

# РИФ-2006

22 марта 2006г.

## Круглый стол

От классических парадигм  
традиционных СМИ к новой  
парадигме посттелевизионных  
СМИ в Интернете

Пьяных Михаил

Компания «Мощные Компьютерные Технологии»

Видеопортал «РОССИЯ от А до Я»

[www.a-z.ru](http://www.a-z.ru)

# ЗАДАЧИ КРУГЛОГО СТОЛА

**Не будут ли выглядеть СМИ в интернете в классической парадигме как черно-белый телевизор в эпоху цветного?**

1. Рассмотреть возможность построения посттелевизионных СМИ
2. Обсудить предлагаемую терминологию
3. Остаются ли еще надежды придумать новый видеоконтент для Интернета?
4. Обсудить перспективы развития традиционных СМИ в интернете в условиях присутствия посттелевизионных СМИ
5. Обсудить возможные формы работы редакций посттелевизионных СМИ
6. Обсудить возможные формы рекламы в посттелевизионных СМИ
7. Мультитеlevisionная программа - как социальный инструмент формирования сообществ
8. Есть ли перспективы развития традиционных СМИ в Интернете в рамках классической парадигмы на следующие 10 лет?

# Исторические выборы человечества в средствах получения информации

Кино немое/звуковое

Печать - радио

Кино черно-белое/цветное

Радио - телевидение

Газеты черно-белые/цветные

Телевидение черно-белое/цветное

Фотография черно-белая/цветная

Телевидение - Интернет

Следующий выбор в Интернете:

Традиционная парадигма СМИ / посттелевизионная (мультивизионная)  
парадигма

Появление новых форматов или свойств всегда приводили к перераспределению числа пользователей в новые, более эффективные формы передачи информации.

