

МЕДИА факты в ЦИФРАХ


По данным исследовательской компании **TNS Media Intelligence**, затраты на рекламу в США возросли на 5,2% в первом квартале 2006 года и составили \$34,9 млрд. При этом один час телеэфира в прайм-тайм содержит 3 минуты 22 секунды продакт плейсмента и 17 минут 38 секунд традиционных рекламных материалов. Таким образом, 35% эфира в прайм-тайм составляет реклама. Самыми крупными рекламодателями в США являются компании **Procter & Gamble**, **General Motors**, **AT&T** и **General Electric**.

Новости Продакшн Сферы

Sony Pictures снимет продолжение «Кода Да Винчи»

Голливудская кинокомпания **Sony Pictures** подписала со сценаристом «Кода Да Винчи» Акивой Голдсманом соглашение об адаптации еще одного романа Дена Брауна «Ангелы и Демоны». Кроме этого студия приобрела права на персонаж Роберта Ленгдона, что дает ей возможность снимать многочисленные сиквелы нашумевшего фильма.

«Закон и порядок» будет адаптирован для российского зрителя



Российский телеканал **НТВ** получил права на адаптацию сериалов *Law & Order: Criminal Intent* и *Law & Order: SVU*; оригинальные версии этих телефильмов уже много лет производятся компаниями **NBC Universal International Television Distribution** и **Wolf Films**. **НТВ** уже заказало производство 12 эпизодов каждого сериала у продакшн компаний **2V** (Россия) и **Global American Television (GATV)** (США). *Law & Order: Criminal Intent* адаптируется уже во второй раз: в настоящее время фильм снимается для французского телеканала **TF1**, и выйдет в эфир весной следующего года. *Law & Order: SVU* адаптируется впервые. Производство сериалов проходит в Москве. Ожидается, что зрители увидят фильм уже в этом году. При адаптации фильма особое внимание уделяется языковым аспектам, особенностям национальной культуры и системы правосудия. По условиям контракта **NBC Universal** остается владельцем прав на дистрибуцию русской версии телефильмов. Кроме этого, **NBC Universal** недавно заявила о намерениях усилить свое присутствие за пределами США. Как сообщают в компании, не смотря на довольно успешное ведение бизнеса вне США, только 20% доходов компании поступают из за рубежа. В ближайших планах компании – запуск своих каналов на всех основных территориях Западной Европы.

Герой фильма «Фаренгейт 9/11» судится с режиссером

33-летний ветеран войны в Ираке подал иск против автора фильма "Фаренгейт 9/11" - Майкла Мура. Безрукий инвалид требует от режиссера \$85 млн. за несанкционированное использование кадров телехроники со своим участием.

Сержант Питер Деймон появляется в фильме Мура в эпизоде о солдатах-инвалидах. Лежа на больничной каталке, он рассказывает о новом сильном обезболивающем, которое военные врачи применяют в полевых условиях. Эти кадры были сняты телекомпанией NBC в 2003 году и включены в "Фаренгейт 9/11". Сам Деймон является сторонником американской кампании в Ираке и считает себя глубоко оскорбленным из-за невольного участия в известном антивоенном памфлете, удостоенном "Золотой пальмовой ветви" Каннского фестиваля.

Сержант Деймон подал также иски против канала NBC, продюсерской группы Lions Gate Films, кинокомпании Miramax, то есть всех организаций, причастных к созданию фильма "Фаренгейт 9/11".

Новости Дистрибуции

BVITV заключила ряд договоров в странах Восточной и Центрально Европы

Buena Vista International Television (BVITV) сообщила о заключении контрактов с рядом компаний в Японии, Центральной и Восточной Европе. По условиям контракта с компанией **Viasat Broadcasting**, программный продукт от **BVITV** появится на телеканалах **Prima TV** в Чехии, **TV3** в Латвии, Литве и Эстонии, на **DTV** в России и **TV1000** в странах Балтии. **Prima TV** получила права на показ сериалов *Desperate Housewives*, *Grey's Anatomy* и *Criminal Minds*, художественных лент *Bruce Almighty*, *Cold Mountain*, *The Sixth Sense* и *Enemy of the State*. **TV3** в Латвии, Эстонии и Литве покажет *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl*, *Freaky Friday* и *Calendar Girls*. Зрители Эстонии также увидят *Grey's Anatomy* и *According to Jim*. Зрителям **DTV** в России покажут *Good Morning Vietnam* и *Honey I Shrunk the Kids*; мини-сериал *Stephen King's Rose Red*, а также некоторые эпизоды *America's Funniest Home Videos*.

Walt Disney начинает продажи через интернет

Walt Disney анонсировал неэксклюзивное соглашение с онлайн-сервисом доставки кинопродукции **CinemaNow** (владельцы портала: Lionsgate, Microsoft Corp., Cisco Systems Inc. и Blockbuster Inc). Согласно данному соглашению, **CinemaNow** будет предлагать контент **Walt Disney** в Интернете.

