

ТЕЛЕКОМ проверка счета

Платное телевидение шагает по квартирам

Медиаарынок

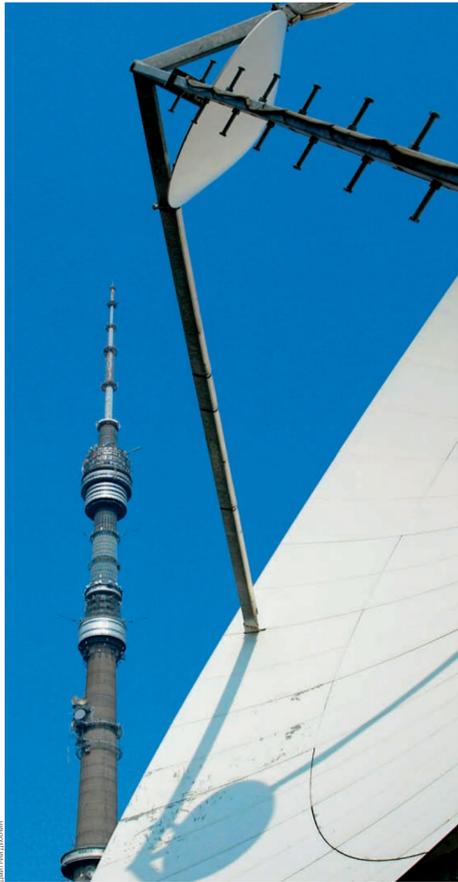
(Окончание. Начало на стр. 25)
Многие передачи идут со стереозвучком. Более того, телекомпания «НТВ плюс» уже транслирует фирменные каналы с многоканальным «живым» звуком Dolby Digital. Это означает, что в скором будущем спутниковый ресивер сможет потеснить в составе домашнего кинотеатра неизменный DVD-плеер.

Тарелочка

с цифровой каемочкой
Авторы этой заметки пишут о рынке цифрового телевидения не первый год. Однако знакомые с вечным вопросом «А что нужно сделать, чтобы меньше платить „НТВ плюс“ и смотреть как можно больше каналов?» постоянно ставят их в тупик. Ну как, скажите, ответить на вопрос, что выгоднее — платить «НТВ плюс» 850 руб. в месяц за базовый пакет из нескольких десятков каналов (плюс полный кинопакет) или \$15 за круглосуточную эротику в системе одного из московских вещателей. Что оптимальнее — платить «Космос-ТВ» чуть более \$20 в месяц за стандартный набор программ, куда входят популярные Discovery Channel, National Geographic, Eurosport и многое другое, или \$200 автомобильному ЦТВ за три эксклюзивных канала?

Среднюю оценку качества платного ТВ, как считают эксперты, следует выводить не через соотношение «абонентская плата — количество программ», а с учетом уникальности и интересности каналов, которые транслирует вещатель, и доступности системы платного ТВ в тех или иных районах Москвы. По последнему критерию, безусловно, лидирует спутниковая «НТВ плюс». Сигнал космического аппарата телекомпании доступен почти на всей территории России. Естественно, что принимать сигнал телекомпании можно не только во всех районах Москвы, но и в Подмосковье, и соседних областях.

Правда, в Москве существуют некоторые ограничения. Спутниковая антенна — «тарелка» диаметром 60 см — должна быть направлена в южную сторону. То есть если окна квартиры выходят на север, тарелку



можно разместить только на крыше, что не всегда безопасно. Коллега по „Б“, живущий в пятиэтажке на юго-востоке Москвы, был удивлен, когда один из дилеров «НТВ плюс»

стал отговаривать его от покупки приемного комплекта. «Установить-то мы ее установим», — заявил он, — только зачем? Все равно ведь через два дня свинтят».

То же касается и антенны «Космос-ТВ», используемой для передачи сигнала технологии радиодоступа MMDS. Эта решетчатая конструкция меньше, чем тарелка спутникового телевидения, и не выделяется на фоне обычных домашних антенн, которыми утыканы стены московских домов, обращенные к Останкинскому телецентру. Формально прием сигнала «Космос-ТВ» возможен в Москве и ближнем Подмосковье. Однако на практике это не совсем так: специфика MMDS в том, что антенна должна быть в зоне прямой видимости передатчика, расположенного на телебашне. Если между антенной и вашим домом, к примеру, вырастает дерево или ворона совет гнездо между приемным и передающим устройством, придется вызывать специалиста «Космос-ТВ» и переносить антенну.

