

ConTech 2021: СМИ и власть – достигим ли компромисс?

Михаил Житомирский, по материалам TMT Conference

В Москве 7 октября состоялась VI Международная конференция «ConTech 2021. контент и технологии для цифрового ТВ в России», которую организовали «ТМТ Конференции», «Телеспутник» и IAA TelecomDaily. Разумеется, с соблюдением всех санитарных норм, присущих нынешнему времени. Была и онлайн-овая составляющая.

Одной из самых жарких была дискуссия о том, возможен ли диалог отрасли и власти. Правда, приметой времени уже стала некоторая подмена понятий, когда государство отождествляют с властью. Ну или наоборот. На самом деле, государство – это совокупность компонентов, и органы власти – лишь один из них, не самый большой и не самый, наверное, важный. Поэтому правильнее говорить именно о диалоге медиаиндустрии с органами власти, поскольку с главной составляющей государства – его людьми – СМИ уже давно и успешно взаимодействуют.

Так вот, спор об этом самом диалоге состоялся в рамках панельной дискуссии «Правовое регулирование медиателекама в эпоху цифровой трансформации отрасли». На повестку были вынесены вопросы регулирования как технических, так и иных вопросов – правовых, экономических и т. д. Мнения звучали разные, но в целом сложилось ощущение, что органы власти ведут себя в сфере регулирования СМИ как слон в посудной лавке. Попытки регулировать все и вся, во-первых, лишены практического смысла, а во-вторых, во многих случаях просто вредны для отрасли. Достаточно хотя бы проанализировать процесс вымывания из отрасли разных медиакомпаний – их становится все меньше, особенно независимых, и ситуация только усугубляется.

Заместитель генерального директора по контентной политике «Триколора» Николай Орлов, говоря о госрегулировании СМИ, выразил доминирующее среди его коллег мнение, что лучшей поддержкой отрасли со стороны государства стало бы отсутствие лишнего регулирования: «Мы прекрасно понимаем, что это невозможно. Отрасли СМИ и телевидения отрегулированы уже давно, а сейчас государство взялось за регулирование Интернета, поскольку его влияние все больше и больше возрастает. Хотелось бы, чтобы государство создавало как можно меньше монополистов, причем коммерческих монополистов, которые могут злоупотреблять своим положением. Однако несмотря на то, что государство в очередной раз серьезно взялось за отрасль, позитивные тренды в этом процессе тоже есть, потому что чиновники начали советоваться с отраслью. Я считаю, что к неким компромиссам с государством нам удастся прийти».

Не меньше споров вызвал и недавно принятый закон о едином поставщике общедоступных телеканалов в Интернете. Кто-то ждет скорейшего введения в действие и закона, и соответствующих подзаконных актов. А кому-то этот закон не нравится вовсе. В целом многие отмечали, что отрасль просто захлестнула волна регулирования, и что многие подобные инициативы, мягко говоря, мало кому понятны.

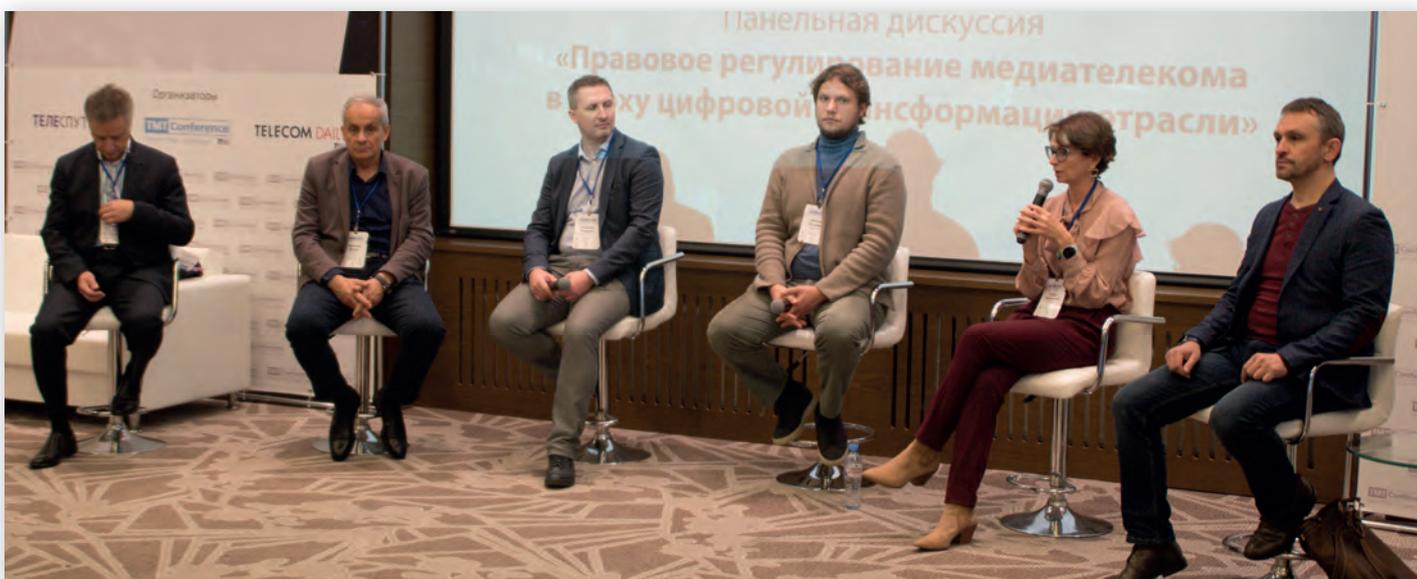
Подчеркивалось также, что импульс развитию рынка даст не чрезмерное регулирование, а формирование здоровой конкуренции. Так считает, в частности, директор по правовым вопросам холдинга «Медиа-1» Ольга Зворыгина.



