нуля, 4 реконструированы.

Евгений Шляхтер

ФАС отрегулирует звук

Федеральная антимонопольная служба будет анализировать уровень громкости рекламы на телеканалах с помощью специальной лаборатории, созданной на средства участников ТВ-рынка. За сутки технический комплекс сможет обработать около 80 рекламных роликов, сказал заместитель руководителя ФАС Андрей Кашеваров на пресс-конференции в Москве.

По его словам, ФАС будет проводить плановые проверки каналов, а также реагировать на жалобы граждан. «С 25 мая мы начнем реагировать на любую жалобу, ставя соответствующий телеканал, на который пожаловались, на мониторинг», — отметил он.

С 25 мая в России вступили в силу поправки в закон о рекламе, которые регулируют допустимый уровень громкости рекламы по сравнению с уровнем громкости телепрограмм. Согласно поправкам, соотношение определяется на основе методики, разработанной ФАС (она предусматривает, что громкость рекламы может превышать громкость телепрограмм, которые она прерывает, не более чем на 1,5 децибела).

По словам замглавы Минсвязи Алексея Волина, единая лаборатория в Москве позволит точно мониторить эфир всех каналов, вещающих в России, — это около 500 эфирных телеканалов и около 1 тыс. неэфирных. Технические возможности лаборатории позволяют за месяц провести мониторинг всего рынка, отметил он.

«Наша задача — не находить отдельные случайные нарушения. Мы исходим из того, что канал или целенаправленно и намеренно нарушает громкость звука и реклама на этом канале всегда по уровню восприятия человеческим ухом выше, чем тот фон, который ее сопровождает, или канал ведет себя прилично», — сказал Волин.

Средство измерения «Программно-аппаратный комплекс «АСК-громкость» было утверждено приказом Ростандарта. Разработчик ООО «АСК Экспресс». Комплекс создавался при участии Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) на средства участников рынка. Предыдущая редакция закона о рекламе предполагала, что соотношение уровня громкости рекламы и телепрограмм будет определять техрегламент, но он так и не был разработан.

ФАС

Архивы хранить 3 месяца

Российские парламентарии собираются увеличить до 3 месяцев срок резервирования информации по всем теле- и радиопередачам. Сегодня он составляет один месяц. В настоящее время депутаты готовят поправки в ФЗ «О средствах массовой информации».

В соответствии с нововведениями, хранению подлежат и передачи прямых эфиров. Ответственность за реализацию этих законодательных поправок возлагается непосредственно на вещателей, а не на редакционные подразделения, выпускающие программы.

Изначально предполагалось хранение эфирных материалов в течение 12 месяцев, но после обсуждения в соответствующих комитетах было решено снизить этот срок до 3 месяцев. Основная причина — высокая стоимость процедуры.

Депутат Государственной Думы и зам. руководителя Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи считает, что новые поправки позволят использовать материал передач в случаях, связанных с клеветой, экстремизмом, или других противоправных действий, на судебных слушаниях или в других разбирательствах. Это позволит силовым структурам своевременно провести необходимые расследования на предмет нарушения закона в ситуациях, когда был сделан соответствующий запрос.

В настоящее время телерадиокомпании хранят только свои материалы. Программы прямых эфиров в этот список не входят. Все телевизионные передачи предвыборных кампаний хранятся в течение одного года.

«Известия»

«ЕГЭ-ТВ» проникнет в школы

В связи с началом сезона активной подготовки школьников к сдаче выпускных экзаменов спутниковый оператор «Орион Экспресс» приступил к обеспечению российских школ и интернатов удаленных

регионов России оборудованием и подключением к телеканалу «ЕГЭ-ТВ». Инициативу поддержало Министерство образования и науки РФ. В 2015 году благотворительный проект «ЕГЭ с «Телекартой» охватит более 200 школ в 5 регионах РФ, в дальнейшем количество регионов планируется увеличить.

Помимо подключения к «ЕГЭ-ТВ», в центрах областей, где расположены школы, рекомендованные Министерством образования и науки РФ к участию в акции, пройдут круглые столы с участием представителей министерства, местной администрации, региональных вузов, директоров школ, кабельных операторов, осуществляющих свою деятельность в регионе, руководства ООО «Орион Экспресс».

Первый круглый стол состоялся в Екатеринбурге. Кирилл Махновский, генеральный директор ООО «Орион Экспресс», представляя проект «ЕГЭ с «Телекартой» отметил: «Мы, безусловно, несем большую ответственность за предоставление качественного контента для своей аудитории, и телеканал «ЕГЭ-ТВ» для нас — прежде всего социальный проект. Хочу подчеркнуть, что мы не ставили перед собой задачу заменить школьное образование. Это дополнительный инструмент в текущем образовательном процессе».

Свое мнение выразил и коммерческий директор ЗАО «АКАДО — Екатеринбург» Илья Васкецов: «С точки зрения телеком-операторов, проект интересен и тем, что абсолютно укладывается в сегодняшнюю логику развития телесмотрения. Согласно ей, фоновое телесмотрение начинает сменяться фокусным. Людям, в том числе детям, интересно настраивать телеэфир под себя. Кроме того, в этом проекте обязательно будут востребованы современные интерактивные сервисы, такие как запись и перемотка эфира, создание «телетекст» из наиболее нужных программ и другие».

«Орион Экспресс»