

Глаза на затылке и другие инновации на IBC2015

Очередная престижная выставка телевещательного оборудования IBC2015, прошедшая в сентябре в Амстердаме, вызвала больше вопросов, чем ответов. Новая, мультиэкранная реальность, когда зритель сам решает, что и на каком экране смотреть, поставила под сомнение прямолинейную парадигму развития цифрового телевидения от SD к UHD. Главное — не технологические новинки, а их культивация, уверен руководитель отдела технологического маркетинга «Триколор ТВ» Евгений Михеичев, посетивший выставку и подготовивший по этому поводу небольшую колонку специально для «Теле-Спутника».

IBC — событие года в отрасли цифрового телевидения. Каждый, кто причастен к индустрии цифрового вещания и/или видеоинтертейнмента, считает своим долгом участвовать в этом событии, тем более что проходит оно в полном либеральных свобод городе Амстердам. Каждый год это событие демонстрирует миру основные направления движения мира цифрового видео, увлекает новыми идеями, технологиями, смелыми заявлениями и... многочисленными вечеринками в деловом стиле.

Но если культурно-развлекательная часть традиционно была на высоте, то по «качеству основной услуги» IBC2015 несколько отличалась от выставок прошлых лет. В первую очередь тем, что это мероприятие нельзя было назвать богатым на революционные идеи. Компании, традиционно щеголяющие инновациями, на этот раз главное внимание уделили не громким новинкам, а перспективным направлениям, которые могут принести доход в ближайшее время. В этом смысле, полагаю, 2015 год можно назвать годом прикладной реализации и повышения эффективности уже существующих инструментов. Агрессивная «гонка цифрового вооружения» с применением «стратегических ракет» 4K и 8K уступила место более практичным, я бы сказал, приземленным вещам. До такой степени, что даже анонсированное начало продаж первого в мире 8K-телевизора от Sharp вызывает грустную зевоту (стоимость игрушки 133 тыс. долларов).

Отрасль всячески демонстрирует лояльность концепции мультискрин-сервисов, позволяющих абонентам потреблять контент на любом доступном клиенту устройстве, и основные усилия игроков



рынка теперь направлены на захват внимания пользователя на всех экранах. Главенство такого удобства использования сервисов оператора определило в последние годы основной вектор развития операторов платного телевидения во всех регионах мира.

Что же касается новых технологий, то, несомненно, во главе угла на IBC2015 была технология улучшения качества изображения, позволяющая с помощью специальных алгоритмов обогащать изображение на уровне контрастности, света, яркости. Общее название этой технологии — HDR (High Dynamic Range Imaging), или просто HDR. Сразу две компании, обладающие большим весом на мировой арене, заявили о создании стандарта применения этой технологии — Dolby и Technicolor. HDR в перспективе позволит операторам привнести дополнительную ценность в уже, казалось бы, привычный

формат контента — HD. Наверное, можно было бы сказать, что это, в свою очередь, позволит на несколько лет отсрочить повсеместное внедрение UHD, однако использование технологии HDR также зависит от наличия у абонента оборудования, способного отображать обогащенную картинку, поэтому быстрым массовое внедрение HDR также не будет.

Еще с одним неожиданным трендом в этом году выступили компании, производящие оборудование для создания контента. Из зоны футуристических проектов в более прикладную сферу ворвались камеры, позволяющие снимать контент с разворотом в 360 градусов. Таким образом, зритель может увидеть на экране одновременно сразу все четыре стороны света и почувствовать себя обладателем глаз на затылке. Некоторые компании пошли еще дальше и предлагают вдобавок системы, позволяющие зрителю интерактивно взаимодействовать с таким контентом, поворачивая в реальном времени изображение на телевизоре.

Несмотря на традиционную толкучку небольших компаний в павильоне инновационных проектов, на IBC2015 довольно трудно было выделить какие-либо громкие примеры по-настоящему инновационных технологий. В принципе, периоды творческих пауз инженерных умов — это нормальное состояние. Вопрос исключительно в том, не затишье ли это перед бурей, ведь приспособившись к новому, мультиэкранному сознанию современного потребителя, операторы начнут активно продвигать свои услуги во всех возможных форматах и со всех имеющихся в домохозяйстве цифровых устройств. ■

Материал подготовил Евгений Кару