

Ольга Жернакова

Видео в интернете: пока дополнение, потом конкурент

Для конечного пользователя видео в интернете дает несколько важных преимуществ. Во-первых, появляется возможность быстро и удобно найти что-то интересное для просмотра. Учебные ролики, дополняющие школьную программу, фильмы, которые давно хотелось посмотреть, пропущенные телепрограммы — гигантская библиотека для просмотра и скачивания видео в режиме «видео по запросу», с которой не может соперничать ни один оператор платного телевидения. Во-вторых, в интернете можно смотреть онлайн-вещание самых разных телеканалов в реальном времени, при этом и тех, которые «свой» оператор показывать никогда не будет.

«Я смотрю через интернет по утрам китайский телеканал на русском — CCTV. Мне очень нравится, как он сделан, — рассказывает мне один из собеседников. — Российские операторы этот канал не транслируют. Можно смотреть его через спутник, но через интернет проще». «Мы не разрешали детям много смотреть телевизор, а в школе они привыкли пользоваться компьютером. В результате сейчас дети узнают новости раньше, чем мы — читают и смотрят их в интернете. Да и новинки кинопроката они успевают посмотреть раньше», — говорит другой. — Я не смотрю телевизор. Когда мне хочется найти какой-то интересный фильм для просмотра вечером, я ищу его в интернете. Там есть все, что только хочется». «При просмотре через интернет рекламы меньше. Надоело, когда по телевизору все время показывают рекламу!»

Какие же ресурсы смотрят российские интернет-пользователи, и могут ли соответствующие интернет-сайты составить конкуренцию традиционному телевидению?

Видеохостинги

Самым популярным видеосайтом среди российских зрителей является YouTube, размещающий пользовательское видео — как профессиональное, так и любительское. На YouTube можно найти видео на самые разные темы — познавательное, музыкальные клипы, новости и происшествия. По данным компании, каждую минуту загружается 35 часов видео, а за 60 дней его добавляется больше, чем объем, созданный тремя крупнейшими американскими телесетями за 60 лет. Однако популярность каждого отдельного видео или канала обычно невелика. Например, просмотр видеороликов канала kremlin, транслирующего официальные обращения Дмитрия Медведева, за два года в сумме набралось меньше миллиона — совершенно ясно, что по телевизору их посмотрело

гораздо больше зрителей. Для сравнения, ролик «Медведев танцует», который традиционные телеканалы, скорее всего, не показали, за неделю посмотрели более 4 миллионов пользователей. Таким образом, YouTube в настоящее время не заменяет, а дополняет традиционное телевидение.

Принимая во внимание колоссальную популярность ресурса, множество российских телеканалов считает необходимым выкладывать на него ролики или создавать там свой отдельный канал, а операторы IPTV добавляют его в список своих сервисов — в частности, в России так сделал «Стрим». В предлагаемых на рынке моделях телевизоров с подключением к интернет YouTube обычно установлен по умолчанию.

Но тут есть один важный момент. YouTube зарабатывает за счет размещения рекламы. Известно: до сих пор, несмотря на сверхвысокую посещаемость, он не вышел на самоокупаемость. Доход в 2010 году составил 544 миллиона долларов, но затраты компании на хранение и доставку видео также весьма велики. Поэтому сервис постоянно ищет новые пути развития и предполагает, что направление в сторону телевидения позволит заработать больше. Улучшение качества видео, списки воспроизведения, организация трансляций в реальном времени, добавление собственных профессиональных каналов все больше приближают сервис к традиционному вещанию и видео по запросу в операторских сетях. Только что YouTube запустил платное видео по запросу для американских зрителей. В долгосрочной перспективе конкуренция с традиционным ТВ будет, несомненно, усиливаться.