Загрузить новые и старые фильмы киностудии будет возможно с 6 июня. Цена сервиса - \$10-\$20 за одно произведение, что не отличается от цены физического носителя. Формат файлов — *Windows Media Video*, их нельзя будет записать на DVD. Фильмы будут доступны для загрузки с сайта в тот же день, когда они станут продаваться на DVD.

Walt Disney стала последней голливудской киностудией, решившей продавать цифровые копии своих фильмов через Интернет. В апреле киностудии **Universal Pictures**, **Sony Pictures Entertainment**, **Warner Bros.**, **Metro-Goldwyn-Mayer** и **Paramount Pictures** начали продавать свои фильмы в цифровом виде через **Movielink**, являющийся главным конкурентом **CinemaNow**.

MGM заключила соглашение с Fox, отказавшись от услуг Sony

Киностудия **MGM** («Роки», Джеймс Бонд) передаст свой киноархив, содержащий более 4000 наименований, компании **Fox**, которая теперь станет основным дистрибьютором ее продукции на рынке домашнего видео. Ранее сообщалось, что продавать продукцию **MGM** для домашнего видео будет компания **Sony**. Заключение соглашения с **Fox** не распространяется на право **Sony** дистрибутировать следующую серию фильмов о Джеймсе Бонде *Casino Royale* и еще ряда фильмов, которые **MGM** произвела совместно с **Sony**. Руководство **MGM** считает, что, передавая дистрибуцию в одни руки, они достигнут наибольшей эффективности этого бизнеса. Однако, эта сделка остается несколько противоречивой. **Sony** в настоящий момент владеет 20% в **MGM**, и передача

дистрибуции киноархива в другие руки даст студии больше независимости, а также может поспособствовать восстановлению ее независимости как самостоятельного игрока. Кроме этого, **MGM** намеревается построить собственную дистрибуторскую сеть для распространения продукции для телевидения. На сегодняшний день **MGM** владеют компании **Providence Equity Partners** (29%), **Texas Pacific Group** (21%), **Sony Corporation of America** (20%), **Comcast** (20%), **DLJ Merchant Banking Partners** (7%) и **Quadrangle Group** (3%).

Прецедент

«Мосфильм» и «Ленфильм» победили в американском суде

Победой российских владельцев прав на фильмы киностудий "Мосфильм" и "Ленфильм" над американскими "видеопиратами" завершился судебный процесс в Нью-Йорке.

Об этом сообщила Наталья Ганем - президент американской компании Close-Up International, являющейся эксклюзивным представителем в Северной Америке крупнейших российских киностудий.

Истцами в этом беспрецедентном судебном разбирательстве, начавшемся весной 2002 года, выступили **Close-Up International**, кинообъединение "Крупный план" и киноконцерн "Мосфильм". Иск поддержал также "Ленфильм", который, однако, не являлся самостоятельным участником процесса. Ответчиками в иске были названы известный в США распространитель русскоязычной видео- и аудиопродукции "Дом книги Санкт-Петербурга", а также лично его владельцы.

Дело рассматривалось в федеральном окружном суде Восточного округа Нью-Йорка. В результате было вынесено решение, которое подтверждает, что истцам принадлежат авторские права на фильмы и торговые марки компаний "Крупный план" и "Мосфильм". В вердикте подчеркивается, что ответчики умышленно нарушали авторские права и незаконно пользовались торговыми марками истцов.

Дело практически закрыто: остается решить вопрос о размере компенсации, которую ответчики обязаны выплатить истцам. Этим займется суд присяжных, который должен вынести решение до конца августа нынешнего года. Максимальная сумма штрафа в США за один случай умышленного нарушения авторских прав может составить до \$150 тыс. за каждый фильм. Судом признано нарушение авторских прав на 383 фильма со стороны ответчиков.

"Мы оцениваем решение суда как наше очень большое достижение, - сказала Ганем. - Впервые в Америке защищены авторские права киностудий "Мосфильм" и "Ленфильм". "До 2000 года американский рынок русскоязычной кинопродукции был фактически нелегальным, - сказала она. - После начала процесса многое изменилось: "серые" дистрибуторские компании стали обращаться к российским правообладателям с просьбами о приобретении прав на продукцию".

