

# Обзор НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Школа Новых Медиа  
Институт Развития Региональной Прессы  
Киев, октябрь 2009 года

По материалам NewsPlex,  
University of South Carolina

# О чем пойдет речь?

- **Базовые технологии**
  - Инновации, которые могут быть внедрены при помощи медиа и программного обеспечения
- **Технологии, ориентированные на потребителя**
  - Продукты и услуги, которыми воспользуются потребители
- **Технологии, ориентированные на компании**
  - Продукты и услуги, которыми воспользуется бизнес и медиа-отрасль
- **Технологии новых медиа**

# Базовые технологии

- Цифровые технологии
- Технологии кодирования
- Сетевые технологии
- Компьютерные технологии

# Цифровые технологии

- **Конверсия из «аналога» в «цифру»**
- **Неограниченные возможности копирования без снижения качества**
  - Системы управления серийным копированием (SCMS)
  - Это вызывает, пожалуй, самую большую тревогу у производителей!
- **Обработка цифровых данных**
  - Создание алгоритмов обработки и защиты
  - Массивы данных с возможностями поиска, архивирования и восстановления

# Технологии кодирования

- **Защита каналов передачи информации**
  - WEP, WPA, и т.д.
  - https; shtml
  - VPN виртуальные частные сети
- **Защита от копирования**
  - Broadcast flag
  - Digital Rights Management software

# Сетевые офисные технологии

- Внутренняя кабельная сеть Ethernet
- Беспроводные сети
- Хранилища данных
- Системы управления контентом
- Проблема передачи видео

# Домашние сетевые технологии

- **Скоростной домашний интернет**
  - ADSL модемы
  - Кабельный Интернет
  - Беспроводные технологии Wireless и WiMax
- **Внутридомовые сети**
  - Кабельная сеть Ethernet
  - Home Phoneline Networking Alliance
  - Wireless (802.11x)
  - Интернет «из розетки» HomePlug

# Компьютерные технологии

- **Закон Мура**

- Скорость процессоров, их размеры и потребление энергии

- **Рост рынка переносных компьютеров**

- **Плоские панельные экраны**

- **Встроенные компьютеры**

- В автомобилях, телевизорах, видеоприставках и т.д.

- Самое главное: карманные компьютеры КПК и телефоны



# Потребительские технологии

- **Компьютеры**

- Настольные
- Портативные (ноутбуки и нетбуки)
- Карманные КПК

- **Телефоны**

- встроенное видео, КПК, доступ в Интернет, VoIP

- **Телевидение**

- цифровое ТВ, плоские панели

- **Аудио**

- MP3 формат, цифровое радио, iPod

# Цифровые технологии

- **Информация по запросу**
  - Текст, звук, картинки, видео – мультимедийность через Интернет
- **Совмещение цифровой передачи данных с ресурсами для хранения в мобильных телефонах**

# Сегодняшние газеты

- **Падение тиражей**
  - Старение аудитории
  - Сокращение ядра аудитории
  - Молодые читатели не хотят читать газеты, становясь старше
  - Ключевой вопрос: Они по прежнему нуждаются в информации – как доставить им информацию?
- **Объем новостей/редакционного содержания в газете зависит от объема проданной рекламы**

# Сегодняшнее телевидение

- **Первичный источник оперативных новостей для большинства людей**
- **Формат ограничивает новостные программы вне зависимости от количества новостей**
- **Перспектива цифрового телевидения неясна**

# Сегодняшний Интернет

- Придаток к другим медиа
- Тиражирует новость на ранней стадии
- Экономическая модель гибкая, поскольку может совмещать продажу контента (подписку) с доходами от рекламы
- Нет ограничений для объема информации

# Сегодняшние персональные медиа

- **Мобильные телефоны**
- **КПК**
- **MP3 плееры, включая iPodы**
- **Многофункциональные устройства, совмещающие вышеперечисленные функции**

# Ключевые организационные вопросы

- **Как обеспечить общедоступность информации?**
  - В любое время, в любом месте, любое сообщение, в любом формате.
- **Как сделать проект прибыльным?**
  - Минимизация стоимости доставки информации в надежде на потенциальный рост количества клиентов и доходы от рекламы?
  - Упор на продажу информации, а не на рекламу?
- **Конвергенция – как организовать работу на несколько платформ?**

# Ключевая проблема – поведение потребителя

- **Привычка против потребности**
  - Привычка формирует потребление новостей из традиционных источников
  - Неожиданные события пробуждают потребность, но потребители выбирают:
    - Ближайшее СМИ
    - Привычное СМИ
- **Нам нужно знать какие привычки есть у нашей целевой аудитории и сформировать у нее привычку использовать наш продукт.**



# Технологии новых медиа

- Социальные сети
- Беспроводная журналистика
- Цифровое интернет телевидение
- Беспроводные потребительские технологии
- Электронная бумага
- Web 2.0 - контент, созданный пользователями
- Internet++

# Грядущая мобильная революция

- **Готовая инфраструктура:**
  - Сотовая телефонная сеть
  - Internet
- **Цифровые технологии доставки данных**
- **Персональные коммуникационные устройства**
- **Скорость и эффективность...**

# Разумеется революция повлияет на:

## ■ Телефония

- акцент не на точку доступа, а на человека
- повсеместность и общедоступность мобильной связи

## ■ Мобильные развлечения

- Видео
- Игры

# Сферы влияния мобильной революции

- Журналистика
- Образование
- Здравоохранение
- Торговля
- Правоохранительная система
- Наука и исследования