Помимо YouTube, есть целый ряд популярных видеохостингов с пользовательским видео, работающих также по рекламной модели. Из иностранных стоит отметить vimeo, который ориентируется на профессионалов в области видео, размещает длинное видео высокого качества и проводит ряд фестивалей, на которых демонстрируется впечатляющий уровень

Технология ОТТ (Over-the-Top) позволяет доставить видеосигнал на медиаплеер пользователя по открытой интернет-сети (то есть по сети любого интернет-провайдера) в отличие от услуг IPTV, которые предоставляются через управляемую оператором сеть с гарантированным качеством.

операторской и режиссерской работ. Российские популярные видеохостинги — RuTube, Яндекс.Видео, video@mail.ru. Все они в последнее время делают заявления об увеличении доли профессионального видео высокого качества, но никто пока не говорит об окупаемости.

Тем временем, у традиционных видеохостингов в последние годы появился весьма серьезный конкурент — социальные сети.

Социальные сети

По рейтингам, учитывающим количества посетителей из России и время, проведенное на сайте, популярность ВКонтакте превышает популярность YouTube, хотя, конечно, видео — только один из предлагаемых зарегистрированным пользователям сервисов. Пользователи, не обращая внимания на возможные последствия и правила пользования ресурсом, размещают на сервисе свои любимые фильмы и видеоклипы для того, чтобы поделиться ими с друзьями. Видео из видеохостингов тоже можно вставить на свою страницу. Возможность, с одной стороны, самовыразиться, а с другой — посмотреть, что же нравится твоим знакомым и друзьям, оказалась чрезвычайно привлекательной. В результате ВКонтакте стал одним из лучших ресурсов для поиска видео, появилась даже группа сайтов-паразитов, транслирующих откуда фильмы и пытающихся их продавать. Пришедшие ко мне в гости друзья запустили для своего ребенка канал мультфильмов из ВКонтакте, и я была поражена обилию хорошо известных и горячо любимых в свое время лент.

С точки зрения правообладателей, это чистой воды пиратство, судебные процессы идут практически непрерывно. Тут стоит вспомнить, что и судебные процессы против YouTube шли постоянно, говорилось даже о попустительстве сервиса пиратству для того, чтобы привлечь пользователей, но начиная с какого-то момента правообладателям удобнее начать переговоры. За последний год произошло несколько важных событий в этом направлении. ВКонтакте выиграл суд против ВГТРК по поводу размещения двух фильмов. Было принято решение, что за размещение нелегального видео отвечает пользователь, его выкладывающий. Для регистрации в социальной сети теперь необходимо предоставлять номер телефона — то есть появилась дополнительная возможность для его идентификации, но судиться с возможным пользователем правообладателю не очень интересно — бесперспективно в денежном отношении. Появились, наконец, первые соглашения с правообладателями, которые сами могут размещать свое видео на ресурсе и удалять размещенное не по правилам.

С точки зрения традиционного ТВ, социальные сети в данный момент представляют небольшую угрозу. Нужно учитывать, что видео смотрится на компьютере, его качество не очень высокое, количество просмотров — достаточно скромное. Зато у телеканалов и пакетов платного ТВ появляется дополнительная маркетинговая возможность — создавать вокруг своих проектов группы по интересам. Вот как прокомментировал это Кристофер Шаутен, старший директор по маркетингу Irdeto, технологической компании, входящей в медиагруппу Naspers: «В настоящее время

Connected TV = Телевизоры, подсоединенные к сети интернет

Основные производители цифровых телевизоров имеют сегодня в своем ассортименте гибридные модели, позволяющие принимать видео как из вещательной сети, так и из интернета. Следует сразу оговориться: для реализации такой функциональности наличие у телевизора сетевого интерфейса недостаточно. В него должна быть интегрирована аппаратно-программная платформа, позволяющая отправлять запрос на получение контента, а затем принимать его, буферизировать, декодировать и воспроизводить. А принимаемый из интернета контент должен быть специально подготовлен — скомпрессирован в нужном формате и заключен в соответствующие транспортные контейнеры.

