

КОНЦЕПЦИЯ
развития телерадиовещания в Российской Федерации
на 2020 – 2025 годы

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	С. 2
1. Цели и задачи государственной политики в сфере телерадиовещания	С. 4
2. Развитие телерадиовещания в традиционных средах	С. 7
2.1. Увеличение числа общедоступных телевизионных каналов, распространяемых посредством ЦЭТВ.	
2.2. Уравнивание статуса телеканалов первого и второго мультиплексов.	
2.3. Развитие регионального телевизионного вещания.	
2.4. Обеспечение роста качества звука и изображения в телевещании.	
2.5. Внедрение в телерадиовещание интерактивных технологий.	
2.6. Развитие радиовещания.	
3. Обеспечение единства информационного пространства в традиционных средах и цифровой среде распространения телевизионного и радио контента	С. 20
Обеспечение ведущих позиций для российского телевизионного контента в сети «Интернет» как одной из важнейших сред распространения	
3.1. Развитие каналов распространения телевизионного и радио контента в сети «Интернет».	
3.2. Совершенствование системы оповещений граждан и распространения экстренной информации с использованием телерадиоканалов.	
3.3. Поддержка и стимулирование производства и распространения национального аудиовизуального, звукового и иного контента.	
3.4. Развитие системы исследований аудитории.	
4. Использование радиочастотного спектра	С. 36
5. Особенности модели функционирования рынка телерадиовещания	С. 41
6. Основные мероприятия по реализации Концепции	С. 42
7. Ожидаемый результат реализации Концепции	С. 45
Глоссарий	С. 47
План мероприятий («Дорожная карта») по реализации Концепции развития телерадиовещания в РФ на 2020 – 2025 годы	С. 53
Таблицы	С. 62

ВВЕДЕНИЕ

Основной задачей развития телерадиовещания в 2009 – 2018 годах было обеспечение населения Российской Федерации многоканальным вещанием с гарантированным предоставлением пакета обязательных общедоступных телеканалов и радиоканалов заданного качества. Указанная задача решена в рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009 – 2018 годы», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 03.12.2009 № 985 (далее – ФЦП).

В результате реализации ФЦП 98,1 % населения Российской Федерации получило возможность бесплатного приёма обязательных общедоступных телерадиоканалов, входящих в первый и второй мультиплексы, распространяемых с помощью эфирного цифрового наземного вещания (далее – ЦЭТВ). Доступность телерадиоканалов первого и второго мультиплексов для населения Российской Федерации, проживающего в малых населенных пунктах, не охваченных ЦЭТВ, обеспечена за счет спутниковой трансляции.

В период с января 2019 по октябрь 2019 в Российской Федерации проведено отключение аналогового эфирного вещания телеканалов первого и второго мультиплексов, в результате которого произошло высвобождение частотного ресурса. Вместе с тем отключение аналогового эфирного вещания происходит в России на 7 – 10 лет позже, чем в других ведущих странах, реализуется при высоком проникновении платного телевидения и росте интернет-смотрения. Данный процесс происходит на фоне снижения линейного телесмотрения, особенно в молодых возрастных группах, и снижения рынка телевизионной рекламы. Дальнейшее отключение аналогового эфирного вещания приведет к сокращению числа эфирных телеканалов, не включенных в первый и второй мультиплексы.

Рисунок 1. Просмотр линейного ТВ и рынок ТВ рекламы в России



Источник: Mediascope, 100 тыс+

Источник: АКАР, НРА

Развитие цифровых технологий трансформирует медиaproстранство, приводит к появлению новых цифровых типов медиаресурсов и видов информационных услуг. Цифровая реальность меняет приоритеты. Конкуренция телевидения и радио с новыми медиаресурсами становится более острой, чем внутриотраслевая конкуренция. При этом развитие интерактивных телевизионных технологий происходит фрагментарно, отсутствуют единые стандарты услуг адресного и интерактивного телевидения, в недостаточной мере урегулирован порядок распространения телевизионного контента в сети «Интернет».

В современных условиях телевизионный и радио контент доставляется потребителю разнообразными способами: как посредством телевизионного и радиовещания, так и с использованием цифровых медиаресурсов, в том числе сайтов в сети «Интернет», аудиовизуальных сервисов, видеохостингов, социальных сетей. В то время как большинство лиц старшего возраста отдает предпочтение традиционным средствам массовой информации, молодежь и лица среднего возраста все чаще для получения медиаконтента используют интерактивную цифровую среду. Владельцы Интернет-платформ конкурируют с традиционными вещателями. Вместе с тем доля российских вещателей и медиахолдингов на развивающемся рынке распространения

аудио и видео контента в сети «Интернет» составляет менее десяти процентов, а основные Интернет-платформы, распространяющие такой контент, контролируются иностранными лицами.

Процессы цифровизации влияют на экономическую ситуацию в телерадиовещательной отрасли, поскольку происходит перераспределение аудитории и рекламных бюджетов в пользу цифровых медиа.

Вместе с тем должны создаваться условия, обеспечивающие доступ населения к телевизионному и радио контенту во всех средах распространения (наземной эфирной, спутниковой, кабельной, Интернет-среде) при сохранении ведущей роли обязательных общедоступных телерадиоканалов как гарантии обеспечения информационных прав граждан.

Указанные обстоятельства определяют дальнейшие цели и задачи государственной политики в сфере телерадиовещания. Настоящей Концепцией определяются цель, принципы, задачи и основные направления развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2020 – 2025 годы, основанные на анализе текущего состояния телерадиовещательной отрасли, основных тенденций ее развития и потребностей ее участников.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ТЕЛERAДИОВЕЩАНИЯ

Формирование информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений определено в качестве одного из приоритетов обеспечения национальных интересов при развитии информационного общества в соответствии со Стратегией развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203 (далее – Стратегия развития информационного общества). Для реализации указанного приоритета согласно Стратегии развития информационного общества необходимо проведение комплекса мероприятий, включающих:

формирование безопасной информационной среды на основе популяризации информационных ресурсов, способствующих распространению традиционных российских духовно-нравственных ценностей;

установление устойчивых культурных и образовательных связей с проживающими за рубежом соотечественниками, иностранными гражданами и лицами без гражданства, являющимися носителями русского языка, в том числе на основе информационных и коммуникационных технологий;

принятие мер по эффективному использованию современных информационных платформ для распространения достоверной и качественной информации, прежде всего, российского производства;

обеспечение насыщения рынка доступными, качественными и легальными медиапродуктами и видеосервисами российского производства;

совершенствование механизмов законодательного регулирования распространения массовой информации, а также средств обеспечения доступа к информации, которые по многим признакам могут быть отнесены к средствам массовой информации, но не являются таковыми (Интернет-телевидение, новостные агрегаторы, социальные сети, сайты в сети «Интернет», мессенджеры);

принятие мер поддержки традиционных средств распространения информации (радио-, телевидение).

Исходя из указанного стратегического приоритета и мероприятий, необходимых для его реализации, целями государственной политики в сфере телерадиовещания на современном этапе являются обеспечение конституционного права граждан на получение объективной, достоверной информации в условиях безопасной информационной среды, усиление государственного протекционизма в сфере производства и распространения российского телевизионного контента, создание в традиционных средах распространения и в цифровой среде условий для удовлетворения информационных потребностей населения.

Для достижения указанных целей требуется решить следующие основные задачи:

а) создание условий для поддержки производства и распространения российского телевизионного и радио контента разнообразного жанрового характера, обеспечивающего удовлетворение информационных потребностей различных аудиторий, а также для формирования адресного предложения такого контента для телезрителей и радиослушателей;

б) увеличение доли потребления российской аудио-, аудиовизуальной продукции, создаваемой российскими телерадиовещательными организациями, распространяемой посредством новых цифровых медиа;

в) обеспечение доступности русскоязычного аудио-, аудиовизуального контента для зрительской аудитории за рубежом, а также российского контента на иностранных языках;

г) обеспечение доступности в цифровом формате и на бесплатной основе 20 телевизионных и 3 радиоканалов, включенных в первый и второй мультиплексы, на всей территории Российской Федерации во всех средах распространения;

д) обеспечение устойчивости функционирования сети телерадиовещания Российской Федерации, в том числе бесперебойности трансляции телерадиоканалов;

е) формирование единой кроссплатформенной системы медиаизмерений;

ж) формирование единой экосистемы распространения телерадиовещательного контента;

з) эффективное использование радиочастотного спектра, выделенного для целей телерадиовещания;

и) стимулирование развития прогрессивных технологий телерадиовещания, включая интерактивное, гибридное и адресное телевидение, внедрение современных стандартов качества звука и изображения, кодирования и сжатия сигнала телерадиоканалов;

к) создание на базе новых технологий телерадиовещания новых каналов коммуникации с населением, в том числе систем оповещения населения о чрезвычайных ситуациях;

л) совершенствование антипиратских мер, направленных на защиту производителей аудио и видео контента во всех средах распространения.

Телевидение и радио остаются одними из самых влиятельных источников информации с самой широкой аудиторией. Они являются значимыми элементами информационного, культурного пространства и безопасности страны, выполняют важнейшие социальные функции. Одновременно они являются инструментом для решения задач оперативного информирования населения в чрезвычайных ситуациях; позволяют достичь самых отдаленных точек страны и дают возможность людям принимать участие в общественных дискуссиях и жизни независимо от географии их проживания. Все это способствует высокому уровню доверия слушателей к телевидению и радио.

Проблема повышения доверия населения России к источникам информации тесно связана с проблемой доступа к качественному контенту, который способно создать только профессиональное медиа сообщество, обеспечивающее соответствие журналистов высоким стандартам профессиональной деятельности, в том числе определяемым законодательством о средствах массовой информации.

Признание на государственном уровне приоритетности решения указанных проблем и выполнение задач, направленных на поддержку профессионального медиа сообщества, необходимы для стимулирования производства качественной информационной продукции, заслуживающей доверия россиян.

2. РАЗВИТИЕ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ В ТРАДИЦИОННЫХ СРЕДАХ

Основными направлениями развития телерадиовещания в традиционных средах распространения являются:

- 1) увеличение числа общедоступных телевизионных каналов, распространяемых посредством ЦЭТВ;
- 2) уравнивание статуса телеканалов первого и второго мультиплексов;
- 3) развитие регионального телевизионного вещания;
- 4) обеспечение роста качества звука и изображения в телевещании;
- 5) внедрение в телерадиовещание интерактивных технологий;
- 6) развитие радиовещания.

2.1. Увеличение числа общедоступных телевизионных каналов, распространяемых посредством ЦЭТВ.

На текущем этапе наравне с распространением в ЦЭТВ телерадиоканалов первого и второго мультиплексов сохраняется аналоговое эфирное вещание ряда телеканалов, не вошедших в первый и второй мультиплексы, но распространяемых во всех средах на территории трех и более субъектов Российской Федерации, а также региональных телеканалов.

Указом Президента Российской Федерации от 11.08.2014 № 561 «О гарантиях распространения телеканалов и радиоканалов на территории Российской Федерации» Федеральное государственное унитарное предприятие «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (ФГУП «РТРС») определено оператором связи, осуществляющим на территории Российской Федерации эфирную цифровую наземную трансляцию телеканалов, получивших право на осуществление эфирного цифрового наземного вещания с использованием позиций в мультиплексах.

В то же время с учетом необходимости обеспечения информационных потребностей населения требует решения вопрос организации третьего мультиплекса в отношении телеканалов, оставшихся в аналоговой эфирной среде. Такие телеканалы наряду с вошедшими в мультиплексы выполняют социально-значимую функцию, обеспечивая бесплатный доступ населения к телевизионному контенту различной жанровой направленности. Вместе с тем организация третьего мультиплекса с охватом городов с населением свыше 100 тыс. человек позволят сохранить положение вещателей на рекламном

рынке при условии вхождения в третий мультиплекс телеканалов, распространяющихся в настоящее время в аналоговой эфирной среде на территории более трех субъектов Российской Федерации.

По оценкам ФГУП «РТРС», ежегодные операционные затраты на обеспечение функционирования третьего мультиплекса в городах с населением свыше 100 тыс. человек составят не более 2,4 млрд. руб.

Создание третьего мультиплекса позволит решить проблему телеканалов, осуществляющих в настоящее время наземное эфирное аналоговое вещание, не вошедших в мультиплексы. При этом формирование третьего мультиплекса не приведет к уменьшению рекламных доходов телеканалов первого и второго мультиплексов, так как аудитория телеканалов, которые потенциально могут войти в третий мультиплекс, уже учтена в рамках проводимых исследований аудитории.

В этой связи концепция формирования третьего мультиплекса должна предусматривать обеспечение присутствия в нем не менее восьми телеканалов, не вошедших в первый и второй мультиплексы, но распространяемых во всех средах на территории не менее трех субъектов Российской Федерации, а также выделение одной – двух позиций в мультиплексе для вещания региональных телеканалов. [Также требует решения вопрос применения к таким телеканалам, формирующим третий мультиплекс, принципа обязательности и бесплатности распространения во всех средах вещания и коррелирующей ему обязанности операторов связи.]

Создание третьего мультиплекса предполагает проведение ряда поэтапных мероприятий организационного и правового характера, включающих:

- разработку частотно-территориального плана создания третьего мультиплекса;
- проведение конкурсов на получение права на осуществление эфирного цифрового наземного вещания с использованием позиций в мультиплексах на территории Российской Федерации;

- создание ФГУП «РТРС» сети распространения третьего мультиплекса.