# Журналистика

- Мгновенная доставка новостей
- Высокая степень интерактивности
- Содержание, созданное/дополненное потребителями
- Фото и видео
- Новые форматы

# Образование

## ■ Библиотеки

- Старая система: Книгохранилища с ограниченными возможностями
- Новая система: Организация и доставка информации

## ■ Школы и ВУЗы

- Информационные ресурсы
- Интерактивное обучение

## ■ Повсеместность и общедоступность обучения

# Здравоохранение

- **Доступ к информации о здоровье**
- **Портативные датчики состояния здоровья**
  - Измерение важных параметров
  - Своевременная/  
заблаговременная помощь
- **История болезни в телефоне**

# Мобильная торговля

## ■ Сейчас:

- Развлечения
- Информация

## ■ Скоро:

- Мобильные магазины
- Полезные сервисы
- Покупка почти всего в любое время, в любом месте



# Другие области

- **Правоохранительная система**
  - Наблюдение
  - Сбор данных
  - Свидетельские видео и фото
- **Религия**
  - *Где находится церковь?*

# Традиционные медиа

## ■ **Новости**

- Новые форматы
- Новое содержание

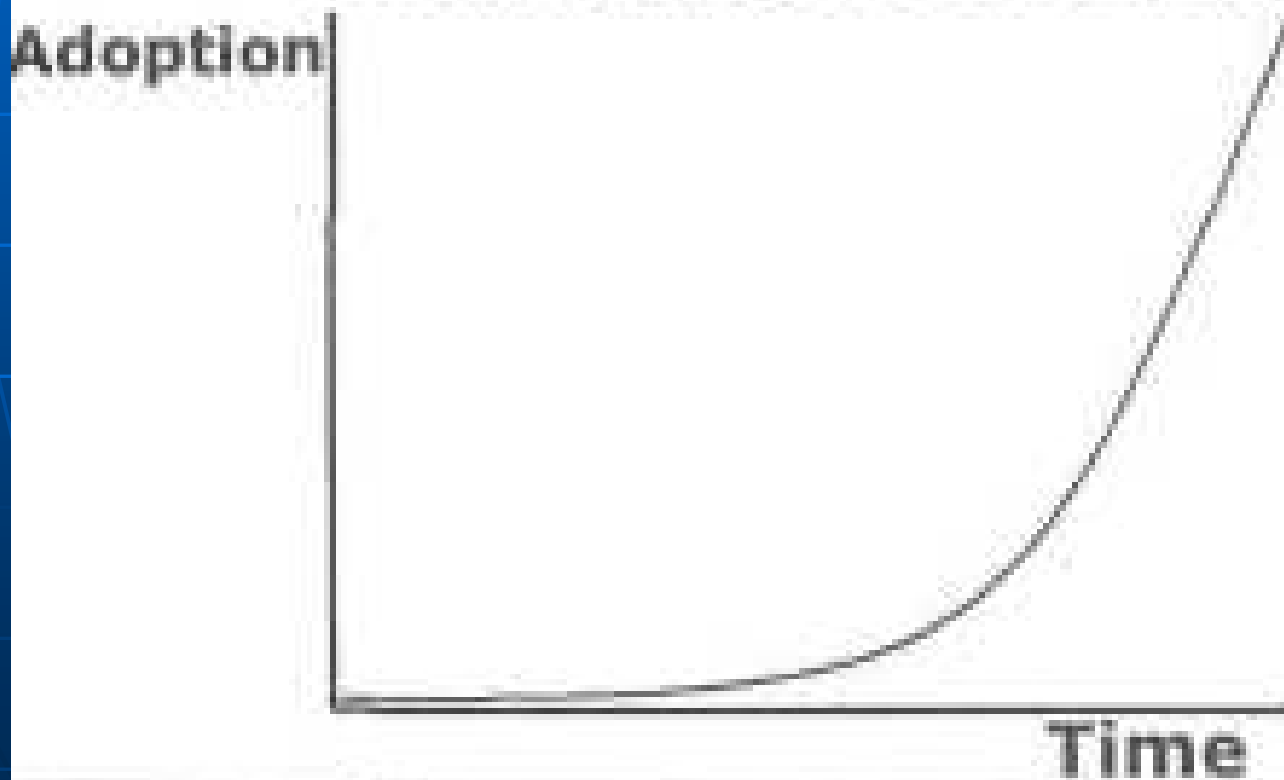
## ■ **Развлечения**

- Новые видео развлечения
- Новые игры
- Интерактивность

# Теория Критической массы

## Critical Mass Theory:

### Accelerating Production Function



# Ограничения

- **Социо-культурные факторы**
- **Технологические факторы**
- **Регуляторные факторы**
- **Экономические факторы**

# Социальные рамки

- **Общественные устои**
- **Ограничения по времени и месту**
- **Приватность**
- **Политическая система**

# Технологические рамки

- Покрытие сети/доступ к технологиям:
  - Географический
  - Технологический

# Регуляторные рамки

- **Общественный интерес**
- **Стремление сохранить status quo**
- **Несовершенство или отсутствие правового регулирования**

# Экономические рамки

- Прибыльность расставит все на свои места
- Ключевым фактором является промо



# ИТОГИ

- Конвергентные технологии создают новые возможности для распространения информации
- Отношение к новым медиа со стороны бизнеса - критическое
- Потребители пользуются новыми медиа фрагментарно

**ВРЕМЯ РАБОТАЕТ НА НАС!**