Подобная платформа, получившая название Smart TV, встраивается в некоторые модели телевизоров LG Electronics. Мы постарались узнать поподробнее о самой платформе и о сервисах, реализуемых на ее базе.

«С точки зрения аппаратного оснащения, LG Smart TV — это двухъядерный процессор MIPS 500

Mhz и RAM 500 Мбайт, программно платформа реализована на системе LinuxOS, Webkit-based браузер и Flash Lite 3.1. Функцией Smart TV снабжены 30 процентов моделей LG LCD TV 2011 года», — рассказал нам Сергей Ермилов, менеджер проектов LG Electronics

Среди сервисов, уже внедренных на базе этой платформы, есть несколько российских — например, интернет-вещание и отдельные ролики телеканала «Живи ТВ», видео и аудио интернет-порталов Fidel и Omlet. Для этой цели в пользовательское меню платформы интегрируются виджеты, позволяющие перейти к получению соответствующих услуг.

Алексей Дробот, директор по продуктам сервиса Fidel.ru: «С точки зрения потребителя это выглядит как набор приложений (как в iPhone) с различными функциями, причем все это доступно прямо в меню телевизора. Чтобы воспользоваться видео онлайн, прогнозом погоды или сводкой пробок на дороге, телевизор должен быть присоединен к сети через кабель или WiFi».

При подготовке сервисов для их включения в список доступных услуг необходимо создание специального портала в соответствии с упрощенным браузером платформы и другим пользовательским интерфейсом, оптимизированным для навигации с помощью пульта дистанционного управления. Разработчики портала для Omlet уделили особое внимание тому, чтобы он одинаково выглядел на разных устройствах. Видео и аудио контент в ряде случаев потребуются переделать. Сервису Fidel.ru особых переделок не потребовалось. Алексей Дробот: «Никаких специальных ограничений на видеоформаты платформа LG не накладывает. Разумеется, конкретная спецификация существует, но её содержание в части видеоформатов совпадает с таковым для web- или Mobile сред. Существует лишь рекомендация к увеличению разрешения картинки видео с тем, чтобы видео лучше смотрелось на большой диагонали ТВ». А вот для реализации сервиса «Живи!» помимо создания виджета потребовалось переформатировать

контент. Технический директор мультимедийного фитнес-клуба «Живи!» Александр Солтан: «Для создания виджета мы разработали специальное приложение, полностью удовлетворяющее всем требованиям платформы LG NetCast. Не обошлось и без переделки контента. Отделу ТВ-производства пришлось перекодировать весь объем нашей видеотеки для того, чтобы формат видео удовлетворял требованиям платформы NetCast».

Если производитель телевизоров использует собственное корпоративное решение для реализации показа IP-контента, контент-провайдеру нужно отдельно адаптировать свой портал для каждой платформы. А. Солтан: «Разные вендоры используют разные технологии для создания подобных приложений. Где-то эти технологии могут быть похожи, где-то нет, но в любом случае платформа каждого из производителей Smart TV обладает рядом уникальных особенностей, присущих только данному производителю».

По данным TNS Web Index за январь 2011 года, в России проживает 35,2 миллиона пользователей интернета. 65% подключены по широкополосным каналам. Таким образом, потенциальная аудитория видео в интернете — треть населения.

На конец 2010 года, по данным J'son&Partners, в России было около 16,5 млн абонентов платного ТВ (уровень проникновения услуги — 31%)

пользователи предпочитают смотреть телепередачи на экране телевизора, а в социальных сетях обмениваться мнениями о них, поэтому операторам стоит обратить внимание на социальные сети и использовать их для привлечения интереса к своему сайту и бренду компании. Опыт одного из наших партнеров, оператора платного ТВ MultiChoice Africa показал, что добавление кнопки «мне нравится», связанной с социальной сетью Facebook, привело к значительному увеличению посещаемости сайта и помогло оператору лучше понять предпочтения пользователей. Интеграция же социальной сети и телесмотрения — дело более далекого будущего».