Впрочем, помучиться с перетаскиванием антенны есть ради чего. «Космос-ТВ» предлагает эксклюзивные каналы. Если конек и главное конкурентное преимущество «НТВ плюс» — огромный выбор собственных оригинальных спортивных каналов, а также очень широкий набор фильмовых программ, то «Космос-ТВ» предлагает множество каналов на разных языках, транслируемых из экзотических по нашим меркам стран. Два индийских канала — Sony TV и Zee TV, корейский аналог Russia Today Arirang, Al-Arabia, японский деловой канал наверняка понравится тем, кто изучает языки, стремится узнать как можно больше и, что называется, из первых рук о культуре, экономике и сегодняшней жизни этих стран. И, конечно, такая сетка вещания не может не импонировать представителям различных диаспор. Не случайно 20–25% зри-

телей «Космос-ТВ» — иностранцы, живущие в Москве. Наиболее приемлем по соотношению «цена-качество» «Стрим-ТВ» — проект, организованный интернет-провайдером «МТУ-Интел» на базе телефонной сети МГТС. В «Стрим-ТВ» за \$9,95 вы можете купить месячную подписку платного ТВ на 50 каналов платного ТВ, среди которых тот же пакет Discovery, детский Jetix, CNN, BBC, Euronews, РБК и многое другое. «Стрим-ТВ» доступно подавляющему большинству абонентов МГТС — телесигнал к зрителю передается по телефонным проводам. Никаких антенн и тарелок для подключения к «Стрим-ТВ» не требуется. Надо только оформить через интернет заявку на подключение, дождаться, пока специалисты компании проверят вашу телефонную линию (это занимает, как правило, несколько дней), а потом пойти в магазин и купить приемное оборудование (сейчас оно, кстати, продается едва ли не во всех крупных салонах сотовой связи).

Возможности «Стрим-ТВ» позволяют превратить его в полноценное интерактивное телевидение. Правда, пока это всего лишь планы организаторов проекта. Например, пока такая интересная услуга, как «видео по запросу», отсутствует сервисом будущего. Пока абонентам «Стрим-ТВ» доступна только имитация «видео по запросу» — услуга pay per view. На нескольких телеканалах фильмы начинаются в разное время, и зритель может выбрать удобный для просмотра интервал. «Для этого определенное количество каналов резервируется под кафельный показ фильмов», — объясняет исполнительный директор холдинга «Система Масс Медиа», который продвигает на рынок «Стрим-ТВ», Виталий Шуб. — А для того чтобы предоставить услугу настоящего «видео по запросу», когда фильм начинает транслироваться в любой момент, когда зритель выбирает его название в списке, необходима существенная модернизация телефонных сетей. Они должны быть приспособлены под интерактивный режим. В пилотном режиме эта услуга работает, но сроки ее перевода из тестового режима в коммерческий пока не определены».

К плюсам «Стрим-ТВ» можно также отнести собственные

телеканалы. Пока это узкоспециальные проекты, такие как «Охота», «Рыбалка», а также национальные телеканалы — татарский, азербайджанский и другие.

Еще один оператор платного телевидения, сделавший ставку на инновационные технологии — компания «Цифровое телерадиовещание» (ЦТВ). Сигнал в формате цифрового наземного телевидения DVB-T распространяется с передатчика на Останкинской башне. В отличие от «Космос-ТВ», ЦТВ использует технологию прямой линии — то есть направленной на телебашню антенны для его приема не требуется.

ЦТВ позиционирует себя как автомобильное телевидение: картинку высокого качества можно смотреть даже в быстро движущемся автомобиле. Обычный эфирный телевизор перестает показывать что-либо внятное, как только машина перестает ползти в пробке и набирает более или менее приличную скорость. Для того чтобы этот сигнал принимать, необходимо установить в автомобиле специальную антенну, которая принимает закодированный сигнал, и тюнер, который выводит его на монитор.

Сейчас ЦТВ предоставляет своим абонентам всего три телеканала собственного производства — дайджест новостей Digital News, киноканал DV Live и развлекательный канал DV Spice. Пока ЦТВ не удалось завоевать большого количества поклонников — у компании на сегодняшний день всего около 300 абонентов. Причину этого эксперты видят не только в непривычности услуги, но и в ограниченном наборе каналов и в тоже время высокой абонентской плате и цене на приемное оборудование, сопоставимой с ценой подержанной российской машины (см. таблицу).

