

УДК 19.61.09(470+571)

И.В. ЛИЗУНОВА

## РОССИЙСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В НАЧАЛЕ XXI в.: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА И ТЕХНОЛОГИИ ВЕЩАНИЯ

Государственная публичная  
научно-техническая библиотека СО РАН,  
г. Новосибирск  
e-mail: kniga@spsl.nsc.ru; 2004liv@ngs.ru

Статья посвящена проблемам эволюции существующих и активному становлению на современном этапе новых систем электронных СМИ. Представлена классификация организационной структуры российского телевидения. Дается описание основных субъектов и процессов функционирования отрасли, рассматриваются особенности и противоречия ее формирования. Основной акцент делается на выявление специфики технологий и способов вещания, позволяющих охарактеризовать современное состояние отечественной телевизионной индустрии и прогнозировать характер ее дальнейших преобразований.

*Ключевые слова:* телевидение, медиаотрасль, кабельные сети, спутниковое вещание, IP-TV, мобильное ТВ, Интернет.

Телевидение занимает особое место в современной российской медиаиндустрии. За два последних десятилетия телевизионный ландшафт страны чрезвычайно изменился. И если в последнее десятилетие XX в. на фоне демонтажа системы государственного телевидения, становления рекламного рынка и законодательной базы отрасли закладывались индустриальные основы российского телевидения, то в первое десятилетие нового века наблюдались несколько иные процессы, а именно: диверсификация, формирование многоканальности, внедрение новых технических средств и каналов доставки, усложнение контента, сегментация аудитории и др.

Динамика и вектор эволюции современных электронных СМИ отражают как национальные, так и мировые тенденции. Покрывая огромную территорию, телевидение, по мнению Н.Н. Алпеевой, «представляет собой широкое типологическое разнообразие видов и форм, сохраняет целостность всей системы средств массовой информации России, при этом само является вполне упорядоченной структурой» [1, с. 3].

Современное российское телевидение обладает целым комплексом типологических характеристик, обобщение и варианты классификации которого предлагают ученые и практики отрасли: Я.Н. Засурский, Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский, Е.Л. Вартанова, В.П. Коломиец, С.Н. Ильченко, И.А. Полуэхтова.

Принимая во внимание их мнения, а также учитывая другие характеристики и существенные черты электронных масс-медиа, можно прийти к выводу о существовании следующих классификаций современного российского телевидения:

1. По способам трансляции телевизионного сигнала необходимо выделить основные (в настоящее время в России ими являются: эфирное, кабельное и спутниковое вещание) и дополнительные. К таким технологиям доставки телевидения относятся появившееся относительно недавно широкопо-

лосное интернет-телевидение (IPTV – телевидение через IP-протокол) и мобильное телевидение.

2. По способу доставки готового контента телевидение можно представить как централизованное и сетевое.

3. По организационному происхождению все предприятия телевидения следует разделить на:

- созданные на существующей материально-технической базе прежних вещательных компаний;
- новообразованные структуры;
- организованные творческими объединениями с частичным использованием МТБ существовавших ранее вещательных структур.

4–5. Всех участников – организаторов вещательного процесса по специфике деятельности можно классифицировать по двум основным направлениям:

- индустрия производства телевизионного контента (отношение к контенту как структурообразующему понятию в деятельности отдельного вещателя);
- контент (содержание вещания) и его особенности в зависимости от того сегмента аудитории, на которую ориентирован конкретный вещатель.

Всех поставщиков контента, исходя из первого выделенного выше направления действующих в сфере российских электронных СМИ, можно разделить на несколько категорий: вещатели, программнопроизводящие компании, дистрибьюторы, агрегаторы, операторы. Второе направление позволяет распределить телевещателей по следующим группам: универсальное/массовое телевидение (каналы общего интереса) и специализированное/тематическое/нишевое телевидение (каналы специального интереса).

6. По доступности для абонентов: помимо бесплатного/общедоступного телевидения можно говорить о быстроразвивающейся модели платного доступа к каналам/программам – платном телевидении.

7. По форме собственности традиционно принято делить предприятия отрасли на государственные, частные и смешанные.

