

Рынки спутникового Телевизионного вещания Индии и Китая: условия и возможности для спутниковых операторов

Леонид Федотов, ведущий специалист по работе с клиентами отдела продаж ресурса спутника государственного предприятия «Завод точной электромеханики» (Беларусь)

***Аннотация.** Материал посвящен анализу деятельности по распространению посредством спутниковой связи телевизионных программ Индии и Китая как крупнейших стран Азиатско-Тихоокеанского региона по сочетанию численности населения и экономического потенциала. В нем представлены результаты проведенного автором сравнительного анализа сведений, содержащихся на интернет-сайте lunqsat.com, о телевизионных СМИ двух государств, вещаемых с использованием геостационарных спутников связи, количестве и составе мультиплексов, в которых они транслируются, операторах спутников, обеспечивающих их распространение, географии и некоторых технических аспектах вещания. Сделан вывод о том, что при большей общей численности индийских спутниковых телевизионных каналов в сравнении с китайскими, последние имеют более широкий круг распространения, что отражает особенности государственной политики Республики Индия и КНР в области развития национальных систем телевидения. Материал подготовлен с учетом возможного использования операторами, эксплуатирующими спутники связи, при изучении возможностей предложения своих услуг вещателям двух государств.*

Согласно оценке Всемирной организации интеллектуальной собственности, на Азиатско-Тихоокеанский регион, исходя из находящегося в пользовании у населения количества телеприемников, приходится не менее половины мировой телевизионной аудитории. При этом первую и вторую позиции по данному показателю занимают Китай и Индия¹. Изучение медиарынков данного региона с точки зрения перспектив продвижения своих услуг для операторов спутниковой связи видится целесообразным начинать именно с этих государств, располагающих, с одной стороны, наибольшей численностью населения, и, с другой стороны, входящих в ТОП мировых лидеров по размерам валового внутреннего продукта.

На рисунке 1 представлены сведения о количестве спутниковых телевизионных программ Индии и Китая (включая Гонконг и Макао),

¹ Current Market and Technology Trends in the Broadcasting Sector: prepared by IHS Technology / WIPO Standing Committee on Copyright and Related Rights. Thirtieth Session. Geneva, June 29 to July 3, 2015. Doc. No. SCCR/30/05. Available at: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/sccr_30/sccr_30_5.docx (date of access: 23.04.2021)

полученные автором на основе обобщения информации, содержащейся на интернет-сайте lyngsat.com².