Николай Орлов, «Триколор»



Ольга Зворыгина



Участники панельной дискуссии о правовом регулировании

Второе, в чем мнения представителей медиаиндустрии сходятся, это запоздалая реакция законодателей на изменение рыночного ландшафта. Хотя и тут есть над чем подумать. Возможно, на многое все не стоит реагировать – аудитория сама отреагирует и решит, каким СМИ отдать свое предпочтение, а значит, время и деньги.

Есть проблемы с получением бюджетного финансирования для инновационных контентных проектов, даже если они соответствуют требованиям институтов господдержки, не решены другие вопросы.

Не менее интересным был поток «MediaTech: технологии и сети доставки в ТВ-индустрии», в рамках которого обсуждались распространение телеканалов, облачные сервисы, а также влияние предпочтений аудитории на технологические подходы и решения. Генеральный директор Национальной ассоциации телерадиовещателей Александр Широких, открывая сессию «Аналитика и тренды», перечислил основные тенденции глобального медиарынка. Он обратил внимание на важное для медиакомпаний явление – «уплотнение» времени пользователей: исследования показывают, что у современного человека, который включает сериал, одновременно общается в мессенджере и листает ленту новостей, уже 31 час в сутках.

Один из руководителей «МТС Медиа» Алексей Иванов подчеркнул, что пользователь сейчас все меньше обращает внимание на то, как именно технически он получает на свои устройства интересный для него контент. Иными словами, в борьбе за зрителя произошел переход от конкуренции технологий к конкуренции контента. Правда, честно говоря, об этом было сказано уже довольно давно.

Интересны и аналитические данные, представленные разными профильными структурами. Эти данные говорят о том, что с возрастом предпочтения аудитории меняются – чем старше люди, тем больше они ценят качество, а потому переключаются с пользовательского на профессионально созданный контент.

Все больше востребованы технологии виртуальной и дополненной реальности, а также так называемые умные телевизоры, позволяющие на большом экране и в высоком качестве смотреть контент, распространяемый через популярные интернет-порталы и сервисы, такие как «Кинопоиск HD», ivi, Wink, Netflix, YouTube и др.

Вещатели тоже не дремлют и осваивают средства интерактивного и адресного взаимодействия с телезрителями. В частности, для этого применяют технологии HbbTV.

А участники сессии «Технологии и решения» сфокусировались на IT-разработках и принципах построения вещательных платформ, повышающих надежность трансляций и упрощающих запуск новых сервисов. Из позитивного отмечалось расширение линейки доступных в России решений для медиаиндустрии. Один из свежих примеров – открытие в стране офиса АТЕМЕ – одного из ведущих поставщиков средств доставки видео.

А уже давно обосновавшаяся в России компания Huawei стремится внедрять в секторе СМИ и телекоммуникаций инновации для построения сетевой инфраструктуры, делая ставку на облачные технологии, о чем свидетельствует и партнерство Huawei с облачным провайдером SberCloud.

