

Куда движется медиаиндустрия

Михаил Житомирский

21 марта в Москве прошел форум «Connected Future. Трансформация ТВ и Медиа». Организован он был силами оргкомитета Connected Future, а содействие в организации и проведении мероприятия оказали «Акадо Телеком», EY, Irdeto, ФРИИ, «Синтерра Медиа», NGENIX, Media Hills, MSK IX, «Медиалогистика» и «Триколор ТВ».

Начался форум с пленарного заседания на тему «Как приблизить цифровое медиа будущее? Драйверы и перспективы развития отрасли». Ведущим выступил руководитель оргкомитета форума Евгений Соломатин, а участие в дискуссии приняли заместитель гендиректора ВГТРК Дмитрий Медников, вице-президент «Вымпелком» Джордж Хелд, основатель TVigle Егор Яковлев, гендиректор «Синтерра Медиа» Валерий Крылов, президент «Акадо» Сергей Назаров и генеральный продюсер Art Pictures Studio Дмитрий Рудовский.

После вступительного слова, сделанного ведущим, микрофон был передан Егору Яковлеву. Он порассуждал о грядущей революции

медиакоммуникационных платформ. Она обусловлена сокращением длительности циклов IT-гигантов, подходом к концу срока эксплуатации нынешних коммуникационных платформ, нацеленностью рынка на потребности тех, кто родится в ближайшие четыре года. Стало быть, на повестке дня перспективные технологии, а не существующие.

В свою очередь, рынок коммуникационных сервисов будущего должен опираться на интеллектуальные технологические платформы, облака и Big Data, персональные системы на технологиях AI и др.

По мнению Яковлева, на сегодня практически все данные находятся в облаках. А объем данных таков, что без персонификации уже не обойтись. В денежном выражении медиарынок тоже неуклонно растет. С1950 по 2015 год он вырос с 260 млн до 2,8 млрд долларов США. А к 2035 году достигнет 12 трлн. В Штатах, например, среднестатистический человек тратит около 12 ч в сутки на прямое или косвенное потребление медиаконтента.

В целом же, очень многое переходит в цифровое, виртуальное поле, включая и общение. И

все чаще в общение будет вмешиваться искусственный интеллект. Вполне возможно, что это хорошо, но куда же деть нормальное человеческое общение, творчество и другие вещи, предполагающие непосредственное участие человека, причем не как потребителя, а как активного создателя? Это уже не слова Егора Яковлева, а мнение автора данного материала.

А прогноз Яковлева на ближайшие 7...12 лет заключается в изменении схемы монетизации медиасервисов. Причем, по его мнению (и оно более чем обосновано), есть опасность гипермонополизации медиарынка, и Егор Яковлев очень надеется, что найдутся игроки, способные воспрепятствовать этому. Далее статус человека будет определяться не материальными возможностями и признаками (квартира, автомобиль, телефон), а пристрастиями в медиапотреблении. Как говорится, проживем – увидим.

Далее на вопрос ведущего о том, как российским телеканалам в условиях очень ограниченных бюджетов удастся создавать вполне конкурентоспособный контент, первым ответил Дмитрий Медников. Он не согласился, что российский ТВ-рынок локальный, какой-то особен-



Руководитель оргкомитета Connected Future Евгений Соломатин



Участники пленарного заседания (слева направо): Дмитрий Медников, Дмитрий Рудовский, Джордж Хелд, Валерий Крылов, Сергей Назаров и Егор Яковлев

ЭДИТФИЛЬМ

возможности безграничны*

info@editfilm.ru | editfilm.ru

*с нами Ваше желание творить бесконечно

ный и т.д. Он считает, что любой нормальный медиарынок имеет международный характер, не должен замыкаться в себе, а просто обязан выходить на общую медиаплощадку. Именно в этом ключе и действует ВГТРК, стараясь создавать интересный контент, привлекающий и аудиторию, и операторов доставки контента этой аудитории. А модели тут могут быть разными – как в общедоступном пространстве, так и через операторов, обладающих четко персонализированной базой абонентов.