Более, чем традиционным теле вещателям, социальные сети мешают видеосервисам, размещающим лицензионное видео — тем приходится тратить деньги на покупку того, что социальные сети имеют бесплатно.

Профессиональное лицензионное видео

Некоторые мои знакомые убеждены в том, что бесплатное полнометражное видео бывает только пиратским. Однако это не так. За последние годы в Рунете появился целый ряд легальных бесплатных видеосервисов, работающих по рекламной модели. Компания договаривается с правообладателями — продавцами фильмов и телепередач, покупает у них контент, размещает на своем портале и зарабатывает за счет размещения рекламы — баннеров и видеороликов. Пользователь смотрит фильмы и передачи бесплатно (относительно, конечно, — он платит своему провайдеру за интернет-канал). Можно ли оправдать рекламой расходы на покупку прав, пока неясно. У большинства компаний, запустивших эту услугу, в планах на ближайшие годы стоит выход на операционную окупаемость — когда текущие затраты равны расходам. Только одна компания говорит, что уже вышла на этот уровень — это Tvigle, начавший деятельность раньше всех, еще в 2007 году.

В большинстве случаев для просмотра видео от пользователя ничего не требуется — ни регистрации, ни скачивания и установки каких-либо программ. Ролики смотрятся прямо в интернет-браузерах с помощью стандартных плееров. Зарегистрированным пользователям предоставляются дополнительные услуги — возможность ставить закладки и продолжать смотреть с ранее отмеченного места, обмениваться мнениями с другими зрителями, составлять каналы из отобранных фильмов и телепередач.

Несомненным преимуществом таких порталов является то, что видео обычно транслируется в потоковом режиме, его можно проматывать и смотреть кусками — как если бы оно проигрывалось с домашнего видеомэгнитофона. Как комментирует Дмитрий Сафонов, заместитель генерального директора Zoomby: «Основные причины пиратства — отсутствие доступного «бесплатного» контента. Такие сайты, как наш и наших конкурентов, на легальных условиях этот контент предлагают. Не нужно ничего скачивать — можно сразу посмотреть отдельный отрывок или несколько отрезков, или серию, или несколько серий. Комфорт, простота, доступность позволяют уйти от пиратства».

Все видеосервисы предоставляют несколько разных услуги, но во многом эти различия определяются

направленностью компаний, которые их создали. За плечами ivi.ru стоит компания, которая занимается продажами видеорекламы в интернете, а также закупками и дистрибуцией видеоконтента; возможно, поэтому портал ориентируется на длинный метраж и на видеорекламу. Интернет-кинотеатр TVzavr.ru создала компания, развивающая технологическую платформу для доставки видеоконтента, поэтому помимо каталога фильмов у видеопортала есть интересные технологические идеи, в частности, комплексное решение с использованием своего плеера, позволяющее более эффективно передавать и воспроизводить видео, а вот видеорекламу компания стала вставлять совсем недавно. Zoomby.ru сумела договориться с некоторыми телеканалами и размещает телепередачи в режиме «вслед за эфиром». Tvigle.ru имеет корни в компании, снимающей сериалы, и, в отличие от прочих, производит собственный контент и привлекает талантливых сторонних авторов.

Все это позволяет создать очень интересный и многообразный мир для потенциального зрителя, который может найти себе сервис по вкусу. Как отмечает Егор Яковлев, директор Tvigle, конкуренция между разными провайдерами только способствует развитию: «Этот рынок растет в три-четыре раза в год. Речь идет не о тесноте, а о доле на этом рынке и о скорости, с которой ты можешь расти, поэтому здесь бессмысленно толкаться. Более того, именно от совместных усилий зависит, как быстро он вырастет».

