ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЕ СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

ЧТО ТАКОЕ TVNET

Согласно прогнозам, за последние годы в сфере информационных технологий наряду с цифровым телевидением все более широкое распространение получает интернет-телевидение. Темпы его распространения сопоставимы с темпами распространения сотовой телефонной связи, имевшими место за последние полтора десятилетия.

Очевидно, что существенным отличием интернет-телевидения от традиционных односторонних средств телерадиовещания является его интерактивность, подразумевающая двухстороннюю, по преимуществу асимметричную, связь, которая строит свои отношения с каждым зрителем индивидуально.

Именно применительно к интерактивности TVnet сегодня все чаще говорится о конвергенции компьютера и телевизора, радиовещательных приложений и подвижной беспроводной связи, наконец, о конвергенции цифрового телевидения и Интернета. При этом безотносительно к технологическим моделям, которые выбирает для себя интернет-телевидение, можно смело утверждать, что интерактивность как ключевая особенность TVnet уже сейчас коренным образом меняет модель взаимоотношений между вещателем и телезрителем, коего впору именовать *телепользователем*. И если в традиционном одностороннем вещании эти взаимоотношения строятся на добровольно-принудительной основе – зритель смотрит только то, что в строго заданное время в безальтернативном порядке предлагает ему тот или иной вещатель, реализуя над зрительской аудиторией своего рода ползучий диктат, – с дальнейшим развитием интернет-телевидения пользователь обретает гораздо большую свободу не только в выборе того, «что» и из какого источника смотреть, но и в выборе «когда» смотреть и «как» смотреть. Иными словами, пользователь получает возможность сам выбирать удобное для себя время, когда ему включиться в просмотр программы, получает возможность самостоятельно «листать» программу, пропуская для себя ненужное и малоинтересное, и останавливаться на наиболее для себя значимом. С возможностью найти программу в архиве интернет-телересурса практически исчезает понятие «пропустить программу».

Посредством он-лайн трансляций интернет-телевидение вбирает в себя феномен прямого эфира («лайфа») как одного из важнейших завоеваний традиционных электронных СМИ. При этом он-лайн-вещание также содержит в себе широкий спектр интерактивности: пользователь имеет возможность устанавливать разные режимы просмотра «прямого эфира», скажем, останавливать просмотр на время, либо в ускоренном режиме «догонять» его, досматривать пропущенное уже после прямой трансляции и т.д. Интернет-телевидение в зависимости от технического потенциала TVnet-вещателя позволяет зрителю самому выбирать точки и ракурсы просмотра прямых эфиров спортивных состязаний, концертов, шоу, использовать те или иные спецэффекты, самостоятельно делать повторы; не исключено и индивидуальное применение зумирования и трансфакации.

КОНТЕНТ

На фоне динамичных темпов развития собственно технологий интернет-телевещания в конкурентной борьбе за зрителя все большую роль начинает играть структурирование контента и методы привлечения телепользователя к просмотру той ли иной программы. Грамотное построение пользовательских интерфейсов, сегодня графических, а в будущем и интеллектуальных, становится одним из ключевых звеньев на пути достижения успеха у зрительской аудитории. Структура рубрикатора, удобство в навигации, точный подбор превью-картинок и фрагментов для трейлеров, стилистика текстовых или голосовых аннотаций, – все эти мультимедиа-компоненты формируют особенности каждого отдельного интернет-телересурса.

Рубрикатор заменяет в TVnet священную корову телевидения – «сетку вещания». Вместе с сеткой вещания институт программных директоров заменяется институтом администраторов и модераторов ресурса, выполняющих зачастую и редакторские функции в режиме гибкого ежедневного и ежечасного мониторинга контента. Примером такой модели построения интернет-вещания можно назвать российский ресурс Rambler Vision, выстраивающий контентное наполнение по нескольким рубрикам/субресурсам (таким как «Трейлеры», «Видеоклипы», «Видеоарт», «Трансляции», «Фильмы» и др.), внутри которых устанавливает приоритеты по рейтингу посещаемости или иным показателям. Этот же ресурс одним из первых на отечественном интернет-телерынке стал осуществлять самостоятельную вещательную политику, проводя собственные он-лайн-трансляции значимых культурных акций. Существенным недостатком ресурса Rambler Vision можно назвать его всеядность в отношении размещаемого контента: профессиональный видеоконтент размещается здесь на одной площадке с любительским видео порой сомнительного качества и содержания.

Схожей моделью контентной политики пользуется другой российский интернет-телересурс – Corbina TV. К данному ресурсу претензий по качеству и содержанию контента не меньше: с целью привлечения аудитории Corbina TV позволяет себе на ряду с серьезной видеопродукцией размещение откровенно скабрезных видеоматериалов, к примеру, на сайте www.anekdot-film.ru. В то же время в отличие от Rambler Vision данный ресурс является контент-провайдером большого числа метровых, дециметровых и кабельных телеканалов, таким образом, смешивая на одной площадке контент от независимых производителей и просто частных лиц с программами крупных традиционных телевещателей.

