

Немного футурологии или...

...Mass Media и реклама – 20 лет спустя

imho vi

Группа Компаний Видео Интернешнл

Арсен Ревазов, май 2007

Зачем все это?

- Посмотреть на реальность с другой колокольни
 - Насколько актуальны бизнес-планы, сверстанные на ближайшие 5 лет?
- Потренировать мозги и воображение
 - Изменить сознание ☺
- Подготовиться
 - Кто знает, что будет завтра?
- Развлечься ☺

Конвергенция Медиа VS раздельное потребление

приборы диванного, настольного и мобильного
потребления



Почему пока не все ясно про конвергенцию media?

- Разные носители несут разную информацию:
 - Текст по «ящику» плохо читается
 - Угол зрения мал, много текста на экране не прочтешь
 - Телетекст «не пошел», на Bloomberg больше 2-х строк не читаются
 - Видео по компьютеру плохо смотрится
 - Сидеть не удобно
 - Звук оставляет желать
 - Все время хочется схватиться за клавиатуру и посмотреть почту
 - Говорить по телефону через компьютер (как минимум пока) могут только фрики
- Конвергенция не очевидна сегодня, потому что **НЕТ ПРИБОРА, способного ее воплотить**

Прибор: предпосылки появления

- Ядерная зима не наступит, информационные технологии будут развиваться, пусть даже не так быстро
- Информационные потребности человека за 15-30 лет не изменятся и будут крутиться там же, где и сейчас:
 - Новости, поиск нужной информации, общение, самореализация, культурный отдых, встреча с прекрасным
- Все прототипы уже построены. А именно:
 - Мультимедийный проектор
 - Смартфон с функционалом ноутбука
 - Беспроводные наушники (с микрофоном)
 - Интернет (в т.ч. беспроводной)
 - 3D очки



Знакомьтесь, i-All (Айол)

- Мобильный телефон, фото-видео камера,
- Ноутбук (десктоп)
- Телевизор / плазменная панель / проектор
- iPod-видео, DVD-плеер etc.
- Электронный переводчик
- ID – паспорт, автомобильные права, ключи от машины, ключи от квартиры, кредитная карта, пропуск на работу, авиабилет и т.д.

= iAll (Айол)



Внутри – фрейм, часы, главный блок

- Фрейм
- В оправе два микропроектора (проецируют изображение – обычно 3D непосредственно в зрачок)
 - Изображение может быть полупрозрачным (при ходьбе: например, или при разговоре), может быть частичным (например, правый верхний сектора) а может быть и полным (как при виртуальной реальности)
- NB! Изображение может быть (и будет!) – 3D, т.е. стерео
- В дужках – динамики, в оправе - микрофон
- К фрейму прикрепена маленькая широкофокусная видеокамера с функцией поворота на 360 градусов.
- Во фрейме небольшой батарейный блок



Внутри – фрейм, часы, главный блок

- Часы

- Устройство ввода (тачпэд)

- Главный блок

- CPU
- приемник-передатчик (аналог wi-fi платы)
- жесткий диск
- порт (ы) ввода-вывода (аналог USB-drive)
- батарейный блок (или иной источник энергии)
- клавиатура с небольшим монитором (как опция)



- Здесь происходит все самое главное: прием, обработка, передача и хранение информации.
- Здесь же происходит подзарядка небольшого аккумулятора фрейма от мощного батарейного блока (фрейм в неактивном состоянии хранятся на батарейном блоке).

Ввод-вывод

- Ввод информации осуществляется с помощью
 - голоса
 - тачпэда на часах
 - виртуальной клавиатуры (опционально)
 - клавиатуры на главном блоке
- Вывод информации осуществляется через
 - виртуальный монитор (видео+графика+текст)
 - наушники (аудио)
 - мини-монитор на часах

Что изменится?

Работа с Айол

- Единственная привычка, которую придется изменить - перейти с клавиатурного ввода на звуковой
- Мышка (в виде часов-тачпэда, возможно с кольцом и кнопками) безусловно останется

Судьба текста

- Безоблачна. Потому что, читать в 5-10 раз быстрее, чем слушать и смотреть
 - Новости останутся как в текстовом, так и видео (аудио) формате)
 - Аналитика, финансовые сводки, короткие сообщения и пр. останутся в виде текста
 - Останутся даже SMS-ки, хотя MMS-ки значительно потеснят их
- Книги, журналы в печатных версиях также останутся - они удобнее для чтения. У газет будет больше проблем, но и они останутся
- NB! Функция автоматического перевода позволит читать тексты на любых языках

АБВГДЕЖЗ
ИЙКЛМНО
ПРСТУФХЦ
ЧШЩЪЫЬЭ
ЮЯЁ!?

абвгдёжзий
клнопрсту
фхцчщыэюя

Что меняется в повседневной жизни?

