

Минкомсвязь разработало стратегию развития телерадиовещания

Министерство связи и массовых коммуникаций [разработало](#) проект развития российского рынка теле- и радиовещания до 2025 года. В разработке принимала участие рабочая группа, созданная в 2013 году и состоящая из работников ведомства и представителей отрасли.

Разработанная стратегия не является обязательной и носит рекомендательный характера, хотя министерство надеется, что индустрией она будет востребована. Сам проект представляет собой скорее презентацию на пару десятков страниц, рассказывающую о текущем положении дел в отрасли и прикидок "как оно будет через некоторое время". Основное внимание уделено телевидению: видам контента, рекламным доходам и монетизации, типам устройств и общим проблемам технического характера.

К примеру, на сегодняшний день доли рынка по технологии распространения сигнала распределились следующим образом: 36% принадлежит эфирному вещанию, 35% кабельному, а на долю спутникового приходится оставшийся 31%. Однако благодаря масштабной прокладки оптики в малые населённые пункты, к 2020 году большинство населения перейдёт на кабель. Приблизительно к тому же сроку планируется отказаться от государственной поддержки аналогового вещания, вследствие чего вещатели сами перейдут на цифровой сигнал.

К 2025 году произойдёт практически полный переход к просмотру "умных" устройств, а телезрители начнут интересоваться качеством сигнала, дополнительными возможностями и интерактивностью контента. Кроме этого, телесмотрение станет многоформатным: основной экран утратит роль центрального элемента дома, уступив его целому набору устройств в виде планшетов, смартфонов и мониторов. Увы, информацию о шлемах виртуальной реальности или чём-то типа HoloLens/Google Glass, которые потенциально могут перевернуть весь рынок, авторы концепции проигнорировали. То ли не считают их заслуживающими внимания, то ли просто не в курсе, что такие устройства существуют.

Рекламная модель изменится не сильно – деньги будут брать как от непосредственной продажи картинки, так и от рекламных доходов, когда за бесплатность передач придётся расплачиваться просмотром рекламы. Которая, к слову, будет стремиться стать максимально таргетированной. Затронута была и платёжеспособность населения – авторы концепции посчитали, что расширение платёжеспособной аудитории к 2025 году затронет все населённые пункты с 30 и более тысячами жителей. В случае если текущий кризис продлится, то пункты с 50 тысячами населения. Правда, не совсем понятно, что же под этим имеется в виду – за услуги связи, в том числе и телевидение, люди частенько платят и в посёлках и в деревнях.

Ну и конечно, не обошлось без модного сейчас импортозамещения. Как считает ведомство Николая Никифорова, до половины используемых в производстве компонентов ТВ будут российского происхождения. Правда, ожидается это никак не раньше 2020 года, да и оговорка "до" намекает, что 5-10% (или 1-2%) тоже вполне прогнозный результат.

С полным текстом концепции можно ознакомиться по [ссылке](#) (pdf).