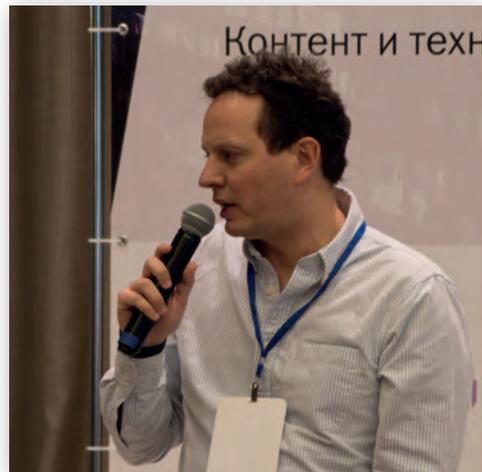
Не отстает и британская Synamedia, фактически работающая на российском рынке с середины 1990-х, а с апреля нынешнего года открывшая здесь полноценное представительство.

Сессия «Среды доставки» высветила еще одну важную тенденцию – все более широкое использование Интернета как среды доставки ТВ-сигнала. Ключевое сообщение тут сделал директор проекта «Медиаэгоистика» компании MSK-IX Григорий Кузин. По его мнению, Интернет уже рассматривается профессиональным сообществом как полноценный канал для надежной доставки сигнала. Тогда как еще несколько лет назад он таковым не считался, да и не был. Конечно, есть и проблемы, например, с задержкой при трансляции в режиме реального времени через Интернет. Но есть и решения, о которых тоже говорилось на сессии.

Поток «Диалоги про контент: стратегии производства, бизнес-модели, творчество» стал площадкой обмена мнениями между производителями и распространителями контента. Они обсудили тенденции в этой сфере, ведь именно контент уже давно стал главным козырем в борьбе за пользователя. Основой для дискуссии стали результаты исследования онлайн-кинотеатров за первое полугодие 2021. По прогнозам экспертов, года через 2-3 можно ждать, что до 90% рынка займут крупные игроки, а «мелкой рыбке» останутся ниши объемом не более 10%. При этом уровень пиратства остается высоким, поскольку зрители наравне с легальным контентом потребляют и нелегальный. Радует, что доля пиратского контента, хоть и медленно, но снижается. Роль в этом играет и увеличение объемов производимого в стране контента, который, как показывают исследования, интересен аудитории.

Данные исследований говорят и о том, что даже на нелинейных платформах зрители больше смотрят линейные каналы, а не видео по запросу. Причем при просмотре не только на традиционных телевизорах, но и на мобильных устройствах – смартфонах, планшетах и т. д.

Еще одна положительная тенденция в том, что все больше абонентов готовы платить за более емкие premium-пакеты, содержащие не только линейные каналы, но и видео по запросу. В общем, прогноз завершения эпохи линейного ТВ оказался, мягко говоря, преждевременным. Пока линейное вещание чувствует себя вполне неплохо. Свою роль играет и тот факт, что зритель рассматривает потребление контента как отдых, а потому не хочет тратить силы и время на поиск и выбор того или иного материала – проще подстроиться под сетку вещания или просто перебрать каналы.



*Генеральный директор НАТ
Александр Широких*

Столь же рано списывать со счетов и платные телеканалы, не располагающие оригинальным контентом, будь он собственный или приобретенный у стороннего производителя. Если грамотно и тщательно подойти к отбору контента, его адаптации и правильному размещению в сетке вещания, то телеканал будет вполне неплохо существовать. Такого мнения придерживается директор службы рекламы и продвижения телекомпании «Первый ТВЧ» Мария Черкасская. И это мнение обосновано, поскольку базируется на большом опыте продвижения платных телеканалов в социальных сетях.

Тем не менее оригинальный контент все же необходим, особенно тематическим каналам. Некоторые эксперты уверены, что без такого контента тематический телеканал не может рассчитывать на успех. Эту позицию отстаивала директор по продажам THEMA RUS Екатерина Якушенко, приводя в пример телеканалы Mezzo и Mezzo Live HD из ассортимента THEMA.

Завершил конференцию спор о перспективах российского контента на международном рынке. Основатель и генеральный продюсер Red Carpet Studio Антон Калинин уверен, что интерес мировых платформ, таких как Netflix, к творениям отечественных кинематографистов вызван исключительно желанием прощупать российский рынок и заинтересованностью в наших территориях. Продюсер фильма «Майор Гром: Чумной доктор» Михаил Китаев, напротив, считает, что благодаря глобализации Россия становится частью единого видеорынка, и это хорошо. Согласился с ним и вице-президент по международным продажам и закупкам Beta Film Леонид Годик, приводя в пример международный успех сериала «Перевал Дятлова».