8. По типу сигнала вещание бывает аналоговым (существует в России не один десяток лет) и цифровым, на которое страна должна полностью перейти к 2015 г., а также стандартным (SD) и внедряемым в последние годы – высокой четкости (HD).

9. И наконец, если учесть охват вещания/географический рынок, то необходимо выделить общенациональное/федеральное и региональное/местное телевидение, осуществляющее вещание на город (область, край, федеральный округ) и предлагающее зрителям контент, непосредственно затрагивающий проблемы и интересы жителей региона.

Учитывая тему статьи, более подробно остановимся на первом классификационном признаке телевидения – способах доставки телевизионного сигнала. Россия по-прежнему располагает самой сложной в мире пространственной организацией вещания. Это влияет на разнообразие организации трансляции телевидения в Сибирском и Дальневосточном регионах. Территория страны разделена на пять зон вещания, имеющих сдвиг на шесть часовых поясов, три из которых приходятся на Сибирь и Дальний Восток. Транспортировка и доставка телесигнала его потребителям – зрительской аудитории – является технически трудоемким, многоступенчатым, многовариантным и финансово-затратным процессом. Сложности данного процесса объясняются различными факторами, прежде всего огромной территорией страны, природно-географическими условиями и плотностью населения в различных ее регионах, наличием нескольких часовых поясов и т. п.

Эфирное аналоговое телевидение, использующее традиционный способ распространения телесигнала от телевышки до телесистемы потребителей, исторически возникло одним из первых. К середине 1980-х гг. в России была создана гигантская по своим масштабам, самая крупная и не имеющая аналогов в мире унифицированная инфраструктура, покрывающая телевизионным сигналом практически всю территорию страны. Телепрограммы зрителям страны доставляли 160 программных телецентров, 18 тыс. передатчиков, 10 спутников и 500 тыс. км наземных линий связи [2, с. 100]. Помимо спутниковых систем телесвязи протяженная сеть наземных радиорелейных и кабельных линий связи обеспечивала возможность получения телепродукта в виде программ и передач.

В настоящее время эфирное вещание в стране в основном осуществляет ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТРС). Транслируя федеральные общедоступные теле- и радиоканалы, РТРС оказывает услуги региональным вещательным компаниям по распространению их пакета программ. На местах наземное вещание ведется 78 региональными филиалами РТРС – республиканскими, краевыми и областными радиотелерадиопередающими центрами (РТПЦ). По данным сайта РТРС, в сети эфирного вещания функционируют 16,5 тыс. передатчиков, из них 14 тыс. телевизионных передающих устройств. На балансе эксплуатационно-технического обслуживания числится 8 тыс. антенно-мачтовых сооружений<sup>1</sup>.

Однако, по мнению специалистов, вся эта огромная инфраструктура в России в большей мере уже выработала свой ресурс, ей требуется безотлагательная модернизация. Кроме того, аналоговое эфирное вещание во всем мире считается

устаревающей технологией, которая дает возможность передачи лишь ограниченного числа каналов, приводит к помехам в эфире и т.п. Большинство стран перешло либо переходит на новый – цифровой формат вещания. Россия также движется в направлении цифровизации телевидения. На уровне правительства РФ принята соответствующая концепция перехода страны к 2015 г. от эфирного формата вещания к цифровому<sup>2</sup>. Более того, некоторые области Дальнего Востока уже переведены на «цифру» и работают в экспериментальном режиме нового вещания [3].

Помимо эфирных (наземных) трансляций основным технологическим способом доставки сигнала в настоящее время являются также кабельные сети и спутниковое вещание. Кабельное телевидение обеспечило широкий охват аудитории по всему миру, особенно в США, Японии и Западной Европе. Например, в Бельгии к 2010 г. насчитывалось 10 млн его пользователей, а в США – более 50 млн.<sup>3</sup> Российское платное кабельное телевидение (КТВ) как сеть общего пользования, технически и организационно направленная на доставку клиентам телевизионных каналов или контента, который отсутствует в открытом приеме в зоне ее действия, появилось лишь в конце 1980-х гг. Возникшие в крупных городах многочисленные видеопрокаты и видеосалоны заполнились пиратской продукцией. Один из создателей известной красноярской телекомпании «Афонтово» С. Ким вспоминал, что кабельное телевидение «казалось нам совсем другим. Оно негосударственное, менее официальное, более свободное. Поэтому нашу телекомпанию “Афонтово” решено было развивать с помощью кабельного ТВ: мы со своей стороны должны были поставлять контент, а кабельщики – собирать абонентскую плату и делиться ей с нами»<sup>4</sup>. Однако инфляция в 1993 г. сделала кабельные сети дорогим удовольствием как для производителей, так и для потребителей. В итоге многие энтузиасты телевидения переключились на развитие частного эфирного вещания.

