

## Перспективи пред пазара на мобилно медийно и развлекателно съдържание

*Христо Бонев, докторант*

През последните десетилетия в областта на медиите се наблюдава революция, която коренно променя начина, по който публиките си взаимодействат с различните видове медийно съдържание. Тази революция е на път да остави в миналото традиционните способи за съхранение и пренос на информация и постепенно ни води към т. нар. от Роджър Фидлър **МЕДИАМОРФОЗА**.

Дигитализацията в областта на медиите донесе много нови възможности за производство, съхранение и разпространение на медийно съдържание. Производителите на мобилни телефони и мобилните оператори несъмнено се възползваха максимално от процесите на технологична конвергенция, произтичаща от цифровизацията на медийното съдържание и се наложиха като един от каналите, които могат много ефективно да служат едновременно за всяка една от посочените по-горе цели. Днес мобилните устройства са едновременно диктофони, фотоапарати, видеокамери и в същото време устройства, които могат да се използват за изпращане и получаване на информация, посредством интернет или редица други канали и протоколи, предоставяни от самите мобилни оператори.

Така мобилният телефон може да регистрира дадена новина или събитие, да я разпространи посредством множество различни канали и в крайна сметка и да послужи за устройство, чрез което публиките, към които е насочена информацията да получат най-бързият възможен достъп до нея.

В последните години много голяма част от водещите световни медии създадоха свои мобилни версии и посредством тях предоставят на аудиторията си в удобен вид новини и полезна информация, видео и аудио файлове, телевизионни предавания, игри, в това число и хазартни, и други забавни приложения. Пазарът на такива услуги постоянно нараства с значителни темпове, а бързото техническо усъвършенстване на мобилните апарати допълнително благоприятства нарастване на предлагането на такъв тип съдържание.

Голяма част от предоставяните медийни услуги се предлагат от самите мобилни оператори, които имат сключени ексклузивни договори с различни медии и компании, специализирани в продажбата на развлекателно съдържание за мобилни телефони.

Според проучване на „Analysys Mason”<sup>1</sup> направено в края на 2009г. пазарът на мобилно медийно и развлекателно съдържание в Западна Европа до 2013г. ще достигне 6.9 милиарда евро, което е двойно повече спрямо 2008 и ще представлява дял от около 4.5% от общите приходи на мобилните оператори.

Най-голям дял от този тип съдържание според посочения доклад, очаквано ще принадлежи на различните видове игри и други развлекателни приложения, като според прогнозите те ще съставляват общо около една пета от пазара и през 2013 г. ще генерират приходи за около 1.4 милиарда евро само в страните от упоменатия регион.

До второ място по приходи с около 19% дял до 2013г. се очаква да се смъкнат услугите с персонализирано съдържание като тонове на звънене и тапети, които в момента са първенец като дял от приходите.

Услугите, свързани с достъп до платена информация се очаква да нараснат двойно в парично изражение през разглеждания период – от 420млн. евро на 800млн. евро и през 2013г. да съставляват малко под 12% от Западноевропейския пазар на мобилно медийно и развлекателно съдържание. Това, обаче ще бъде леко намаление, с около 1.5%, като част от общия пазар спрямо сегашния им дял. Причина за това са очакванията, че много от потребителите ще мигрират от платените сега услуги, предоставяни от операторите към безплатни уеб базирани услуги с по-добро и богато съдържание. Все пак се очаква загубите от тази миграция да бъдат компенсирани от някои нови източници на приходи, като например електронните книги.

Други мобилни медийни услуги, които се очаква да имат все по-голямо значение за в бъдеще, са мобилните приложения на социалните мрежи, хазартните игри, видеото по заявка, музиката, съдържанието за възрастни и накрая, но не по важност телевизионните канали.

Прогнозите<sup>ii</sup> за пазара на мобилно медийно и развлекателно съдържание за САЩ почти не се различават от тези за Западна Европа, като за прогнозния период между 2007-2012г. ръстът на приходите се трябва да надмине 100% - от 3.1млрд. през 2007г. на 6.6млрд. през 2012г. Очакванията<sup>iii</sup> са, че най-голям процентен ръст да отбележат телевизионните услуги и видеото по заявка, а най-голям спад в проценти от общия пазар, подобно на Западна Европа ще регистрират персонализираните услуги.

Според доклад на консултантската компания KPMG<sup>iv</sup>, изнесен на Мобилния Световен Конгрес в Барселона през тази година, общият световен пазар на мобилни медийни и развлекателни услуги ще нарасне през 2010г. с 24% спрямо предходната година и ще достигне обем от 36 млрд. щатски долара.

Явна тенденция в пазара на такъв род съдържание е пренасочването на потребителите от услуги, предлагани от мобилните оператори към уеб базирани такива. Причини за това са от една страна по-бързоскоростният достъп до интернет посредством мобилните мрежи и апарати от трето поколение и по-богатият избор от медийни услуги в глобалната мрежа.

Днес сред основните трудности пред пазара на мобилни медийни и развлекателни услуги могат да се посочат различните и понякога несъвместими технологични стандарти, които отделните производители се опитват да наложат. Това налага създаването на целенасочена политика за решаването на този проблем с цел защита на правата на потребителите и насърчаването на по-голяма конкуренция на пазара.

Голяма крачка в тази насока бе предприета от Европейската комисия, която през 2007 г. създаде „Стратегия за мобилна телевизия”<sup>v</sup>, с която се цели създаване на общи правила за лицензиране, освобождаване на необходимия честотен спектър и налагане на единен европейски стандарт - DVB-H за такъв тип телевизия. Тази инициатива на Еврокомисията дава ясен сигнал за нарастването на обществената роля на мобилните медии и очакванията за тяхното по-нататъшно развитие в контекста общото медийно законодателство.

---

<sup>i</sup> <http://www.analysismason.com/About-Us/News/Press-releases/Mobile-media-and-entertainment-service-revenue-in-Western-Europe-will-grow-to-EUR69-billion-in-2013/> 07.05.2010г.

<sup>ii</sup> <http://www.analysismason.com/Research/Content/Reports/Mobile-media-and-entertainment-in-the-US-forecasts-20072012/> 08.05.2010г.

---

<sup>iii</sup> <http://www.analysismason.com/About-Us/News/Insight/2010-the-year-for-mobile-media-in-the-US/>  
08.05.2010r.

<sup>iv</sup> <http://www.fiercewireless.com/press-releases/mefs-annual-business-confidence-index-predicts-24-growth-mobile-media-and-entertainme> 08.05.2010r.

<sup>v</sup> <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1815> 08.05.2010r.