Грань между платными и бесплатными сервисами достаточно условна. Все бесплатные сервисы думают о введении платного доступа. Платные предоставляют и бесплатные услуги. Например, mosfilm.tv предлагает не только бесплатный просмотр, но и покупку и скачивание фильмов. Платный Omlet.ru предлагает коллекцию видео для бесплатного просмотра абонентам МГТС. Now.ru, доступный по подписке, небольшую часть видео показывает бесплатно. По мнению Zoomby, в перспективе возможно предоставление платного доступа без рекламы.

В целом, в интернет-видео используются те же модели монетизации, что и в традиционном телевидении — подписка, покупка, просмотр за рекламу. И, надо сказать, видеосервисы в перспективе несомненно станут конкурентами традиционному видео по запросу и отложенному просмотру, которые в операторских сетях развиваются с большим трудом.

У интернет-сервисов есть очень сильное преимущество — их потенциальная аудитория существенно больше, чем у отдельных операторов, в результате им проще набрать «критическую массу» абонентов, для которых правообладатели будут готовы идти на уступки. Единственный недостаток — низкое качество каналов связи и, соответственно, как правило, низкое качество видео, не подходящее для просмотра на телеэкране. Но качество непрерывно улучшается — и за счет строительства новых сетей ШПД, и за счет разработки новых технологий для доставки видео через общий интернет.

Поэтому уже сейчас ряд сервисов готовит специальные версии своих интернет-сайтов с более высоким битрейтом для их показа на телевизорах, подключаемых к интернету (connected TV). Как отмечает Алексей Дробот, директор по продуктам сервиса Fidel.ru, по умолчанию встроенного в телевизоры LG с поддержкой

технологии SmartTV, владельцам телевизоров предлагается сервис с более высоким качеством видео: «В нашем сервисе видеоконтент стандартного разрешения (SD) доставляется потребителю с битрейтом около 1,5 Мбит/с. В самом обозримом будущем мы также планируем предложить пользователям сервиса видео высокого разрешения (HD), средний битрейт которого составит порядка 4 Мбит/с. Очевидные преимущества HD видео наилучшим образом заметны на мониторах и телевизорах с диагональю от 25 дюймов». Доступ к сервисам Fidel.ru с помощью Connected TV является платной услугой (модель подписки).

Похоже, операторам платного ТВ придется приспособиваться. Иностранцы кабельные операторы уже передают контент сторонних интернет-сервисов (например, телепередачи для отложенного просмотра) с кэшированием на своих серверах, чтобы уменьшить нагрузку на свою сеть и внешний канал связи, и встраивают «чужие» услуги в свой пакет, чтобы у абонентов не было повода задуматься об отключении. Наши операторы ШПД начинают поступать также. «Эр-Телеком» договорился с видеосервисом ivi и кэширует его контент на своих серверах. Zoomby отдает сигнал нескольким операторам, в числе которых — московский NetByNet.

Российским операторам, предоставляющим доступ в интернет, такой подход будет, вероятно, близок. Многие из них закрывают глаза на локальные файлохранилища, на которых пользователи выкладывают фильмы. Это не дает оператору возможности зарабатывать на видео по запросу, зато снижает расходы, поскольку абоненты платят деньги за безлимитный доступ в

интернет, но не пользуются внешним каналом. При работе с видеохостингами схема получается похожая.

Все вышеописанные услуги представляют собой видео по запросу. Зрителю для их получения нужно проявить минимальную активность — выбрать фильм для просмотра, найти его, запустить. Сила же традиционного телевидения в том, что зрителю ничего делать не нужно — только включить канал. Но и такое линейное телевидение в сети тоже появляется.

Онлайн-трансляция телеканалов

Чтобы канал легально вещал через интернет, он должен иметь права на интернет-вещание на соответствующую страну. Если все передачи снимаются самим каналом, проблем с этим нет. Поэтому первыми параллельное интернет-вещание запустили «Россия 24», «Живи», ТДК. Государственные телеканалы, для которых важно максимально возможное распространение, тоже запускают интернет-вещание — в качестве примера приведем «РТР-Планету» или китайский CCTV. Большой список спутниковых телеканалов, легально вещающих и в сети, можно найти на сайте «Теле-Спутника» в «Энциклопедии телеканалов».