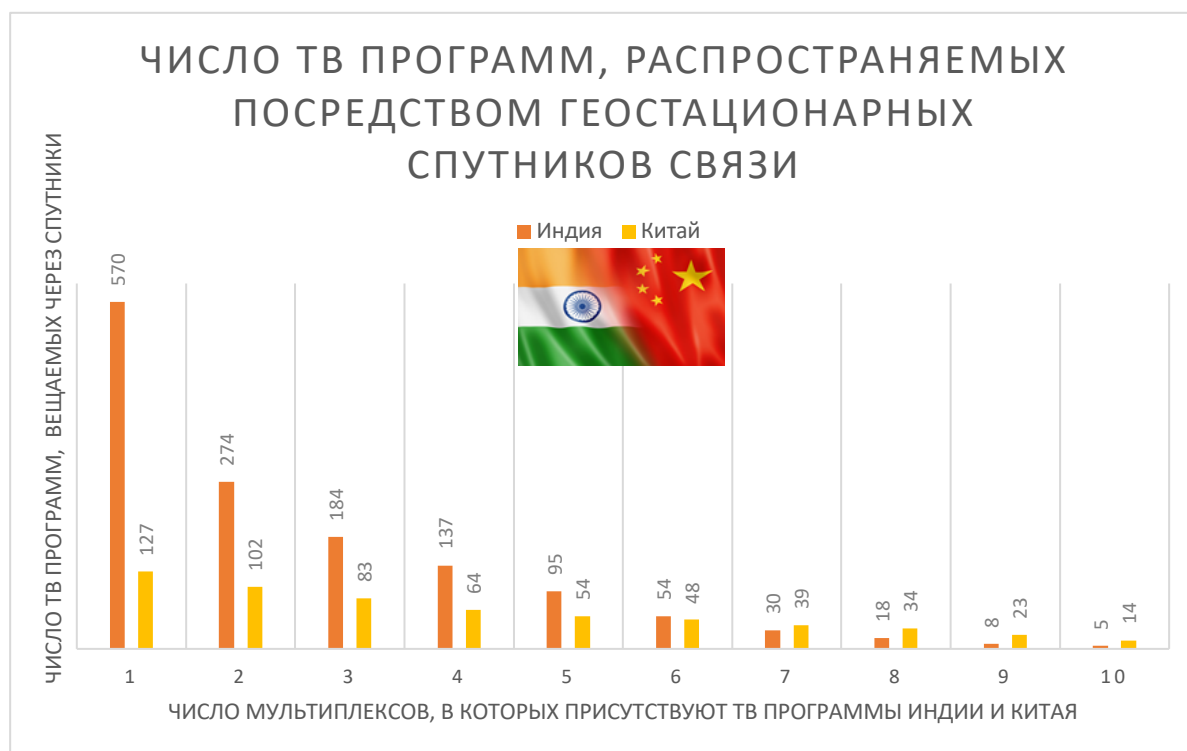


Рис. 1. Источник: lyngsat.com

Информация, представленная на указанном рисунке, свидетельствует о том, что число ТВ программ Индии, распространяемых посредством геостационарных спутников связи, более чем четырехкратно превышает объем соответствующего контента Китая³. Вместе с тем, в среднем китайские спутниковые каналы распространяются более широко, нежели индийские. Так, число телепрограмм Китая, вещаемых в семи и более мультиплексах, превышает число таких индийских телеканалов. Если общее число мультиплексов, в которых представлен индийский телевизионный контент составляет порядка 100, то китайский контент присутствует примерно в 90 – то есть разница между странами является минимальной.

² Здесь и далее при сравнительном анализе два упомянутых государства перечисляются в порядке, предусмотренном алфавитом русского языка

³ при этом по состоянию на 2019 г. разрешение Министерства информации и телерадиовещания Правительства Индии на спутниковое вещание было получено для 839 национальных ТВ программ (Источник: Annual Report 2019-20 of the Ministry of Information and Broadcasting of the Government of India. Available at: <https://mib.gov.in/sites/default/files/Annual%20Report%202019-20.pdf> (date of access: 23.04.2021))