# Конвергенция СМИ в Интернете – процесс уже идет?



МУЛЬТИВИДЕНИЕ

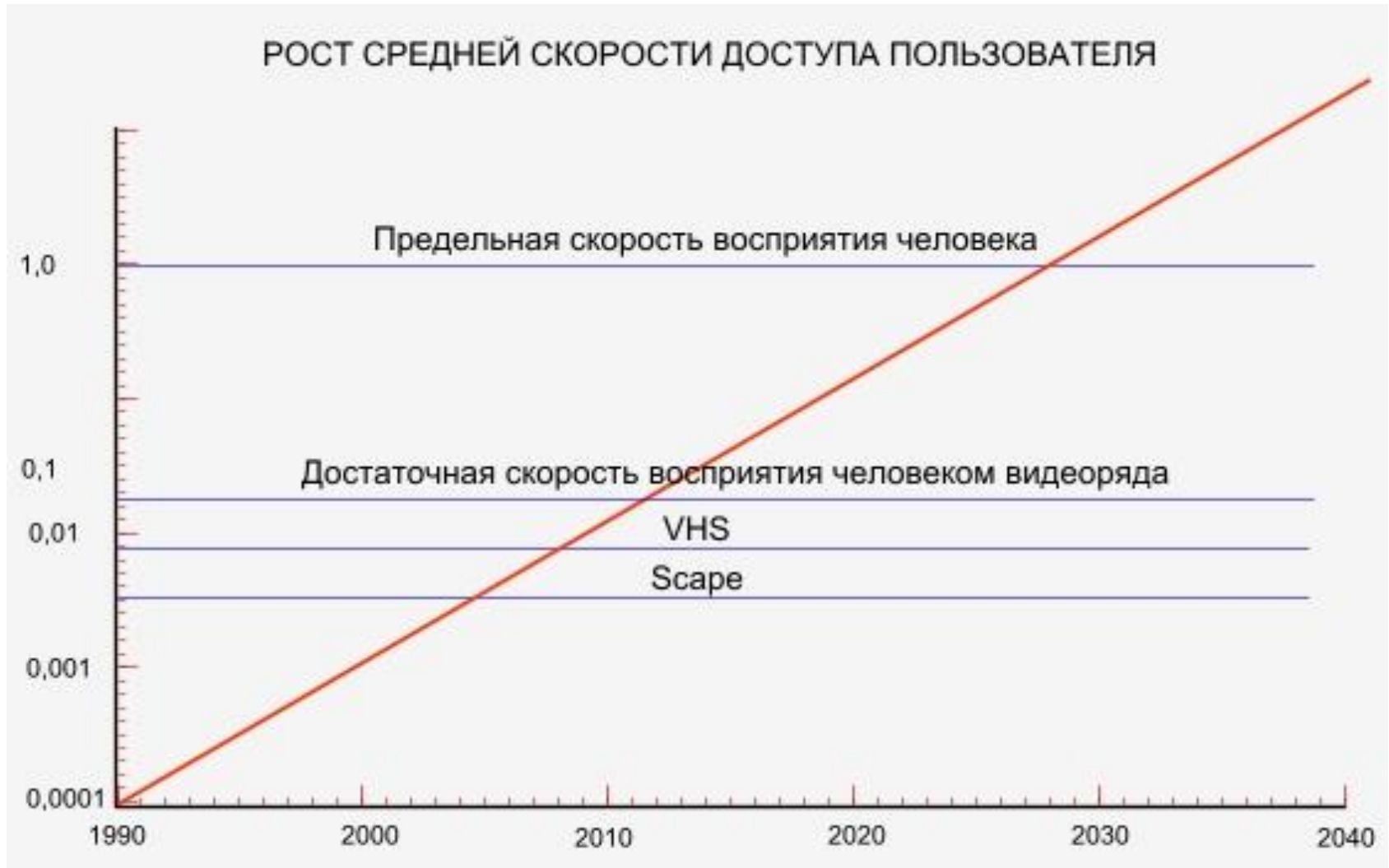
*КОНВЕРГЕНЦИЯ*

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

РАДИО

ПРЕССА

# Технический ограничитель восприятия



# ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ

РЕАЛЬНЫЙ МИР

ЗАПАХИ  
И Т.П.

ВИДЕОРЯД

ТЕКСТ

ГРАФИКА

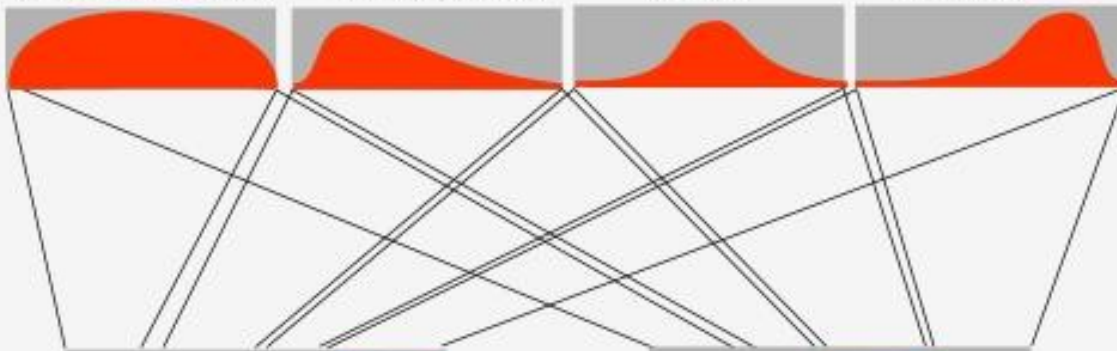
АУДИОРЯД

МУЛЬТВИДЕНИЕ

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

РАДИО

ПЕЧАТЬ



Предпочтения пользователей по виду СМИ



Доступная информация о мире



Предпочтения пользователей по контенту



Воспринятая информация о мире



Пользователь 1

Пользователь N



# Мультимедиа – последний вид СМИ?

$$D_i = I_i * K_a * \Phi_1 * \Phi_2 * \Phi_3 * \Phi_4$$

Где :