Джордж Хелд отметил, что если и можно что-то планировать, то не более, чем на 18 месяцев вперед (в соответствии с законом Мура, который гласит, что мощность процессоров удваивается каждые полтора года).

На вопрос, что важнее, контент или его пространство, Дмитрий Рудовский напомнил о давнем споре: что первично – яйцо или курица? Создание контента – это большие риски. Но не создавать его нельзя. Однако бизнес-модель требует замены. Доходы от просмотра кинофильмов в кинотеатрах сокращаются, а на смену этому приходит просмотр на мобильных устройствах. Что беспокоит Рудовского, так это отсутствие желания платить за такой просмотр не только у конечных пользователей, но и операторов платформ, предоставляющих контент для просмотра. Проблема есть, и она требует решения, поскольку уменьшение бюджетов на создание контента приводит к ощутимому снижению качества этого контента. В этой связи Рудовский отметил важность медиаизмерений, которые должны быть оперативными и достаточно точными. Они позволят оценить потребление контента по сегментам, категориям аудитории и другим параметрам, что даст возможность сформировать бизнес-модель, которая устроила бы всех или почти всех участников медиарынка.

Далее ведущий высказал мнение, что свою роль в повышении прибыльности медиаконтента могут сыграть операторы сотовой связи,

предоставляющие услуги мобильного ТВ. Тогда и производители контента, включая и телекомпании, тоже окажутся в выигрыше.

А Дмитрий Медников отметил, что многие прогнозы в медиаотрасли оказываются несостоятельными. Например, когда запускался телеканал «Наука», многие предсказывали, что его будут смотреть пенсионеры. Оказалось, наиболее активно канал смотрят молодые люди в возрасте около 18 лет. Есть и другие примеры, говорящие о том, что качественный контент всегда интересен самой широкой аудитории. А регулярные ошибки в прогнозах, отметил Медников, говорят о том, что игроки рынка просто не очень хорошо знают свою аудиторию, особенно молодую. А отсюда – уход и аудитории, и контента в пиратский сектор рынка.

Президент «Акадо» Сергей Назаров подчеркнул, что от успешного оператора требуется не только предоставление аудитории интересного контента, но и тщательное изучение пристрастий аудитории. То есть речь идет о личных данных каждого зрителя. Это бывает сложно, поскольку есть и правила защиты этих данных, но это нужно, чтобы обеспечить нормальную работу операторов платных медиауслуг. Второй важный вопрос – справедливое распределение денег между всеми участниками технологической цепочки. А чтобы абонент без сомнений выбирал легальную модель потребления, то есть платил за услуги, надо, чтобы ему было комфортно, и чтобы цена не заставляла его задуматься о переходе в пиратский сектор. Что касается комфорта, то речь тут идет о правильном выборе технологической платформы.

Следующий вопрос, заданный ведущим, касался того, что же сегодня является двигателем медиаиндустрии – только ли теле- и кино контент? А может, виртуальная реальность, игры и т.д.? Первым ответил на него гендиректор «Синтерра Медиа» Валерий Крылов. Он высказал мнение, что на сегодня нет объективной системы измерения пристрастий аудитории с концентрацией данных в каком-то едином центре, который бы занимался еще и системной аналитикой. А еще нужен понятный стандарт Big Data применительно к медиаиндустрии.

Возвращаясь к изменению ландшафта медиапотребления, Джордж Хелд привел такой пример: человек смотрит на экран своего смартфона в среднем 87 раз в сутки. Стало быть, игнорировать это устройство как терминал потребления контента, уже просто невозможно. И сектор этот неуклонно растет. Что меняет и бизнес-отношения между производителем и провайдером контента. А насчет приложений для смартфонов – Хелд считает, что это тупик. Поскольку из миллионов приложений обладатель смартфона использует 3-4.

А вот Дмитрий Медников полагает, что все наоборот, – что приложений используется го-



Дмитрий Медников

VPLAY

Многофункциональное программное обеспечение для организации многоканального вещания/врезки в форматах SD/HD

Формирование эфирных программ;
Формирование программных, межпрограммных и рекламных блоков, наложение логотипа и другой графики;
Формирование многоканального вещания в форматах SD/HD;
Многоканальное IP-вещание.