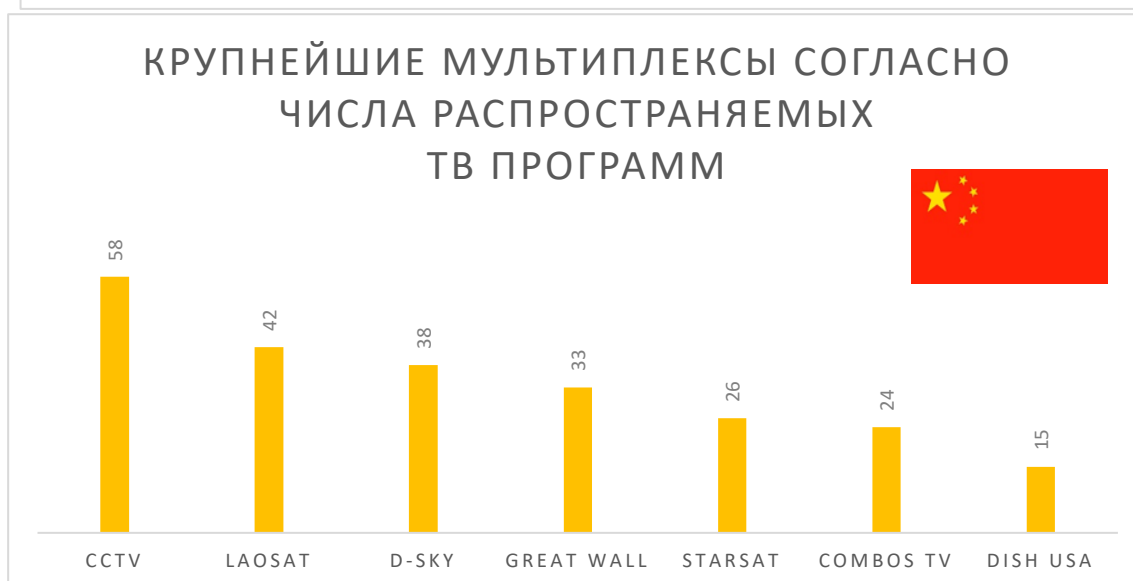


Рис. 2-1, 2-2. Источник: lyngsat.com.

По мнению автора, состав мультимплексов, содержащих наибольшее количество спутниковых телепрограмм Индии и Китая, указанных на рисунках 2-1 и 2-2, отражает различные подходы, сложившиеся в данных странах, к распространению национального контента посредством спутниковой связи. В Индии он включается в основном в национальные мультимплексы для преимущественного распространения на своей территории. Каждый из семи мультимплексов, представленных на рисунке 2-1, формируется в Индии. В Китае сравнительно небольшое число телепрограмм, предназначенных для зарубежных аудиторий, которые включают как соотечественников, так и иноязычных зрителей, инкорпорируется в максимальное число популярных мультимплексов. В связи со следованием такому подходу «концентрация» китайского контента в мультимплексах ниже, чем в случае с индийскими ТВ программами. Из семи из них, указанных на рисунке 2-2, один вещается с Тайваня и три – с территорий других стран. Максимальное значение представленности в мультимплексах у китайских спутниковых телепрограмм достигает 45, а у индийских – лишь 19.

По количеству операторов, спутники которых используются для трансляции ТВ программ Китай даже превзошел Индию: для первой из рассматриваемых стран их число составляет 28, а для второй – 23.

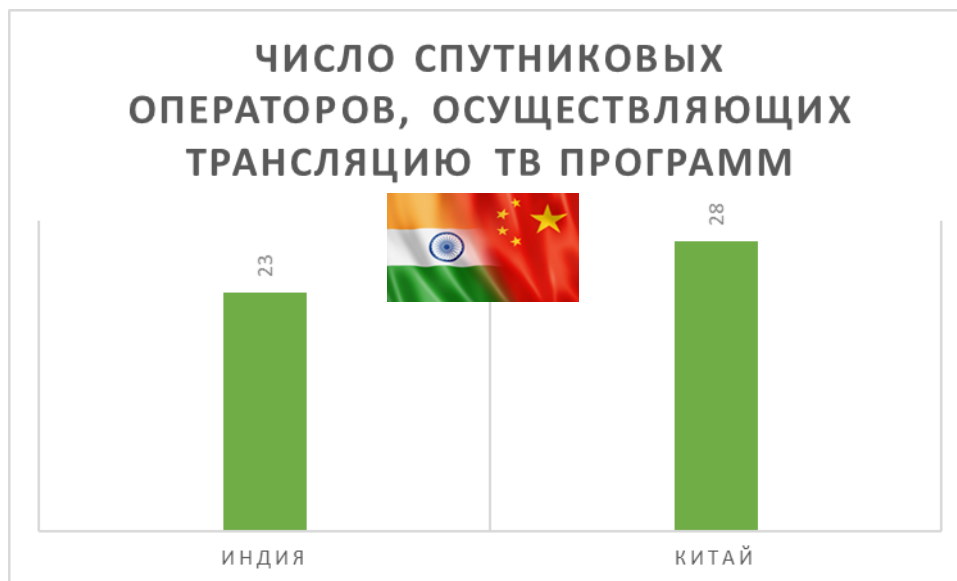


Рис. 3. Источник: lyngsat.com.