До конца года ЦТВ обещает запустить телевидение для мобильных телефонов по технологии DVB-H — в прошлом месяце компания объявила, что результаты тестового вещания были успешными. Однако до его массового распространения в Москве, да и в других крупных городах мира, пока далеко. Первые смартфоны со встроенными DVB-H-приемниками в Западной Европе появятся лишь летом этого года.

Алексей Харнас

Обозреватель «Б»-Телекома»



Даром — не нужно

Реформаторам, пытающимся провести «безболезненную» отмену льгот и повышение расценок на услуги ЖКХ, стоит поучиться у телевизионщиков. Серии на общедоступном телевидении наконец-то стали вызывать меньшее отвращение, чем выпуски новостей на лобом из общенациональных телеканалов. И граждане — заметьте, совершенно добровольно — стали отказываться от бесплатного телевидения в пользу платных телеканалов. Тем более что «входной билет» в платное телевидение становится доступнее с каждым днем. Для большинства зрителей, и я тут не исключение, подписка на спутниковое телевидение вовсе не форма гражданского протеста топорно сделанной пропаганде на национальных каналах. Передачи CNN по идеологической насыщенности ничуть не уступают ОРТ. Просто не будь платных спутниковых каналов, на телевидении как на развлекении можно было бы ставить крест.

Уход от реальности в мир спутникового телевидения — как шприц с качественным героином. Попробовав один раз, соскочить уже невозможно. В моей городской квартире установлены две системы спутникового телевидения «Космос-ТВ» и «НТВ плюс». Пакеты программ этих провайдеров имеют небольшие различия — поэтому я плачу обид. Надеюсь, что я удержу себя в руках и не поставлю 90-сантиметровую «тарелку» для того, чтобы получить возможность смотреть 250 каналов со спутника Hot Bird.

Понятно, что далеко не все спутниковые каналы адаптированы для российского зрителя. На мой взгляд, лучшее спасение от новостей и сериалов — телеканалы Discovery. По двум каналам из четырех, включенных в пакет поставщика спутникового телевидения, уже несколько лет идут фильмы о великих битвах прошлых лет и теории происхождения египетских мумий. Время на этих каналах остановилось. Нефть может упасть до \$12 за баррель, самолеты с исламскими фундаменталистами сотрут с лица земли все здания выше пяти этажей — но спасение от этого глобального ужаса будет только в этих каналах Discovery: они по-прежнему будут рассказывать о высиде союзников в северной Франции и многолетних (и пока безуспешных) поисках зуба ихтиозавра в штате Небраска.

Программы другого канала — наглядная иллюстрация того, как же далеки мы, жители Москвы, от всего остального мира. «Эта семейная пара из Лондона решила на приобретение старой фермы и гектара земли в Шотландии за £26 тыс. Еще столько же она планирует вложить в переделку дома по современному дизайн-проекту...» — цитата из Grand Design, моей любимой передачи на канале Travel & Living. За £26 тыс. пожалуй, можно купить гектар земли с разрушенным коровником где-нибудь в Ивановской области. Но переделка его обойдется на порядок дороже. И почему, спрашивается, в Англии, стране с не самой дешевой рабочей силой, покупка и реконструкция недвижимости стоит вполне понятных денег? А в реальной жизни риэлтеры со звериной серьезностью доказывают мне, что замкообразное строение между Рублево-Успенским и Новорязанским шоссе стоит минимум полмиллиона долларов. За что полмиллиона? За проселочную дорогу, блуждающую между «диких» покоек, за участок в десять соток или за соседей, которые в «элитном поселке» пускают по веру забор колючую проволоку? Конечно, говорить о серьезной конкуренции между бесплатным и платным телевидением пока не приходится. Россия — это не Москва и Санкт-Петербург. Значительная часть населения остальных субъектов федерации какое-то время еще будет глотать шутки «Аншлага» и рекламу дешевого пива, сбиту в блоки по десять минут. Но эта аудитория интересна уже не всем рекламодателям. И уже не нужно быть гениальным маркетологом, чтобы догадаться, куда в перспективе будут перетекают их рекламные бюджеты.