Кинотеатральный бизнес

В Восточной Европе развивается кинематограф

Румыния теперь представлена в общеевропейской организации **European Film Promotion** (EFP), занимающейся содействием развитию европейского кинематографа. **The ROMANIAN FILM PROMOTION Association** (APFR) стала полноправным членом этой организации. В феврале 2006 года к этой организации также присоединились две восточноевропейские страны: **POLISH FILM INSTITUTE** и **SLOVAK FILM INSTITUTE**. EFP получает финансирование от в рамках MEDIA Programme Европейского Союза. Впервые за долгое время Румыния представлена на Каннском кинофестивале, что свидетельствует о возрождении кинематографа в этой стране. Так в этом году для участия в Каннском кинофестивале были отобраны картины *How I Spend The End of the World, Was it or Was it Not* и *Marilena From P7*. В недавнем прошлом румынские картины уже получали награды на международных кинофорумах: *Mr. Lazarescu's Death* (Award for the

best film *Un Certain Regard*, Cannes 2005), *Love Sick* и короткометражные фильмы *Coffee And Cigarettes* (Golden Bear 2004), *Traffic* (Palme D'Or 2004), что привлекло к Румынии внимание как к стране, в которое возрождается настоящее кино.

В Румынии продаются кинотеатры

В Румынии открываются уникальные возможности для построения кинотеатральных сетей: все государственные кинотеатры страны выставлены на продажу. В настоящий момент продается сеть из 317 кинотеатров. Государство надеется продавать кинотеатры пакетами или даже все вместе одному владельцу. По данным игроков рынка в прошлом году посещаемость кинотеатров в Румынии снизилась на 40%, при этом цены на билеты возросли, что привело к тому, что кассовые сборы снизились мене, чем на 20%.

В Испании футбол покажут в кинотеатрах

Испанские любители футбола будут иметь возможность следить за перипетиями футбольных баталий в кинозалах. Как накануне сообщила местная печать, семь кинотеатров по всей стране приняли решение транслировать матчи мирового первенства на своих экранах. Испанские СМИ сообщают, что в случае успеха, соответствующая технология в самое ближайшее время может быть использована и на местном телевидении.

Кинематограф станет цифровым

В ближайшие несколько месяцев сразу две российские киносети планируют начать переходить на цифровой формат кинопоказа, который занимает уже 10% мирового рынка. Его основные плюсы - более высокое качество и длительный срок хранения киноматериала. Однако развитию рынка цифрового кинопоказа пока мешают дороговизна оборудования и неготовность дистрибуторов активно продвигать новый формат. “Синема парк” и “Формула кино” планируют к концу 2006-го - началу 2007 года перейти на цифровой формат кинопоказа.

В мире существует более 600 цифровых кинотеатров, и около 10% фильмов во всем мире выходит в цифровом формате. По прогнозам экспертов, в ближайший год-два примерно 60-70% мейджоров будут переводить свои фильмы в цифровой формат.

Крупными студиями уже определены единые требования к системе цифрового кинопоказа, и выбран единый формат - DCI (Digital Cinema Initiatives), который поддерживают такие мейджоры, как **The Walt Disney, 20th Century Fox, Paramount, Sony, Universal Pictures, Warner Bros.**

Вещание: телевидение и альтернативные способы доставки контента

Новости телекомпаний

MGM снова в игре

Компания **MGM** намерена запустить в странах Восточной Европы и Азии девять фильмовых каналов в рамках глобального расширения своего бизнеса. В Восточной Европе **MGM** объединит усилия с компанией **Chellomedia** (принадлежит Liberty Global). Каналы будут запущены сначала в Венгрии, Чехии и Словакии, а затем в Румынии и Словении. Каждая из компаний будет владеть 50% в создаваемых телеканалах. Кроме этого, **MGM** самостоятельно запустит новые каналы в Индии, Вьетнаме, Камбоджи и на Филиппинах. Вместе с этим **MGM** заявляет о своих намерениях возродить кинопроизводство: в 2006 году компания планирует произвести до 15 фильмов и 20-22 в 2007 году. Также компания начинает производство продукции для телевидения и планирует запустить фильмовый high definition телеканал в США.

В Турции запускают MTV

Компания **MTV Networks International** запускает телеканал **MTV Turkey** - специально адаптированную версию для турецкого рынка. Уже подписано лицензионное соглашение относительно запуска телеканала с турецкой компанией **Multi-Channel Developers**. Старт телеканала запланирован на сентябрь.

BT покажет футбол в рамках услуги BT Vision

Британская телекоммуникационная компания **BT** приобрела права на показ игр футбольной Премьер Лиги (сезоны 2007-08, 2008-09 и 2009-10) в рамках услуги **IP VOD** (видео-по-заказу) **BT Vision**. Каждая игра будет доступна подписчикам услуги на условиях **pay-per-view** в течение 50 часов, начиная с 10 часов вечера того дня, в который она состоялась. Кроме этого, **BT** подписала соглашение на показ в рамках услуги **BT Vision** новейших фильмов от **DreamWorks SKG**. Также заключены контракты на поставку контента для **BT Vision** от компаний **BBC Worldwide, Eagle Rock, Warner Music Group, National Geographic Channel, HIT Entertainment, Nelvana, Endemol** и **the Cartoon Network**.