Любое сочетание входов и выходов – CVBS, S-Video, YUV, SD/HD-SDI, HDMI, IP.

VPlay (1 канал) -
55 000 руб.

Доступна
демо-версия!

+7 (495) 662-37-00
www.streamlabs.ru



Stream Labs
TELEVISION COMPUTER SYSTEMS



Джордж Хелд

раздо больше, но происходит это в режиме офлайн, тогда как Хелд оперирует данными об онлайн-приложениях.

В общем, на пленарном заседании звучало много мнений, порой противоречащих друг другу. А значит, четкого, а главное, консолидированного понимания того, куда же глобально движется медиаиндустрия, пока нет. Скорее всего, его нет не только в России, но и в мире.

В завершение заседания Дмитрий Медников отметил, что, при кажущемся огромном количестве контента, хорошего контента очень мало. И еще одна проблема заключается в отсутствии тесного взаимодействия между основными участниками рынка. А это создает трудности для всех, поскольку не позволяет сформировать общую картину, понятную каждому.

После небольшого перерыва состоялась дискуссионная панель на тему «Как создавать экосистемы, новые рынки, форматы и сервисы и привлекать к экрану благодарных и платящих зрителей». Вели ее партнеры Ernst&Young Мария Лафер и Антон Устименко. А участниками выступили основатель и генеральный директор IVI Олег Туманов, генеральный директор «Централ Партнершип» и президент «Медиа-комму-



Павел Степанов и Кирилл Лыско

никационного союза» Павел Степанов, директор по развитию видеосервисов Yandex Ольга Филиппук, гендиректор компании «Цифровое телевидение» Кирилл Лыско, заместитель гендиректора Mail.ru Group Дмитрий Сергеев и вице-президент Esforce Holding Алексей Куприянов.

Говоря проще, дискуссия проходила о том, как сделать так, чтобы потребитель платил за потребляемый контент, делал это добровольно и с удовольствием. А тут пока больших достижений нет – оказалось, что если отбросить традиционный просмотр контента, то по части инновационных сервисов Россия далека от лидеров.

Чтобы исправить ситуацию, требуются все те же средства – много контента хорошего и разного, удобство доступа к нему и использование для абонента модели подписки по небольшой цене. Это позволит набрать критическую массу потребителей и вывести отрасль на стабильно прибыльный путь.

Как отмечалось, нет пока эффективных средств борьбы с пиратством. До сих пор 80...85% потребляемого контента – нелегальный. Но есть надежда, что с принятием закона о блокировке зеркальных сайтов в Интернете ситуация начнет улучшаться. Есть и упование на то, что производители операционных систем внедрят в них средства борьбы с пиратством.

Технологически, со стороны зрителя, драйвером отрасли в ближайшие годы станет повсеместное распространение «умных» телевизоров (Smart TV). Сроки службы обычных ТВ-приемников у населения подходят к концу, ожидается замена парка телевизоров как раз на «умные» модели, позволяющие напрямую смотреть контент из Интернета.

В принципе, практически все участники дискуссии говорили об одном и том же, рассматривая, возможно, схожие проблемы с разных точек зрения. Выделялось выступление Павла Степанова. На мой взгляд, это был пример того, как можно говорить долго и практически ни о чем конкретном. Он смог в одну речь вместить и политику, и право, и вопросы создания и распространения

контента, и монетизацию, и много чего еще, умудрившись при этом не сказать ничего конкретного. Чего только стоит постулат о том, что бороться с пиратством нужно не только на основе принятых уже законов. Интересно, а как же еще?

После обеденного перерыва аудитория разделилась на два потока. Первый отправился на сессию под название «Контент», а второй – на заседание «Сервисы и платформы». Автор данного материала посетил дискуссию о сервисах и платформах. Первое выступление на ней сделала команда Irdeto – директор в России и СНГ Наталья Романова, менеджер по продукции 4K/UHD Брюс Крутин и директор по маркетингу Джим Филиппов. Вместе они рассказали, что делает компания на рынке СМИ и развлечений, причем Джим Филиппов отметил, что ситуация с платным ТВ в России лучше, чем на многих других рынках. И самое важное – есть место для существенного роста.