Появились и компании, которые помогают организовать интернет-вещание — например, Corbina.tv, RuTube, «Акадо» или RRSat, который предлагает эту услугу дополнительно при подъеме канала на спутник. Самому каналу это сделать тоже не очень сложно.

«Мы сделали отдельный телеканал Look TV, состоящий только из программ, которые мы сами снимаем и на которые имеем все права, — рассказывает Дмитрий Малашонок, компания 1ТВЧ. — Для его запуска

По данным «Яндекс.метрика», число запросов на онлайн просмотр кино выросло примерно в четыре раза (ноябрь 2009 — декабрь 2010) (из презентационных материалов сервиса Omlet.ru).



**ПРЕДСТАВЛЯЕМ
НОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
И РЕШЕНИЯ:**

- универсальные кодеры MPEG2/4.10 AVC Trinity Xcoder;
- серверы видео по запросу;
- решения по доставке контента и CDN;
- решения для операторов цифрового ТВ;
- 3D телевидение;
- автоматизация телевизионного производства;
- MAM системы иерархического хранения медиаконтента;
- системы комплексного мониторинга цифрового ТВ;
- интернет телевидение и OTT

КОРПОРАТИВНЫЕ СЕРВЕРЫ И СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ ДАННЫХ

Цифровое TV



**РАЗВЕРТЫВАНИЕ
И РАЗВИТИЕ СИСТЕМ
ЦИФРОВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ.
КАЧЕСТВЕННО И ЭКОНОМИЧНО**

- цифровое телевидение «под ключ» для операторов, гостиниц, коттеджных поселков,
- интеграция в существующие системы цифрового телевидения, поставка головного оборудования: DVB стримеры, профессиональные аудио/видео кодеры, серверы VOD/TimeShift,
- поддержка всех форматов телевидения высокой четкости, интеграция со студийными системами для создания интернет-операторами собственных каналов

Москва (495) 232 92 30 • Санкт-Петербург (812) 327 59 60 • Екатеринбург (343) 378 41 50 • Бесплатный тел. 8 800 200 59 60 • www.TRINITYGROUP.ru

в интернете нам потребовалось перекодировать имеющийся контент — для этого мы купили отдельный кодек, и выделили отдельный сервер для вещания. Большая часть необходимого оборудования в компании уже была, так что затраты на оборудование на старте проекта составили около 200 тыс. рублей».

Алекс Добрушин, директор по маркетингу компании Wowza, производителя серверов для интернет-вещания, отмечает: даже если все зрители смотрят через интернет одно и то же видео или телеканал в реальном времени, для каждого из них открывается собственное подключение, поэтому при увеличении количества зрителей придется вкладывать деньги в развитие инфраструктуры: «Каждый сервер имеет ограничения по количеству одновременных подключений. Они определяются устройством сервера, битрейтом и возможностями сети. К примеру, наше ПО позволяет одному серверу выдавать поток до 10 Gbps, это означает около 16 тысяч зрителей, одновременно смотрящих видео с качеством 500 kbps. Но серверы можно объединять в кластер. У нас есть пользователи, которые вещают сотни тысяч видеопотоков одновременно, некоторые — более миллиона».

Для телеканалов во всех вышеописанных случаях интернет становится еще одним каналом доставки. Есть даже некоторое количество телеканалов, которые «уходят» со спутника и остаются только в интернете — например, Pro Деньги. Затраты на начальном этапе не очень велики, можно попробовать «отбить» их за счет рекламы на сайте или продавать подписку — так делают эротические каналы. Общее количество российских телеканалов, которые можно смотреть в интернете, превышает сотню. На этой почве возник целый ряд сайтов-агрегаторов, которые показывают их вещание на собственном сайте и продают свою рекламу. Вряд ли каналы это одобряют, но пока доходы от интернета небольшие, а дополнительных зрителей таким образом можно привлечь.

