Конференция IBC 2026 и презентации: почему аккредитация на конференцию все еще имеет значение в эпоху бесплатного контента

Екатерина Петухова

IBC 2026 (11...14 сентября, RAI Amsterdam) предоставила вниманию специалистов огромный объем контента. И если аккредитацию посетителя можно было получить бесплатно по коду от участника выставки, чтобы иметь доступ в 14 павильонов, на сессии Content Everywhere, Future Tech, на мероприятия Owner & Partner Programme, а также на множество мини-сессий и демонстраций экспонентов, то полная аккредитация стоила более 1 тыс. евро.

Так что же оправдывает покупку делегатской аккредитации? Довольно многое. Но, возможно, не та причина, которая первой приходит в голову. IBC стало практически невозможно охватить целиком. Только открытая программа в павильонах охватывала сотни докладчиков, а основная программа конференции собрала их более 200. Ни один человек не способен посетить, не говоря уже о том, чтобы осмыслить, все это. Именно поэтому я воспользовалась помощью искусственного интеллекта, чтобы составить карту шоу.

Освещая IBC на протяжении многих лет – еще с тех пор, когда доклады конференции раздавали на CD, а сессии Content Everywhere можно было посмотреть в записи через несколько недель, я понимаю, насколько кардинально изменился объем контента.

Но основное различие между программами – это не просто платный контент против бесплатного. Это различие между тщательно отобранным контекстным содержанием и просто потоком информации, хотя и значительной.

AI повсюду, но подача разная

Искусственный интеллект на IBC 2026 присутствовал везде – на сессиях основной конференции, в технических докладах, в программах Future Tech, Content Everywhere и во всех выставочных павильонах. Доклады на основной конференции, как правило, выходили за рамки самой технологии.

«Ломать стереотипы, внедрять инновации, созидать: как принять искусственный интеллект» – эта сессия с участием Элин ван дер Велден (Eline van der Velden, основательница и генеральный директор Particle6) и виртуальной AI-актрисы Тилли Норвуд (Tilly Norwood) – хороший тому пример. Элин рассказала, что за созданием Тилли стоит штат из 15 специалистов, плюс привлеченные сотрудники и более 2 тыс. творческих итераций. То, что выглядело со стороны как сгенерированный искусственным интеллектом персонаж, на деле оказалось мультидисциплинарной постановкой, включающей создание базового сценария, дизайн персонажа, формирование голоса, обучение AI-агента с созданием личности и целого окружающего ее мира. Синтетическая персона могла вести диалог с аудиторией уже без сценария. И это гораздо мощнее, чем просто анимированный AI-агент, – это технология, объединяющая новые и уже существующие твор-

Вкратце это выглядело примерно так:

Программа	Доступ	Содержание
Основная конференция	Delegate Pass	Курируемая программа, выступления топ-менеджеров и стратегические дискуссии
Технические доклады	Delegate Pass, Technical Papers Pass	Рецензируемые исследования и техническая политика
Content Everywhere	Бесплатно	Стриминг, OTT, представление продукции и платформ. Открытые дискуссии
Owner & Partner Programme	Бесплатно	Стандарты, совместимость, устойчивое развитие и отраслевые инициативы
Future Tech	Бесплатно	Стартапы, новые технологии, демонстрации и эксперименты
Accelerator Programme	Бесплатный просмотр	Совместные проекты поставщиков технологий и индустрии, подтверждающие те или иные концепции

Тилли Норвуд – виртуальная персона впервые на конференции

ческие дисциплины в интерактивный производственный процесс.

Анна Маллет (Anna Mallett, вице-президент Netflix по производству в EMEA), подошла к теме с другой стороны, рассказав об эволюции производства контента с применением AI и о все более глобальном облачном сотрудничестве при работе над крупными творческими проектами.

Алекс Шараламбидес (Alex Charalambides, старший вице-президент и технический директор CNN) в своем докладе описал, как организация перестраивает новостные процессы вокруг AI, одновременно признавая очевидные риски: дезинформацию и возможность того, что синтетический контент подорвет доверие аудитории. Финальной точкой новостного выпуска всегда остается человек. Это не были демонстрации продукции. Это были вопросы о том, где место AI внутри реальных медиаорганизаций.