Наталья Романова

И снова в качестве основной проблемы было названо пиратство. Ведь именно для борьбы с ним, по большому счету, и служат разрабатываемые Irdeto решения.

Говоря об основных направлениях развития рынка, Наталья Романова отметила некоторые из многих. Одно из таких направлений – телевидение типа Catch-up, то есть бесплатная трансляция привлекательного контента, призванная сохранить лояльность аудитории. Второй тренд – виртуальная реальность. Пока что выгоду из этого извлекают производители оборудования, но нет четкой модели вовлечения операторов в этот сегмент рынка. Делаются первые опыты, однако для операторов платного ТВ еще много неясного.

Еще один мощный драйвер платного ТВ в мире – спортивные трансляции. В России это пока не работает. Но потенциал тут высокий, так что есть надежда, что платные спортивные

трансляции в нашей стране станут такой же курицей, несущей золотые яйца, как и в других странах мира.

А о перспективе 4K/UHD рассказал Брюс Куртин. Чтобы добиться успеха в этом сегменте, нужно обеспечить максимальную защиту контента, поскольку сам этот контент имеет высокую стоимость. И нужно выбрать правильный канал распространения контента. Еще важно быстро внедрять инновации. Ведь технологически переход от SD к HD проходил гораздо проще, чем он идет от HD к UHD. В последнем случае меняется не только разрешение, но и ряд других важных характеристик изображения и звука.

Но и смотрится этот контент куда более привлекательно, поэтому он так желанен для операторов, и для зрителей. И в этом случае особую важность приобретает защита контента. Это осознают и основные создатели контента, сформировавшие консорциум для решения проблем безопасности доступа к контенту. Уже разработаны базовые правила, которых должны придерживаться операторы, чтобы получить права на такой материал.

Правда, в России у населения сегодня почти нет UHD-телевизоров, но уже к 2020 году прогнозируется рост парка данной техники до 10%. Это тоже хороший шанс для операторов, потому



Александр Широких

что наличие 4K-сервисов в пакете одного оператора будет выгодно отличать его от другого оператора, не предлагающего такой сервис.

Ну и в целом презентация Irdeto была посвящена средствам защиты контента на всевозможных платформах, в том числе и OTT, а также в условиях потребления медиаинформации на многочисленных, очень разных устройствах.

Сделал выступление и генеральный директор NAT Александр Широких. Оно касалось но-

вых технологий в телевидении. В подкрепление своих слов Александр привел результаты исследований авторитетной компании Devencroft, которые говорят, что основной тенденцией представители телевизионного сообщества видят мультиплатформенную доставку контента (вещание, Интернет и др.). С большим отставанием далее следуют переход на IP, внедрение 4K/UHD и т.д.

В целом же, Александр Широких отметил, что все актуальные новинки оборудования и технологий будут в полной мере представлены на предстоящей в октябре выставке NATEXPO, куда и пригласил всех собравшихся.

Форум содержал и другие интересные сессии и круглые столы. Они были посвящены опыту наземного распространения телеканалов, технологиям виртуальной и дополненной реальности, извлечению прибыли из создания и распространения контента, OTT, рекламе и медиаизмерениям. Ценно было то, что своим опытом делились практикующие специалисты, а не теоретики. Поэтому и залы были полны, и аудитория с интересом следила за ходом выступлений.

Завершился форум приемом для участников и гостей, во время которого они смогли немного расслабиться после напряженного дня и пообщаться в неформальной обстановке. ▶

Устройства распределения питания



- 14 выходов IEC в компактном корпусе 1U
- проходной вход/выход powerCON
- фильтр ЭМП по входу
- разгрузочная штанга для фиксации кабелей
- маркерная лента
- предохранитель и индикатор состояния по каждому выходу
- USB порт для зарядки мобильных устройств

ООО «ЛЭС-ТВ» www.les.ru
+7 (499) 995-0590 / +7 (495) 234-4275