Процесс развития кабельного телевидения в России происходил разными темпами, волнообразно. На начальном этапе его сдерживали существующие технические возможности, такие как недоступность спутниковых антенн большого диаметра; ограниченные возможности большинства российских телевизоров (устаревшие модели, «малое количество кнопок»); отсутствие контента. Некоторые эксперты называют 1995–1998 гг. «золотым временем» для российского кабельного телевидения, именно в эти годы оно появилось практически повсеместно. С 1998 г. темпы роста КТВ стали снижаться. Связано это было как с финансовым кризисом, так и с отсутствием нормативной документации и законодательных актов, регламентирующих деятельность кабельных операторов. Следующим периодом подъема для кабельного сообщества стали 2000–2004 гг. На этом этапе активно начали

<sup>2</sup> Концепция Федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации (2007–2015 годы)» / Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2007 г. № 1700-р. URL: <http://www.rfcmd.ru/sphider/docs/koncept/Konceptciya%20razvitiya%20teleradioveshaniya.htm/> (дата обращения: 10.02.2011).

<sup>3</sup> Кабельное ТВ // DGTV Цифровое телевидение. URL: <http://www.dgtv.ru/> (дата обращения: 21.11.2010).

<sup>4</sup> Кичкайло И. В Красноярске хотят и умеют делать телевидение интересным и окупаемым. URL: <http://www.expert.ru/> (дата обращения: 24.05.2007).

<sup>1</sup> Информация о компании // РТРС. URL: <http://www.rtrs.ru/> (дата обращения: 19.01.2009).

работать продавцы различных спутниковых каналов, мелкие кабельные сети вливались в более крупные. С дальнейшим совершенствованием технико-технологической базы возникли реальные возможности организации многопрограммного КТВ, рассчитанного на тысячи абонентов.

Всплеск роста сетей и численности абонентов пришелся на вторую половину 2000-х гг. Причем если на Дальнем Востоке распространение кабельных сетей происходило довольно быстрыми темпами, то в Сибири этот процесс начался лишь в предкризисные и кризисные 2007–2010 гг.

Так, по мнению специалистов, крупнейший город Сибири – Новосибирск сильно отстал от других регионов по развитию КТВ. По данным рейтинга «iK-Consulting», опубликованного в сентябре 2007 г., в Новосибирске не было ни одного действующего местного оператора КТВ. По количеству абонентов областной центр уступал европейским городам России с гораздо меньшей численностью населения (например, 400-тысячной Калуге). В полтора-два миллиона жителей работало пять компаний, предоставлявших услуги КТВ, их мощности покрывали меньше половины города. Тем не менее, рынок КТВ в Новосибирске, по мнению экспертов, является довольно емким и привлекательным, а борьба за потребителя еще только начинается. «Приход новых игроков либо покупка уже имеющихся подстегнет региональный рынок» [4].

Аналитики «iKS-Consulting» подтверждают, что успешно КТВ развивалось, прежде всего, в тех краях и областях, где качество и количество эфирных телеканалов оставляло желать лучшего, вследствие чего абоненты выбирали пакет предложений платных кабельных операторов. В частности, у жителей Владивостока лидерами медиапредпочтений являлись – КТВ, «Россия», «Первый канал» и «НТВ» с соответствующей долей аудитории – 15, 12,8, 12,6 и 12,4 %<sup>5</sup>.