СТС Media провела первичное размещение акций

Компания **СТС Media** провела первичное размещение акций на \$346 млн. Около 24,7 млн. акций были проданы по \$14 при ожидаемой цене \$13,5-\$15,5. Размещение акций проводилось на бирже **NASDAQ** в Нью-Йорке.

СТС Media, Inc является крупнейшей коммерческой телекомпанией России, предлагающей развлекательные программы. Компания была основана в 1989г., сегодня ей принадлежат два открытых телеканала **СТС** и «*Домашний*», она также владеет рядом региональных телестанций России, которые транслируют программы каналов **СТС** и «*Домашний*».

ТВЦ изменит концепцию

К началу осени канал **ТВЦ** изменит концепцию, увеличив объем развлекательного вещания, и фирменный стиль. За счет этих действий руководство канала рассчитывает существенно омолодить аудиторию и довести долю до 4% по России и 8% — по Москве. Эксперты говорят, что развлекательное вещание помогает привлечь аудиторию, однако указывают на то, что в новой нише **ТВЦ** придется конкурировать с **СТС** и **ТНТ**.

«Украинская цифровая телесеть» запустила цифровое мобильное телевидение в Киеве

Компания «Украинская цифровая телесеть», выигравшая конкурс на вещание на 51-м цифровом канале в Киеве, запустила в экспериментальном режиме цифровое мобильное телевидение в столице, которое позволяет просматривать программы на ходу автомобиля. Обыкновенное аналоговое телевидение на скорости на автомобиле принимается с очень плохим качеством. На данный момент можно смотреть программы 2 каналов - областного и «Студии 1+1», к концу мая к ним добавятся телеканалы «**Тонис**» и «**Гравис**», а к концу года планируется включить до 12 программ.

Мобильное цифровое телевидение доступно на всей территории Киева, а также в области. Но при этом для приема сигнала в автомобиле необходимы индивидуальные устройства, которые подключаются к обыкновенному телевизионному приемнику.

В перспективе можно будет ввести прием цифровых телепрограмм с помощью мобильных телефонов и карманных компьютеров.

Напомним, что Нацсовет планирует полный переход с аналогового на цифровое телерадиовещание до 2015 года.

Мобильное телевидение получает все большую популярность в мире. Так, по данным исследований, проведенных американской компанией **Telephia**, в США количество пользователей мобильного ТВ в первом квартале 2006 года составило более 2 млн. Также **Telephia** объявила о запуске измерительной панели для проведения исследований аудитории пользователь мобильного ТВ. Специалисты компании считают, что у мобильного ТВ огромные перспективы для развития. Эта технология предоставляет множество новых возможностей для получения дополнительных выгод для всех компаний, работающих в области коммуникаций и энтертейнмента.

Time Warner Cable возвращает зрителю потерянные минуты просмотра

Американский оператор кабельного телевидения **Time Warner Cable** сообщает о запуске популярной услуги *Start Over* в ряде городов США. Уникальность услуги *Start Over* состоит в том, что абоненты сетей **Time Warner Cable** могут бесплатно «перематывать» программу, которую они включили не с начала. Таким образом, зритель бесплатно превращает обычное телевидение в VOD (видео по запросу). Тем не менее, услуга не позволяет «перематывать» рекламные блоки. Представители компании говорят, что подписчики очень довольны новым сервисом. Около 70% подписчиков используют ее до 7 раз в месяц, а треть – до трех раз в неделю. Исследования показали, что, как правило, зритель пропускает первые 15 минут телепрограммы. А использование *Start Over* позволяет «вернуть» телеканалам миллионы минут просмотра, которые ранее были бы утеряны навсегда. Сегодня услуга доступна в отношении 62 станций и телеканалов.

Законодательство

Еврокомиссия приступает к демонтажу информационных границ внутри ЕС и созданию единого информационного рынка

Еврокомиссия приступает к демонтажу информационных границ между странами-членами ЕС и созданию единого информационного рынка. Еврокомиссия разработала специальный план, который передаст в ведение Брюсселя регулирующие и надзорные функции в области унификации и последующей продажи частот для телевидения, Интернета и нового поколения мобильной телефонной связи, использующей мультимедийные каналы. Этот план будет обнародован Еврокомиссией 28 июня и поступит на рассмотрение правительств стран-членов. В результате реализации плана медийные и телекоммуникационные компании Европы смогут приобретать сегменты частот на всем унифицированном информационном пространстве ЕС. Это, по мнению Еврокомиссии, приведет к подлинной информационной революции в Европе и даст импульс к созданию новых паневропейских медийных компаний, а также новых видов общеевропейской технологии в области информатики. Пока выдача лицензий и частот на вещание находится в ведении национальных правительств стран-членов ЕС, однако сейчас Еврокомиссия добивается их передачи в общеевропейское управление.