**I<sub>и</sub>** – объем исходной информации о предмете реального мира в данном формате

**D<sub>и</sub>** – объем донесенной до пользователя информации о предмете реального мира в данном формате

**K<sub>а</sub>** – коэффициент адекватности представления предметной области данным форматом (коэффициент в диапазоне 0-1)

**Φ<sub>1</sub>**-Коэффициент пропуска по видам СМИ (коэффициент в диапазоне 0-1)

**Φ<sub>2</sub>**-Коэффициент пропуска по условиям доступа (коэффициент в диапазоне 0-1)

**Φ<sub>3</sub>**-Коэффициент пропуска по средствам (коэффициент в диапазоне 0-1)

**Φ<sub>4</sub>**-Коэффициент пропуска по индивидуальным свойствам пользователя (коэффициент в диапазоне 0-1)

$$K_d = D_i / I_i$$

**K<sub>д</sub>** – коэффициент донесения информации

Приведенный коэффициент донесения для СМИ

**K<sub>пр</sub>**=(сумма K<sub>д</sub> по форматам)/число форматов

В Интернете знаменатель равен 4



# Почему мультимедие больше суммы печать+радио+TV?

ВИДЕО	РАДИО	ТЕЛЕВИДЕНИЕ	ПЕЧАТЬ	
1	0	0	0	("немое телевидение")
0	1	0	0	РАДИО
1	1	0	0	ТЕЛЕВИДЕНИЕ
0	0	1	0	фотогазета
1	0	1	0	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
0	1	1	0	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
1	1	1	0	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
0	0	0	1	газета без фото
1	0	0	1	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
0	1	0	1	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
1	1	0	1	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
0	0	1	1	ПРЕССА
1	0	1	1	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
0	1	1	1	НОВАЯ КОМБИНАЦИЯ
1	1	1	1	МУЛЬТИМЕДИЕ

# Редактор/журналист СМИ:

Печатные СМИ

Мышление в категориях текста и графики

Радиальные СМИ

Мышление в категориях звука

Телевизионные СМИ

Мышление в категориях видео и звука

Мультивизионные СМИ

Мышление в категориях текста, графики, видео и звука

# Некоторые свойства мультивидения

## Представление информации

- Многооконный формат монитора

## Реклама в посттелевизионных СМИ

- Комплементарность форматов рекламы по контексту

## Обслуживаемые запросы

- Телевидение – обслуживание высокочастотных запросов пользователей
- Мультивидение - обслуживание высокочастотных, среднечастотных и низкочастотных запросов пользователей

## Навигация

- Свобода навигации по контенту
- Возможность параллельного запуска нескольких информационных потоков
- Переход от классического меню к меню основанным на многоуровневых и многомерных онтологиях

## Передача информации

- Отсутствие компрессии по содержанию

Мультимедийная программа – конвергенция форм представления информации и средств интерактива



# Пилотный проект по реализации мультимедиа

<http://www.a-z.ru/admil/action/1/>

## АДРЕСА МИЛОСЕРДИЯ

мультимедийный интернет-сайт

# НАША АКЦИЯ

**Благотворительная акция по оказанию помощи онкологически больным детям**

**487 - 70 - 78**

Это телефон Института детской онкологии и гематологии Российской академии медицинских наук. Здесь проходят курс лечения дети со всей России. Им необходимы дорогостоящие лекарства, а врачам современная аппаратура. Обращаемся ко всем, кто в состоянии помочь маленьким пациентам.

**Быть может, Ваши средства спасут не одну жизнь!**

### ЭТИ ДЕТИ ЖДАТЬ НЕ МОГУТ!

**Юра Никитин** - 1990 год рождения, диагноз - нейробластома (опухоль симпатической нервной системы). Юра прошел курс медикаментозного лечения, курс химиотерапии, но ему крайне необходима операция по трансплантации костного мозга. Для проведения операции необходимо 7 тысяч долларов. Семья Юры не в состоянии обеспечить эту сумму. Обращаемся ко всем, кто может помочь Юре Никитину.