Бесплатная же программа была ближе к самой технологии. Первая презентация на сцене №1 в рамках программы Content Everywhere, прошедшая при поддержке AWS, называлась «Как AI-агент меняет цепочку создания стоимости в медиаиндустрии». Модератором выступил Поль Эриксон (Paul Erickson) из компании Omdia, а участие приняли Крис Цеймер (Chris Ziemer, AWS), Гарет Капон (Gareth Capon, Grabyo) и Сойянг Ли (Soyoung Lee, сооснователь TwelveLabs). Они обсудили возможности AI-агента по всей цепочке создания стоимости – от планирования и создания контента до его производства, дистрибуции и монетизации.

В этом и заключается фундаментальное различие между программами: бесплатная программа – что именно компании создают. Например, V-Nova продемонстрировала внедрение нового формата компрессии LCRVC в мире. А конференция фокусировалась на том, что это значит для будущего индустрии.

Данные о внедрении формата компрессии LCRVC

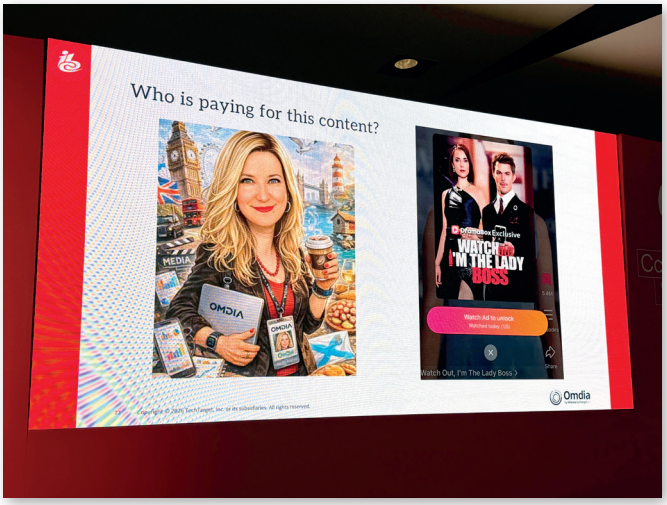
Экономика творцов и микродрама

Сессии от Эвана Шапиро (Evan Shapiro), проведенные совместно с Широй Лазар, – «Правила для экономики творцов» и «Победители и проигравшие в экономике творцов» – собрали широкий круг участников. Среди них были Хелен О'Доннел (Helen O'Donnell) из BBC Studios Digital Brands, Йорит Эринга (Jorrit Eringa) из Snap, Сами Куазем (Sami Qasem) из Tubi, Тим Хаубейл (Tim Haubeil) из Sidemen Entertainment и Уилл Питерс (Will Pithers) из Meta. Суть обсуждения состояла не только в том, что роль создателей контента возрастает и они сами и являются брендом, а в том, что традиционный ландшафт медиапотребления меняется. Для молодой аудитории телевизор не является основным экраном. Открытие контента может происходить через автора-создателя, его социальную платформу или сообщество задолго до того, как контент попадет в поле зрения традиционного медиабренда. Отсюда прямой путь к attention economy – экономике внимания.

Шира Лазар (слева) и Эван Шапиро

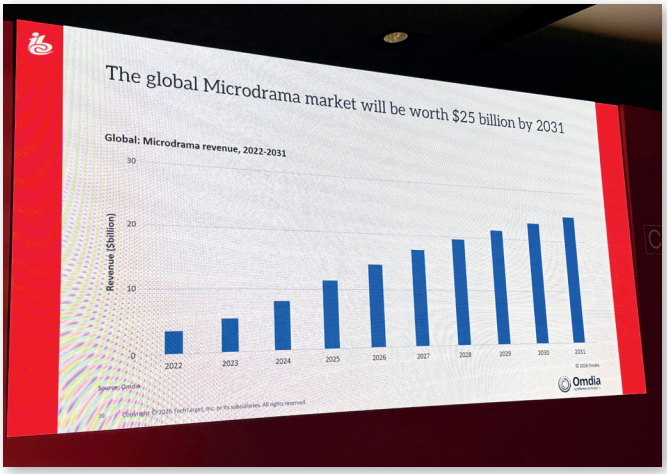
На сессии «Победа в экономике внимания: взлет микродрамы» к Марии Руа Агуете (Maria Rua Aguete) из Omdia присоединились сооснователь и согендиректор Holywater Tech Анатолий Касьянов и Лиор Фрейдман (Lior Friedman), сооснователь и глава по развитию бизнеса RoseBerry. Микродрама – это не просто телевизионная картинка, расположенная вертикально. Она меняет саму экономику и характер повествования: более короткие эпизоды, потребление в первую очередь на мобильных устройствах, быстрые производственные циклы и бизнес-модель, построенная на удержании внимания очень небольшими порциями. Но здесь есть и другая возможность.