Информационная безопасность

В интернете появилась троян-вымогатель

В конце апреля в интернете появилась вредоносная программа, блокирующая компьютер и требующая «компенсации», которую необходимо выплатить злоумышленникам с помощью службы денежных переводов Western Union. Образец нового трояна обнаружен компанией Sophos, занимающейся IT-безопасностью. После запуска троян блокирует компьютер и выводит сообщение об уничтожении файлов каждые 30 минут. После этого пользователю выдаются инструкции, как разблокировать компьютер, переводя \$10,99 с помощью службы Western Union. Вирус предупреждает, что нажатие клавиш Control + Alt + Delete для перезагрузки компьютера не поможет. При этом автор вируса даже предлагает своеобразную техническую поддержку. Если после отправки денег компьютер все-таки не разблокируется, он обещает изучить проблему, для чего прилагает адрес электронной почты.

Участники рынка отмечают, что вредоносная программа, получившая наименование Troj/Ransom-A, — представитель пока малочисленного семейства новых вирусов, требующих «выкуп» в обмен на разблокирование компьютера-жертвы. Аналогичная программа появилась в интернете в марте — она шифровала документы пользователя и оставляющий файл с требованием о выкупе в размере \$300 в обмен на пароль для доступа к их же информации. Жертвам предлагалось перевести деньги на один из 99 счетов в системе электронных платежей E-Gold.

CNews

Декларация о намерениях

Абоненты МГТС смогут выбрать оператора дальней связи

В апреле абоненты «Московской городской телефонной сети» (МГТС) получили возможность выбрать оператора дальней связи при каждом звонке, не приходя на телефонный узел. Ранее для переключения с «Ростелекома» на «Межрегиональный транзит телеком» (МТТ) они должны были посетить узел связи и подать на МГТС письменное заявление. МГТС опубликовала ofertу для абонентов-физлиц о заключении соглашения по выбору оператора дальней связи. Offerта распространяется на тех пользователей сети, которые еще не выбрали такого оператора. Для выхода в сеть выбранного оператора при каждом вызове требуется набирать индивидуальный префикс компании.

Чтобы принять условия офферты и иметь возможность выбора между «Ростелекомом» и МТТ, абонент должен набрать на своем аппарате одну из трех предложенных МГТС комбинаций цифр. После набора автоинформатор оповещает абонента о принятии его заявки на выбор оператора при каждом вызове. Первоначально услуга выбора оператора дальней связи оказывается бесплатно, а все последующие изменения осуществляются по заявлению абонента в соответствии с действующими тарифами. Если же абонент желает пользоваться услугами только одного оператора, не выбирая его при каждом вызове, то требуется подать письменное заявление на свой телефонный узел.

«Компьюлента»

Microsoft нашел новый рекламный рынок

В конце апреля стало известно, что корпорация Microsoft намерена купить компанию Massive Inc., которая основала первую в мире сеть по размещению рекламы в компьютерных играх. В эту компанию Microsoft уже вложил \$4 млн, однако, по мнению экспертов, сумма сделки может быть гораздо выше: за Massive Microsoft может заплатить от \$200 млн до \$400 млн. Рекламная сеть Massive Inc. предусматривает размещение рекламных щитов, баннеров и логотипов в компьютерных играх. Запатентованные технологии позволяют подгружать в игру новую рекламу через интернет, отслеживать в режиме реального времени количество показов и предоставлять рекламодателю полную статистику. На сегодняшний день компания подписала контракты с 38 издателями по размещению рекламы в 60 различных играх. Среди заказчиков такие известные бренды, как Coca-Cola, 20th Century Fox и Panasonic.

«Вз-планета»

Технологии и инновации

Philips подыгрывает рекламщикам

Специалисты компании Philips разработали и запатентовали технологию, которая не позволит телезрителям переключать каналы во время трансляции рекламных роликов. Нововведение может коснуться в первую очередь владельцев приемников цифрового телевидения и бытовых видеорекодеров, поддерживающих стандарт интерактивного цифрового телевидения Multimedia Home Platform. Представители Philips предлагают маркировать специальными цифровыми метками рекламные паузы, во время которых управление воспроизводящим устройством будет блокироваться, чтобы телезритель не мог на время рекламы переключить канал. Поскольку метки распознают и многие видеорекодеры, возможность «перематывать» рекламный блок в предварительно записанной телепрограмме также будет исключена. Предвидя реакцию пользователей, которые могут подумать, что оборудование неисправно, в Philips планируют выводить во время рекламных блоков на экран специальное сервисное сообщение. Разработчики также не исключают, что со зритель, которые все-таки захотят смотреть рекламу, телекомпаниями может взиматься дополнительная плата.