К началу 2009 г. кабельные сети имелись во всех городах с населением свыше 100 тыс., но доля охвата абонентов сильно разнилась. В то же время услугами КТВ могли воспользоваться практически только горожане. По информации «iKS-Consulting», самое высокое покрытие КТВ – более 95 % – было в Казани и Москве, более 90 % – в Санкт-Петербурге и Уфе, в других городах-миллионниках – около 50 %. На протяжении 2009 г. доля КТВ по разным причинам несколько снизилась – до 74 или 65 % (как вследствие кризиса, так и за счет активизации спутниковых подключений) [5, с. 38].

Спутниковое телевидение (СТВ) в начале XXI в. превратилось в один из наиболее динамично развивающихся способов передачи телевизионных сигналов на значительные расстояния. Совместное использование спутниковых распределительных систем с наземными средствами телерадиовещания началось еще в середине 1960-х гг. и по-прежнему остается основной технологической базой традиционного аналогового российского телевидения<sup>6</sup>.

Однако помимо передачи сигналов с помощью спутников между телевизионными ретрансляторами, широкое распространение к настоящему времени получил индиви-

дуальный прием программ непосредственно со спутников (СНТВ – спутниковое непосредственное телевизионное вещание, иногда используется сокращение НТВ)<sup>7</sup>. История СНТВ берет начало в 1990-е гг.

Одними из первых в этой области были компания «Космос-ТВ», нацелившаяся на московский рынок, и «НТВ-Плюс», пришедшая еще и в регионы. Долгое время «НТВ-Плюс» доминировала на региональном рынке СТВ как единственный оператор прямого спутникового вещания. По причине того, что услуги и подключение СТВ были слишком дорогими для большинства населения, широкого распространения среди массового пользователя данный сегмент ТВ не получил.

Новый импульс в раскручивании СТВ пришелся на те же годы, что и в КТВ. В первую очередь сказалось общее повышение уровня жизни россиян, удешевление технологий, общая активность медиарынка. С другой стороны, как ни парадоксально, но оживлению рынка СТВ способствовала именно недоступность либо плохое качество эфирных каналов на большей территории Сибири и Дальнего Востока. В 2006 г. заявили о себе сразу два новых оператора: первоначально «Триколор ТВ» («Национальная спутниковая компания»), чуть позднее «Орион Экспресс», рассчитанные на массового потребителя (менее платежеспособную аудиторию). Существенную часть их предложений составили бесплатные пакеты, платным являлось оборудование для приема сигнала.

По расчетам «J'son&Partners», в 2009 г. сегмент СТВ стал самым динамичным в системе платного ТВ: впервые с 2003 г. доля СТВ резко увеличилась, превысив 30 % и обещив основной прирост абонентской базы [5, с. 40].

Современное СТВ в Сибирском и Дальневосточном регионах имеет огромный потенциал, что подтверждается возросшей конкуренцией в платном сегменте ТВ и появлением новых игроков на этом рынке. По состоянию на начало 2010 г. безусловным лидером по количеству абонентов являлась НСТ «Триколор ТВ», насчитывая 5 млн пользователей, следующие позиции принадлежали «НТВ-Плюс» – 600 тыс. абонентов и «Орион Экспресс» – более 100 тыс. абонентов [6, с. 37]. К 2010 г. в крупнейших городах региона телезрителю были доступны как эфирные телеканалы, так и многочисленные кабельные и спутниковые.

В последние несколько лет реальностью стало появление нового способа технологических возможностей доставки контента вещания до потребителя – IP-телевидения (IPTV). В отраслевом докладе «Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития» за 2010 г. говорится, что «IP-телевидение является частью современного телевидения, в основе которого лежат цифровые платформы. Именно цифровые кабельные и телекоммуникационные сети позволяют формировать единое конкурентное пространство, в котором операторы ориентированы на предоставление сервисов в режиме double play или triple play. Что касается телевидения, то цифровые сети дают возможность предлагать пакеты дополнительных видеослужб, таких как видео по заказу (video-on-demand, VOD), ТВЧ – телевидение высокой четкости (HDTV), цифровые видеоманитроны (DVR) и отложенный просмотр, интерактивные предложения и многие другие» [5, с. 42].

<sup>5</sup> Рейтинги телеканалов Владивостока за 2009 г. // Медиаактив. URL: <http://www.mediaaktivy.ru/> (дата обращения: 25.12.2009).