Технологии

Slingbox сможет передавать телепрограммы на портативные устройства

Компания **Sling Media** выпустила на европейский рынок устройство под названием *Slingbox*, которое позволит смотреть телевизионные передачи вне зависимости от месторасположения.

Модель подключается к телевизору, принимающему обычные сигналы, кабельные или спутниковые, и затем передает видео по сети. Пользователи могут настроить свой ПК или ноутбук для приема видеоизображения. В Британии *Slingbox* стоимостью \$338 будет доступен уже на этой неделе, в Европе он появится позднее в этом году.

Устройство поможет телевизионным и сотовым компаниям продавать ТВ-программы для загрузки и другие услуги.

Пользователи *Slingbox* в США также смогут использовать сотовые трубки для просмотра видео, хотя в Британии этот сервис еще не запущен.

Мобильный оператор **Sprint Nextel** заявил, что компания ведет переговоры с производителем *Slingbox* — **Sling Media** — о расширении мультимедийных возможностей устройств.

Представители **Sling Media** отказались прокомментировать дальнейшие планы сотрудничества с **Sprint Nextel**. Однако заявили, что компания сейчас общается по этому поводу с европейскими мобильными компаниями и провайдерами кабельного телевидения.

NHK представила последние разработки в области вещания телевизионного сигнала высокого разрешения

Токийская научная организация **NHK Science and Technical Research Laboratories** продемонстрировала свои последние разработки в области вещания телевизионного сигнала высокого разрешения, определяемые как ultra-high definition (UHD) TV. Данный "стандарт" превосходит спецификации привычного HD TV в 16 раз, предлагая разрешения порядка 7680x4320 точек с прогрессивной разверткой и 60 кадрами в секунду. Разработка в интерпретации компании получила название Super HiVision и была представлена на профильной выставке в Лас-Вегасе. Телевизионный сигнал передавался по оптоволоконному кабелю, но демонстрация носила экспериментальный характер, так как ученые имитировали трансляцию с виртуального спутника. Если UHD вещание приживется, то ему могут потребоваться новые спутники на орбите, как и резервируемые для этих целей широкополосные частоты. NHK собирается использовать Super HiVision в качестве основы для разработки полных спецификаций UHD.

Media Business Reports

Обзор украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с *MBR*, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: info@mrm.com.ua.

Медиа везде и всегда

Телевидение вступает в новую эру альтернативных экранов и платформ.



В будущем, когда историки будут описывать переход от «линейного» телевидения (так называют телевидение в том виде, к которому мы знаем его сегодня) к новым формам доставки контента, когда телепрограммы будут доступны когда угодно и где угодно, и когда зритель сможет выбирать их сам, именно первая половина 2006 года будет считаться переломным моментом.

Индустрия содрогнулась уже в начале года, когда на отраслевых форумах *Consumer Electronics Show* и *NATPE* было объявлено об огромном количестве сделок относительно так называемых «новых медиа». Хотя начало этим событиям было положено еще в конце прошлого года, когда компании **Apple** и **ABC** объявили о

том, что теперь Интернет сайт **iTunes Music Store** будет предлагать пользователям скачать текущие, а также уже вышедшие в эфир серии двух популярнейших телевизионных сериалов - *Desperate Housewives* и *Lost* – по цене 1,99 доллара за серию. Срезом же после этого их примеру последовала компания **NBC Universal**, предложившая скачивать через Интернет программы множества своих каналов. Не отстал от остальных и **MTV Networks**, а затем и **Showtime**, и многих другие. Фактически, сегодня сайт **iTunes** представляет собой некий супермаркет телевизионных программ, которые можно без труда скачать на компьютер или другой медиа плеер.

Большинство компаний, работающих на рынке телевидения и эртертейнмента, охотно приняли Интернет как еще один рынок сбыта своей продукции. Некоторые относятся к нему насторожено. Но, в любом случае, сегодня уже невозможно игнорировать те возможности, которые Интернет может предоставить в поддержку традиционному телевидению.

Разные компании избирали разные способы «попробовать» новые медиа: кто-то разрешал скачивать online еще невыпущенные в эфир шоу, тем самым предварительно тестируя их на зрителе, кто-то использовал DVR технологии или мобильные телефоны. Например, компания **Fox Entertainment Group** позволяла подписчикам услуги *DIRECTV* скачивать эпизоды *The Shield* и *Rescue Me* за два дня до их появления на телеэкранах по цене \$2.99. Кроме этого, зритель имел возможность скачать контент, который считался «некорректным» для стандартного телепоказа. **NBC** разрешили просмотр премьеры криминального сериала *Conviction* за целых 10 дней до его премьеры на ТВ и причем бесплатно. Теперь серии этого телефильма можно скачать по цене \$1.99 каждая.