Значительная часть традиционной медиаиндустрии сидит на массивном архиве материалов и интеллектуальной собственности. Формат, возможно, придется изменить, но лежащая в его основе человеческая драма – вечна. Старые истории можно переупаковать для новых экранов и новой аудитории.



На сессии «Победа в экономике внимания: взлет микродрамы»

Content Everywhere раскрыла производственную сторону этого явления на сессии «Бум микросериалов: как AI строит новую империю стриминга», которую провел Армен Хакобян (Armen Hakobyan), гендиректор и соосновательinoRain.



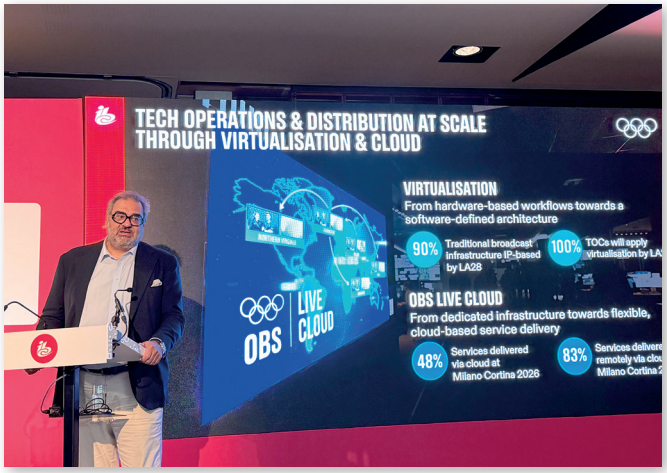
Рост рынка микросериалов

Именно здесь несколько тем IBC сошлись воедино: AI меняет производство; создатели меняют способ открытия контента; микродрама меняет потребление.

Невозможно было не заметить, что спорт занимал большое место во всех треках конференции и выставки. IBC назвала 2026 год самым сильным спортивным сезоном за всю историю выставки: были представлены OBS, FIFA, UEFA, LaLiga и другие крупные организации. В платной части конференции рассматривались все аспекты спортивного вещания – искусственный интеллект, связь, вовлеченность болельщиков и авторские права.

На сессии «Масштабные спортивные трансляции в прямом эфире: переосмысление искусства возможного» гендиректор OBS Янис Экзархоз (Yiannis Exarchos) и руководитель производства основного вещания в FIFA Оскар Санчес обсудили технологические вызовы, стоящие перед предстоящими крупными спортивными событиями, такими, например, как Олимпийские игры 2028 в Лос-Анджелесе.

Далее, на сессии «Новая стратегия для спорта: AI, данные, болельщики и правообладатели» директор по



Янис Экзархоз рассказывает о трансляциях предстоящей Олимпиады в Лос-Анджелесе

контенту в Liga Portugal Франческо Антуньез (Francisco Antunez) и финансовый директор женской Суперлиги Зара Аль-Кудси (Zarah Al-Kudcy) обсудили животрепещущие вопросы, касающиеся вовлеченности болельщиков и финансов, а исполнительный директор UEFA по маркетингу Ги-Лоран Эпштейн (Guy-Laurent Epstein) рассмотрел на сессии «УЕФА: Стимулирование роста за счет инноваций» противоречие между традиционным представлением о спортивном вещании и потребностями инновационного охвата и роста потребления контента новой аудиторией с точки зрения правообладателя. В то время как основу конференции в общей сложности составили четыре сессии, посвященные спортивной тематике, в бесплатной программе Content Everywhere была представлена 21 сессия, связанная со спортом. Фактически, целый день (12 сентября) под брендом SPORTEL рассматривались аспекты стриминга Чемпионата мира 2026 года по футболу, вовлечение болельщиков и права на трансляции. Бесплатная программа позволяла глубже погрузиться в практику применения искусственного интеллекта в решениях для спортивных трансляций, изучить особенности мобильной аудитории и OTT.

Площадка Future Tech была здесь особенно интересна. OBS продемонстрировала технологии, разработанные к Milano Cortina 2026, включая AI- и облачное производство, а также повторы в режиме реального времени с эффектом 360°. Таким образом, в свободном доступе предлагался огромный объем информации, вопрос был в том, насколько легко она усваивается.