- В офисах исчезают компьютеры, как главный предмет интерьера рабочего места
- Смещение диванного, настольного и мобильного способа потребления информации вызовет некоторое изменение человеческого общения, хотя скорее всего оно не будет значительным
 - И сейчас человек во время беседы может уткнуться в мобильник для чтения SMS-ок
- Требуется всего один прибор, с одним зарядником вместо нынешних моих
 - iPod, телефон, ноутбук, GPS-навигатор, телевизор, фотоаппарат/видеокамера
- В путешествиях - заменяется и гид, и переводчик

Медиарынок

- Производители контента – все те же
 - Фильмы, сериалы
 - Интерактивные ток-шоу
 - Новости, Репортажи, Спорт
 - Бизнес, аналитика, рецензии, наука и пр. - текстовая информация
- Сервисные компании
 - Поиск, почта, блоги, карты и пр.
- Агрегаторы
- Производители рекламного контента и рекламных сервисов

А что же будет с рекламой?

- Она будет сверхтаргетирована, благодаря наличию ID пользователя.
- Контекстная и медийная реклама будут сливаться
 - В контекстах появится графика и видео;
 - Медийная реклама будет учитывать потребительские интересы пользователя
- Но не сольются:
 - Эффективней поискового запроса все равно ничего не будет,
 - Но с другой стороны, массовую целевую аудиторию таким образом не охватишь...

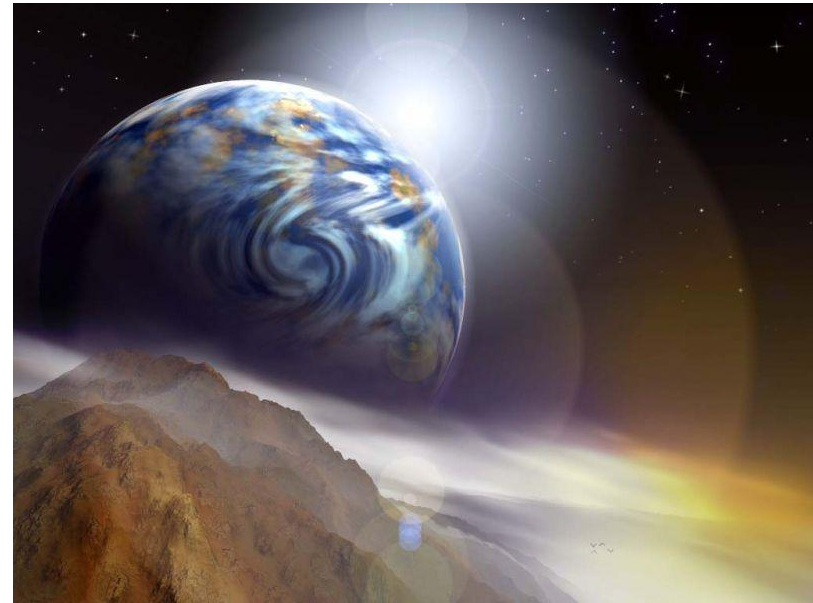


Изменения будут не глобальными

- Для брендинга будут использоваться 3D-видеоролики на уровне произведения искусства
- Для продаж - реклама будет подаваться в форме полезной информации - честно и лаконично
- Форумы, посвященные обсуждению продукции приобретут значительно больший вес, чем сейчас
- Основные принципы медиапланирования в 2030 г. сохранятся
 - Регион, язык, социальная принадлежность
 - Пол, возраст, доход
 - Потребительские предпочтения

С форматами будет повеселее

- Рекламные форматы:
 - 3D видео на полный экран или на часть экрана со звуком
 - Баннеры на часть экрана (в виде графики высокой резолуции с анимацией или без нее)
 - Фактически произойдет мощное сближение видеороликов с баннерами
 - Текстовые объявления всех форм, расцветок и содержания
 - Новые виды рекламы
- Для тех, кто готов заплатить дополнительные деньги, рекламы не будет вообще



Некоторые глобальные тенденции

- Открытый обмен информацией приведет к еще большей гласности с одной стороны, и вызовет нарастающее сопротивление государства с другой
- Учитывая, что Айол будет обеспечивать синхронный перевод как текста, так и видео, интернационализация СМИ продолжится
- Медиа с большими финансовыми возможностями будут оказывать большее влияние
- За счет облегченной коммуникации между людьми и сообществами, возможны как стирание различных меэтнических конфликтов, так и их углубление
- Благодаря облегчению коммуникации средний уровень развития индивидуума возрастет.
 - Ему будет проще учиться, легче общаться. К чему это приведет - неизвестно.

Внедрение

- Яппи в Лондоне - через 10 лет
- Фермер из Барнаула – через 25 лет
- Крестьянин из Сычуаня - ??????????
- Австралийский абориген - ??????????????????
- Все зависит от
 - Развития Wi-Fi/Wi-Max
 - Скорости развития процессоров
 - Общего состояния мировой экономики
 - Ну и вообще...



Спасибо за внимание!

май 2007 г.

презентация лежит на www.mediarevolution.ru