

Способ доставки информации – уже не главное

Интервью с

исполнительным директором «Медиа будущего» Екатериной Евтифьевой

Видеоконтент – одно из самых важных слагаемых успеха новостного интернет-проекта. Вообще, мультимедийный контент требует не просто наличия в редакции фотоаппарата и видеокамеры. Работа с контентом предъявляет определенные технические требования, правовые и просто организационные. Решать эти задачи и соответствовать требованиям можно разными способами. В качестве примера можно рассмотреть проект, который запущен в Красноярске и призван как раз сделать работу с медиаконтентом более систематизированной.

В связи с этим на ряд вопросов ответила Екатерина Евтифьева, исполнительный директор компании «Медиа будущего» – разработчика сервиса BARRICADI.ru.

Как родилась идея такого проекта?

Идея проекта лежала на поверхности. Региональное телевидение на пороге цифровой революции. Стремительное развитие технологий говорит о том, что способ доставки информации – это уже не главное. Первостепенное значение приобретают качество и количество контента, который может производить телекомпания. Сегодня сотни региональных телекомпаний покупают и продают свои информационные сюжеты, исходные видеоматериалы, выезжают на съемки по заданию федеральных телеканалов. Однако эти отношения строятся на честном слове. Не соблюдаются авторские права, расчеты производятся по серым схемам, видео выкладывается на FTP-серверы, где оно никак не защищено от несанкционированного использования. Мы создали web-сервис BARRICADI.RU («Баррикады») для решения этих проблем, так как сами сталкивались с ними неоднократно.

Но мы пошли еще дальше. На данном этапе развития регионального телерадиовещания в России образовался пробел в области автоматизации работы редакций медиаконаний. У регионалов есть потребность в качественном недорогом программном обеспечении, построенном на основе передовых информационных технологий, постоянно развивающемся и снабженном технической поддержкой. Я говорю о своего рода удобном инструменте, применяемом в повседневной работе журналиста. Такое приложение было разработано красноярскими программистами в сотрудничестве с ведущими журналистами, и оно позволяет организовывать коллективную работу редакции, верстать выпуски программ, определять хронометраж, работать с текстами, файлами видео, звука и фотоснимками, готовить варианты сценариев. Есть и суфлер для ведущих, а также много разных средств

для рядового журналиста. Сейчас активно идет разработка приложения, позволяющего организовать коллективную работу редакции не только внутри одной компании, но и в нескольких компаниях одновременно. Это следующий шаг, получивший рабочее название «Объединенная редакция». Только представьте – готовить эфир смогут одновременно телекомпании, находящиеся в разных городах. Например, в Игарке, Красноярске и Минусинске, а в результате выйдет полноценный выпуск новостей, охватывающий жизнь всего края. Но самая главная наша идея – интегрировать BARRINEWS и BARRICADI. Первый этап уже осуществлен. Сегодня любой журналист, когда пишет свой текст, может прямо в рабочей программе подгрузить из «Баррикад» все видео по своей теме, которое снимали журналисты из других городов.

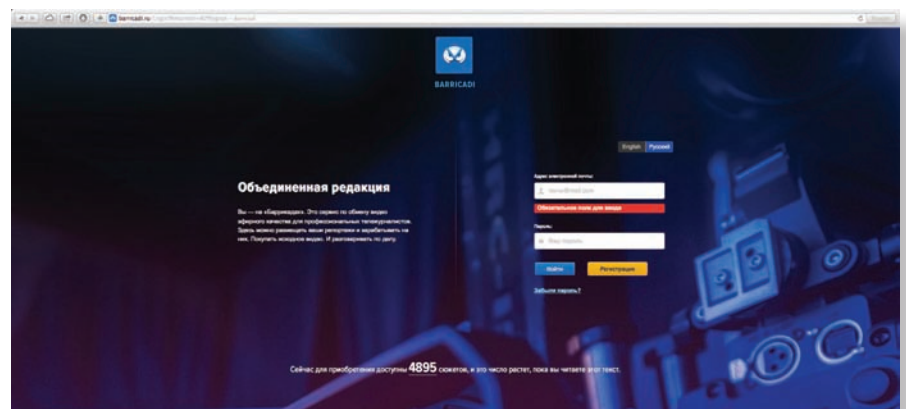
Мы уже запустили на базе программного обеспечения BARRINEWS модуль управления медиаданными. Теперь журналист может нажатием одной кнопки посылать в «Баррикады» на продажу свой сюжет с исходными материалами, текстами, титрами.

Насколько вообще такая схема купли/продажи контента эффективна в России?

BARRICADI – это не только сервис купли/продажи контента, это уже профессиональное сообщество. На сегодняшний день в него входит более 60 телекомпаний из 30 регионов России, покупающих и продающих свои информационные сюжеты, документальные фильмы, очерки. На «Баррикадах» уже выложено 4800 единиц контента, заключено более 2000 сделок на сумму около 3 млн рублей. И это только за первые 16 месяцев существования.

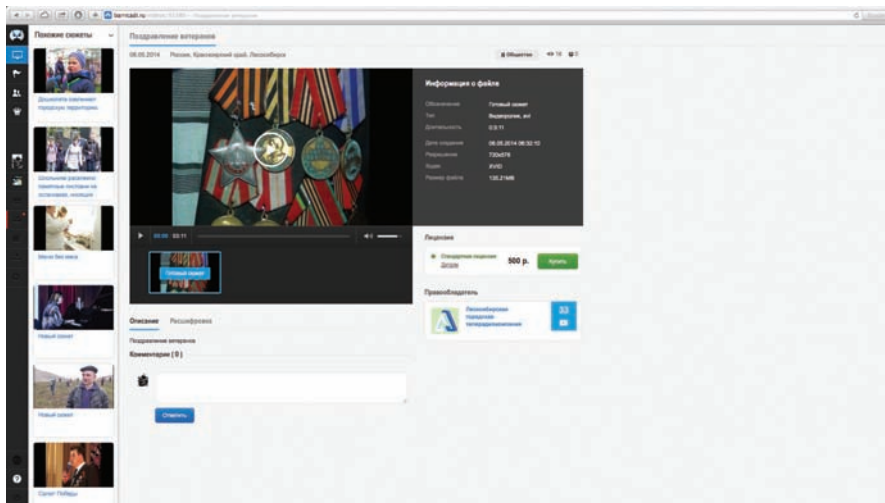
Схема использования проста – заключив всего один раз договор, пользователь может продавать и покупать права на использование любых сюжетов, подготовленных любыми телекомпаниями, зарегистрированными на «Баррикадах». Всеми финансово-правовыми аспектами, включая перечисление гонораров правообладателям, защиту их авторских прав и т.д., занимается администрация сервиса. Любой участник может быть твердо уверен в том, что имеет все законные права на использование контента, купленного на «Баррикадах». Кроме того, сама покупка контента на «Баррикадах» – это быстро и удобно. Сюжет могут купить несколько раз, разные телекомпании в разных регионах. И его создатель заработает на этом больше, чем в случае, когда сам продает свой сюжет одной компании через FTP-сервер.

Наш сервис – это своего рода объединенный архив, ведь проблемы в российских регионах схожи, только решаются по-разному. Местные телекомпании должны иметь возможность анализировать и обобщать информацию, на конкретных примерах рассказывать о том, какие способы решения проблемы нашли в других регионах, используя профессиональные



Страница входа на сервисе BARRICADI

исходные материалы своих коллег. Кроме того, яркие факты, курьезные случаи, уникальные люди, редкие истории есть в каждом регионе. Имея возможность расширенного поиска по объединенному архиву региональных телекомпаний, можно создавать тематические программы и рубрики без дополнительного выезда съемочных групп. Режиссеру монтажа не придется перекрывать сюжет «обоями», так как появится выбор из видеокадров, которые уже на эту тему сняли другие телекомпании. Журналист и продюсер смогут использовать проверенную информацию, быстро связываться с автором и уточнять детали.

