

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...



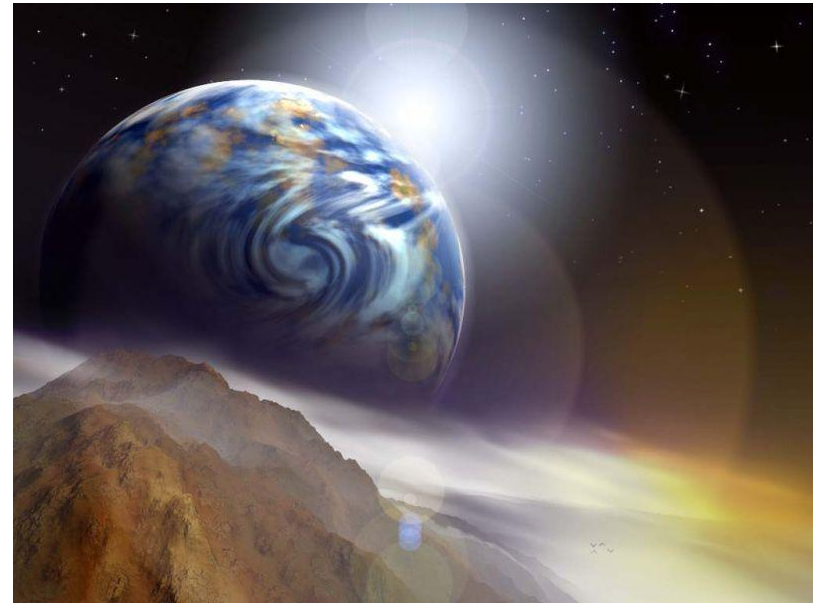
# Изменения будут не глобальными

- 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](http://www.mediarevolution.ru)