Нужно отметить, что интернет-вещание телеканала смотрят те зрители, которым этот телеканал интересен, но в эфире или через кабель недоступен. Это значит, что такой канал не входит в число самых популярных и относится к так называемому маркетинговому «длин-

ному хвосту» — тем 20 процентам контента, которые 80 процентам зрителей неинтересны.

Есть и абсолютно пиратские проекты интернет-вещания — когда компания получает пакет телеканалов через спутник и затем транслирует их в интернете за деньги. Так работает целый ряд компаний в Германии и других странах мира там, где наши каналы не имеют прав на вещание и не могут работать легально. Известный пример — «Картина ТВ». Как и у всех сервисов, основанных на пиратстве, перспективы их сомнительны. В любой момент услуга может прекратиться.

Пока бояться нечего, но готовиться уже пора

Маркетологи всего мира говорят: в целом, для традиционного ТВ опасность от распространения видео в интернете в данный момент невелика. По-прежнему подавляющее большинство телезрителей смотрит самое обычное линейное телевидение, более того, просмотр видео через интернет стимулирует телепросмотры — например, когда речь идет о сериалах или дополнительных материалах.

Владельцы контента оказываются только в плюсе — они получают возможность дополнительно заработать. Судьба телеканалов, ориентирующихся на рекламную модель, менее ясна и будет зависеть от того, как рекламодатели распределят свои бюджеты. Пока они без сомнения предпочитают традиционное телевидение.

Однако по мере улучшения качества интернет-вещания и по мере увеличения количества контента, который специально готовится для просмотра на экране (например, для телевизоров, подключаемых к интернету), зритель все меньше будет видеть разницу между телеканалами и видео по запросу, которые ему предлагает за деньги его кабельный оператор, и такими же услугами, которые предлагают сторонние контент-провайдеры. По данным английского агентства Informedia, уже сейчас в Великобритании зрителей, которые смотрят видео через интернет (OTT), больше, чем абонентов администрируемых сетей IPTV, и операторам, как уже было отмечено, советуют по возможности сотрудничать с этими OTT-сервисами и добавлять их к собственным услугам. ■

Samsung представляет smart-телевизоры

В 2007 году компания Samsung одной из первых на рынке объединила интернет и телевидение, представив передовую на тот момент модель телевизора с возможностью подключения к сети для чтения новостных RSS-потоков. В течение нескольких последующих лет инженеры компании работали над улучшением их интерфейса, расширением функционала и совершенствованием логики управления. Результатом проделанной работы стал выход в 2009 году целой линейки телевизоров Samsung с платформой web-приложений Internet@TV. На следующий год компания открыла первый в мире магазин приложений для телевизоров Samsung Apps, в

котором пользователи могли загрузить различные виджеты, мультимедийные и новостные приложения и игры. Это событие ознаменовало собой появление нового типа устройств — smart-телевизоров.

В 2011 году Samsung представляет smart-телевизоры на основе нового интегрированного сервиса Smart Hub. Инновационное решение объединило в себе все преимущества Internet@TV с новыми интерактивными возможностями. Новые услуги в моделях 2011 года включают интернет-браузер, оптимизированный для работы с большими экранами, функцию поиска мультимедийного контента Search All, сервис Social TV, который позволяет

общаться через Twitter, Facebook и Google Talk, не прерывая просмотра телепрограмм и фильмов, а при приобретении web-камеры — Skype.

Магазин приложений Samsung Apps позволяет загружать и устанавливать на телевизор различные виджеты так же, как это можно сделать на смартфоне или планшете ПК. Сейчас в виртуальном магазине Samsung около 40 бесплатных приложений. Российские потребители уже могут использовать виджеты не только от таких крупнейших интернет-гигантов, как Facebook, YouTube или Twitter, но и от локальных сервисов, например, сервисы Афиша и Гороскоп от mail.ru, Yota Music, «Спорт-Экспресс» или Gismeteo.