Наибольшее число как индийских, так и китайских телепрограмм вещается посредством спутников крупнейших национальных спутниковых операторов, находящихся в государственной собственности: GSAT и ChinaSat. Спутники GSAT используются для трансляции индийских ТВ программ в радиочастотном диапазоне Ku на территориях Индии и сопредельных стран Южной Азии, в Юго-Восточной Азии, а в радиочастотном диапазоне C – для трансрегионального распространения программ (одновременно в 3 и более регионах). Ресурсы спутников ChinaSat в радиочастотном диапазоне Ku задействованы для вещания телепрограмм на территории Китая, в радиочастотном диапазоне C – на весь Азиатский регион, а также на 3 и более региона. Вторую и третью позиции по степени использования для распространения телевизионного контента занимают: в отношении индийских телепрограмм – два оператора «большой тройки»: Intelsat и SES, а в отношении телепрограмм КНР – SES и канадский оператор Telesat. При этом удельный вес трех крупнейших операторов при вещании индийских ТВ программ выше, чем китайских, что свидетельствует о более широком распространении телевизионного контента КНР.

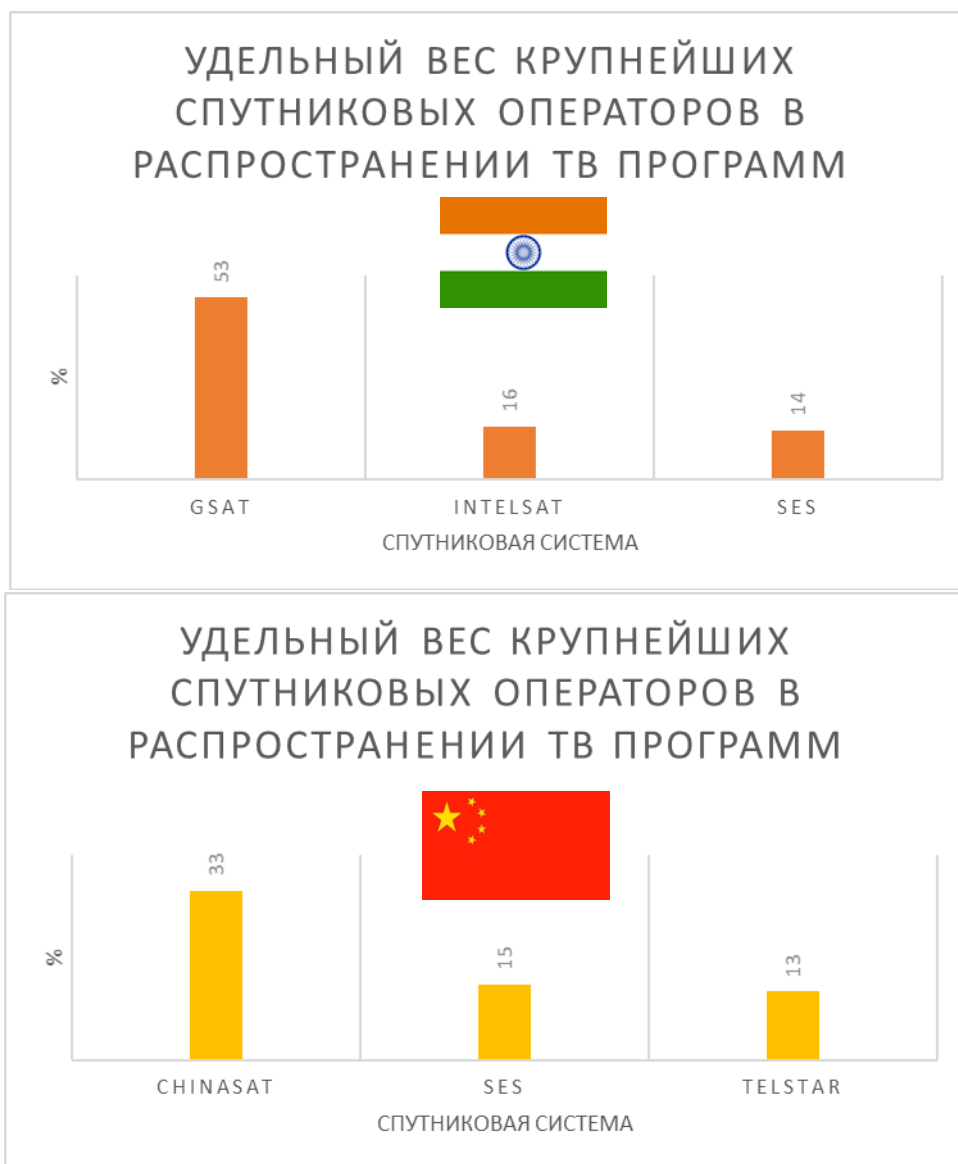


Рис. 4-1, 4-2. Источник: lyngsat.com.