До завершения указанных мероприятий необходимо обеспечить сохранение аналогового телевидения. Для этих целей должно быть обеспечено продление разрешений на использование радиочастот для целей продолжения аналогового телевизионного вещания.

Одновременно, в связи с необходимостью отвечать интересам аудитории, должен быть решен вопрос о создании мультиплексов, содержащих телеканалы в стандарте телевидения высокой четкости, что предусмотрено Указом Президента Российской Федерации от 11.08.2014 № 561.

2.2. Уравнивание статуса телеканалов первого и второго мультиплексов.

Строительство второго мультиплекса с покрытием 98,1% было продиктовано социальными задачами. Для телеканалов, вошедших во второй мультиплекс, затраты на трансляцию возросли в три - пять раз по сравнению с затратами на аналоговую трансляцию за счет увеличения зоны покрытия.

При этом в результате перехода на распространение посредством цифрового эфирного телевидения доходы телеканалов, вошедших во второй мультиплекс, не выросли, поскольку расширение охвата произошло за счет менее привлекательной с точки зрения рекламодателей аудитории (жителей населенных пунктов с численностью населения менее 100 тыс. человек).

Государство закрепило законодательные гарантии распространения телерадиоканалов первого мультиплекса в малочисленных населенных пунктах, компенсируя расходы вещателей телеканалов первого мультиплекса на эфирное вещание на указанных территориях.

Необходимо законодательное закрепление нормы, предусматривающей уравнивание статуса телеканалов первого и второго мультиплексов в части обязательств вещателей по распространению таких телеканалов в малочисленных населенных пунктах, а также компенсацию расходов, понесенных вещателями и связанных с их трансляцией на территориях

малочисленных населенных пунктов, за счет средств федерального бюджета в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Данные меры одновременно позволят исключить риски прекращения трансляции телеканалов первого и второго мультиплексов в малочисленных населенных пунктах по экономическим причинам и сохранить для населения таких населенных пунктов единый стандарт обеспечения пакетом бесплатных цифровых телерадиоканалов.

В целях обеспечения единства информационного пространства Российской Федерации следует сохранять обязательства распространения телеканалов первого и второго мультиплексов на всей территории Российской Федерации во всех средах вещания (кабельное, включая IP-TV и спутниковое вещание) на основе принципа обязательного распространения (must-carry), постепенно распространяя действие данного принципа на новые сферы распространения телеканалов.

2.3. Развитие регионального телевизионного вещания.

В связи с переходом на цифровое эфирное вещание особенно актуальным стал вопрос о перспективах развития регионального телевизионного вещания, поскольку большинство региональных вещателей сотрудничали с федеральными телеканалами, которые при вхождении в мультиплексы и отключении аналогового эфирного вещания перестали нуждаться в продолжении такого сотрудничества.

Региональное телевещание в Российской Федерации развито неравномерно. По оценке Роскомнадзора существует около 200 региональных телеканалов, в среднем по два – три телеканала в регионе. Количество уникального регионального контента, как правило, невелико и занимает не более 15% в сетке вещания региональных телеканалов.

Государство принимает меры, направленные на решение проблемы сохранения регионального телевизионного вещания и обеспеченности населения региональным (местным) аудиовизуальным контентом. В Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» внесены

изменения, дополнившие состав обязательных общедоступных телерадиоканалов обязательными общедоступными телеканалами субъектов Российской Федерации и муниципальными обязательными общедоступными телеканалами. В целях развития регионального телевидения предусматривается формирование региональных вставок сигналов телеканалов на телеканале «Общественное телевидение России» (ОТР) в объеме до пяти часов в сутки.

Данные меры в своей совокупности позволят удовлетворить потребности аудитории в региональном контенте. В настоящее время региональные телеканалы в Российской Федерации распространяются с использованием аналогового наземного эфирного телевизионного вещания. Переход к распространению регионального контента посредством кабельного и спутникового вещания, с использованием сети «Интернет», а также в рамках региональных блоков телеканала ОТР, покрытие которого составляет 98,4% населения Российской Федерации, позволит региональным вещателям существенно сократить затраты на распространение при отказе от аналогового эфирного вещания и направить сэкономленные средства на производство регионального контента.

С учетом указанных обстоятельств целесообразно в дальнейшем развивать вещание региональных и муниципальных телеканалов в рамках внеэфирных способов доставки телерадиовещательного контента с сохранением возможности их эфирного цифрового наземного вещания в рамках третьего мультиплекса.

Помимо региональных телеканалов местное вещание представлено также муниципальными телеканалами. Муниципальные телеканалы, продукция которых содержит не менее семидесяти пяти процентов национальной продукции средства массовой информации, не менее двадцати процентов от общего времени вещания которых составляют программы, освещающие вопросы местного значения, и трансляция которых осуществляется на территории соответствующего муниципального

образования могут быть выбраны в качестве муниципальных обязательных общедоступных телеканалов. В связи со спецификой территориальной организации местного самоуправления в Российской Федерации и наличием общего интереса жителей близлежащих муниципальных образований в программах, освещающих вопросы местного значения, значимые для ряда муниципальных образований, при отборе муниципальных обязательных общедоступных телеканалов следует признать целесообразным отдавать приоритет телеканалам, освещающим вопросы местного значения в рамках отдельных регионов.

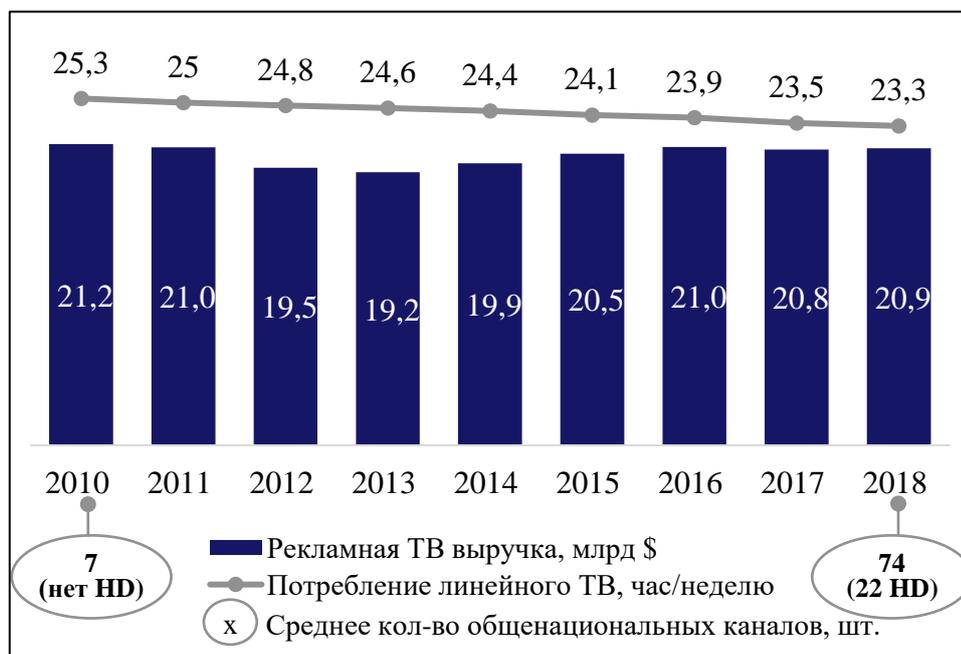
2.4. Обеспечение роста качества звука и изображения в телевидении.

Одним из направлений развития новых технологий в телевидении является обеспечение роста качества изображения и звука, связанного с внедрением телевидения высокой четкости (HD, 4K) в ЦЭТВ.

Инфраструктура и пользовательские устройства в Российской Федерации готовы к запуску HD в ЦЭТВ, однако ограничения емкости мультиплекса не позволят заменить SD каналы HD каналами.

Опыт внедрения телевидения высокой четкости в Европе показал, что запуск HD каналов не увеличивает время просмотра линейного телевидения и не приводит к росту доходов от рекламы, требуя при этом существенных затрат на распространение.

Рисунок 2. Рекламная ТВ выручка в Западной Европе^{1,2}



Источник: Magna; Ampere; PQM; BCG

В то же время переход на стандарт высокой четкости позволит сетям цифрового телевизионного вещания в будущем сохранить конкурентоспособность с другими средами и системами доставки сигнала, которые в настоящее время также находятся в процессе перехода на HD и 4K.

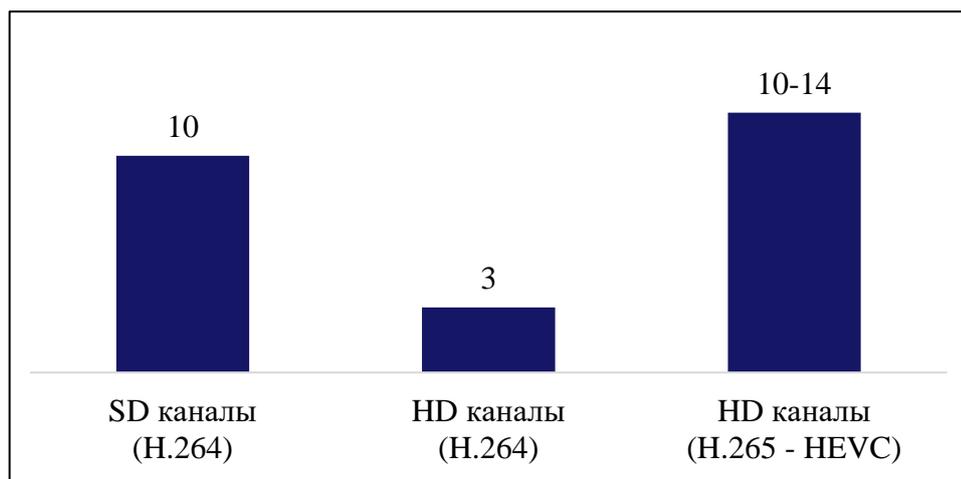
Таким образом, перевод сетей цифрового телевизионного вещания на перспективные стандарты изображения, такие как HD, 4K позволит сохранить привлекательность телевещания для зрителей. Замена SD каналов HD каналами в рамках ЦЭТВ будет возможна при условии обеспечения повсеместного использования формата видеокompрессии HEVC.

Однако в настоящее время данный формат поддерживает только 10% пользовательских устройств, поэтому вопрос о замене в рамках первого и второго мультиплексов SD версий каналов их HD версиями может быть поставлен только после обновления парка пользовательских устройств.

¹ Франция, Германия, Италия, Испания, Великобритания

² Исторические данные в долларах США рассчитаны для фиксированного курса доллара США (USD/EUR = 0,88709, USD/GBP = 0,77681), чтобы исключить эффект колебания валютных курсов

Рисунок 3. Количество каналов на один мультиплекс, шт.



Источник: данные РТРС, Ofcom, анализ ВСГ

С учетом изложенного необходимо вести мониторинг имеющегося у населения парка пользовательских устройств, поддерживающих формат видеокompрессии HEVC, и вернуться к вопросу о замене SD каналов в ЦЭТВ их HD версиями после достижения доли пользовательских устройств, поддерживающих формат видеокompрессии HEVC, более 50 % от общего количества пользовательских устройств.

Параллельно с внедрением формата видеокompрессии HEVC необходимо проводить анализ развития иных технологий, позволяющих организовать трансляцию сигналов телеканалов в HD формате. Одним из таких решений может быть использование вещательного режима eMBMS на сетях LTE/5G. В долгосрочной перспективе (десять и более лет) это открывает перед вещателями новые возможности, включая минимизацию затрат на распространение телеканалов, включая доведение их до различных потребительских устройств. Необходимо определить мероприятия, направленные на исследование данной и иных перспективных технологий.

2.5. Внедрение в телерадиовещание интерактивных технологий.

Телевещатели реагируют на новые тренды потребления аудиовизуального контента внедрением интерактивных сервисов в линейное телевизионное вещание (HbbTV, Addressable TV), однако внедрение новых технологий происходит фрагментарно.

В соответствии с основными тенденциями развития телевидения должна обеспечиваться поддержка внедрения элементов интерактивности в линейное телевизионное вещание за счет развития технологии гибридного телевидения HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband Television).

Телевизионный стандарт HbbTV позволяет осуществлять передачу дополнительных предложений в телевизионное приемное устройство, обеспечивая наряду с информацией о программах также возможность скачивания содержимого передачи и функционирования отдельных интерактивных компонентов.

На сегодняшний день HbbTV применяется лишь отдельными телеканалами и имеет ограниченный функционал, несмотря на то что проникновение поддерживающих функционал HbbTV телевизоров в Российской Федерации близко к европейским странам.

Рисунок 4. Проникновение HbbTV телевизоров (доля домохозяйств), %



Источник: Ovum, HbbTV.org, GFK, BCG

HbbTV позволяет сочетать линейное телевидение с предоставлением телезрителям доступа к интерактивным сервисам, включая голосование, опросы, интересные дополнительные факты о контенте, получение видео по запросу и т.д.

При этом создаются условия для измерений телесмотрения, определения зрительских предпочтений и использования таргетированной рекламы, отсутствие которых в настоящее время способствует оттоку рекламных бюджетов, что ставит под угрозу развитие телерадиовещательной индустрии.

