

РАЗМЫШЛЕНИЯ ОБ IPTV



МPEG Industry Forum – это международная некоммерческая организация, цель которой – способствовать массовому применению MPEG-стандартов создателями контента, разработчиками, производителями и провайдерами услуг, а также конечными пользователями. В этой связи вопросы IPTV чрезвычайно актуальны для данной организации. Своими соображениями о развитии этого нового направления, его перспективах и бизнес-моделях делится Президент MPEG Industry Forum Себастьян Мориц (Sebastian Moeritz).

В последние годы в нашей индустрии идут бурные дебаты о новых телевизионных технологиях и услугах. И, конечно, IPTV – одна из них. Уже сегодня в мире известен ряд успешных IPTV-проектов, еще больше их появится в ближайшем будущем.

Но, прежде всего, необходимо договориться о терминологии. Под IPTV мы будем понимать распространение ТВ-программ и другого контента через закрытые (частные) IP-сети. И в этом смысле IPTV близко к Интернет-телевидению, которое также транслируется через IP-сеть, – но через открытую, публичную сеть Интернет.

И телевидение, и Интернет – это источники контента, релевантного, востребованного и нужного пользователям. Если сформировать группы зрителей по интересам и организовать для них соответствующие "виртуальные каналы", то контент для таких каналов чрезвычайно трудно найти только на

ТВ или только в Интернете. Для зрителей не имеет никакого значения, откуда взят нужный им контент.

Другой факт из жизни – поведение зрителей, индивидуальное и коллективное, изменилось и продолжает меняться. Очевидно, в этой эволюции существенную роль сыграл – и продолжает играть – Интернет. И в сегодняшней экосистеме развлечений и потребления контента одного экрана уже недостаточно. Эта экосистема становится "многозадачной". Небольшой пример: почти 50% людей в возрасте от 14 до 24 лет смотрят ТВ и одновременно путешествуют по Интернету и пользуются ПК (сравните – около 60% смотрит ТВ во время еды), ориентировочно 75% зрителей из этой категории одновременно ищут информацию в Интернете, интерес к которой вызвал ТВ-контент. Более того, зрители общаются друг с другом (непосредственно, по телефону, посредством SMS и т.п.) во время просмотра ТВ-программы. В этом

контексте интересно отметить, упомянуть, что поисковые средства Интернета, такие как Google, могут сказать, проанализировав проходящие через них запросы, какой вид ТВ-программы сейчас идет.

Но меняется не только поведение зрителя, но и продаваемый контент, особенно если говорить об online-видео. Свыше 75% всего контента online-видео короче 10 минут, т.е. зритель хочет получать то, к чему он привык в Интернете (в том числе – мобильном), когда он смотрел потоковое видео или закачивал короткие ролики. Создание такого короткого контента быстро растет и становится очень профессиональным. При этом не стоит забывать о контенте, произведенном пользователями, который, как правило, не длиннее пяти минут.

Но вернемся к многозадачности. Да, только одного экрана уже недостаточно. Фактически даже два или три видеотерминала не исправляли ситуацию, пока они не обрели простую и действительно персонализированную систему навигации, а также простой пользовательский интерфейс. Идеальный для путешествий ("roamable") мир представляет собой контент (и, конечно, другие сервисы – голосовые, передачи данных и т.д.), полностью переносимый на различные устройства (например, контент, поступающий из центральной базы данных к персональному пользователю). Причем переноситься должен не только контент, но и профили настроек пользователя, т.е. важно сохранение и доступность настроек на любом устройстве. Разумеется, для достижения этой цели должно пройти некоторое время, но наша индустрия определенно придерживается этого пути.

В целом, IPTV может быть много большим, чем просто видео по запросу или вещание ТВ через Интернет (это может рассматриваться как базис, как начальный уровень в предоставлении IPTV-услуг). Мы должны извлечь урок успеха Интернета, в том числе – Интернет-ТВ и его специфики. Высший приоритет для развития IPTV – обеспечить стабильную прибыль. И эта задача может быть решена, если только не полагаться исключительно на абонентскую плату. Необходима инновационная, нацеленная реклама (включая розничные продажи), равно как и другие дополнительные сервисы, востребованные зрителями.

Множество дискуссий показывают, что зрителями востребованы и заказываются услуги с низкой абонентской платой (в том числе как часть tripl-/quad-/multiplay) с дополнительными сервисами (включая премиальные сервисы). Иными словами, цель развития IPTV – сделать эти сервисы виртуально доступными всем.

Потенциал у этого направления гигантский, если принять во внимание огромное число людей, подключенных к Интернету. Например, в Германии около 20 млн. потенциаль-

ных зрителей Интернет-ТВ, но пользователей IPTV там сейчас только порядка 175 тыс.

Помимо простых моделей IPTV (видео по запросу и живое/линейное ТВ), появляются и другие модели. Например, модель, к тому же включающая запись контента на жесткий диск, услуги видеозаписывающих устройств и возможности сдвига времени. Или более совершенные модели, включающие интерактивность (через дополнительный канал, мобильную связь, Интернет, голосовую связь и т.д.), электронную коммерцию и локализованный/персональный/релевантный/интуитивный поиск контента. Все это достигается только посредством полной конвергенции мультисервисов.

Отметим, что во всех этих моделях чрезвычайно важно качество предоставляемых услуг. Но не менее важный фактор – качество опыта (Quality of Experience), особенно в отношении релевантности контента.

Безусловно, мы затронули лишь некоторые вопросы IPTV, обрисовав несколько идей и перспектив развития нашей индустрии. Более того, все вышесказанное – лишь пища для размышлений.*

*Вопросы, затронутые в этой статье, более развернуто рассмотрены в статье д.т.н., профессора М.Тюхтина "Почему IPTV идет на смену существующему телевидению" на стр. 20 в этом же номере журнала (прим. ред.).

НОВЫЕ КНИГИ

Тюхтин М.Ф.

Системы Интернет-телевидения.

Москва: Горячая линия–Телеком, 2008. – 320 с.



Приведены подробные сведения о передаче телепрограмм через Интернет по технологиям IPTV, Web-TV, Online-TV. Кратко изложены методы традиционных телетрансляций (цифровое, эфирное и кабельное телевидение) и существующие методы компрессии телесигналов. Описаны составляющие систем Интернет-телевидения: антенный пост, головные станции, серверы центра управления сетью, транспортные сети (ATM, SDH, Ethernet), сети доступа, специальное ПО, контент-агрегирование. Рассмотрены возможные бизнес-модели внедрения TriplePlay-услуг. Освещены перспективы развития Интернет-телевидения и возможные негативные последствия внедрения технологических новаций в области инфокоммуникаций.

Для специалистов, впервые знакомящихся с данной проблематикой, будет полезна студентам и аспирантам.

О приобретении книги можно узнать:
по телефону (495) 737-39-27,
по e-mail: radios_hl@mtu-net.ru
или на сайте www.techbook.ru