«Компьюлента»

Статистика

Рынок ПК теряет темпы роста

В апреле компания IDC опубликовала отчет о состоянии российского компьютерного рынка в 2005 году. По данным IDC, темпы роста российского рынка персональных компьютеров в прошлом году снизились до 22% по сравнению с 32% в 2004 году, а его объем достиг 6,3 млн штук. IDC отмечает, что по этому показателю Россия уже второй год подряд входит в первую пятерку стран региона EMEA (Европы, Африки и Ближнего Востока), вплотную приблизившись к Италии. При этом на долю международных поставщиков приходится лишь около 6% рынка настольных ПК. Правда, на рынке ноутбуков (его объем составил в 2005 году 1,2 млн штук при годовых темпах роста 84%) по-прежнему лидируют зарубежные поставщики — Acer, ASUS, Hewlett-Packard, Samsung. Из отечественных компаний в первую пятерку поставщиков ноутбуков на российский рынок вошла лишь Rover Computers.

виктор хилько

Интернет становится мобильнее

В конце апреля компания Ipsos Insight опубликовала исследование мирового рынка мобильного интернета. По данным аналитиков, 28% владельцев мобильных телефонов по всему миру используют их для выхода в интернет. Лидирует в этом плане Япония — там 92% абонентов сотовой связи хотя бы раз в месяц в течение прошлого года выходили в сеть или проверяли электронную почту с телефона. Постоянно мобильным интернетом пользуются 40% японцев. Второе место по числу мобильных пользователей сети занимает Великобритания — 29% от общего числа абонентов. Третье место делят США и Южная Корея, где интернетом пользуются 26% владельцев мобильных телефонов.

«Компьюлента»

Карманные компьютеры не продаются

В конце апреля компания IDC обнародовала отчет о состоянии мирового рынка карманных компьютеров в первом квартале 2006 года. По сравнению с аналогичным периодом 2005 года их поставки снизились на 22,3% — до 1,5 млн штук. По итогам первого квартала лидером на рынке КПК стала компания Palm. Ее крупнейший конкурент Hewlett-Packard снизил продажи на 30,3%, однако остается крупнейшим в мире поставщиком КПК на базе операционных систем Microsoft. Американская компания Dell снизила объем поставок КПК на 33,8% в первом квартале, однако продолжает оставаться третьим по величине вендором в мире. Компания Acer показала в первом квартале 2006 года наименьшее снижение объема поставок из пяти крупнейших вендоров — 10,8% — по сравнению с аналогичным периодом 2005 года. Объем поставок пятого крупнейшего вендора Mio вырос — компания показала прирост объема поставок по сравнению с первым кварталом 2005 года на 84,4%.

«Прайм-ТАСС»



редис



особенный * редис



Можно ли завоевать доверие потребителей с помощью простого редиса? Почему бы и нет? Сотрудничая с одной из крупнейших торговых сетей, компания IBM разработала уникальные весы, которые определяют товар и его цену через пластиковый пакет, что позволяет ускорить движение очереди. Благодаря таким технологическим и бизнес-инновациям, как эти весы и использование технологии радиочастотной идентификации товаров RFID, у этой сети супермаркетов появилось серьезное преимущество перед конкурентами. Как это стало возможным? Команда IBM, состоящая из специалистов по управлению системами поставок, системных аналитиков и инженеров, объединила в розничной сети систему гибкого ценообразования и фантастические (буквально) весы. Необходимы инновации, чтобы сохранить доверие потребителей? Посоветуйтесь с инноватором для инноваторов. Позвоните в IBM. Подробнее на сайте ibm.com/innovation/ru

Что делает Вас особенным? **IBM.**

IBM, логотип IBM, What Makes You Special, Innovator's Innovation являются зарегистрированными товарными знаками или товарными знаками International Business Machines Corporation в Соединенных Штатах и/или других странах. Названия других компаний, продуктов и услуг могут быть товарными знаками или знаками обслуживания третьих лиц. © 2006 IBM Corporation. Все права защищены.