Также вывод о более широком географическом распространении китайского телевизионного контента в сравнении с индийским подтверждает информация, содержащаяся на рисунках 5-1, 5-2. Если в Индии и прилегающих странах Южной Азии вещаются 60 % индийских спутниковых телепрограмм, то удельный вес спутниковых ТВ программ КНР, транслируемых исключительно на китайскую территорию, составляет 26 %. Более высокими, чем у индийского телеконтента, являются показатели, характеризующие доли китайских спутниковых телепрограмм, распространяемых во всем Азиатском регионе, Юго-Восточной Азии и Европе. На долю как индийских, так и китайских спутниковых ТВ программ, распространяемых США и Канады приходится по 3 % от их общего числа, а для трансляции индийского контента в большей степени, чем китайского востребованы спутниковые лучи радиочастотного диапазона С, зоны покрытия которых охватывают одновременно несколько регионов.

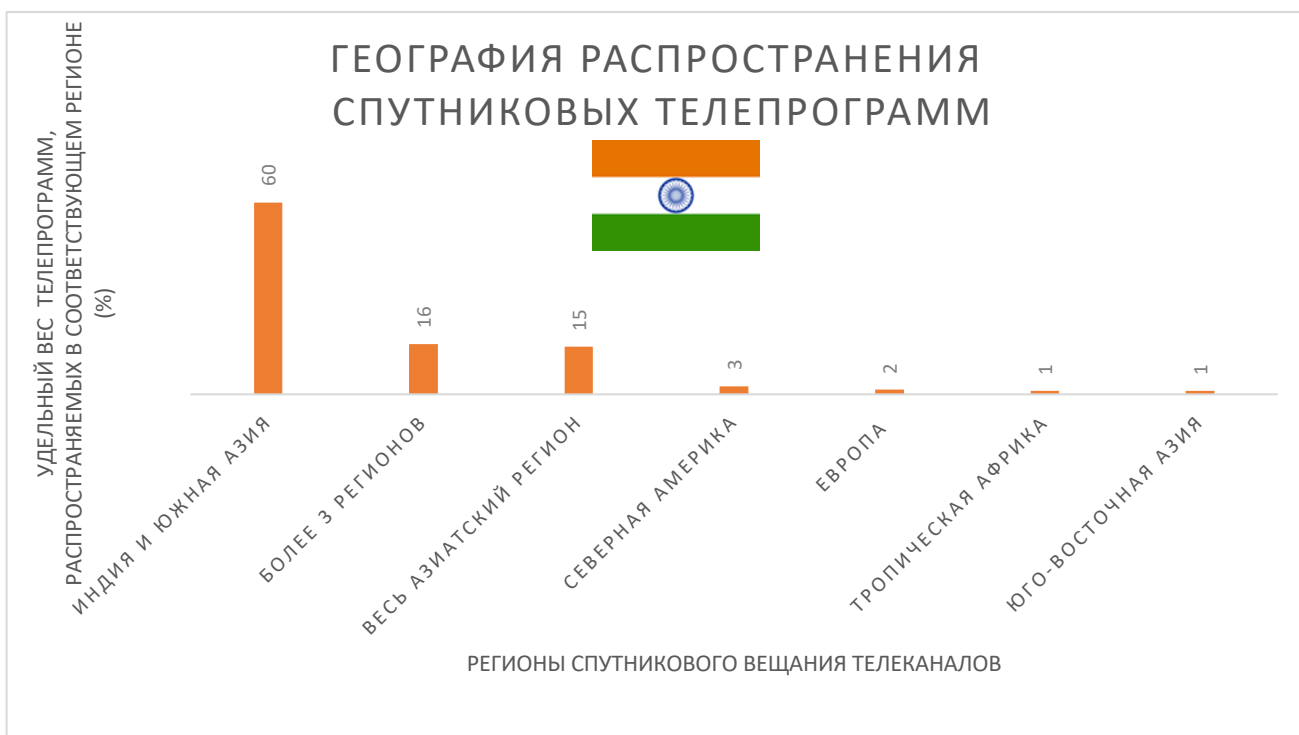


Рис. 5-1, 5-2. Источник: lyngsat.com.

Телевизионные программы Индии и Китая присутствуют в отдельных мультиплексах, ориентированных на аудитории определенных государств. Преимущественно к ним относятся те государства Азиатского региона, отношения с которыми представляют особую важность для двух держав. Для индийского телеконтента такими странами являются: Афганистан, Бангладеш, Индонезия, Камбоджа, Мьянма, Непал, Шри-Ланка, а для китайского – Бангладеш, Индонезия, Малайзия, Монголия, Мьянма,

Республика Корея, Непал, Шри-Ланка, территория Тайбэй. Как видно, за влияние на аудитории по крайней мере пяти стран конкурируют как индийские, так и китайские вещатели.

При распространении телевизионных программ Индии, в сравнении с китайскими, более широко используются спутниковые лучи радиочастотного диапазона С с максимально широкими зонами покрытия Азиатского и сопредельных регионов. Диапазон Ка в настоящее время применяется для трансляции нескольких телепрограмм КНР. В целом диапазон Ку остается наиболее востребованным при вещании телепрограмм обоих государств.

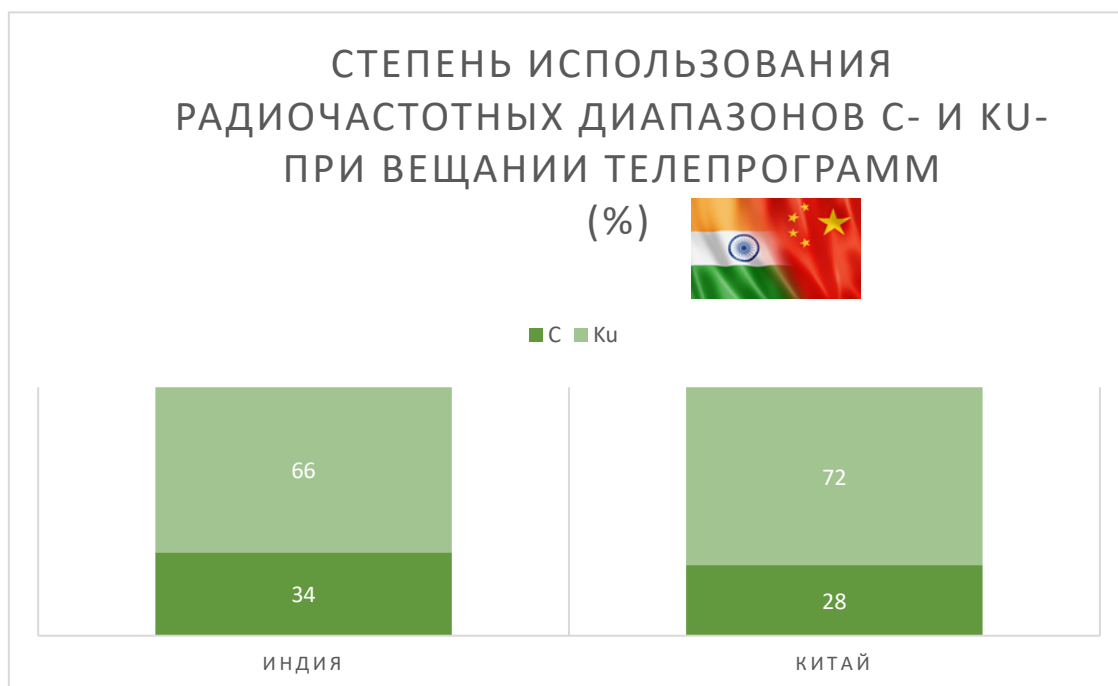


Рис. 6. Источник: lyngsat.com.

Удельный вес китайских спутниковых телеканалов, транслируемых в кодированном виде, выше значения соответствующего показателя для телепрограмм Индии, что, вероятно, отражает более широкую представленность китайского контента в иностранных коммерческих мультиплексах. Степень использования стандарта качества HD для трансляции спутниковых ТВ программ Индии очень мала по сравнению с его применением при распространении телевизионных программ КНР.

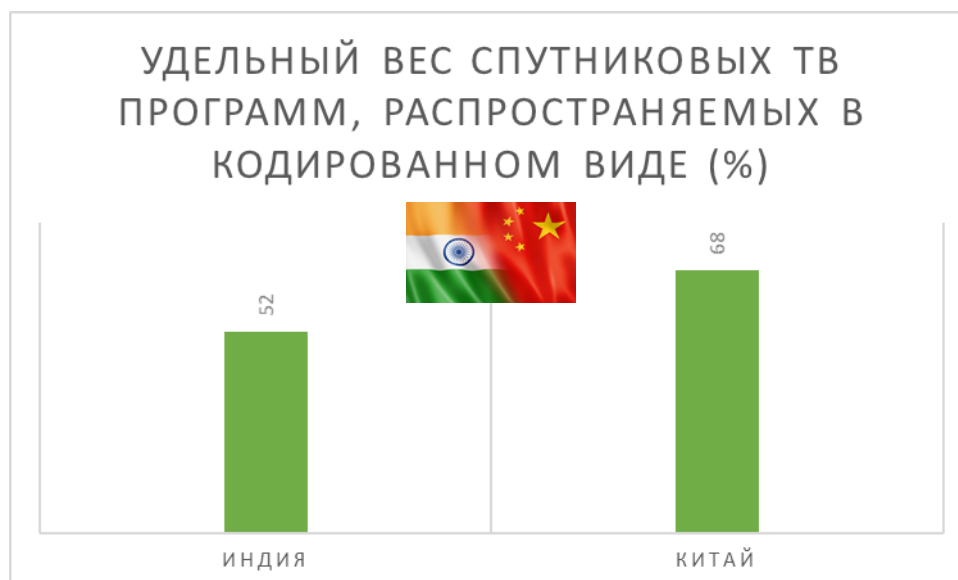


Рис. 7. Источник: lyngsat.com.

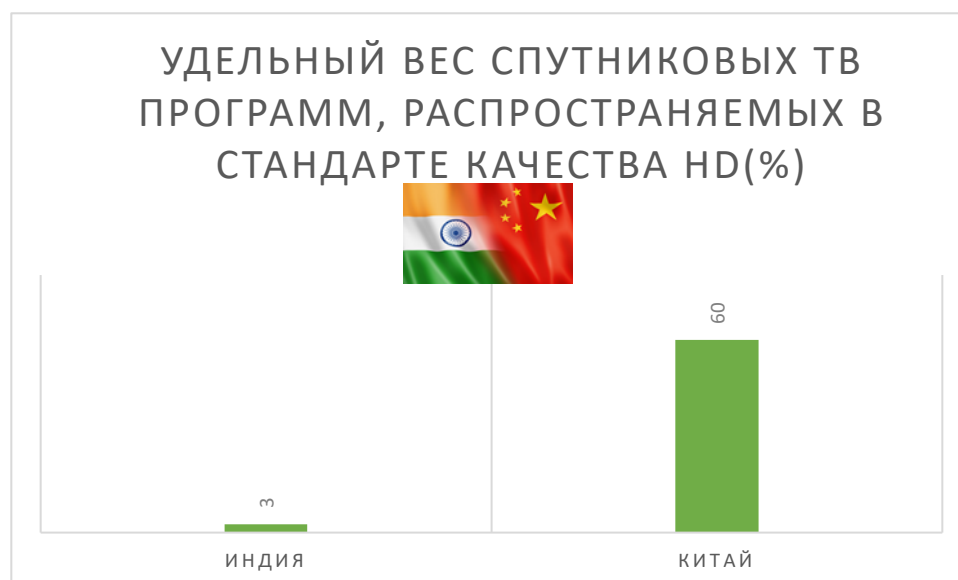


Рис. 8. Источник: lyngsat.com.

По мнению автора, перечень наиболее широко распространяемых спутниковых ТВ программ Индии и Китая отражает особенности политики данных стран в области телевизионных СМИ. Так, все восемь соответствующих индийских телепрограмм (Comedy Central India, GEM, Kalaignar TV, NDTV 24x7, Travelxp HD Europe, Zee News, Zee TV Russia, Zing Asia) являются частными, что подтверждает тенденцию, наметившуюся с момента частичной отмены в Индии государственной монополии на телевизионное вещание в начале 1990-х гг., которая проявилась в выигрыше в конкурентной борьбе частных вещателей у государственной телекомпании Doordarshan в сегменте спутникового вещания⁴. Шесть из восьми упомянутых телепрограмм – развлекательные, что говорит о продвижении Индией своих интересов в глобальном информационном пространстве в большей степени через популяризацию своей национальной культуры. При

⁴ Энциклопедия мировой индустрии СМИ/отв. ред. Е.Л. Вартанова. М., 2006. с. 84-85

этом соответствующую миссию выполняет преимущественно частный медиабизнес.

Десять телевизионных программ КНР, вещаемых в наибольшем числе мультиплексов, являются государственными, шесть из них могут быть отнесены к общественно-политическим. Данная информация свидетельствует об активной роли государства в использовании телевизионных СМИ в целях повышения влияния КНР на мировую политику и демонстрации в мирной и неконфронтационной форме признаков ее превращения в великую державу⁵.

Обобщая результаты настоящего краткого обзора практики распространения посредством геостационарных спутников связи телевизионных программ Индии и Китая, обратим внимание на следующие моменты, которые могут представлять интерес для спутниковых операторов. Вероятность существенного роста спроса на услуги спутниковой связи со стороны вещателей Индии и Китая представляется невысокой по причине снижения динамики развития рынков спутникового телевидения. Так, в Индии число спутниковых телевизионных программ фактически не увеличивалось после 2011 г.⁶ В Китае сравнительно невысокое число спутниковых телеканалов при определяющей роли государства в развитии национальной системы СМИ также не позволяет ожидать его заметного повышения. Следовательно, объектом конкурентной борьбы между спутниковыми операторами являются в основном действующие спутниковые телевизионные программы за счет предложения более привлекательных условий для их трансляции. Условия для такой конкуренции имеются, поскольку для распространения как индийских, так и китайских телеканалов широко используются услуги иностранных спутниковых операторов. В наибольшем объеме их вещание ведется на регионы происхождения: соответственно, Южную Азию и Восточную Азию, а также сопредельные с ними регионы. Для китайского телевизионного контента значимым направлением вещания стали государства Тропической Африки. На страны, расположенные в других регионах, вещается ограниченное число программ пропорционально числу проживающих в них соотечественников, а также на иностранных языках.

При предложении услуг спутниковой связи индийским вещателям в качестве положительного фактора может быть отмечена ведущая роль частного бизнеса в распространении национального телевизионного контента за рубежом, от которого можно ожидать большей гибкости в реагировании на условия коммерческих предложений операторов. В китайском сегменте спутникового вещания потенциальным источником роста спроса на услуги спутниковых операторов представляется формирование новых мультиплексов на основе национального контента, предназначенного для просмотра за рубежом соотечественниками и лицами, владеющими китайским языком.

⁵ Soft Power in China. Public Diplomacy through Communication/ed. by Jian Wang. N.Y., 2011. p. 57

⁶ Annual Report 2019-20 of the Ministry of Information and Broadcasting of the Government of India. Available at: <https://mib.gov.in/sites/default/files/Annual%20Report%202019-20.pdf> (date of access: 23.04.2021)