В Британии еще не вышедшие в эфир серии сериалов *Desperate Housewives* и *Lost* можно скачать с портала channel4.com, а также на мобильном портале Channel 4. Эта услуга стала доступной в рамках соглашения между **Channel 4 New Media** и **Buena Vista International Television**. Вопросы видео контента для мобильных телефонов стали настолько актуальны в последнее время, что собрали игроков отрасли на тематическую конференцию. На этом форуме, среди прочего, компания **Verizon Wireless** объявила, что по состоянию на январь 2006 года каждый из 700 000 подписчиков ее услуги *V cast* уплатил по \$15 за использование развлекательного контента для мобильных. А контент-агрегатор компания **MobiTV** заявила, что 500 000 ее подписчиков ежемесячно платят по \$10.

С одной стороны технологии побуждают развитие новых услуг, а другой стороны новые идеи и возросшие потребности рынка стимулируют развитие технологий. Так компании **Sling Media**, **Liberty Media**, **EchoStar Communications** и **Goldman Sachs** совместно работают над проектом стоимостью \$46,6 млн. Целью проекта является дальнейшая разработка устройства *Slingbox*, которое позволит зрителям, которые находятся вне дома, смотреть и контролировать свой домашний телевизор с любого компьютера, подключенного к Интернету. Эта технология развивается параллельно с технологией от компании **TiVo** с той только разницей, что **TiVo** позволяет «сдвинуть» время, а **Slingbox** – место. Еще один уровень сервиса предлагает технология *ViiV* от компании **Intel**. Это – определенное устройство, позволяющее любому компьютеру скачивать любое видео, но уже не с телеканалов, а с Интернета. Как сообщают представители **Intel**, уже подписаны контракты со многими медиа компаниями, включая **NBC Universal**, **AOL**, **Televisa** и **ESPN**.

И этот процесс будет продолжаться и набирать обороты. И особенно выразительно и красноречиво на этом фоне прозвучало объявление о том, что такой приверженец традиционных методов и технологий как **Walt Disney Company** потратила \$7.4млрд. на приобретение одной из самых прогрессивных и инновационных компаний **Pixar Animation** Стива Джобса (поставщика технологии iTunes, которая сначала перевернула музыкальную индустрию и теперь угрожает сделать тоже самое с телевидением). Эта сделка сделала Джобса членом правления **Disney** и самым крупным частным акционером компании.

Однако, переходя на новые уровни доставки контента, индустрия сталкивается с рядом неоднозначных вопросов, которые, тем не менее, очень важны. Какова теперь роль продакшена, когда создается контент для не-теле-экранов? Как быть с соблюдением авторских прав на музыкальные и визуальные произведения в новых медиа? Как защищать свой бренд? И, что, по сути, самое важное, как зарабатывать на этом деньги? Производители контента понимают, что невозможно просто перенести телевизионный контент на другие медиа. Всегда нужно помнить об особенностях, которые имеют «маленькие» экраны: картинка большого размера не работает, быстро движущиеся элементы не работают. Всегда нужно быть уверенным что то, что производится, соответствует конечному формату и подходит для него.

На втором месте, после технических аспектов стоит проблема соблюдения авторских прав. Игроки рынка понимают, что защита авторских прав в отношении новых медиа – это нечто очень сильно отличающееся от правовых аспектов на телевидении. Специалисты отрасли говорят, что решать правовые вопросы в этой сфере нужно как можно скорее и эффективнее, поскольку зритель/пользователь очень избалован в наши дни, и если ему не удастся получить что-то легальным путем, он все равно получит желаемое, но нарушая закон.

Существуют и более глобальные вопросы. Например, как отношения между телеканалом и поставщиками услуг VOD или скачивания информации из Интернета отразятся на производителях контента и других вещателях. Например, когда компании **CBS** и **Comcast** объявили о запуске совместного проекта VOD, в рамках которого можно было среди прочего заказать *The Amazing Race*, телекомпания **Touchstone Television**, которая совместно с **CBS** владела этим шоу, была «крайне недовольна», поскольку «с ней не посоветовались». А когда **ABC** запустила услугу, позволяющую скачать эпизоды сериалов *Lost*, *Desperate Housewives* и *Commander in Chief*, которыми она владеет, дочерние каналы этой компании, интересы которых не были учтены, заявили, что не довольны запуском новой услуги, поскольку дополнительная дистрибуция сериалов негативно отразится на их рейтингах.