Рисунок 5. Развитие HbbTV в России и странах Европы

			
Участвующие каналы	Все гос. и часть коммерч. каналов	>16 ТВ каналов	Пилоты на нескольких каналах
Программа передач	✓	✓	✗
Отложенный просмотр	✓	✓	✗
Рекомендации	✓	✓	✗
Тематические каналы	✓	✗	✗
Доп. информация	✓	✓	✗
Онлайн голосование	✓	✗	✓
Игры	✓	✗	✗
Электронная коммерция	✓	✗	✗

Источник: Ovum, HbbTV.org, GFK, BCG

Для дальнейшего внедрения технологии HbbTV необходимо решение следующих задач:

- обязательная продажа на территории Российской Федерации телевизоров и приставок с поддержкой указанного функционала и активация устройств HbbTV производителями в настройках «по умолчанию»;

- создание организации для координации развития технологии HbbTV, поскольку для ускорения развития HbbTV телевещателям важно начать взаимодействие по стандартизации и продвижению. Кроме того, должна быть определена единая организация, осуществляющая функции оператора технологии HbbTV, предоставляющая соответствующие услуги всем вещателям;

- повышение информированности телезрителей о наличии и возможностях интерактивного телевидения;
- обеспечение единообразного пользовательского опыта, в том числе единообразных вариантов организации подключения к HbbTV;
- распространение принципа неизменности телеканалов первого и второго мультиплекса при их трансляции на любую дополнительную информацию, включаемую вещателем в предназначенный для распространения телевизионный сигнал. Поскольку технология HbbTV позволяет распространять совместно с телеканалом дополнительную информацию, определенную вещателем, повышающую потребительскую ценность доставляемого телезрителю видеоконтента, на операторов связи должно возлагаться обязательство по обеспечению неизменности не только телеканала как совокупности телепрограмм при его трансляции, но и любой иной информации, сопровождающей трансляцию телеканала.

Возможность предоставления интерактивных сервисов позволит замедлить отток зрителей линейного телевизионного вещания, а также создаст условия для предоставления дополнительных платных услуг и будет способствовать росту доходов телевещателей.

Кроме того, по мере развития новых технологий необходимо своевременно совершенствовать и сближать законодательное регулирование деятельности по распространению средств массовой информации и средств обеспечения доступа к информации, которые по многим признакам могут быть отнесены к средствам массовой информации, но в настоящее время не признаются таковыми, включая Интернет-телевидение, новостные агрегаторы, социальные сети, сайты в сети «Интернет», аудиовизуальные сервисы.

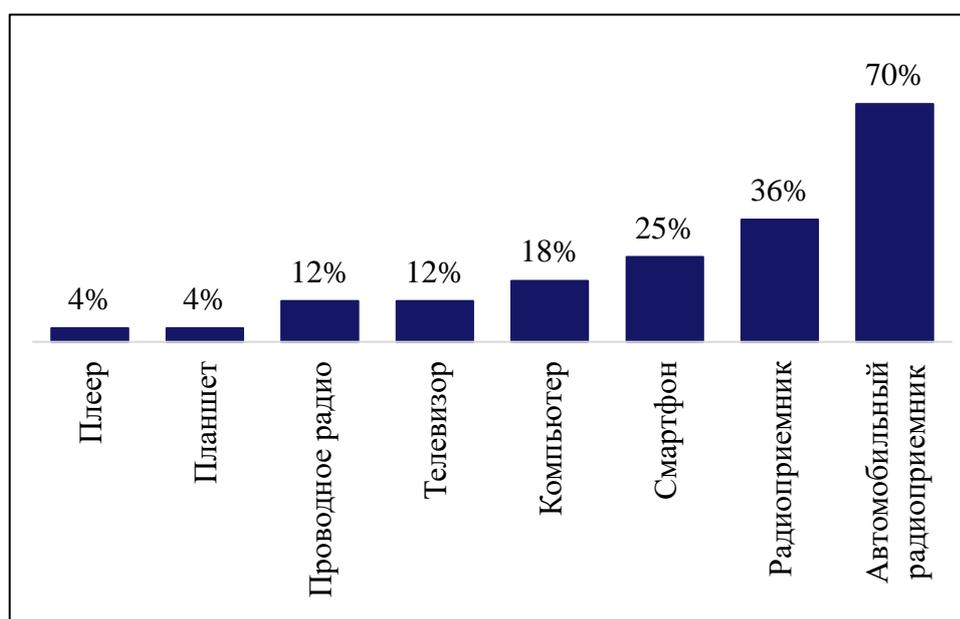
2.6. Развитие радиовещания.

Наравне с телевещанием в структуре современных медиа важное значение сохраняет радиовещание. Разнообразие цифровых стандартов

наземного эфирного радиовещания в большинстве стран не приводит к качественным изменениям в структуре радиовещания.

FM остается основным стандартом эфирного вещания для современных радиостанций, это все еще самый надежный и популярный способ доставки радиопрограмм в мире. Радио по-прежнему лидер среди медиа в автомобилях. Около 70% прослушивания аудио контента в автомобиле приходится на эфирное радио.

Рисунок 6. Структура слушателей радио по способам прослушивания, %



Источник: Radio Index - Россия, 2019

Инфраструктура и пользовательские устройства в Российской Федерации не готовы к запуску цифрового стандарта эфирного радиовещания. В настоящее время в Российской Федерации отсутствуют пользовательские приемные устройства, поддерживающие цифровые стандарты эфирного радиовещания. Опыт внедрения цифрового эфирного радиовещания в Европе и мире показал, что цифровой стандарт радиовещания не увеличивает время прослушивания радио, одновременно ведет к сокращению аудитории и не приводит к росту доходов от рекламы, требуя при этом увеличения затрат. Альтернативой переходу на цифровое радиовещание может быть экстенсивное развитие FM и УКВ радиовещания за счет увеличения

количества доступных полос радиочастот, внедрения новых режимов модуляции для повышения качества звука и улучшения технико-экономических параметров.

С учетом изложенного в течение срока реализации настоящей Концепции аналоговое FM радиовещание должно оставаться базовой средой для радио, массовое внедрение цифрового эфирного радиовещания в указанный период нецелесообразно.

3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЕДИНСТВА ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТРАДИЦИОННЫХ СРЕДАХ И ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО И РАДИО КОНТЕНТА

3.1. Развитие каналов распространения телевизионного и радио контента в сети «Интернет».

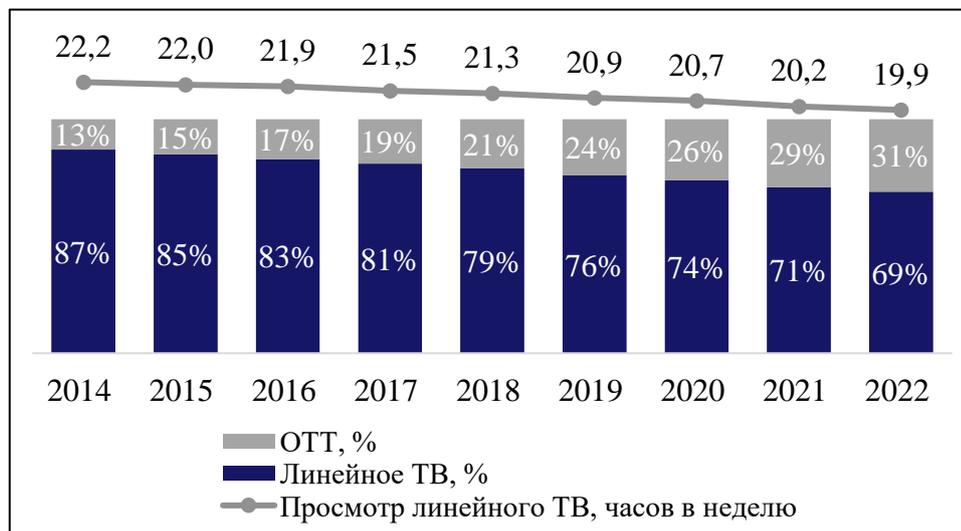
В мире ранее принятый подход к телевидению и радио как к исключительно линейному вещанию, ограниченному определенными техническими способами (наземное эфирное вещание, кабельное вещание, спутниковое вещание), сменяется подходом к регулированию совокупности аудиовизуальных медиасервисов. Основным трендом становится стирание границ между распространением информации в линейном режиме (телевещание, радиовещание) и распространением информации по запросу зрителей (пользователей).

Ввиду изменения модели потребления аудио и видео контента происходит снижение объема аудитории линейного телевидения и радио и времени просмотра (прослушивания) передач, переход к смотрению (прослушиванию) по запросу.

Данный переход обусловлен изменением структуры потребления аудио и видео контента и развитием таких технологий телерадиовещания, как IPTV и Интернет-вещание, которые позволяют реализовывать новую модель потребления.

В мире в течение 2015 – 2018 годов среднее время просмотра линейного телевидения сократилось на три процента.

Рисунок 7. Распределение часов просмотра видео в неделю в ОТТ-среде и просмотр линейного ТВ в мире

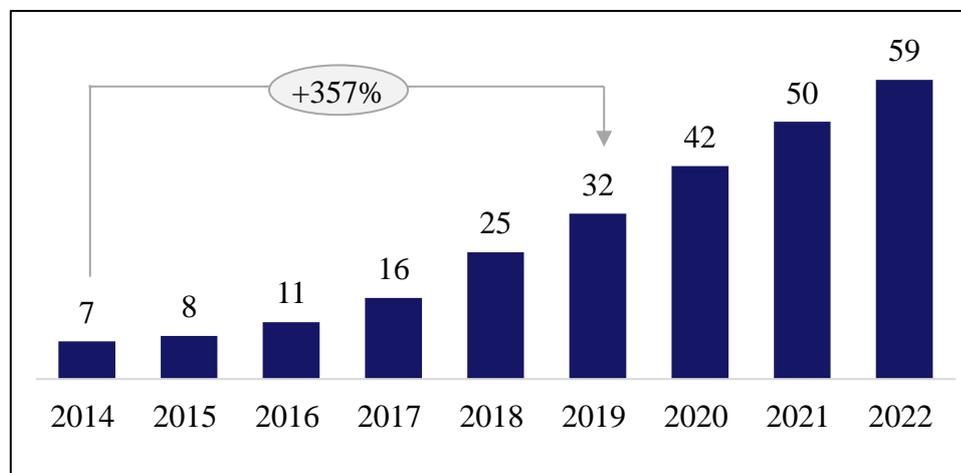


Источник: PQM

В Российской Федерации просмотрение линейного телевидения за тот же период сократилось на шесть процентов, а в возрастных категориях до 24 лет и 35-44 года – еще существеннее.

В то же время просмотрение линейного телевидения в населенных пунктах с численностью населения менее 100 тысяч человек выше, чем просмотрение в населенных пунктах с численностью населения более 100 тысяч и сокращается медленнее. При этом развивается рынок онлайн-видео.

Рисунок 8. Рынок VOD в России, млрд руб.

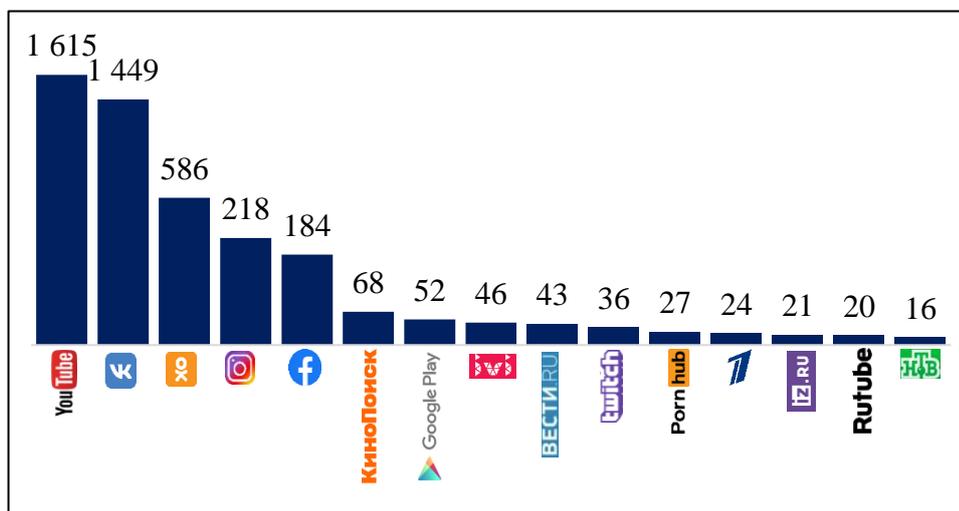


Источник: J'son and Partners

Телеканалы в настоящее время играют незначительную роль на рынке онлайн-видео, несмотря на то что вещатели являются крупнейшими производителями и заказчиками видеоконтента, а также владельцами крупнейших библиотек такого контента.

Российские телевещатели создают сервисы по распространению телевизионного контента в сети «Интернет». Конкуренцию вещателям составляют представители других индустрий, реализующие собственные видеосервисы (телеком-операторы, банки, Интернет-компании).

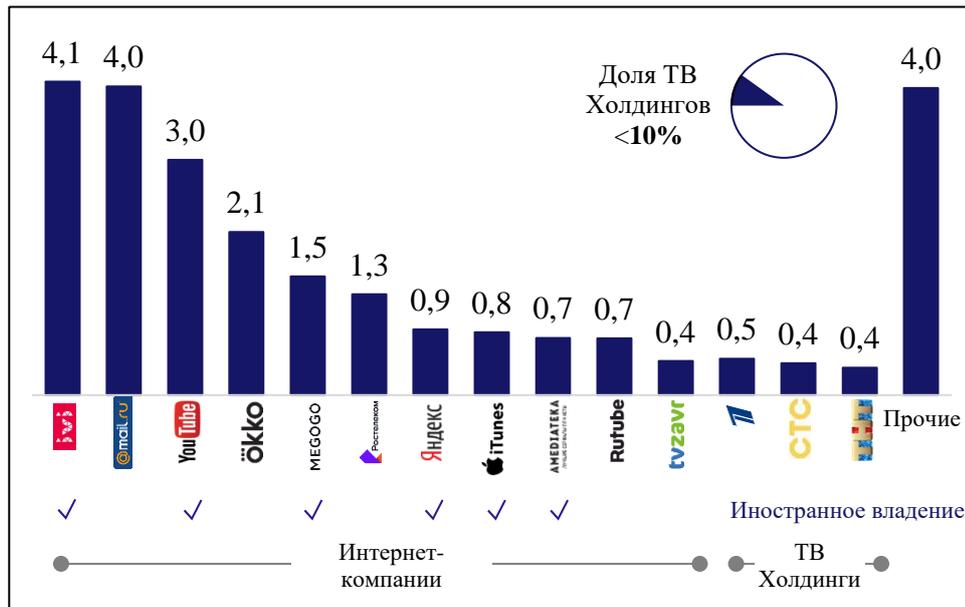
Рисунок 9. Аудитория основных онлайн-видео площадок России, млн посещений



Источник: SimilarWeb, декабрь 2019

При этом в целом рынок распространения аудиовизуального контента в сети «Интернет» характеризуется значительным преобладанием участников, находящихся под контролем иностранных юридических или физических лиц, которые доминируют на нем и создают угрозу утраты контроля государства за дальнейшим развитием рынка аудиовизуальных сервисов и подрыва экономических основ российской телерадиовещательной отрасли.

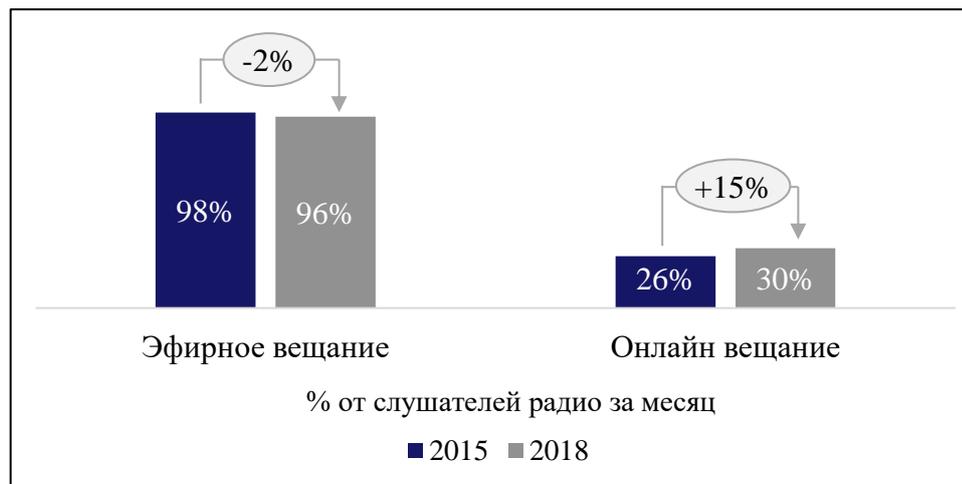
Рисунок 10. Выручка ОТТ-игроков в 2018 г., млрд руб.



Источник: J'son and Partners

Наравне с распространением телевизионного контента распространение радио контента в различных средах формирует необходимость его адаптации с учетом изменения модели потребления. Отдельные радиовещатели уже активно развивают новые форматы в сети «Интернет», создавая на основе радио контента мультимедийные ресурсы, видеоканалы, аудио по запросу (подкасты).

Рисунок 11. Изменение способов прослушивания радио



Источник: Radio Index, Россия 100к+, январь-июнь 2015-2018 гг., 12+ лет

Аудитория аудио в сети «Интернет» все чаще запрашивает разговорные форматы контента, что неизбежно влечет за собой развитие индустрии подкастов. Уже более двадцати радиостанций в стране регулярно создают и распространяют подкасты самой разнообразной жанровой и тематической направленности.

В целях повышения доходов вещателей от использования телеканалов в сети «Интернет» должно быть внедрено единое индустриальное решение для стриминга телеканалов в сети «Интернет», основанное на использовании единой технологической платформы. Данная платформа должна обеспечить воспрепятствование несанкционированному вещателем изменению телеканалов при их распространении в сети «Интернет», создать технологические возможности контроля за распространяемым контентом в сети и условия для внедрения единой системы исследований аудитории телеканалов в сети «Интернет».

Общемировым трендом является создание вещателями индустриальных платформ для продвижения телевизионного и радио контента пользователям сети «Интернет». Указанные платформы необходимы в целях сохранения аудитории, перетекающей в цифровую среду, и формирования новой собственной цифровой аудитории. Телевизионная и радио платформы будут способствовать укреплению позиций телевидения и радио во всех средах и устройствах, борьбе с нелегальными ресурсами, созданию расширенных рекламных возможностей, а также изменению подходов к исследованию предпочтений аудитории радио и телевидения.

Рисунок 12. Совместные ОТТ-платформы телевещателей в мире

Платформа	Страна	Участники
	Великобритания	BBC, ITV
	Великобритания	BBC, ITV, Channel 4, Arqiva
	Испания	Atresmedia, Mediaset, RTVE
	Франция	France Télévisions, TF1, M6

Источник: BCG

Мировой опыт свидетельствует об эффективности интеграции существующих интернет-площадок, создаваемых отдельными вещателями, в индустриальные платформы, предоставляющие пользователям доступ к телевизионному контенту. С учетом изложенного платформы для распространения телевизионного контента в сети «Интернет» отдельных вещателей агрегируются в индустриальную телевизионную платформу, что обеспечит пользователям легкий доступ ко всему телевизионному контенту с помощью одного ресурса, а государство должно оказывать регуляторную поддержку данной платформе, обеспечивая ее доступность для пользователей с помощью любых устройств. индустриальные телевизионная и радио платформы должны поддерживать основной принцип данных средств массовой информации – доступность и многоплатформенность, для чего они должны быть интегрированы с сайтами, приложениями для мобильных устройств и Smart-TV, а также иными средствами доступа к информации с использованием сети «Интернет», в том числе с важнейшими цифровыми экосистемами.

Целесообразна интеграция индустриальной ТВ и радио-платформы с порталом государственных услуг и прочих государственных сервисов через Единую систему идентификации и авторизации.

3.2. Совершенствование системы оповещений граждан и распространения экстренной информации с использованием телерадиоканалов.

Развитие технологий распространения телевизионных и радиоканалов, формирование пользовательских индустриальных платформ, внедрение единого индустриального решения для дистрибуции телеканалов в сети «Интернет» создадут условия для совершенствования системы оповещений граждан и распространения экстренной информации.

Основой системы оповещения граждан в экстренных ситуациях начиная с 1930-х годов служили сети проводного радиовещания. В настоящее время часть мероприятий по оповещению реализуется через телерадиоканалы. Редакции средств массовой информации по обращению федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в соответствии с территорией распространения средств массовой информации обязаны незамедлительно и на безвозмездной основе в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, выпускать в эфир сигналы оповещения и (или) экстренную информацию об опасностях, возникающих при угрозе возникновения или возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при ведении военных действий или вследствие этих действий, о правилах поведения населения и необходимости проведения мероприятий по защите или публиковать указанную экстренную информацию. Операторы связи в порядке, определенном Правительством Российской Федерации, обязаны обеспечивать передачу пользователям услугами связи (на пользовательское оборудование (оконечное оборудование), а в случае оказания услуг связи для целей эфирного наземного телевизионного вещания или радиовещания – передачу в эфир сигналов оповещения и (или) экстренной информации об опасностях, возникающих при угрозе возникновения или возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при ведении военных

действий или вследствие этих действий, о правилах поведения населения и необходимости проведения мероприятий по защите.

В отличие от оповещения, осуществляемого с использованием телеканалов, распространяемых путем передачи в эфир или по кабелю, IP-TV и Интернет-платформы позволят осуществлять рассылку адресных групповых и индивидуальных сообщений из единого и (или) региональных центров. В этой связи важным элементом единой общенациональной системы оповещения о чрезвычайных ситуациях и распространения экстренной информации могут стать единые индустриальные телевизионная и радио платформы, представляющие доступ к телеканалам и радиоканалам пользователям сети «Интернет». На операторов указанных платформ должна быть возложена обязанность обеспечивать п оповещение граждан и распространение экстренной информации. Также система оповещения граждан и распространения экстренной информации может быть реализована на базе единого индустриального решения для дистрибуции телеканалов в сети «Интернет».

3.3. Поддержка и стимулирование производства и распространения национального аудиовизуального, звукового и иного контента.

В Российской Федерации востребован национальный аудиовизуальный контент – на телевидении он доминирует. Национальные вещатели являются крупнейшими производителями (заказчиками) аудиовизуального контента в стране. Однако отсутствие дополнительных возможностей для распространения и измерения аудитории создаваемого аудиовизуального контента (прежде всего – в сети «Интернет») препятствует повышению эффективности его использования и приводит к фрагментации аудитории.

Особенностью модели функционирования рынка телерадиовещания на современном этапе является усложнение отношений по формированию и распространению телерадиоканалов, вовлечение в такие отношения новых субъектов. Происходит перераспределение выручки от линейного телевидения и радио в пользу распространяющих контент Интернет-платформ

в результате изменения модели потребления аудио и видео продукции. Растет конкуренция вследствие появления на российском рынке глобальных контентных Интернет-платформ, вовлечения в отношения по производству и распространению аудио и видео контента субъектов из других индустрий, в том числе операторов связи, производителей мобильных устройств, организаций банковского сектора. Рынок телерадиовещания становится частью более масштабного рынка производства и дистрибуции контента.

Действующее правовое регулирование не учитывает специфики современных технологий телерадиовещания и телерадиопроизводства, а также экономических условий деятельности вещателей. Основной функцией вещателя, исходя из действующей регуляторики, остается формирование телеканала, радиоканала как совокупности теле-, радиопрограмм и (или) соответственно иных аудиовизуальных, звуковых сообщений и материалов, а также его дальнейшее распространение через сети связи, а также с использованием информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет». Распространение осуществляется как через операторов связи, так и через Интернет-платформы, причем последние получают все большее значение в качестве канала распространения, в связи с чем владельцы таких платформ начинают играть ключевую роль среди субъектов рынка распространения телевизионного и радио контента.

Необходимо обеспечить присутствие телеканалов первого и второго мультиплекса во всех сервисах, предоставляющих гражданам Российской Федерации услуги Интернет вещания телеканалов, вне зависимости от используемой технологии (Телевидение по протоколу Интернета (IPTV), Интернет-телевидение (OTT-TV). При этом должна быть обеспечена неизменность телеканалов, то есть невозможность для распространителей нарушать целостность данных телеканалов без согласия с вещателями, включая недопустимость без согласования с вещателями предоставлять услуги Управления просмотром телеканала, а для OTT-TV – использование единой технологической платформы дистрибуции. Потокное вещание

телеканалов должно быть заметным и легко доступным для пользователей соответствующих сервисов, а VoD-контент телеканалов первого и второго мультиплексов должен быть приоритезирован в рекомендациях в поиске. Отношения, связанные с Интернет вещанием телеканалов, должны быть безвозмездными для всех сторон (не допускается взимание платы за просмотр телеканалов со зрителей, платы с вещателей за распространение телеканалов, а также платы с владельцев информационных ресурсов за использование телеканалов). Принцип безвозмездности должен распространяться только на стриминг (Потоковое вещание). Любые способы Управления просмотром телеканала, а также использование VoD контента телеканалов могут осуществляться только на основании индивидуальных договоров.

В современных условиях важное значение для развития контентных Интернет-платформ имеет принцип сетевого нейтралитета, касающийся взаимодействия пользователей сети «Интернет», поставщиков контента, приложений, услуг и операторов связи. Ряд действий операторов связи могут оказывать существенное влияние на состояние информационного пространства в сети «Интернет» и рассматриваться в качестве фактора, влияющего на конкуренцию поставщиков контента, в том числе на конкуренцию национальных и иностранных контентных платформ. В частности, приоритезация трафика иностранных видео и музыкальных сервисов, в том числе на основании договоров с владельцами таких сервисов, а также деприоритизация трафика вещателей и видео сервисов, созданных вещателями, является неприемлемой и должна быть запрещена законодательно. Напротив, в целях поддержки просмотра национального аудиовизуального контента необходимо законодательно обеспечить возможность для операторов связи предоставлять пользователям видео сервисов, создаваемых отечественными игроками, в том числе вещателями, услуги повышенного (гарантированного) качества (скорость доступа, непрерывность передачи данных).

Цифровые медиа стали неотъемлемой составной частью цифровой экономики. Значение контента как одной из основных ценностей цифровой экономики постоянно растет. Цифровой контент формирует наиболее динамично развивающийся элемент крупнейших цифровых экосистем. К числу целей национального проекта «Цифровая экономика» отнесены создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения больших объемов данных, а также использование преимущественно отечественного программного обеспечения государственными органами, органами местного самоуправления и организациями. Однако опережающее развитие инфраструктуры распространения информации и цифровых технологий без поддержки и стимулирования производства национального аудиовизуального, звукового и иного контента приведет к увеличению потребления населением Российской Федерации контента зарубежного производства. С учетом изложенного цели национального проекта «Цифровая экономика» должны быть дополнены поддержкой и стимулированием производства и распространения национального аудиовизуального, звукового и иного контента с разработкой соответствующих конкретных мероприятий и их ресурсным обеспечением.

Для выполнения задачи государства по обеспечению ведущих позиций для российского телевизионного и радио контента в сети «Интернет» требуется:

1) сближение регуляторных условий деятельности на рынках линейного и нелинейного распространения видеоконтента, включая введение дополнительных ограничений для аудиовизуальных сервисов, принадлежащих иностранным лицам или контролируемых ими;

2) создание Фонда поддержки отечественного телевидения, учредителем которого выступит Правительство Российской Федерации, деятельность которого по аналогии с деятельностью Фонда кино будет направлена на финансирование создания телерадиовещательного контента (телефильмы,

телесериалы, телепрограммы), востребованного в том числе у Интернет-аудитории; определить механизмы финансирования Фонда поддержки отечественного телевидения, в том числе за счет внебюджетных источников в рамках возможного процесса передачи части радиочастотного спектра, выделенного для целей телерадиовещания, для нужд внедрения технологии 5G;

3) на законодательном уровне установить обязательства распространения телеканалов первого и второго мультиплексов в сети «Интернет» путем Интернет вещания, в том числе обязательства владельцев информационных ресурсов в сети «Интернет» осуществлять распространение данных телеканалов с использованием единой технологической платформы, а также обязанность владельцев информационных ресурсов по обеспечению «видимости» (prominence) телеканалов первого и второго мультиплексов на своих информационных ресурсах путем:

- обеспечения доступности и заметности для пользователей линейного предложения вещателей телеканалов первого и второго мультиплексов (требования к доступности телеканалов первого и второго мультиплексов на первой (главной) странице интерфейса информационного ресурса);
- обеспечения доступности телеканалов первого и второго мультиплексов, а также VoD-контента таких телеканалов в рекомендациях в поиске;
- доведения до пользователей информационного ресурса в наглядной и доступной форме информации о возможности просмотра телеканалов первого и второго мультиплексов;

4) создать условия для развития единых индустриальных платформ для агрегирования и распространения пользователям сети «Интернет», соответственно, телевизионного и радио контента, создаваемого преимущественно российскими телерадиовещательными компаниями или по их заказу;

5) создать максимально удобные условия для доступа российских пользователей к российскому контенту в сети «Интернет» за счет предустановки на мобильные и стационарные технически сложные устройства с предварительно установленными программами для электронных вычислительных машин российского программного обеспечения, обеспечивающего доступ к единым индустриальным платформам для агрегирования и распространения телевизионного и радио контента в сети «Интернет», а также к единой технологической платформе для стриминга телеканалов в сети «Интернет»;

б) разработать и принять необходимые нормативные правовые акты, направленные на регулирование деятельности владельцев контентных Интернет-платформ в качестве лиц, являющихся распространителями массовой информации, сближение их правового положения с правовым положением вещателей в части требований к размещению рекламы, возрастной классификации информационной продукции, ограничению иностранного участия.

3.4. Развитие системы исследований аудитории.

Цифровизация и трансформация потребления медиаконтента привели к изменениям предпочтений аудитории и повлияли на рекламный рынок.

По данным Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР) за первые три квартала 2019 года бюджеты рекламодателей, затраченные на размещение рекламы в сети «Интернет», превысили расходы на телевизионную рекламу, составив около 171 млрд. Рублей против 121 млрд. Рублей – на телевидении. При этом снижение телевизионной рекламы составило 7% к показателям прошлого года, а прирост Интернет-рекламы составил 21%. Сегмент радио рекламы также продемонстрировал снижение объема на 5% к показателям прошлого года и составил около 11 млрд. рублей.

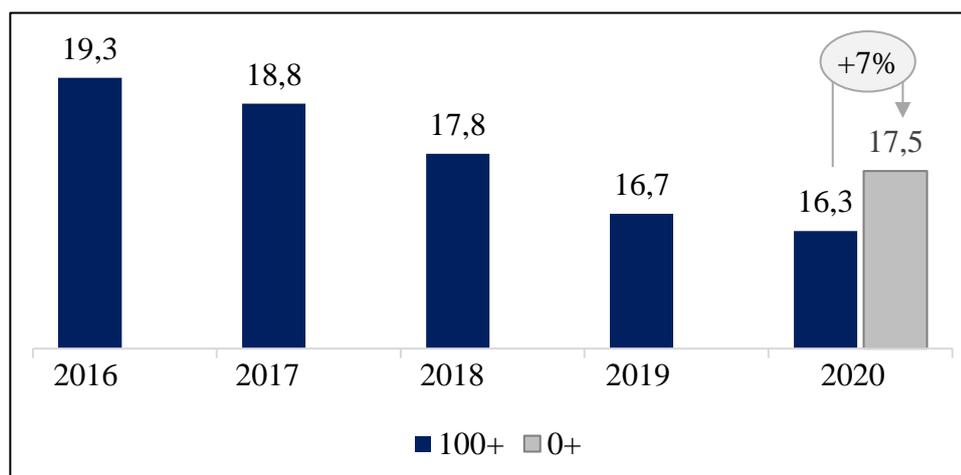
Законодательством установлена обязанность размещать рекламу на телевидении на основании данных, полученных по результатам исследований объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач),

проводимых уполномоченным измерителем, определенным Роскомнадзором. В настоящее время таким уполномоченным измерителем является АО «Медиаскоп».

АО «Медиаскоп» осуществляет измерения аудитории телевизионной рекламы с помощью признанной участниками отрасли технологии. С конца 2019 года в исследовании участвуют 7 800 домохозяйств (увеличение на 45% по сравнению с 2016 годом).

АО «Медиаскоп» реализованы проекты по расширению измерительной панели в городах с населением свыше 100 тыс. Человек, реализован первый этап измерений в городах с населением менее 100 тыс. Человек. Согласно данным АО «Медиаскоп», представленным в октябре 2019 года, около 64% населения Российской Федерации в возрасте старше 4 лет ежедневно включают телевизор, в городах с населением свыше 100 тыс. Человек это делают 61 % жителей, в малых городах и сельских населенных пунктах – 67 % жителей. Российские зрители смотрели телевизор в среднем 3 часа 29 минут в сутки. В малых населенных пунктах телевидение смотрят больше по сравнению с крупными городами: 3 часа 47 минут и 3 часа 11 минут соответственно. Максимальная разница между средним временем просмотра в малых населенных пунктах и крупных городах наблюдается среди детей и молодежи. При этом жители всей страны слушали радио в среднем 4 часа 13 минут в сутки.

Рисунок 13. Динамика телесмотрения, города 100+ и 0+, %

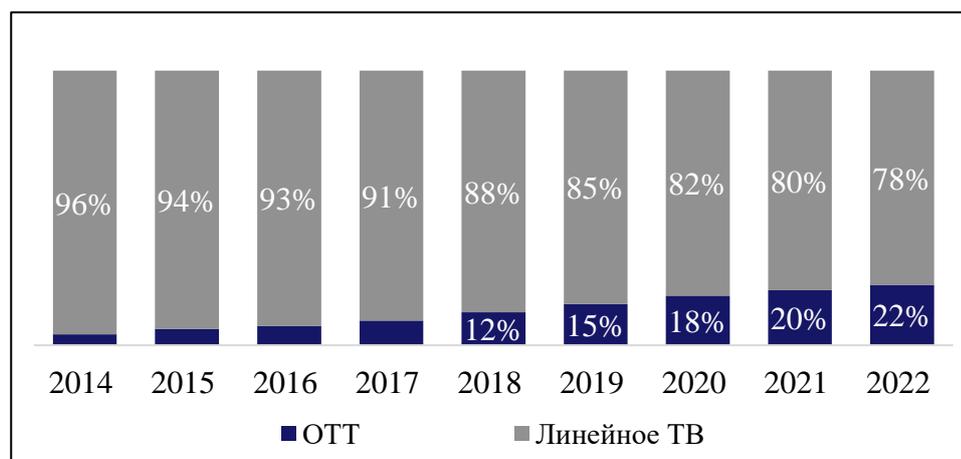


Источник: Mediascope, Рейтинг Total TV (Все 4+), январь

Кроме того, запущена технология, позволяющая собирать информацию о совокупной аудитории телевизионного контента в двух средах – на классическом телевидении и в сети «Интернет» при просмотре видеоконтента на экранах компьютеров и ноутбуков, а также технология, предоставляющая данные о просмотре телевизионного контента на дачах и в загородных домах.

Вместе с тем цифровизация, ведущая к сокращению линейной (измеряемой) аудитории, снижает и рекламный инвентарь телерадиоканалов, приводит к потерям пунктов рейтинга, являющихся основой для рынка телерадиовещания.

Рисунок 14. Соотношение доходов от рекламы на линейном ТВ и доходов ОТТ в России, %



Источник: PQM, J'son & Partners, АКАР, МКС

С развитием цифровых технологий у рекламодателей появилась возможность непосредственного интерактивного взаимодействия со своей целевой аудиторией, что позволило персонифицировать рекламу, увеличивая ее эффективность по сравнению с ее распространением в традиционных средах.

Мировая тенденция последнего времени – отказ крупнейших технологических компаний от внешнего аудита аудитории и предоставление исключительно собственной статистики о количестве пользователей и просмотрах рекламы. Российские игроки повторяют путь международных компаний. Это приводит к непрозрачности Интернет-рынка. Большое количество собственных метрик и статистик, которыми может оцениваться аудитория в интернете, дает площадкам возможности для подробного анализа своей аудитории. Однако при этом метрики и статистики разных площадок не всегда сопоставимы друг с другом и могут иметь разный смысл у разных поставщиков информации, усложняя сравнение и совместный анализ аудитории двух главных медиа – ТВ и интернета. Отсутствие единой системы оценки аудитории и закрытость площадок не позволяют контролировать предпочтения населения в источниках получения информации, а также получать данные о рекламных размещениях и оценивать затраченные бюджеты.

Текущая традиционная система телеизмерений нуждается в дальнейшем развитии. Должен быть завершен переход от традиционной к современной кроссплатформенной системе медиаизмерений, использующей данные счетчиков для анализа фактического потребления аудио и аудиовизуального контента. Реализация такой системы измерений позволит перейти к персонализированной рекламе и рекомендациям релевантного аудио и аудиовизуального контента для различных категорий зрителей (слушателей).

Единая система измерения аудитории контента и рекламы в сети «Интернет» требует поддержки на законодательном уровне. Для перехода к кроссмедийным измерениям, позволяющим анализировать потребительское

поведение без привязки к конкретному способу потребления телевизионного и радио контента, то есть во всех средах его распространения, и решения проблемы достоверности и прозрачности данных об аудитории контента во всех средах необходимо создание единого измерителя телевизионной аудитории, а также аудитории информации в сети «Интернет», реализующего кроссплатформенные измерения и формирующего единую систему учета данных о медиапотреблении для рынка.

Также целесообразно внедрить единую систему маркировки аудиовизуального контента специальными метками, которая позволит собирать, агрегировать, анализировать информацию, относящуюся к аудиовизуальному контенту в сети «Интернет».

4. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАДИОЧАСТОТНОГО СПЕКТРА

Правительству Российской Федерации в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 11.08.2014 г. № 561 поручено обеспечить к 2021 году предоставление полос радиочастот для осуществления наземного эфирного телевизионного вещания с использованием позиций в мультиплексах, в том числе частотное планирование и проведение иных необходимых мероприятий по поэтапному переводу эфирного цифрового наземного вещания на стандарт телевидения высокой четкости (HDTV) в пределах полос радиочастот, выделенных для осуществления наземной эфирной трансляции телеканалов и радиоканалов.

В результате завершения перехода на цифровое эфирное вещание телеканалов первого и второго мультиплексов сформировались условия для оптимизации использования части частотного спектра.

Так, использование диапазона частот 87,5-100 МГц системами телевизионного (4 ТВК и 5 ТВК) и звукового ОВЧ ЧМ вещания согласно решению Государственной комиссии по радиочастотам от 29 октября 2010 г. определено сроком на 10 лет.

Международная практика сводится к использованию этой полосы частот для звукового радиовещания, в том числе цифрового.

Использование полос частот 87,5-100 МГц для развития аналогового звукового ОВЧ ЧМ радиовещания позволит снизить дефицит частотных каналов звукового радиовещания, имеющийся в крупных городах страны. Разработка и внедрение перспективных систем цифрового мультимедийного радиовещания позволит в перспективе предоставить расширенные цифровые сервисы и решить проблему недостаточного охвата территории России программами радиовещания за пределами крупных городов, обострившуюся с выводом из эксплуатации станций радиовещания в диапазонах средних и коротких волн.

Телеком-операторы заинтересованы в получении используемых телевещателями частот в диапазоне 694 – 790 МГц с целью развития технологий 5G и LTE для эффективного проникновения сигнала в здания, глубокого покрытия внутри помещений, надежности сигнала и энергоэффективности. Сети связи, использующие указанные стандарты также могут быть использованы для распространения телерадиопрограмм. Однако, в мире до сих пор не найдено решение, делающее экономически обоснованным строительство таких сетей на больших территориях с низкой плотностью и низкими доходами населения как в России.