Конференция прошла успешно, интерес к программе был высоким, что свидетельствует об актуальности предложенной организаторами повестки. «ТМТ Конференции», «Телеспутник» и ИАА TelecomDaily уже начали подготовку деловой программы следующей конференции ConTech и обязательно учтут опыт уже состоявшегося мероприятия.

Новая студийная Sony HDC-F5500

Для съемки спорта и прямых спортивных трансляций вещатели все чаще применяют беззеркальные фотокамеры с функцией видеосъемки и цифровые кинокамеры. Благодаря использованию сенсоров фотографических и кинематографических типов эти камеры обеспечивают соответствующий стиль изображения, в том числе с малой глубиной резкости, а значит, изображение получается более выразительным.

В ответ на эту потребность компания Sony разработала новую системную камеру HDC-F5500. Она оснащается CMOS-сенсором формата Super 35 мм разрешением 4K с кадровым затвором, что обеспечивает малую глубину резкости, как в кинематографе. К тому же кадровый затвор в отличие от бегущего исключает присутствие последнему искажения, проявляющиеся при съемке движущихся объектов. К таким искажениям от-

носятся, в частности, геометрические, когда прямые линии искривляются. Это хорошо заметно, например, при съемке вращающегося пропеллера.

Кроме того, чтобы достичь качества изображения, достаточного для съемки динамичных сцен, а спорт – это именно динамика, требуется повышенная по сравнению с номинальной частота кадров. Новая камера Sony способна снимать со скоростью до 120 кадр/с, что делает ее оптимальной для спортивных трансляций и других программ, а также

способствует повышению качества замедленных повторов, которые уже давно стали неотъемлемой частью спортивных трансляций.

Первая из студийных камер, оснащенная сенсором Super 35 мм, Sony HDC-F5500 содержит моторизованный восьмиступенчатый нейтральный фильтр, такой же, как у Sony VENICE. Управлять фильтром можно локально и дистанционно. Это позволяет точно выбирать глубину фокусировки и контролировать съемку быстро движущихся объектов даже при ярком освещении.

Универсальная камера и с точки зрения цветопередачи. Она поддерживает цветные пространства BT.2020, S-Gamut3/S-Gamut3.cine и HLG, а также Sony SR Live для рабочего процесса HDR с использованием HLG и S-Log3.

Что касается передачи сигнала от камеры и управления ею, то и тут все довольно функционально – F5500 совместима с системой Sony IP Live, поскольку работает с базовой станцией HDCU-5000, которая поддерживает стандарты SMPTE ST 2110 и AMWA NMOS. С камерой также можно использовать IP-адаптер HDCE-TX50, и тогда базовая станция не нужна вовсе – управление и передача сигналов выполняются по IP-сети.

Камера получила новый механизм регулировки положения видеоскалеля, совместимый с имеющимися видеоскалелями Sony и рядом сторонних моделей. Есть удобная рукоятка для съемки с рук, имеется боковой индикатор Tally.

Начало поставок HDC-F5500 ожидается в декабре нынешнего года.



Harmonic интегрирует Google Cloud Marketplace в CableOS Platform

Компания Harmonic объявила об интеграции Google Cloud Marketplace в свою облачную платформу CableOS. Это позволит операторам использовать данную платформу с быстрым доступом к приложениям Google Cloud Marketplace, а значит, быстрее и проще развертывать новые сервисы, которые приносят дополнительные доходы.

Применяя CableOS в качестве общей платформы для развертывания приложений от Google Cloud Marketplace, сервис-провайдеры получают возможность запускать широкополосные сервисы быстрее, эффективнее и дешевле, чем ранее. Как граничное облачное решение с многопользовательским доступом, платформа CableOS поддерживает различные инфраструктурные приложения, такие как vCMTS, vPON и vBNG. Интеграция Google Cloud Marketplace в платформу CableOS открывает операторам удобный путь к использованию приложений виртуальной сетевой инфраструктуры для ускоренного запуска новых мобильных и беспроводных сервисов. Google Cloud Marketplace также привносит на платформу множество приложений, имеющих отношение к сервисам для подписчиков, включая повышенный уровень защиты, улучшение

качества предоставления контента и управление Wi-Fi.

К платформе Harmonic CableOS уже подключено более 3 млн модемов, через которые свои сервисы предоставляют не менее 60 операторов кабельного ТВ по всему миру. В их число входят крупнейшие операторы в Северной Америке и Европе, а также ведущие сервис-провайдеры в Латинской Америке и Азии.