Но самым сложным остается вопрос, как же наиболее эффективно зарабатывать деньги на новых медиа? Здесь уже существует множество различных бизнес-моделей. Так, представитель компании **FremantleMedia**, крупнейшего производителя контента для телевидения, говорит, что создание контента для новых медиа – terra incognita для продакшн компаний. Когда делается шоу для телевидения, производство, как правило, оплачивается каналом еще до начала работ. С новыми же медиа все по-другому. Тут компаниям-производителям придется взять на себя определенный риск. Бизнес модели новых медиа сильно отличаются от традиционных телевизионных. Так, ранее модель получения прибыли была предельно проста. Если раньше деньги вкладывались в производство и дистрибуцию, а основной доход получался из одного источника, то в отношении новых медиа отдача не так очевидна. Прибыль получается из множества источников малыми частями. Контент распространяется по множеству каналов. Тут же появляются затраты на конверсию контента в другие форматы, технические издержки, необходимо также платить контент-агрегаторам, различным посредникам. Все это увеличивает затраты. Ключевым становится тот фактор, что теперь зритель/пользователь решает гораздо больше, чем было в отношении ТВ. Таким образом, теперь доход – это не то, что мы продаем, а то, что пользователь захочет у нас купить. Сегодня многие компании позволяют бесплатно получать определенный объем телевизионного контента посредством новых медиа. Это – элемент промоушена. В будущем же прибыль, скорее всего, будет разделяться между дистрибьютором и производителем контента. Кроме этого, существует проблема поиска правильных идей, которые зачастую очень отличаются от тех, что будут работать на ТВ.

Конец эры традиционного телевидения?

Когда на конференции Consumer Electronics Show обсуждались перспективы индустрии телевидения, исследовательская компания IBM Institute for Business Value представила отчет *The End of TV as We Know It: A Future Industry Perspective*. В этом отчете говорится о том, что постепенно меняются традиции телесмотрения. Зритель «мигрирует» от «массового» просмотра к «нишевому», если можно так сказать. Зритель все больше предпочитает использовать технологии поиска, заказывать видео в удобное для них время и так далее. В исследовании, которое анализирует тенденции развития телевидения до 2012 года, говорится о том, что в ближайшие годы будут сосуществовать две категории телезрителей: те, которые будут пассивно смотреть телевидение у себя дома, и те, кто будет искать каналы получения желаемого контента где-угодно и в удобное для них время, стимулируя тем самым развитие новых бизнес моделей. Таким образом, отчет резюмирует, что пока нет оснований опасаться исчезновения традиционного ТВ, однако телевизионным компаниям необходимо четко держать руку на пульсе аудитории и внимательно следить за развитием технологий.

Украинский рынок

Как видим, рынок новых медиа переживает период активного роста и развития. Что же происходит в Украине? Каково положение дел в этой отрасли и существует ли она как таковая? Эти вопросы поднимались недавно в рамках круглого стола «Транспорт телевещательного контента в телекоммуникационных сетях», организованного журналами «Телемир» и «Телеком» совместно с организаторами Восточноевропейской конвенции по широкополосным технологиям ЕЕВС-2006.

Как оказалось, последние несколько лет провайдеры телеинформационных сетей, GSM-операторы регулярно заявляли о желании предоставлять мультисервисные интерактивные услуги в своих сетях. Так, представитель компании «Астелит» Павел Коваленко, сказал в ходе круглого стола, что его компания еще в прошлом году заявила о возможности предоставлять такую услугу в реальном времени. Однако, они до сих пор не могут

реализовать ее: на практике телерадиоорганизации не могут вещать где-либо еще, кроме «традиционного» телевидения. По его словам, именно тут возникают основные правовые коллизии: кто должен получать лицензию, на какой вид деятельности? Кто и каким образом будет решать вопрос с собственниками телевизионных продуктов о заключении дополнительных авторских прав на передаваемый контент? Как считают GSM-операторы, лицензию должны получать поставщики телевизионного контента или контент-агрегаторы. В свою очередь, операторы мобильной связи будут принимать контент, конвертировать контент и заниматься дальнейшей транспортировкой конечным пользователям.

Одним из сдерживающих факторов развития рынка новых медиа, по мнению специалистов отрасли, остается отсутствие культуры потребления новых мультимедийных услуг у населения и как следствие – низкий спрос на такие услуги. По мнению специалистов, говорить об активном развитии этого рынка можно будет после того, когда в сетях кабельного телевидения появятся, по крайней мере услуги видео-по-запросу.

Однако, при предоставлении услуг мобильного телевидения возникают проблемы иного характера: зачастую телевизионные каналы не являются производителями всего транслируемого ими продукта – весомая доля телепрограмм покупается у правообладателей с правом только телевизионного вещания. Для того, чтобы каналы могли вещать на мобильные телефоны, им необходимо заключать дополнительные соглашения с правообладателями телевизионного контента, в частности, на авторские права. И, скорее всего, телеканалы этим заниматься не будут. Кроме этого, на украинском рынке нет контент-агрегаторов, то есть компаний-посредников между производителями контента и телерадиоорганизациями.

