

Секция «Журналистика»

Тенденции и перспективы развития 3D телевидения в Японии

*Девятерикова Анна Игоревна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
E-mail: devyaterikova@gmail.com*

Успех в Японии мобильного телевидения и телевидения высокой чёткости показал, что телеиндустрия в стране не стоит на месте. Следующим шагом к совершенству может стать трёхмерное телевидение. По данным «Дэнцу», крупнейшего рекламного агентства Японии, 3D продукция (в том числе телевизоры), находится на 15 месте в списке самых популярных товаров в стране в 2010 году. По прогнозам аналитиков, в 2011 году интерес к 3D только усилится, и трёхмерная продукция окажется на 6 месте [2].

Однако продажи последних моделей «Сони», «Панасоник» и «Тосиба» показывают, что, несмотря на очевидную популярность, телевидение с трёхмерным изображением не приживается так быстро, как того хотелось бы разработчикам. Одна из очевидных проблем – технические возможности и стоимость телевизоров. Хотя цена на 3D технику постепенно снижается, телевизоры все еще остаются на 30-50% дороже обычных [5].

Но это не единственное препятствие, стоящее на пути трёхмерного изображения. Ограниченное количество контента – одна из главных проблем, мешающих распространению 3D у массовой аудитории. Несмотря на большое количество фильмов, снятых в последнее время с помощью этой технологии, одно только кино не способно справиться с задачами регулярного вещания и запросами телезрителя. Создание соответствующего 3D телевизорам контента – в этом сейчас заинтересованы крупнейшие телекомпании страны.

Разработки в этой области ведутся в Японии с 2008 года. Именно тогда кабельный канал «BS11» («BS11») начал вещание передач в формате 3D, которые на данный момент выходят в эфир примерно четыре раза в день. Среди них преобладают программы о путешествиях по Японии и другим странам («3D планета»), передачи о животных (особенно съемки подводного мира), показы мод. Программа «Мир 3D кино» посвящена истории трёхмерного изображения и фильмов, снятых в этом формате [1].

Однако очевидно, что этих жанров для привлечения массовой аудитории недостаточно. Кроме того, продолжительность программ составляет не более 30 минут (чаще 5-15 минут).

В 2010 году крупнейшие медиакомпании страны начали выпускать 3D продукцию, явно ориентированную на привлечение большей аудитории. В мае компания «Эн-Эй-Кей МТ» («NHK МТ») провела первую в Японию прямую трансляцию традиционного фестиваля Сандзя Мацури, в июле того же года был показан концерт популярной исполнительницы Кода Куми [4].

В июне на «ХикариТВ», принадлежащей другой крупной корпорации «НТТ Коммьюникейшнз» («NTT Communications»), появилась возможность смотреть спортивные трансляции в 3D: 8 августа 2010 года состоялась первая в мире прямая трансляция бейсбольного матча [6]. Возможность просмотра соревнований с эффектом присутствия на

стадионе, особенно бейсбола, столь любимого в Японии, определенно будет привлекать подписчиков.

Однако трансляции - это не единственное, на что обращают внимание японские медиаконцерны. С 19 января 2011 года на спутниковом телеканале «Фудзи ТВ Нэкст» выходит в эфир сериал, снятый в формате 3D. Сериал рассказывает об авиадиспетчерах, которые следят за взлётом и посадкой самолетов в токийском аэропорту, регулируя воздушное движение. 10 эпизодов, каждый длительностью 60 минут – такие сериалы имеют в Японии огромную популярность, они идут на каждом коммерческом канале, меняясь несколько раз в год. В связи с этим выпуск «Фудзи ТВ» сериала 3D представляется весьма дальновидным.

Одна из главных особенностей аудиовизуального рынка Япония – самодостаточность в производстве программ. В период с 1980 по 2002 годы импортированные телепередачи занимали менее 5% общего времени вещания, эта тенденция сохраняется в стране и сейчас [3]. Поэтому можно предположить, что создание программ – одно из перспективных направлений развития телеиндустрии вообще и трёхмерного телевидения в частности. Особенно, если акцент делается на жанрах, всегда имевших успех у массовой аудитории Японии.

Развитию трёхмерного телевидения в Японии, как и во всем мире, препятствует много факторов. Техническая дороговизна оборудования, как для просмотра, так и для съемки, недостаток видеоматериалов, влияние 3D на здоровье, и т.д. Однако история показывает, что проблемы имеют тенденцию довольно быстро преодолевать барьеры, если на товар есть спрос. Пока же рыночный потенциал 3D телевидения получает только благоприятные прогнозы на ближайшее будущее.

### **Литература**

1. BS11.jp: <http://www.bs11.jp/3d/>
2. Dentsu.com: <http://www.dentsu.com/news/2010/pdf/20101115-1125.pdf>
3. Japan Media Communication Center (JAMCO): <http://www.jamco.or.jp>
4. NHK-MT.co.jp: <http://www.nhk-mt.co.jp/3DHD/technology/broadcast.html>
5. Nikkei.com: <http://e.nikkei.com/e/fr/tnks/Nni20101221D21NY241.html>
6. Nikkei.com: <http://e.nikkei.com/e/fr/tnks/Nni20100701D01JSN06.html>