

Петрова Ирина Александровна, кандидат культурологии, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью СПбГУП

## **ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЕ В РОССИИ, ФОРМАТЫ ВИДЕОРЕКЛАМЫ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

В век высоких технологий трудно переоценить тот колоссальный потенциал, который несет в себе Интернет-телевидение и видеореклама. По прогнозу компании eMarketer, в ближайшие два года рынок видеорекламы в Интернете вырастет почти в три раза. К 2017 году на видеорекламу будет расходоваться уже 18% всех денежных средств, выделяемых компаниями на рекламу в Интернете.

Ведущих игроков российского Интернет-ТВ можно разделить на несколько типов:

- 1) *Представительства ТВ-каналов в Интернете*: 1tv.ru, russia.tv, ntv.ru, 5-tv.ru и проч. Это практически все федеральные и региональные телевизионные каналы, которые открыли свои представительства в Интернете. Примечательно, что не все каналы транслируют эфир в on-line режиме.
- 2) *Интернет-СМИ, которые запустили Интернет-ТВ как часть своих проектов*. Например, в 2007 году на ведущем российском портале по недвижимости bn.ru была создан проект БН-ТВ. Соответственно Интернет-СМИ расширяют свои возможности взаимодействия с аудиторией, предлагая на своих виртуальных страницах не только текстовую, но и аудио-визуальную информацию.
- 3) *Интернет-ТВ, которое изначально ориентировалось на Интернет-аудиторию*: Russia.ru, Delovoe.tv и т.д. Например, портал Piter.tv позиционирует себя как «Первый

информационный портал Санкт-Петербурга в формате интернет-телевидения».<sup>1</sup>

4) *Сервисы, предоставляющие услуги видеохостинга: youtube.ru, rutube.ru и проч.* На своих площадках они аккумулируют огромные массивы видеоконтента. Одно из крупнейших западных рекламных агентств прогнозирует рост Интернет-ТВ и видеорекламы в Рунете именно с развитием видеоконтента. Число ежемесячно активных пользователей YouTube в России превысило 51 миллион (с июля 2012 года этот показатель вырос на 76%). Глобальная аудитория YouTube насчитывает около миллиарда пользователей, которые проводят на видеохостинге порядка 50 миллионов часов в день.<sup>2</sup>

Рынок онлайн-видеорекламы и Интернет-телевидения бурно развивается. В США видео в Интернете смотрят 75% всех пользователей. Россия идет по тому же пути, но с некоторым отставанием.

Видеорекламу на ТВ можно представить следующим образом: бегущая строка, рекламная заставка, рекламная передача, рекламный репортаж, рекламный сюжет, рекламный ролик и product placement<sup>3</sup>. Форматы видеорекламы в Интернете аналогичны форматам видеорекламы на ТВ.

Компания Interactive Advertising Bureau (IAB) выпустило доклад «Digital Video In-Stream Ad Format Guidelines»<sup>4</sup>, определяющий стандарты в области on-line видеорекламы.

---

<sup>1</sup> <http://piter.tv/> (Дата обращения: 10.10.2016)

<sup>2</sup> [http://www.broadcasting.ru/newstext.php?news\\_id=91611](http://www.broadcasting.ru/newstext.php?news_id=91611) (Дата обращения: 11.10.2016)

<sup>3</sup> Смирнова Ю.В. Реклама на телевидении: разработка и технология производства: учеб. Пособие. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2011. – С. 73.

<sup>4</sup> Digital Video In-Stream Ad Format Guidelines and Best Practices. - Interactive Advertising Bureau. (Дата обращения: 12.10.2016)

### *Форматы видео в Интернете:*

Видеобаннеры – данные баннеры противопоставляются статичным графическим или анимационным баннерам.

In-Stream Video Ads – реклама в контексте потокового видео. Может размещаться перед видеосюжетами, в сюжете или после него. In-Text Video Ads – видеореклама в тексте. Пользователь сам выбирает интересующее его видео при подведении мышки к определенному слову или фразе.

In-Page Video Ads – самостоятельный видеоролик, связанный с контекстом ресурса. Часто используется на домашних страницах пользователей, на видеохостингах (например, youtube.ru), а также для рекламы конкретных объектов.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что Интернет-ТВ и видеореклама стремительно развиваются. Происходит постепенное смещение внимание аудитории с ТВ на Интернет-ТВ. По-видимому в ближайшее время мы будем свидетелями трансформации обычного телевидения в Интернет-ТВ.