А вот некоторые из самых значимых презентаций бесплатного трека, которые необходимо отметить, оказались в партнерской программе. Это, например, круглый стол «MovieLabs 2030: это больше не просто видение – это путь». Его участники – директор по информационным технологиям в сфере кино и телевидения NBCUniversal Стив Лапински (Steve Lapinski), вице-президент Warner Bros. Discovery по монтажу и обработке, рабочим процессам и эксплуатации Джонатан Торторо (Jonathan Tortoro), вице-президент по производственным технологиям The Walt Disney Studios Матт Уолтерс (Matt Walters) и специалист MovieLabs по производственным технологиям Крис Вьенно (Chris Vienneau) – под руководством опытного модератора, главы MovieLabs Леона Сильвермана (Leon Silverman) наглядно показали, как при помощи новых

На презентации MovieLabs

технологий кинематографисты реально могут получить более совершенные инструменты для создания полноценного голливудского продукта, наладить более гибкие рабочие процессы, а значит, сэкономить время при создании фильма и сделать более экономичным все производство.

И, наконец, состоявшаяся 13 сентября ключевая сессия партнерской программы «DMF/MXL: почему это важно именно сейчас?», на которой Виллем Вермост (Willem Vermost) из EBU и гендиректор CBC Феликс Пулен (Félix Poulin) наглядно представили проект Dynamic Media Facility (DMF) на основании Media eXchange Layer (MXL),

Разработчики DMF/MXL получают заслуженную награду

разработанный для канадского телевидения. DMF/MXL – это инициатива по обеспечению функциональной совместимости оборудования разных вендоров, удостоенная, кстати, награды IBC Innovation Award 2026.

Media eXchange Layer (MXL) представляет собой проект SDK с открытым исходным кодом, реализуемый под эгидой Linux Foundation в сотрудничестве с EBU и NABA в формате международного партнерства. DMF/MXL – следующая ступень развития вещательной технологии, которая обеспечивает гибкость инфраструктуры для решения различных задач и, как следствие, значительную экономию ресурса предприятия. А живую демонстрацию можно было увидеть непосредственно на стенде EBU. В то же время детальная подробная технологическая дискуссия на тему DMF/MXL состоялась уже в платном треке Technical Papers. Томас Эдвардс (Thomas Edwards) – старший менеджер, архитектор решений в Amazon Web Services – сделал презентацию на тему «Совместная разработка MXL: прогресс в создании SDK для обмена данными с открытым исходным кодом и поддержкой решений от разных производителей». Речь шла о совместной работе Amazon Web Services (США), Grass Valley (Канада), EBU (Швейцария) и BBC R&D (Великобритания).

Презентацию «MXL как интерфейс взаимодействия между системами искусственного интеллекта и вещательными инфраструктурами» сделал Гийом Артюис (Guillaume Arthuis) – основатель и управляющий директор компании BBright. В рамках презентаций были затронуты такие аспекты, как решение задачи интеграции обработки данных с помощью AI в профессиональные вещательные IP-инфраструктуры с использованием архитектурного решения на базе MXL, решение задачи администрирования программно-ориентированных рабочих процессов производства медиаконтента с применением оборудования и ПО от разных производителей в современных средах Dynamic Media Facility (DMF). Картикей Агравал (Kartikey Agrawal) – старший инженер-программист системного ПО в Nvidia Corporation – осветил тему «Администрирование медиафункций в среде Dynamic Media Facility с использованием решений от различных поставщиков и разных сред выполнения».

Какой же вывод можно сделать, исходя из изложенного выше? Прежде всего, что Delegate Pass – это не

Приглашение к сотрудничеству

просто «больше контента». Это доступ к тщательно отобранному материалу. Отбор провели эксперты достаточно высокого уровня, способные определить, что заслуживает презентации на главной сцене, что двигает индустрию вперед. Тот, кто платит за пропуск на платную часть конференции, покупает контекст: не презентацию о том, как компания описывает облачный рабочий процесс, а подробные разъяснения, что на самом деле требуется для совместимости, когда студиям приходится обмениваться активами, метаданными и процессами через границы. Еще участник конференции приобретает концентрацию: выделенные места, контролируемую акустику, аудиторию, которая пришла слушать.

На бесплатной площадке Future Tech Stage, например, предлагалась одна из самых интересных программ свободной конференции, но и одна из наиболее сложных для усвоения, потому что здесь было шумно, тесно, места заканчивались за считаные минуты, и приходилось ловить половину информации на фоне чужого разговора в надежде, что остальное позже найдется в чьем-то обзоре.

Можно сказать, что сходные процессы все в большей степени происходят и со всей индустрией под влиянием искусственного интеллекта. Собирать информацию становится проще. Понимать, что она значит, и что с чем связано, – нет. На IBC 2026 главная история была не о каком-то одном AI-применении. Она состояла в объемном комплексе применения AI и в вещании, и в производстве контента, и далее от производства к облачному хранению и обработке, от облака к совместимости, а потом к распространению контента в различных средах и, конечно, к монетизации.