Так что на сегодняшний день важным для украинского рынка остается стимулирование спроса на новые услуги. Однако каким образом это будет делаться, пока не понятно. Единственным опробованным путем, по которому пошли некоторые европейские операторы, остается следующий (см. выше): на начальном этапе предоставлять новые услуги на бесплатной основе. Еще одним вариантом может быть введение некой условной абонплаты на услугу мобильного ТВ.

Также некоторые специалисты отрасли прогнозируют для Украины иной, более оптимистичный план развития. По их мнению, Украина «проскочит» активный этап предоставления мультисервисных услуг, в частности мобильного телевидения. В скором времени будет введен стандарт мобильного WiMAX, что позволит операторам через пару лет быстро разворачивать сети на базе этой технологии. А после – и вводить услуги предоставления телеконтента.

Время покажет, кто, в конечном итоге, оказался прав.

Media Business Reports

Обзор украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с MBR, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: info@mrm.com.ua.



Календарь отраслевых мероприятий: июнь-июль, 2006

12 июня	Muziek en Beeld Live		Хилверсум, Нидерланды	www.imate.nl
11 - 13 июня	BCFM/BCCA Annual Conference		Орландо, США	Форум для руководителей в области медиа бизнеса и финансов www.bcfm.com
11 - 14 июня	BANFF World Television Festival		Бенф, Канада	www.banff2006.com
13 - 14 июня	World of Mobile Games 2006		Лондон, Великобритания	www.c5-online.com
19 – 20 июня	Future TV Show 2006		Копенгаген, Дания	Встреча представителей телеканалов и сетевых операторов с компаниями-производителями для обсуждения новых возможностей сотрудничества в области медиа www.futuretvshow.com
19 - 23 июня	Euro-Southeast Asia ICT Forum 2006		Сингапур	Международный форум в области информационных и телекоммуникационных технологий www.eusea2006.org
20 - 22 июня	Broadcast Live		Лондон, Великобритания	Выставка, конференция и свободное заседание, посвященные контент-бизнесу: от создания до менеджмента и поставок www.broadcastlive.co.uk
20 - 22 июня	Licensing International	2006	Нью-Йорк, США	www.licensingshow.com
20 - 22 июня	PROMAX/BDA		Нью-Йорк, США	Конференция, посвященная рынку развлечений, промоушена и дизайна www.promax.tv
21-22 июня	«Mobile CONTENT 2006»	–	Москва, Россия	www.procontent.ru
22 - 23 июня	Cartoon Master Finance		Барселона, Испания	Форум в области анимационной индустрии www.cartoon-media.be
22 - 23 июня	IPTV World Forum Eastern Europe		Будапешт, Венгрия	Форум в области IPTV в странах Восточной Европы

				www.iptv-easterneurope.com
22 - 24 июня	DISCOP 2006		Будапешт, Венгрия	Рынок телевизионных программ и форматов Центральной и Восточной Европы www.discop.com
23 июня	TV Trends Forum 2006		Лондон, Великобритания	Инновации в области ТВ: IPTV, mobile TV, HDTV и прочее www.informatelecoms.com/tvtrends
23 июня - 2 июля	XXVIII Московский Международный кинофестиваль		Москва, Россия	
26 - 29 июня	Cinema International	Expo	Амстердам, Нидерланды	Самое значимое мероприятие Европы в области кинотеатральной индустрии www.cinemaexpo.com
26 июня – 1 июля	Festival De Television De Monte-Carlo 2006		Монте Карло, Монако	Фестиваль Телевидения в Монте-Карло www.tvfestival.com
27 - 28 июня	The Mobile Marketing Summit		Лондон, Великобритания	Саммит в области мобильного маркетинга www.mformobile.com
27 - 30 июня	Sunnyside of the Doc		Ла-Рошелль, Франция	Международный рынок документальных фильмов www.sunnysideofthedoc.com
30 Июня – 8 Июля	Karlovy International Festival	Vary Film	Карловы Вары, Чехия	www.iffkv.cz
4 - 5 июля	The TV Summit	Evolution	Рим, Италия	Форум, посвященный новым тенденциям и техническим новинкам в телевидении www.tvevolutionsummit.com
4 - 6 июля	Hong Kong Show	Licensing	Гонг Конг	www.hklicensingshow.com
12 июля	Off-Deck Mobile Content		Нью-Йорк, США	Семинар, посвященный вопросам доставки мобильного контента непосредственно пользователю, без посредничества в лице оператора www.informatm.com

Если Вас заинтересовали какие-либо мероприятия из представленного перечня, мы будем рады предоставить любую дополнительную информацию о мероприятии, организаторах, условиях участия, а также оказать поддержку в регистрации и организации поездки. Пожалуйста, обращайтесь в ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент».