

Разрядка в эфире

Три американских тематических телеканала получили лицензию на вещание в России



На фоне ожесточенного противостояния России и США в медиасфере три телеканала американской Viacom – **Nickelodeon**, **Paramount Comedy** и **VH1 European** – получили право зарабатывать в России на рекламе

В четверг, 30 ноября, ООО «МТВ Нетворкс Мьюзик Восток», связанное с американской медиагруппой Viacom, получило от Роскомнадзора лицензию №29043 на наземное эфирное вещание. Теперь, как следует из реестра Роскомнадзора, на 27-й частоте в городе Славянск-на-Кубани Краснодарского края могут вещать три канала, которые производит Viacom, – детский Nickelodeon, развлекательный Paramount Comedy и музыкальный VH1 European. Лицензия кардинально меняет их статус. Обладая эфирной частотой даже в одном городе, они с точки зрения закона «О рекламе» не являются платными. Соответственно, на эти три телеканала перестают распространяться действующие с 2015 года ограничения на размещение рекламы. Nickelodeon, Paramount Comedy, VH1 European сейчас рекламу в своих программах не размещают, а зарабатывают лишь на абонентской плате, которой с ними делятся кабельные операторы.

«МТВ Нетворкс Мьюзик Восток» получил лицензию на эфирное наземное вещание, поскольку обратился с соответствующим заявлением в Федеральную конкурсную комиссию по телерадиовещанию при Роскомнадзоре и та приняла положительное

решение, следует из ответа пресс-службы ведомства на запрос РБК. Комиссия, в частности, рассматривает заявление соискателей и вносит изменения в условия лицензий, указано на сайте Роскомнадзора.

В штаб-квартире Viacom запросы РБК переадресовали в российский офис. Гендиректор Viacom International Media Networks в России Елена Бальмонт подтвердила РБК факт получения эфирной лицензии для трех телеканалов.

Поправки в закон «О рекламе», запрещающие рекламу на каналах, «доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств», были приняты летом 2014 года.

При этом под ограничения не попали каналы, распространяемые на территории РФ «с использованием ограниченного радиочастотного ресурса посредством наземного эфирного вещания». Иными словами, вещателю достаточно иметь одну эфирную лицензию, чтобы сохранить возможность получать доход от размещения рекламы. К тому времени совокупная аудитория всех тематических каналов уже была сопоставима с аудиторией крупных эфирных вещателей, но по рекламным доходам разрыв между этими двумя сегментами был колоссальным – по данным Ассоциации коммуникационных агентств России, 4,1 млрд руб. у тематических каналов против 155,7 млрд руб. у эфирных (2014 год).

Считалось, что от запрета пострадают прежде всего зарубежные компании, распространяющие в России в кабельных сетях русскоязычные версии своих каналов. Свои тематические каналы развивали и развивают также «Первый канал» («Дом кино», «Телекафе», «Музыка Первого» и др.), ВГТРК («Моя планета», «Наука», «Русский детектив» и др.), «Газпром-Медиа» (семейство спортивных каналов, «Индия ТВ» и др.). 31 декабря 2014 года Роскомнадзор выдал им десятки эфирных лицензий, позволявших вещать в Москве на принадлежащей ВГТРК 34-й частоте.

В январе 2015 года в Госдуму были внесены новые поправки в закон «О рекламе», которые выводили из-под запрета каналы, в

которых 75% приходится на «национальную продукцию СМИ» – контент, который произведен в России и ее гражданами. Тем самым на рекламе смогли вновь зарабатывать городские кабельные студии.

В 2015 году рекламные доходы тематических каналов в том числе и из-за законодательных ограничений упали, по версии Ассоциации коммуникационных агентств России, на 38%, до 2,5 млрд руб., эфирных – на 14%, до 134,2 млрд руб. По итогам девяти месяцев 2017 года рекламные доходы вещателей составили соответственно 3,5 млрд и 112,5–117,5 млрд руб.

Без партнеров как без рекламы

С января 2015 года, когда ограничения на размещение рекламы на платных каналах вступили в силу, было лишь два случая, когда считающиеся такими телеканалы с иностранным контентом вернули себе право зарабатывать на рекламе, и оба были обусловлены партнерством зарубежных вещателей с крупным отечественным медиахолдингом.

В конце 2015 года в рамках сделки Национальной медиа группы и американской Discovery Communications шесть ее каналов – Discovery Channel, Animal Planet, TLC, ID Extra, Eurosport 1, Eurosport 2 (позже к ним добавился детский телеканал Cartoon Network) – получили одну на всех эфирную частоту в Магнитогорске Челябинской области. Тогда Discovery Communications на безденежной основе отдала Национальной медиа группе 80% своего российского бизнеса, поскольку принятые в 2014 году поправки в закон «О СМИ» запретили иностранцам с января 2016 года владеть более 20% в учредителе любого российского СМИ. В результате со ставшими частью Национальной медиа группы телеканалами своей частотой в Магнитогорске поделился входящий в этот холдинг РЕН ТВ.

В 2016 году Национальная медиа группа получила также 80% российского бизнеса компании Viasat (телеканалы TV 1000, «TV 1000 Русское кино», Viasat History, Viasat Explore и др.). В 2015-м владевшая ею шведская Modern Times Group продала за

\$45,5 млн все каналы Viasat структуре Varing Vostok, а та, чтобы соответствовать новым требованиям закона «О СМИ», передала 80% вещательного бизнеса в России Национальной медиа группе. Холдинг, в свою очередь, переоформил на каналы семейства Viasat свою лицензию на эфирное вещание № 24033, и они смогли зарабатывать на рекламе.

Viacom также была вынуждена изменить структуру собственников своих российских активов. С декабря 2015 года 80% ее российского бизнеса принадлежит топ-менеджеру «Реновы» Максиму Майорцу, 19% – структуре Viacom International Media Networks, 1% – частным лицам. Партнера, который мог бы поделиться с российским представительством Viacom International Media Networks, не было.

Из крупных международных медиакомпаний дублированные версии своих телеканалов в России сохранили также Fox (National Geographic, Fox, Fox Life и др.) и Sony Pictures Television (Sony Sci Fi, Sony Entertainment Television, Sony Turbo). Чтобы соответствовать новым требованиям закона «О СМИ», Fox в 2015 году сделал основным собственником своих каналов в России местную дистрибьюторскую компанию «Телко Медиа», Sony Pictures Television в феврале 2016-го – бывшего топ-менеджера «Газпром-Медиа» Владимира Ханумяна. Все их каналы с 2015 года прекратили показывать рекламу.

Представитель «Телко Медиа» и Владимир Ханумян не ответили на вопрос, готовы ли они последовать примеру Viacom и запросить у Роскомнадзора лицензию на эфирное вещание.

Почему в России сложно получить эфирную лицензию

Роскомнадзор перестал выдавать новые лицензии на наземное эфирное телевидение в России с середины 2000-х, когда заработала государственная программа перехода с аналогового эфирного вещания на цифровое (аналоговый сигнал изначально планировалось отключить еще в 2015 году, но позже срок сдвинули на 2019-й). С конца 2000-х желающие заниматься телевидением получали так называемые универсальные лицензии,

которые позволяют транслировать программы в любой среде, но не закрепляют за каналом конкретной эфирной частоты. □В настоящее время Роскомнадзор лишь переоформляет истекающие эфирные лицензии на новые и в индивидуальном порядке согласовывает переуступку существующей лицензии одним СМИ другому.



*По тексту **Сергея Соболева***