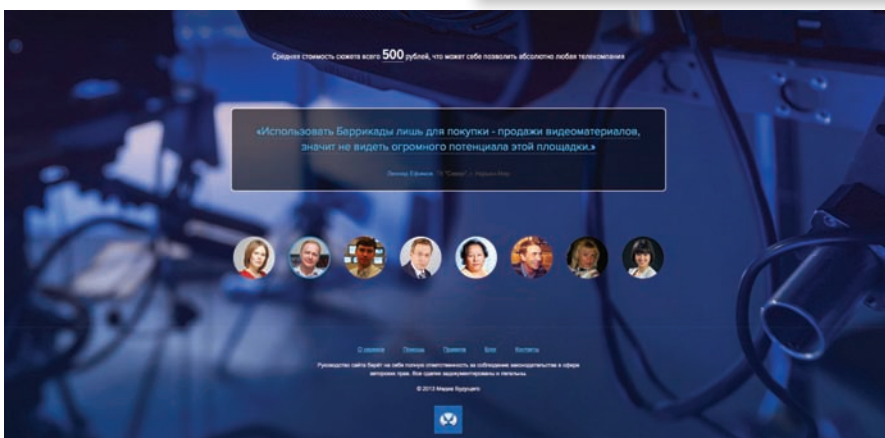


Сюжет из каталога сервиса BARRICADI

наше ноу-хау. До этого только телекомпания-правообладатель зарабатывала на контенте. Мы считаем, что авторы материала тоже имеют право на дополнительный бонус. Безусловно, здесь много юридических аспектов, но мы оформили правовую базу для того, чтобы авторы могли получать реальные деньги.

Как вы считаете, платный доступ к контенту – это выход для электронных СМИ? Насколько такой подход, на ваш взгляд, будет эффективен в нашей стране?

Безусловно – выход! Данный подход дает возможность телекомпаниям дополнительно заработать, а самое главное, улучшить наполняемость эфира на основе видео из других городов России. Этот вопрос очень важен для региональных телекомпаний, которые только восстанавливаются после кризиса, что отражается на всем производственном цикле. Проблемы с кадрами, экономия на производстве собственного контента, дефицит технического оснащения – все это заставляет нервничать, особенно в свете скорого перехода на цифровое вещание. Поэтому наш web-сервис BARRICADI – отличное решение этой проблемы!



Отзывы пользователей о сервисе BARRICADI

С какими наиболее серьезными проблемами пришлось столкнуться при реализации проекта? Такие, например, как неготовность аудитории, непонимание редакторов электронных СМИ и т.п.?

Сегодня некоторые компании боятся выкладывать свои сюжеты, так как не доверяют Интернету, хотя при этом без опаски делятся ими на Youtube. Кому-то просто лень это делать, а есть те, кто считает, что оплата в среднем 500 руб. за сюжет – слишком мало.

Пока не все осознали, что вместо бесплатных «лайков» на Youtube телекомпания может заработать на сюжете, продав права на его использование коллегам. Да и зачем сюжету лежать в архиве, если из него можно извлечь дополнительную выгоду? Безопасность контента обеспечивают «Баррикады». Мы стремимся создать закрытое профессиональное сообщество, и регистрация будет происходить по приглашению, все наши пользователи – известные в среде специалистов, проверенные люди, регистрирующиеся под своими именами, а прозвища (nick) здесь запрещены.

По поводу цены. Мы рекомендуем на обычные сюжеты стандартную цену в 500 руб, но если сюжет содержит что-

то особенное, например, эксклюзивные съемки, то компания-правообладатель вправе установить на него свою стоимость. Такие примеры были – цена за сюжет поднималась и до 30 тыс. руб.

У нас появились очень активные пользователи, которые за месяц зарабатывают по 30...40 тыс. руб. на уже готовых новостных сюжетах.

Что в планах? Какие новые функции и сервисы вы готовите? Планируете ли работать с текстовыми материалами?

В августе 2013 года мы ввели премию непосредственным создателям сюжетов. Это