Наряду с этим как однозначно позитивный момент необходимо отметить объединяющую оба названных ресурса приверженность к «короткому метру», мини-фильмам, к альтернативной анимации и видеоарту, то есть именно к тем форматам и жанрам экранных видов искусства, которые традиционное телевидение отвергает по определению. В этой связи можно с уверенностью сказать, что уже сегодня TVnet дает новый импульс эксперименту и поиску в области создания аудиовидеопроизведений: снабженные текстовыми аннотациями, графической и иной сопутствующей информацией с возможность интерактивного взаимодействия аудиовидеопроизведения превращаются в современный мультимедийный продукт, формируя предпосылки для рождения новых жанров в искусстве.

Как и прогнозировалось нами ранее, на стадии эксперимента получает развитие и такой экзотический жанр, как фильмы (сериалы) с переменным сюжетом, о чем в конце 2006 года сообщил Британский телекоммуникационный гигант BT Group, начавший тестирование принципиально новой системы интерактивного телевидения. Сообщалось, что благодаря предложенной технологии у зрителей появится возможность в режиме реального времени изменять сюжетную линию программы или телешоу. Система телевидения с переменным сюжетом (shape-shifted) имеет сходство с проектом так называемой семантической сети (Semantic Web), в которой компьютеры смогут взаимодействовать друг с другом без участия человека, а приложения научатся распознавать информацию и выдавать ее в удобном для каждого отдельного пользователя виде. Очевидно, что для интернет-телевидения жанр «управляемого сюжета» также станет одним из наиболее привлекательных. Не за горами появление фильмов с бесконечным хронометражем, своего рода интернет-телероманов, в отличие от традиционных телесериалов, не поделенных на серии.

БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ

Отличительной чертой интернет-телевидения является зрительский спрос без посредников. Коммерческий успех интернет-вещателя напрямую зависит от подлинного числа абонентов-пользователей. Соответственно, начинает напрямую зависеть от числа пользователей и рекламоемкость ресурса. Сегодня многие интернет-ресурсы предоставляют пользователям, а также и правообладателям контента точную статистику просмотров отдельных единиц контента. Подобная транспарентность является неотъемлемой частью интерактивного интернет-телевещания и способна гарантировать всем участникам взаимоотношений «вещатель – правообладатель – рекламодатель – пользователь» режим максимального эффективного и корректного взаимодействия.

Специализированные интернет-телересурсы, подобно специализированным печатным изданиям, могут гораздо более адресно обслуживать телепользователя. Вполне естественно, что наибольшим спросом уже сейчас пользуются новостные и информационно-публицистические интернет-телересурсы, которые в будущем и заберут на себя основной объем коммерческой рекламы с так называемой нецелевой аудиторией. При этом, как изначально и представлялось, реклама в TVnet не станет размещаться внутри контента, а расположится в окружающем их поисковом пространстве.

С развитием интернет-телевидения должны появиться и ресурсы с сугубо рекламным наполнением, возникнет также большое число узкоспециализированных «магазинов на диване» с мультимедийным рекламным контентом. Наряду с этим неизбежно появятся интерактивные телересурсы потребительских обществ.

ДОСТАВКА СИГНАЛА

Распространение интернет-телевидения уже влияет на рынок компьютерной техники, периферии и программного обеспечения. Пока еще самым слабым звеном в конкурентной борьбе TVnet с традиционным телевидением является качество доставляемого до конечного пользователя видеосигнала. К примеру, российская компания

СТВ (Система спутникового интернет-телевещания), внедрившая собственную уникальную систему ретрансляции и вещания через спутник в потоковом и файловом режимах на телевизионные и компьютерные сети, предлагает своим подписчикам варианты абонентских комплексов, включающих платы и антенну, принимающую интернет-сигнал со спутника, по ценам от 115 до 160 долларов. Названная система на сегодняшний день уже обеспечивает передачу данных телевизионного качества по интернет-сетям со скоростью до 3 Мбит на пользователя.

Но это не единственный способ доставки до пользователя видеоконтента с телевизионным качеством. Представляется, что серьезные перспективы в этом направлении открывает система беспроводных домашних систем, позволяющих бытовой технике (телевизору, музыкальному центру) считывать информацию, хранящуюся или поступающую на домашний информационный сервер (жесткий диск ПК), начало которым в 2002–2003 годах положила домашняя беспроводная аудиовидеоплатформа Wireless Home AV Platform. Надо полагать, именно такая «серверная» конвергенция позволит в обозримом будущем решить проблему сочетания интерактивности с высоким телевизионным качеством доставки телеконтента до конченого пользователя.

В этой связи хотелось бы надеяться, что бюджеты интернет-телекомпаний на первых порах станут формироваться в том числе и посредством дотирования со стороны производителей и продавцов мультимедийной техники, наподобие того, как это имело место в СССР, когда ТВ дотировалось от количества продаваемых в стране телеприемников. И, наоборот: по ходу расширения числа пользователей интернет-телекомпании будут сами дотировать приобретение техники в обмен на привлечение новых абонентов, как это имеет место сейчас на рынке сотовой связи (приобретая новую аппаратуру, покупатель получает существенную скидку, если в момент покупки становится подписчиком того или иного интернет-телересурса).

Важную роль в развитии интернет-телевещания сыграет переход от IP-вещания на TCP-вещание наряду с совершенствованием существующих и созданием качественно новых кодеков. Пока еще сложно сказать, какие возможности откроются при широком внедрении органических (биогенных) носителей информации, применение нанотехнологии «самосборки», появления квантовых компьютеров.

ПЛАТА ЗА ПОЛЬЗОВАНИЕ

Наряду со всем вышесказанным необходимо обратить внимание на то, что существенным отличием интернет-вещания в Рунете от интернет-вещания в других частях «всемирной паутины» является бесплатный доступ пользователей к контенту. К примеру, в противоположность этому самый крупный (по собственным заявлениям) нерунетовский русскоязычный интернет-телересурс eTV Matvil предлагает пользователям обширный объем русскоязычного контента для платного просмотра в режиме Video on Demand (VoD) по цене 0,4 доллара за один час заказанного видеоконтента. При этом списание средств производится компанией с электронного счета кредитной карты пользователя. Такая практика невозможна в России и включенных в Рунет странах СНГ в силу неразвитости системы взаиморасчетов посредством кредитных карт и электронных банковских счетов (в этом отношении большую опасность представляет собой и деятельность отечественных хакеров, которым списание средств с электронных счетов телепользователей открывает неограниченные возможности для мошенничества). Затруднительным делает полномасштабное внедрение платных VoD и он-лайн-трансляций приученность населения России и СНГ к бесплатному просмотру телеконтента. Однако в случае интернет-просмотра бесплатность – понятие относительное, ибо пользователь неизбежно тратит денежные средства на покупку трафика, необходимого для просмотра контента. Безлимитной «выделенкой» в Рунете пользуются далеко не все пользователи, ибо скорость, предоставляемая провайдерами при «безлимитке», как правило, ниже, чем при лимитированном трафике[1]. Таким образом, за телевизионный контент значительная часть пользователей фактически напрямую платит продавцу трафика – интернет-провайдеру, а правообладатели контента в таком случае просто-напросто продавцу трафика свой контент дарят. Понятно, что правообладателям ничего не остается, как предоставлять контент интернет-телересурсам типа Rambler Vision в обмен на хоть какую-то информподдержку своих проектов и самого же предоставляемого контента. В такой ситуации сам интернет-телересурс способен заработать деньги исключительно посредством размещения коммерческой рекламы на своих заглавных поисковых страницах, что делает экономическую модель работы интернет-телересурса схожей с не вполне здоровой экономической моделью традиционных отечественных вещателей, зарабатывающих не на доставке контента зрителю, а на его размещении в эфире, получая за это «белую» и «серую» оплату от рекламодателей и правообладателей. Это создает ничем не оправданные и заведомо спекулятивные параметры взаимоотношений «правообладатель – интернет-вещатель», способные существенно затормозить производство отечественного аудиовидеопродукта специально для TVnet, делая его по сути неликвидным. Подобная экономическая модель развития интернет-телевидения в России

[1] Примером внедрения VoD в России можно назвать попытку, начатую еще в 2002 году одним из крупнейших отечественных интернет-операторов – компанией МТУ-Интел (ныне ЗАО «КОМСТАР-Директ»), когда сам оператор, продающий трафик, предлагает купить у него контент; однако громоздкая система регистрации, необходимость сперва оплатить трафик, а потом заказывать контент, делает данное внедрение малоэффективным по сравнению с VoD, предусматривающим автоматическое списание средств с кредитной карты пользователя по факту просмотра контента.

и СНГ сильно деформирует нормальную систему взаимоотношений интернет-телевещателя и пользователя, успешно функционирующую в других частях «всемирной паутины», что чревато изначальной маргинализацией интернет-телевидения в самом его зародыше на всем постсоветском пространстве, вырождением его в мусоросборник для хом-видео, порнографии и прочего квазиконтента.

На сегодня единственным спасением от столь бесславного развития рунетовского интернет-телевидения может стать сама природа Интернета как «всемирной паутины», где практически каждый интернет-телересурс априори имеет всемирный доступ и обретает всемирный статус. Заведомая ориентированность ресурсов не только на аудиторию Рунета, не оплачивающую контент, но и на разноязычную аудиторию телепользователей по всей планете, способную и готовую оплатить контент, позволит российским интернет-телересурсам выжить не только в конкурентной борьбе с другими русскоязычными участниками TVnet-пространства внероссийско-внепостсоветского происхождения, которые рано или поздно обратят свои взоры на многомиллионную аудиторию русскоязычных пользователей, желающих смотреть телевизор через Интернет.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что развитие интернет-телевидения обязано стать одним из приоритетных направлений государственной политики в области развития телекоммуникаций и средств массовой информации на ближайшие два-три десятилетия.

АКАДЕМИК ЕВРАЗИЙСКОЙ АКАДЕМИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ
И РАДИО, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ
ПРОДЮСЕРСКОГО ЦЕНТРА КИНО, ТЕЛЕ-ШОУ ПРОЕКТОВ,
АКАДЕМИК АКАДЕМИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КРИТИКИ
Г.А. Давиташвили