В соответствии с государственной программой Российской Федерации «Информационное общество» одним из приоритетных направлений развития отрасли связи определено внедрение технологий 5G/IMT-2020.

В связи с этим рассматривать вопрос о передаче части используемых телерадиовещателями и единым оператором телерадиовещания радиочастот в интересах внедрения технологий 5G/IMT-2020 возможно только при условии разработки комплексного решения проблем частотного и территориального планирования и приоритетного обеспечения частотами телерадиовещательной отрасли. В частности, должна быть обеспечена частотным ресурсом возможность работы третьего и HD мультиплексов ЦЭТВ, в том числе, с

учетом дальнейшего развития применяемых в телерадиовещании технологий, включение в мультиплексы телеканалов высокой четкости, а также возможность развития сети вещания значительного числа сетевых, региональных и муниципальных эфирных радиоканалов.

Осуществление мероприятий, необходимых для передачи части используемых для целей телевещания и выделенных единому оператору связи для целей телерадиовещания радиочастот в интересах внедрения технологий 5G/IMT-2020, в том числе перевод станций цифрового телевизионного вещания из занимаемой полосы частот в другие частотные диапазоны, потребует значительных организационных, финансовых, временных и иных затрат, в том числе на модернизацию (приобретение нового) оборудования, проработки вопроса с телевещателями, получившими право на осуществление наземного эфирного вещания в планируемой к перераспределению полосе радиочастот, переоформления соответствующей лицензионно-разрешительной (в том числе проектной, строительной и санитарно-эпидемиологической) документации на передающие радиотехнические объекты (ПРТО) как объекты капитального строительства.

В большинстве крупных европейских стран, в том числе в Германии, Франции, Великобритании, Испании, Италии и др., такие расходы компенсировались владельцам инфраструктуры государством, включая затраты инфраструктурных операторов на перевод вещания на иные радиочастоты, приобретение необходимых для этого технических компонентов, в том числе антенн и передатчиков, коммутаторов, фильтров частот, на изменение конфигурации сети и другие затраты на выполнение работ, связанных с таким переводом.

Распределение высвобождающихся частот диапазона 700 МГц осуществлялось с помощью аукциона во Франции (2015 г.), Германии (2015 г.), Швеции (2016 г.), Финляндии (2016 г.), Италии (2018 г.), Венгрии (2019 г.), Швейцарии (2019 г.), Дании (2019 г.) и других европейских странах.

В соответствии с Указами Президента Российской Федерации от 11.08.2014 № 561, от 24.06.2009 № 715 (в редакции Указа от 11.08.2014 № 561) не допускается перераспределение полос радиочастот, выделенных для осуществления наземного эфирного вещания и наземной эфирной трансляции телеканалов, для иных целей без предварительного согласия вещателей, осуществляющих наземное эфирное вещание, полученного в порядке, определяемом Правительством Российской Федерации.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 19.12.2014 № 1368 «О порядке получения предварительного согласия вещателей общероссийских обязательных общедоступных телеканалов и радиоканалов и вещателей, получивших право на осуществление наземного эфирного вещания, на перераспределения для иных целей выделенных им полос радиочастот» вещателям предоставлено право наравне с дачей согласия на перераспределение частот определить условия, на которых такое согласие предоставляется.

В соответствии с пунктом 8 Положения о Государственной комиссии по радиочастотам (далее – ГКРЧ, Комиссия), утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 02.07.2004 № 336, Комиссия рассматривает вопросы выделения полос радиочастот, связанные с перераспределением для иных целей полос радиочастот, выделенных для осуществления наземного эфирного вещания и наземной эфирной трансляции телеканалов, при наличии предварительного согласия вещателей общероссийских обязательных общедоступных телеканалов и радиоканалов и вещателей, получивших право на осуществление наземного эфирного вещания в полосе радиочастот, планируемой к перераспределению. Решения по этим вопросам принимаются Комиссией, в том числе с учетом условий, на которых дано предварительное согласие вещателей на перераспределение полос радиочастот.

В соответствии со статьей 24 Федерального закона «О связи» принятие ГКРЧ обоснованного решения о прекращении использования полос

радиочастот влечет необходимость возмещения владельцу радиоэлектронных средств убытков, причиненных досрочным прекращением действия решения о выделении полос радиочастот.

В целях сохранения конкурентоспособности телерадиовещательной индустрии, в том числе при развитии новых направлений организации вещательной деятельности, совершенствования системы измерений, решения задач дальнейшего технологического развития российской телерадиовещательной отрасли при принятии решений о перераспределении частот при оптимизации использования и перепрофилировании частотного диапазона необходимо также определить механизмы компенсации отрасли телерадиовещания, разработать необходимые меры государственной поддержки, в число которых должно входить финансирование Фонда поддержки отечественного телевидения за счет целевых поступлений от операторов связи, в чью пользу будут перераспределяться частоты, в настоящее время выделенные для использования для целей телерадиовещания.

В качестве возможной альтернативы может рассматриваться финансирование Фонда поддержки отечественного телевидения за счет средств, получаемых от проведения аукционов при распределении части высвобождающихся частот, путем выделения субсидий из федерального бюджета в объеме полученных средств. Для этих целей необходимо будет разработать соответствующую нормативно-правовую базу.

План конверсии радиочастотного спектра в интересах внедрения технологии 5G/IMT-2020 в Российской Федерации должен готовиться с учетом потребностей развития телерадиовещательной отрасли, прогнозируемых затрат единого оператора связи для целей телерадиовещания и потребностей финансирования Фонда поддержки отечественного телевидения.

При принятии решения о возможной передаче части выделенных в настоящее время для использования для целей телерадиовещания радиочастот

в интересах внедрения технологий 5G/ИМТ-2020, следует обеспечить интересы телерадиовещательной отрасли, в том числе учитывать возможности использования сетей связи в формате LTE/5G для организации телевизионного вещания в перспективных форматах.

5. ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ТЕЛERAДИОВЕЩАНИЯ

Развитие телевидения в Российской Федерации должно осуществляться в условиях сочетания бесплатной и платной моделей доступа к телевизионному контенту.

С учетом современных стандартов обеспечения граждан телепрограммами им бесплатно должны предоставляться телеканалы и радиоканалы, признанные в соответствии с законодательством Российской Федерации обязательными общедоступными телеканалами и радиоканалами.

Переход к современной модели функционирования рынка телерадиовещания должен опираться на:

- кроссплатформенную систему измерений аудитории;
- единую B2B технологическую платформу для обеспечения линейного (стримингового) распространения в сети «Интернет» телеканалов первого и второго мультиплексов;
- единые индустриальные платформы, предлагающие населению возможность просмотра (прослушивания) аудиовизуального и радио контента, принадлежащего вещателям, посредством просмотра по запросу.

Современная модель функционирования рынка телерадиовещания предполагает множество каналов доставки до потребителей телеканалов и аудиовизуальной продукции, произведенной вещателями или по их заказу. При традиционном способе доставки через сети связи и информационно-телекоммуникационные сети операторов связи используются услуги операторов связи, осуществляющих трансляцию телеканалов по договору с вещателем об оказании последнему услуг связи. К числу таких операторов

обязательных общедоступных каналов должны быть отнесены операторы связи, осуществляющие распространение обязательных общедоступных каналов в собственных сетях связи на основании IP-технологии, при условии отсутствия у абонентов возможности управления просмотром телеканала.

При этом как в случае распространения телеканалов посредством Интернет-платформ, так и в случае распространения телеканалов в сетях IP-TV, вещатели должны иметь законодательно закрепленные и технологически обеспеченные гарантии контроля над неизменностью содержания телеканала.

6. ОСНОВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ

Основные мероприятия по реализации положений Концепции отражены в плане мероприятий и предусматривают:

1) совершенствование нормативной правовой базы, в том числе:

- определение правил распространения в сети «Интернет» телеканалов первого и второго мультиплексов с использованием единой технологической платформы;

- установление обязанности владельцев информационных ресурсов по обеспечению «видимости» (prominence) телеканалов первого и второго мультиплексов на своих информационных ресурсах;

- совершенствование правового регулирования аудиовизуальных сервисов, включая введение дополнительных ограничений для аудиовизуальных сервисов, находящихся под контролем иностранных лиц;

- определение правового положения владельцев контентных Интернет-платформ как лиц, являющихся распространителями массовой информации, сближение их правового положения с правовым положением вещателей в части требований к размещению рекламы и ограничению иностранного участия;

- внесение в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «О связи» изменений, отражающих содержание деятельности вещателя на современном этапе развития отрасли

телевещания, включая положения о неизменности любой информации, распространяемой при вещании телеканала;

- совершенствование правового регулирования медиаизмерений во всех сферах распространения телевизионного и иного контента, определение правового статуса единого измерителя телевизионной аудитории и аудитории информации в сети «Интернет»;

- правовое регулирование предустановки на мобильные и стационарные технически сложные устройства с предварительно установленными программами для электронных вычислительных машин российского программного обеспечения, обеспечивающего доступ к единым индустриальным платформам для агрегирования и распространения телевизионного и радио контента в сети «Интернет», а также к единой технологической платформе для стриминга телеканалов в сети «Интернет»;

- определение порядка компенсации из федерального бюджета расходов, связанных с наземным эфирным вещанием телеканалов второго мультиплексов в малочисленных населенных пунктах;

- законодательное определение принципов допустимости приоритизации доступа к российским контентным Интернет-сервисам;

- предоставление возможности использования единой системы идентификации и аутентификации (ЕСИА) для проверки достоверности сведений о пользователях создаваемых телевещателями Интернет-платформ;

2) определение технической политики развития телерадиовещания, в том числе:

- внедрение перспективных стандартов сжатия и мультиплексирования (в том числе с использованием формата видеокompрессии HEVC), позволяющих перейти к цифровому эфирному вещанию в стандарте высокой четкости (в HD качестве),

- разработка и внедрение стандартов гибридного телевидения, развитие адресного и интерактивного телевидения;

3) осуществление в соответствии с техническим заданием, согласованным вещателями:

- определения потребностей телерадиовещательной отрасли в частотах с учетом настоящей Концепции;

- частотно-территориального планирования части спектра в диапазоне 480 – 790 МГц;

- определения возможности передачи части спектра, выделенного для целей осуществления телерадиовещания, для иных нужд;

4) определение принципов формирования и механизмов обеспечения финансирования мероприятий по развертыванию дополнительных мультиплексов;

5) в случае принятия решений о возможности передачи части спектра, выделенного для целей осуществления телерадиовещания, для иных нужд – определение механизмов поддержки вещательной отрасли, в том числе за счет установления целевых платежей в Фонд поддержки телевидения;

6) внесение изменений в государственную программу Российской Федерации «Информационное общество» в части включения новых мероприятий, направленных на разработку нового частотного плана диапазона частот, используемого для целей телерадиовещания;

7) включение в структуру национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» поддержки и стимулирования производства и потребления национального аудиовизуального, аудио и иного контента;

8) внесение изменений в Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. Президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7) и Паспорт федерального проекта «Информационная инфраструктура» (утв. Президиумом Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни

и условий ведения предпринимательской деятельности, протокол от 28.05.2019 № 9), направленных на учет положений настоящей Концепции при выполнении программных мероприятий.

Реализацию Концепции планируется осуществить в течение 2020 – 2025 годов.

7. ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ

Результатом реализации настоящей Концепции должно стать:

1) обеспечение доступности в цифровом формате и на бесплатной основе в неизменном виде 20 телевизионных и 3 радиоканалов, включенных в первый и второй мультиплексы, на всей территории Российской Федерации, во всех средах распространения;

2) увеличение доли потребления российской аудиовизуальной продукции, создаваемой российскими телерадиовещательными организациями, распространяемой посредством новых цифровых медиа;

3) создание условий для производства и распространения российского телевизионного контента разнообразного жанрового характера, обеспечивающего удовлетворение информационных потребностей различных аудиторий, а также для формирования адресного информационного предложения для телезрителей;

4) формирование единой экосистемы распространения телерадиовещательного контента:

5) развитие телевизионного рынка за счет применения современных технологий, поддержки распространения систем адресного и интерактивного телевидения;

6) повышение прозрачности рынка за счет внедрения единой кроссплатформенной системы измерения аудитории во всех средах;

7) повышение эффективности использования радиочастотного спектра, выделенного для целей телерадиовещания;

8) прекращение аналогового наземного эфирного телевизионного вещания;

9) создание третьего и HD мультиплексов ЦЭТВ;

10) расширение использования единой технологической платформы, используемой для дистрибуции телеканалов в сети «Интернет»;

11) создание единых телевизионной и радио платформ, предоставляющих доступ пользователям сети «Интернет» к контенту, создаваемому отечественными телевещательными организациями или по их заказу;

12) развертывание системы оповещения и распространения экстренной информации на основе технологических телевизионной и радио платформ, предоставляющих доступ пользователям сети «Интернет» к контенту, создаваемому отечественными телевещательными организациями или по их заказу, и единой технологической платформы, используемой для дистрибуции телеканалов в сети «Интернет»;

13) обеспечение ведущей роли российских контентных Интернет-платформ на отечественном рынке.

ПРИЛОЖЕНИЯ:

Приложение 1. Глоссарий

Приложение 2. План мероприятий по реализации Концепции

Приложение 3. Таблицы

ГЛОССАРИЙ
к Концепции развития телерадиовещания
в Российской Федерации на 2020-2025 годы

5G (fifth generation): телекоммуникационный стандарт, определяющий технологии пятого поколения мобильной связи, реализация которых должна обеспечивать более высокую пропускную способность по сравнению с технологиями 4G, что позволит обеспечить большую доступность широкополосной мобильной связи, а также использование режимов прямого соединения между абонентами, новые системы коммуникации между устройствами, скорость Интернета 1 – 2 Гбит/с и другие преимущества.

Адресное телевидение (Addressable TV): Технология, позволяющая точно таргетировать нужную аудиторию среди пользователей смарт-ТВ, учитывая зрительское поведение и получая информацию о пользователе через его устройства, подключённые к сети «Интернет».

Видео по запросу (VOD, Video on Demand): Способ индивидуальной доставки цифрового видеоконтента по запросу пользователя. Как правило, предполагает индивидуальный доступ к просмотру самостоятельного аудиовизуального произведения (VOD-доступ). Различают разные экономические модели «Видео по запросу»: FVOD, AVOD, SVOD, TVOD.

Видео по запросу по бесплатной модели (FVOD, Free Video on Demand): Способ индивидуальной доставки цифрового видеоконтента по запросу пользователя, при котором доступ к видео предоставляется бесплатно и без демонстрации рекламы.

Видео по запросу по рекламной модели (AVOD, Advertising Video on Demand): Вариант VOD, при котором доступ к видео предоставляется вместе

с рекламой, которая демонстрируется в видео с определенной периодичностью.

Видео по запросу по подписке (SVOD, Subscription Video on Demand): Вариант VOD, при котором доступ к видео предоставляется за счёт покупки периодической подписки.

Видео по запросу по модели индивидуальной оплаты (TVOD, Transactional Video on Demand): Вариант VOD, при котором доступ к видео предоставляется в счёт уплаты определенной суммы, при этом видео ограничено либо в количествах просмотров, либо временным промежутком, в которое его нужно посмотреть, после чего доступ к видео прекращается.

Второй мультиплекс цифрового телевидения России (пакет цифровых телеканалов «РТРС-2»): Пакет обязательных общедоступных телеканалов цифрового телевидения, сформированный из числа победителей конкурсов на получение права на осуществление эфирного цифрового наземного вещания с использованием позиций в мультиплексах на всей территории Российской Федерации.

«Телевидение в телекоммуникационной сети»: распространение телеканала в информационно-телекоммуникационной сети (Телевидение по протоколу Интернета), в том числе в сети «Интернет» (Интернет-телевидение), с правом распространителя телеканала предоставлять телезрителям разрешенные вещателем способы Управления просмотром телеканала.

Интернет-телевидение (on-line TV, OTT-TV): Технология цифрового телевидения, позволяющая осуществлять распространение телеканала в сети «Интернет», вне информационно-телекоммуникационной сети оператора связи («Поверх сети»), в том числе с предоставлением доступа посредством программы для электронных вычислительных машин.

Интернет вещание телеканала (internet broadcasting): распространение телеканала посредством Поточкового вещания (стриминга) в полном объеме и без изменений на устройства пользователей в режиме реального времени в

информационно-телекоммуникационной сети (Телевидение по протоколу Интернета), в том числе в сети «Интернет» (Интернет-телевидение).

Мультиплекс телевизионной программы (multiplex): Набор из нескольких программных пакетов вещательного телевидения (ГОСТ Р 52210-2004).

Оплата разового просмотра (PPV, TVOD): Способ монетизации цифрового контента различными Интернет-сервисами, при котором пользователь отдельно оплачивает просмотр определенной единицы контента в течение определенного периода времени. Для OTT-TV используется термин PPV (от англ. Pay-per-view), который подразумевает краткосрочную подписку на сервис потокового вещания для просмотра конкретной программы/телепередачи. Характерно для спортивных трансляций, концертов, кино. Для VOD-сервисов (аудиовизуальных сервисов) принято обозначение TVOD (от англ. Transactional Video on Demand) или Rent a Movie. Для TVOD характерно ограничение пользования «взятого в аренду» цифрового контента не по количеству запусков/просмотров, а по времени, например, 48 часов.

«Поверх сети»: (OTT, «Over the Top»): Технология, позволяющая предоставлять видеослужбы через сеть «Интернет», в том числе доставку видеосигнала на устройства пользователя (телевизионное приемное устройство, приставку, компьютер, мобильный телефон), по сетям передачи данных без необходимости использования услуг оператора связи в отличие от технологии IPTV.

Первый мультиплекс цифрового телевидения России (пакет цифровых телеканалов «РТРС-1»): Пакет общероссийских обязательных общедоступных телеканалов и радиоканалов цифрового телевидения, перечень которых утверждён 24 июня 2009 года Указом Президента Российской Федерации от 24.06.2009 № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах» (10 телеканалов и 3 радиоканала).

Подписка (Subscription): Способ монетизации цифрового контента различными Интернет-сервисами, реализуемый в виде платы, взимаемой с

пользователей за доступ к определенному каталогу контента (контент-пакету) в течение определенного времени. Используется в сервисах как с потоковым вещанием (OTT-TV), так и с видео по запросу (VOD). В случае видео по запросу принято обозначение SVOD (от англ. Subscription Video on Demand).

Потоковое вещание телеканала (стриминг, streaming): непрерывное сообщение телеканала в полном объеме и без изменений на устройства пользователей, осуществляемая в потоковом режиме и в реальном времени как в информационно-телекоммуникационной сети (Телевидение по протоколу Интернета), так и в сети «Интернет» (Интернет-телевидение). При Потоковом вещании исключены любые неразрешенные вещателем способы Управления просмотром.

Продажа цифровой копии (Electronic sell-through или EST): Способ монетизации цифрового контента различными Интернет-сервисами, при котором пользователь приобретает возможность однократного приобретения запрошенного экземпляра цифрового контента путем его загрузки в файлохранилище или на жесткий диск своего воспроизводящего устройства. Право на пользование контентом может быть как бессрочным, так и ограниченным во времени. Возможны также ограничения на воспроизведение цифрового контента на различных платформах.

Телевидение высокой чёткости; ТВЧ; HD; HDTV (High Definition Television): Система телевидения с увеличенной разрешающей способностью: форматом 16:9, 1080 активными строками в кадре и 1920 элементами изображения в активной части строки (ГОСТ Р 52210-2004).

Телевидение сверхвысокой четкости (UHDTV, 4K Ultra High-Definition 4K): система телевидения с увеличенной по сравнению с телевидением высокой четкости разрешающей способностью, предназначенное для передачи и отображения контента с разрешением 4K (разрешение 3840 × 2160 и 7680 × 4320, частоту кадров от 24 до 120, расширенные параметры колориметрии системы и другие характеристики, установленные Международным союзом электросвязи).

Телевидение стандартной четкости; SD; SDTV (Standard-definition television): Система телевидения, основанная на стандартах разложения, применяемых с начала массового телевизионного приема передач телевизионного вещания, применяется в аналоговом и цифровом телевизионном вещании. Согласно ГОСТ Р 53540-2009 широкоформатное телевидение стандартной чёткости определяется как телевидение с форматом изображения 16:9 и параметрами разложения активной части кадра 960×540.

Управление просмотром телеканала: совокупность сервисов телевидения в телекоммуникационной сети, предоставляемых распространителем телеканала в информационно-телекоммуникационной сети, в том числе в сети «Интернет», разрешенных вещателем телеканала, предоставляющих телезрителям возможность в любой момент времени запрашивать приостановление распространения телеканала на определенный период (сервис «ТВ-Пауза» (catch up)) и (или) последующий просмотр его фрагментов (Видео по запросу (VOD)), а также запись телеканала за определенный период (сервис «Отложенный просмотр» (Time Shifting)).

Цифровое телевизионное вещание; ЦТВ (digital television broadcasting; digital TV broadcasting): Составляющая цифрового вещательного телевидения, предназначенная для передачи телевизионных программ и служебной информации потребителю. При этом под служебной информацией понимают метаданные, данные потребителя и т.д. (ГОСТ Р 52210-2004).

Эфирное цифровое телевизионное вещание; ЦЭТВ (terrestrial digital television broadcasting; terrestrial digital TV broadcasting): Цифровое телевизионное вещание, осуществляемое с использованием наземных телевизионных передающих станций (ГОСТ Р 52210-2004).

EPG (Electronic Programming Guide): Программный продукт с интерфейсом, предоставляющим пользователю возможность доступа к обновляемому меню программ передач, описанию цифрового контента сервиса, а также возможность активации технологически доступных системных функций.

Гибридное телевидение (HbbTV, Hybrid Broadcast Broadband Television): Телевизионный стандарт, позволяющий осуществлять передачу дополнительных предложений из сети «Интернет» в телевизионное приемное устройство, обеспечивая наряду с информацией о программах также возможность скачивания содержимого передачи и функционирования отдельных интерактивных компонентов.

HEVC; H.265 (High Efficiency Video Coding): Формат видеокompрессии (кодирования), обеспечивающий высокую степень сжатия движущихся изображений для различных приложений, включая потоковую передачу в сети «Интернет», передачу данных, видеоконференцсвязь, телевизионное вещание, включая передачи телевидения сверхвысокой четкости (UHDTV).

Телевидение по протоколу Интернета (IPTV), Internet Protocol Television, IP-TV, IP-телевидение): Технология цифрового телевидения, позволяющая осуществлять доставку телевизионного и видеоконтента с использованием Интернет-протокола IP в сетях связи операторов связи, обладающих лицензиями на оказание услуг связи для целей кабельного телевидения, через устройства, поддерживающие к ним доступ.

LTE (4G LTE; Long-Term Evolution – «долговременное развитие»): Стандарт беспроводной высокоскоростной передачи данных для мобильных телефонов и других терминалов, работающих с данными, увеличивший пропускную способность и скорость.

Web сервисы (Web): Сервисы, доступ к которым осуществляется посредством сети «Интернет» через браузер воспроизводящего устройства или специально предложенный интерфейс и программный продукт.

Приложение № 2
к Концепции развития
телерадиовещания в Российской Федерации
на период 2020-2025 годы

**ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ («ДОРОЖНАЯ КАРТА») ПО РЕАЛИЗАЦИИ
КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ В РФ
НА ПЕРИОД 2020-2025 ГОДЫ**

№	Наименование мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Ответственные исполнители
1.	Совершенствование нормативного правового регулирования			
	Проекты федеральных законов			
1.1	Обеспечение принятия проекта федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей распространения общероссийских обязательных общедоступных телеканалов, а также телеканалов, получивших право на осуществление эфирного цифрового наземного вещания с использованием позиций в мультиплексах на всей территории Российской Федерации, в информационно-телекоммуникационной сети, в том числе сети «Интернет»»	Федеральный закон	I квартал 2020	Минкомсвязи России, Роскомнадзор

1.2.	Разработка проекта федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в части совершенствования правового регулирования аудиовизуальных сервисов, включая введение дополнительных ограничений для аудиовизуальных сервисов, находящихся под контролем иностранных лиц	Проект федерального закона	II квартал 2020	Минкомсвязи России, Роскомнадзор
1.3.	Разработка проекта федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части совершенствования правового регулирования измерений во всех средах распространения телевизионного и иного контента, определение правового статуса единого измерителя телевизионной аудитории и аудитории информации в сети «Интернет»	Проект федерального закона	II квартал 2020	Минкомсвязи России, Роскомнадзор с участием вещателей и АО «Медиаскоп»
1.4.	Разработка проекта федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части регулирования деятельности владельцев Интернет-платформ, как лиц, являющихся распространителями массовой информации, сближение их правового положения с правовым положением вещателей в части требований к размещению рекламы, возрастной классификации информационной продукции, ограничению иностранного участия	Проект федерального закона	II квартал 2021	Минкомсвязи России, Роскомнадзор, ФАС России

1.5.	Обеспечение принятия проекта федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», предусматривающего уравнивание статуса телеканалов первого и второго мультиплексов в части обязательств вещателей по распространению таких телеканалов в малочисленных населенных пунктах, а также компенсацию расходов, понесенных вещателями и связанных с эфирным наземным вещанием общероссийских обязательных общедоступных телеканалов и радиоканалов, а также с эфирным цифровым наземным вещанием телеканалов, получивших право на осуществление эфирного цифрового наземного вещания с использованием позиций в мультиплексах на всей территории Российской Федерации, на территориях малочисленных населенных пунктов, за счет средств федерального бюджета	Проект федерального закона	II квартал 2020	Минкомсвязи России, Минфин России
1.6.	Разработка проекта федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «О связи» в части распространения принципа неизменности телеканалов первого и второго мультиплекса при их трансляции на любую дополнительную информацию, включаемую вещателем в предназначенный для распространения телевизионный сигнал	Проект федерального закона	II квартал 2021	Минкомсвязи России, Роскомнадзор
1.7.	Разработка проекта федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «О связи» в части распространения принципа неизменности телеканалов первого и второго мультиплекса при их трансляции на любую дополнительную информацию, включаемую вещателем в предназначенный для распространения телевизионный сигнал	Проект федерального закона	II квартал 2021	Минкомсвязи России, Роскомнадзор

	Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «О связи» в части определения принципов допустимости приоритизации доступа к российским контентным Интернет-сервисам			ФАС России
1.8.	Разработка проекта федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «О связи» в части регулирования оповещения о чрезвычайных ситуациях и распространения экстренной информации	Проект федерального закона	II квартал 2022	Минкомсвязи России, Роскомнадзор
1.9.	Разработка проекта федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «О связи» изменений, отражающих содержание деятельности вещателя на современном этапе развития отрасли телевидения, включая положения о неизменности любой информации, распространяемой при вещании телеканала	Проект федерального закона	II квартал 2021	Минкомсвязи России, Роскомнадзор
Акты Правительства Российской Федерации				
1.10	Обеспечение включения программного обеспечения для доступа к продукции обязательных общедоступных телеканалов, распространяемых в сети «Интернет», в Перечень российских программ для электронных вычислительных машин, которые должны быть предварительно установлены при	Постановление Правительства Российской Федерации	II квартал 2020	Роспотребнадзор, Минкомсвязи России, Роскомнадзор, Минпромторг России

	продаже отдельных видов технически сложных товаров с предварительно установленными программами для электронных вычислительных машин			
1.11.	Принятие изменений в государственную программу Российской Федерации «Информационное общество» в части включения новых мероприятий, направленных на разработку нового частотного плана диапазона частот, используемого для целей телерадиовещания, и реализацию иных мероприятий настоящего Плана	Постановление Правительства Российской Федерации	II квартал 2020	Минкомсвязи России
1.12.	Принятие изменений в Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. Президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7) и Паспорт федерального проекта «Информационная инфраструктура» (утв. Президиумом Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности, протокол от 28.05.2019 № 9), направленных на учет положений настоящей Концепции при выполнении программных мероприятий	Изменения в Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», изменения в Паспорт федерального проекта «Информационная инфраструктура»	II квартал 2020	Минкомсвязи России
1.13.	Принятие изменений в Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. Президиумом Совета при Президенте РФ по	Изменения в Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая	II квартал 2020	Минкомсвязи России

	стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7) в части включения новых целей, задач и мероприятий: поддержки и стимулирования производства и потребления национального аудиовизуального, аудио и иного контента	экономика Российской Федерации», изменения в Паспорт федерального проекта «Информационная инфраструктура»		
1.14.	Разработка нормативно-правовую базы для обеспечения финансирования Фонда поддержки отечественного телевидения за счет целевых поступлений от операторов связи.	Проект федерального закона	После выполнения мероприятия, предусмотренного п. 2.3. Плана, но не позднее I квартала 2023	Минкомсвязи России, Роскомнадзор
2.	Частотно-территориальное планирование			
2.1.	Разработка технического задания на разработку нового частотного плана диапазона частот, используемого для целей телерадиовещания	Согласованное техническое задание на разработку частотного плана	I квартал 2020	Роскомнадзор, ФГУП «РТРС», Вещатели
2.2.	Разработка нового частотного плана диапазона частот, используемого для целей телерадиовещания и представление его на рассмотрение Правительственной комиссии по развитию телерадиовещания	Проект частотного плана	I квартал 2022	НИИР, РТРС, ГРЧЦ с участием вещателей и
2.3.	Разработка частотно-территориального плана создания третьего мультиплекса	Проект частотно-территориального плана	IV квартал 2020	Роскомнадзор, ФГУП «РТРС», Вещатели
2.4.	Рассмотрение вопроса об использовании диапазона частот 694 – 790 МГц на основании частотного плана диапазона частот, используемого для целей телерадиовещания (п. 2.1. Дорожной карты) на заседании	Решение Правительственной комиссии по развитию телерадиовещания	IV квартал 2021	Минкомсвязи России, Роскомнадзор с участием ФГУП «РТРС» и вещателей

	Правительственной комиссии по развитию телерадиовещания			
3.	Меры финансово-экономической поддержки			
3.1.	Разработка концепции деятельности Фонда поддержки отечественного телевидения	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	I квартал 2021	Минкомсвязи России, заинтересованные федеральные органы исполнительной власти и организации Медиа-коммуникационный союз
3.2.	Создание Фонда поддержки отечественного телевидения	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	II квартала 2021	Минкомсвязи России, Минюст России
3.3.	Реализация мер по стимулированию развития телерадиовещательной отрасли за счет средств получаемых при высвобождении частот, выделенных для целей телерадиовещания	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	2022-2025, ежегодно, IV квартал	Минкомсвязи России, заинтересованные федеральные органы исполнительной власти
4.	Совершенствование технической политики вещания			
4.1.	Разработка и утверждение новых стандартов в области цифрового телерадиовещания	Проект нормативного правового акта	2020-2025	Минкомсвязи России, заинтересованные федеральные органы исполнительной власти, Медиа-коммуникационный союз

4.2.	Внедрение новых стандартов в области цифрового телерадиовещания	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	IV квартал 2025	Минкомсвязи России, заинтересованные федеральные органы исполнительной власти и организации
4.3.	Разработка предложений по использованию единой системы идентификации и аутентификации (ЕСИА) для проверки достоверности сведений о пользователях создаваемых телеведателями Интернет-платформ	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	I квартал 2021	Минкомсвязи России, заинтересованные федеральные органы исполнительной власти и организации
4.4.	Разработка предложений по использованию единых индустриальных телевизионной и радио платформ, предоставляющих доступ пользователям сети «Интернет» к телеканалам и радиоканалам, а также единого технологического индустриального решения для дистрибуции телеканалов в сети «Интернет», в качестве элемента единой общенациональной системы оповещения о чрезвычайных ситуациях и распространения экстренной информации	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	I квартал 2021	Минкомсвязи России, заинтересованные федеральные органы исполнительной власти и организации
4.5.	Создание постоянно действующего Технического комитета в целях мониторинга и оценки перспективных технологий телерадиовещания и изучения возможностей использования радиочастотного спектра для целей телерадиовещания	Приказ Минкомсвязи России	III квартал 2020	Минкомсвязи России

4.6.	Доклад Технического комитета о результатах мониторинга и оценки перспективных технологий телерадиовещания и изучения возможностей использования радиочастотного спектра для целей телерадиовещания	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	Ежегодно, IV квартал	Минкомсвязи России
5.	Контроль за ходом реализации Концепции			
5.1.	Мониторинг хода реализации Концепции	Доклад в Правительственную комиссию по развитию телерадиовещания	Ежегодно, IV квартал	Минкомсвязи России

Приложение № 3
к Концепции развития
телерадиовещания в Российской Федерации
на период 2020-2025 годы

Таблица 1. Рекламная ТВ выручка в Западной Европе³

	Ед. изм.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Пользователи эфирного ТВ	млн семей	47	46	46	46	46	48	46	46	47
Потребление линейного ТВ ⁴	часов в неделю	21,2	21,0	19,5	19,2	19,9	20,5	21,0	20,8	20,9
Рекламная ТВ выручка ⁵	млрд \$	25,3	25,0	24,8	24,6	24,4	24,1	23,9	23,5	23,3
Среднее количество общенациональных каналов	шт.	7 (нет HD)	н/д	74 (22 HD)						

Источник: Magna; Ampere; PQM; BCG

³ Франция, Германия, Италия, Испания, Великобритания

⁴ Данные по Европе, часов в неделю

⁵ Исторические данные в долларах США рассчитаны для фиксированного курса доллара США (USD/EUR = 0,88709, USD/GBP = 0,77681), чтобы исключить эффект колебания валютных курсов

Таблица 2. Количество HbbTV-приложений в цифровом телевидении в РФ, шт.

	2017	2018	2019	2020
Количество HbbTV-приложений	1	3	6	14

Источник: открытые данные

Таблица 3. Проникновение HbbTV телевизоров (доля домохозяйств), %

	Германия	Франция	Испания	Россия
Проникновение HbbTV телевизоров, в т.ч.	49%	39%	37%	38%
Подключены к интернету	39%	32%	26%	30%
Не подключены к интернету	10%	7%	11%	8%

Источник: Ovum, HbbTV.org, GfK, BCG

Таблица 4. Развитие HbbTV в России и европейских странах

Параметры сравнение	Россия	Германия	Испания
Участвующие каналы	Несколько, пилотирование	Большинство	>16
Программа передач	–	+	+
Отложенный просмотр	–	+	+
Рекомендации	–	+	+
Тематические каналы	–	+	–
Дополнительная информация	–	+	+
Онлайн голосование	+	+	–
Игры	–	+	–
Электронная коммерция	–	+	–

Источник: HbbTV.org, BCG

Таблица 5. Структура слушателей радио по способам прослушивания, % слушателей 12+ за месяц

	2017	2018	2019
Автомобильный радиоприемник	73	71	70
Радиоприемник	41	38	36
Мобильный телефон / смартфон	22	24	25
Компьютер \ ноутбук	19	19	18
Телевизор	12	13	12
Проводное радио	14	13	12
Планшет	5	5	4
Плеер	5	5	4

Источник: Radio Index - Россия. 2017, 2018, 2019

Таблица 6. Динамика абонентов платного ТВ в России, млн домохозяйств

	2015	2015	2016	2017	2018
Кабельное ТВ	18,3	18,3	18,2	17,8	18,0
Спутниковое ТВ	14,6	15,7	16,3	16,6	17,1
IPTV	4,7	5,8	6,5	7,4	8,2
Проникновение платного ТВ, %	67%	71%	73%	75%	78%

Источник: J'son and Partners 2018

Таблица 7. Просмотр линейного ТВ в мире, среднее количество часов в неделю

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Просмотр линейного ТВ	22,6	22,4	22,2	22,0	21,9	21,5	21,3	20,9	20,7	20,2	19,9

Источник: PQM

Таблица 8. Просмотр линейного ТВ в мире по возрастам, часов в неделю

	2014	2018	2022
До 23 лет	13,5	11,3	9,3
24-54 лет	22,9	21,3	19,1
55+ лет	32,5	31,9	29,9

Источник: PQM

Таблица 9. Распределение часов просмотра видео в неделю в OTT-среде⁶ в мире, %

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Линейное ТВ	90%	88%	87%	85%	83%	81%	79%	76%	74%	71%	69%
Видео по запросу	10%	12%	13%	15%	17%	19%	21%	24%	26%	29%	31%

Источник: PQM

⁶ Видео по запросу включает OTT, интернет-видео, видео на мобильных устройствах; линейное ТВ включает ТВ в прямом эфире

Таблица 10. Просмотр линейного ТВ в России, минут в день

	2015	2016	2017	2018
Просмотр линейного ТВ	241	242	239	228

Источник: Mediascope, города 100 тыс+

Таблица 11. Просмотр линейного ТВ в России по возрастам, минут в день

	2015	2016	2017	2018
4-11 лет	139	139	136	123
12-17 лет	111	115	106	100
18-24 лет	120	118	111	105
25-34 лет	172	173	169	158
35-44 лет	239	233	220	205
45-54 лет	298	298	289	270
55-64 лет	341	341	338	335
65+ лет	381	389	389	377

Источник: Mediascope, города 100 тыс+

Таблица 12. Рынок VOD в России, млрд руб.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Объем рынка VOD	7,4	8,5	11,2	15,9	24,9	32,4	41,8	50,5	58,7

Источник: J'son and Partners 2018

Таблица 13. Аудитория основных онлайн-видео площадок в России, млн посещений

	Сентябрь 2019 г.	Октябрь 2019 г.	Ноябрь 2019 г.	Декабрь 2019 г.
Youtube	1 516	1 572	1 587	1 615
VK	1 404	1 443	1 389	1 449
Одноклассники	570	585	557	586
Instagram	225	223	211	218
Facebook	190	196	187	184
Кинопоиск	56	67	70	68
Google Play	52	53	53	52
Ivi	41	43	44	46
Вести.ру	48	51	49	43
Twitch	37	37	36	36
Pornhub	24	25	25	27
Первый канал	19	20	25	24
Iz.ru	22	20	22	21
Rutube	20	20	21	20
НТВ	17	16	15	16

Источник: SimilarWeb

Таблица 14. Распределение доходов от рекламы на линейном ТВ и в ОТТ⁷ в мире, %

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Линейное ТВ	87%	84%	81%	76%	72%	67%	63%	60%	58%
ОТТ	13%	16%	19%	24%	28%	33%	37%	40%	42%

Источник: PQM, Magna; Ampere; Ovum

Таблица 15. Доходы от рекламы в России, млрд руб.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	In2018	In2019
ТВ	118	96	111	132	143	156	160	137	151	171	187	91	82
Радио	13	9	10	12	15	17	18	5	17	17	7	7	7
Пресса	64	36	38	40	41	38	34	25	22	21	18	9	8
Наружная	47	27	33	38	43	46	46	36	38	43	44	21	21
Интернет	15	18	27	42	59	77	97	112	137	166	203	91	110

Источник: АКАР, IAB Россия

⁷ Цифры включают весь рынок, в т.ч. Сервисы вещателей, онлайн-кинотеатры и т.д. (SVOD, AVOD, TVOD)

Таблица 16. Выручка ОТТ-игроков в 2018 г., млрд руб.

Категория	Название	Выручка	Владение
Интернет-компании	Ivi	4,1	Иностранное
	Mail	4,0	Российское
	YouTube	3,0	Иностранное
	Okko	2,1	Российское
	Megogo	1,5	Иностранное
	Ростелеком	1,3	Российское
	Яндекс	0,9	Российское
	iTunes	0,8	Иностранное
	Amediateka	0,7	Иностранное
	Rutube	0,7	Российское
	Tvzavr	0,4	Российское
ТВ Холдинги	Первый канал	0,5	Российское
	СТС	0,4	Российское
	ТНТ	0,4	Российское
Прочие	-	4,0	-
Итого	-	24,8	

Источник: Спарк, Атлас рынка легальных видеосервисов J'son and Partners 2018, данные открытых источников