Одной из интересовавших меня на IBC тем было применение MCP (Model Context Protocol) в вещании в качестве практического связующего слоя между AI и существующими медиасистемами. Состоялась даже сессия на Future Tech, прямо озаглавленная «Создаете MCP? Если просто помещаете API в обертку, то это неправильно». Ее провел гендиректор StorageDNA Тридиб Чакраварти (Tridib Chakravarty). Хорошо представленный на стендах некоторых производителей (например, Imagine Communications и Signiant,) MCP оказался, к сожалению, едва затронут в главной конференции. Надеюсь, что детальное обсуждение применения этого протокола не заставит себя долго ждать.

Что можно сказать в качестве резюме? Контента становится все больше, и он, как правило, бесплатный. А вот анализ и синтез требуют усилий, времени и зачастую денег. Но вы всегда найдете важную информацию в журнале MediaVision.

НОВОСТИ

Многоуровневая платформа Qligent Vision с бесплатным базовым уровнем

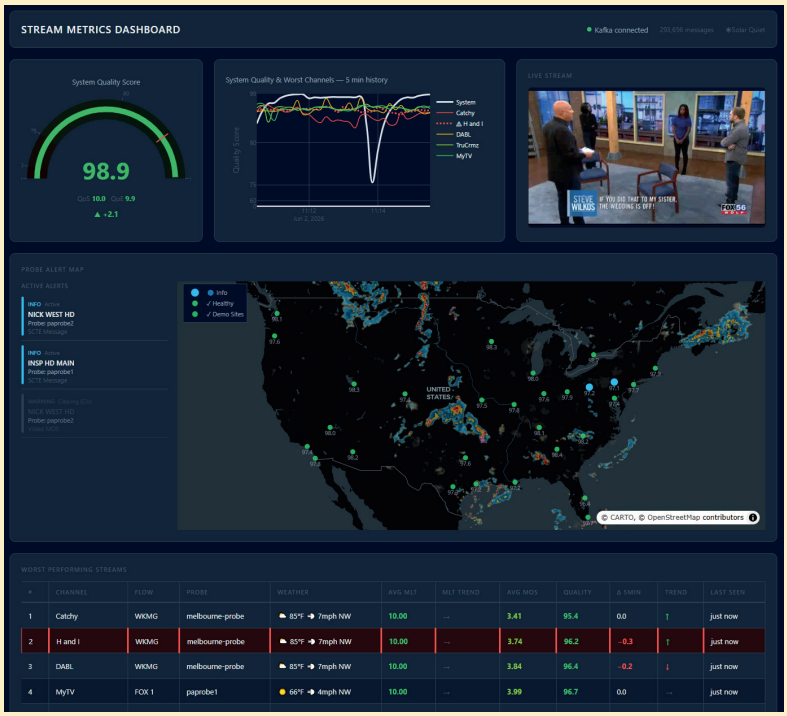
Компания Qligent представила новую многоуровневую модель платформы Vision для мониторинга и анализа медиасигналов. Она предусматривает бесплатный доступ к базовым функциям контроля соответствия вещательных сигналов требованиям качества и регулирующих органов, а также возможность перехода на более совершенные инструменты анализа и автоматизации.

Новая структура содержит три уровня – Vision Level 5, Level 6 и Level 7. Базовый Level 5 предназначен для отдельных телевизионных станций и обеспечивает мониторинг целостности сигнала. Компания продолжит развивать этот уровень: обновление, подготовленное к NAB Show New York, добавляет поддержку аппаратного захвата, SMPTE ST 2110 и расширяет возможности работы с сигналами SDI и ASI. Для организаций с несколькими площадками предусмотрен платный уровень агрегации, объединяющий данные мониторинга.

Vision Level 6 расширяет возможности платформы за счет искусственного интеллекта. Он добавляет автоматический анализ первопричин неисправностей, оценку состояния систем и формирование сводных отчетов, помогая выявлять проблемы и переходить от реактивного контроля к более проактивному управлению инфраструктурой.

Level 7 предназначен для крупных вещателей и медиакомпаний. Он обеспечивает сквозную наблюдаемость всей цепочки производства и доставки контента, включая технические системы и сети, от которых зависит работа вещательных сервисов.

Платформа Vision построена на облачной микросервисной архитектуре с программным управлением и поддерживает локальное, облачное и гибридное развертывание.



Экран платформы на уровне Level 6