<sup>6</sup> Общие сведения о спутниковом телевидении // Крокус-ТВ.ру. URL: <http://www.krokus-tv.ru/> (дата обращения: 15.10.2010).

<sup>7</sup> Спутниковое ТВ // DGTV Цифровое телевидение. URL: <http://www.dgtv.ru/> (дата обращения: 21.11.2010).

Будучи совсем молодым, IP-телевидение лишь начинает свое победное шествие по стране. В сентябре 2005 г. компания «Новотелеком», владеющая в Новосибирске сетями под брендом «Электронный город», приступила к испытанию системы IP-телевидения в Новосибирске. Первое время на выбор телезрителей были представлены несколько телеканалов, среди которых Music Box TV, Fashion TV, ТВ3, ТНТ, НТВ, ДТВ viasat. По словам генерального директора компании О.В. Игнатенко, инвестиции в построении сетей составили более 5 млн дол. США за два года, а стоимость внедрения системы ip-телевидения – почти 1 млн дол. «Электронный город» к тому времени охватывал 35 % территории города<sup>8</sup>.

Однако для развития IPTV необходимо не только наличие технологических возможностей, пространной базы сетей, но и достаточного круга пользователей широкополосного доступа (ШПД) в Интернет. Некий прорыв в области ШПД в России наметился в 2006–2007 гг. Несмотря на популярность данной технологии в крупнейших городах, в общероссийском масштабе уровень медиапотребления IPTV весьма невелик – всего 3 % [7, с. 159].

Мобильное телевидение в России делает только первые шаги, позднее, чем во всем мире. Но популярность к мобильному телевидению приходит стремительно. Еще в 2008 г. к услуге «мобильное телевидение» относились с определенным скепсисом: сложно было представить, что кто-то будет смотреть любимые передачи на небольшом экране мобильного телефона. Однако в 2010 г. мобильное телевидение становится все более массовой услугой, предназначенной для людей, умеющих ценить свое время [8, с. 14].

Российская телевизионная индустрия находится накануне «цифровой революции» – поры глубоких и безвозвратных перемен. Эфирное вещание, являясь должником электронной медиаотрасли, в масштабах страны пока еще играет

существенную роль, но скоро уйдет в прошлое. За цифровой транспортировкой сигнала, возникшими относительно недавно спутниково-кабельным сегментом ТВ, IPTV и мобильным телевидением – важнейшими элементами диверсификации системы доставки телевизионного сигнала – будущее.

Развитие медиарынка, новых технологий, возникновение платного неэфирного сегмента вещания, с одной стороны, содействует расширению возможностей выбора телеканалов и росту многообразия телевизионных услуг, а с другой – обуславливает неравные возможности доступа к телевизионным каналам для разных регионов, типов поселений, способствует углублению различий в телеоснащенности населения, объеме и качестве получаемых услуг. Последнее является существенным фактором информационной, а стало быть, и социальной дифференциации аудитории.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Алтева Н.Н.* Социокультурная роль регионального телевидения России (анализ деятельности Западной Сибири): Автореф. дис. ... канд. филос. наук. СПб, 2003. 21 с.
2. *Голядкин Н.А.* История отечественного и зарубежного телевидения. М., 2004. 140 с.
3. *Доронина Н.* На Дальнем Востоке запущено регулярное цифровое вещание // Рос. газета. 2010. 1 февр.
4. *Мельник И.* Рынок кабельного телевидения в Новосибирске // Континент Сибирь. Новосибирск, 2007. 10 сент.
5. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад. М., 2010. 142 с.
6. *Моджук А.* Таификация России: Остановит ли «цифра» рост рынка спутникового ТВ // Медиапрофи. М., 2010. № 1–2 (26).
7. *Коломиец В.П., Ковалев П.А., Воронцова А.В.* Российское телевидение: индустрия и бизнес М., 2010. 299 с.
8. *Черников А.* Мобильное ТВ должно стать услугой массовой // Теле-спутник. М., 2010. Апрель.

<sup>8</sup> В Новосибирске приступили к испытанию системы ip-телевидения // ООО «Новотелеком». URL: <http://www.novotelecom.ru/> (дата обращения: 15.01.2011).