**Судьба этих и других пациентов Института зависит не только от таланта врачей, но и от нашего с Вами участия, милосердия, сострадания**

**Акция поддерживают:**

- Лев Дуров
- Элла Памфилова
- Римма Казакова
- Владимир Спиваков

**Информационная поддержка:**

- ПРЕСС-РЕЛИЗ
- Интернет:
  - Мощные Компьютерные Технологии
- Радиостанции:
  - "Радио России"
  - "Маяк"
  - "Голос России"
  - "Возрождение"
  - "Говорит Москва"
  - "ХЦОК"
  - "Народное радио"
  - "Садко"
  - "Ретро"
  - "Автордио"
  - "Радио Подмосковья"
  - "Юность"

**ВНИМАНИЕ**

Для просмотра видео и аудио материалов

**Организаторы акции:**

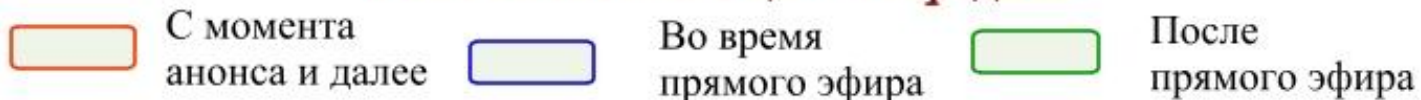
- Радиопрограмма "Адреса милосердия"
- Институт детской онкологии и гематологии РАМН
- Л.А. Дурнов
- И.В. Бондарь
- Л.В. Валентей
- Г.Я. Цейтлин
- Н.Е. Колмановская
- Т.А. Шароев
- И.В. Оськина
- Общественная благотворительная организация "Волшебный ключ"

# Мультивизионная программа и телешоу – общность и различия

## Информационная концепция передачи тематической мультивизионной программы



### Фазы жизненного цикла передачи



### Формы представления информации

в - видео      г - фото      а - аудио      т - текст



# Мультивизионная программа как социальный инструмент формирования сообществ – возможно ли это?



Возможность накопления контента (знаний) о предметной области , постоянно доступного пользователям, свойственна только мультивидению

Интерактив в мультивидении является постоянно действующим инструментом формирования сообществ

# Мультивизионная программа (пилотный проект)

<http://www.mosportal.ru/dialog/4/index.shtml>

Контактный телефон: во время прямого эфира - (095) 974-22-55  
до эфира - (095) 978-37-07

ЕСТЬ ВОПРОС?  
**ЗАДАВАЙТЕ!**

ОБСУДИТЕ В  
**ФОРУМЕ**

ЗАХОДИТЕ НА  
**ЧАТ**

О ПРОЕКТЕ  
О ПРОЕКТЕ  
МУЛЬТИВИЗИОННАЯ ПРОГРАММА

для просмотра видео инсталлируйте бесплатную программу FREE RealOne Player  
инструкция по установке

## ОБЩЕСТВО И ВЛАСТЬ - ОТКРЫТЫЙ ДИАЛОГ

Партнер программы



радио **ЮН-СТЬ**



**Выпуск # 21**  
**17 марта**

on air

Молодежь Москвы –  
платформа будущего  
государства

15:00 - 18:00



### АРХИВ ПРОГРАММ

#### Стенограмма Видеозапись



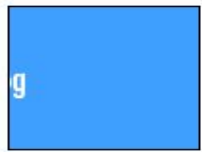
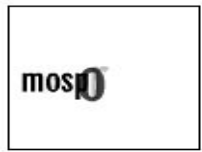
Часть I

Для меня сейчас самое главное:

- 1. получить высшее образование
- 2. найти хорошо оплачиваемую работу
- 3. жить отдельно от родителей
- 4. сохранить здоровье
- 5. найти свою любовь

[Проголосовать](#)

[Архив опросов](#)



Часть II

### Ведущие

**Александр Ветров**  
ведущий информационных и музыкальных программ на радиостанции "Юность", Маяк, Москва.



**Елена Темичева**  
В настоящее время руководит рядом социальных проектов АСИ. Сотрудничает с общественными организациями и СМИ.

### Интервью



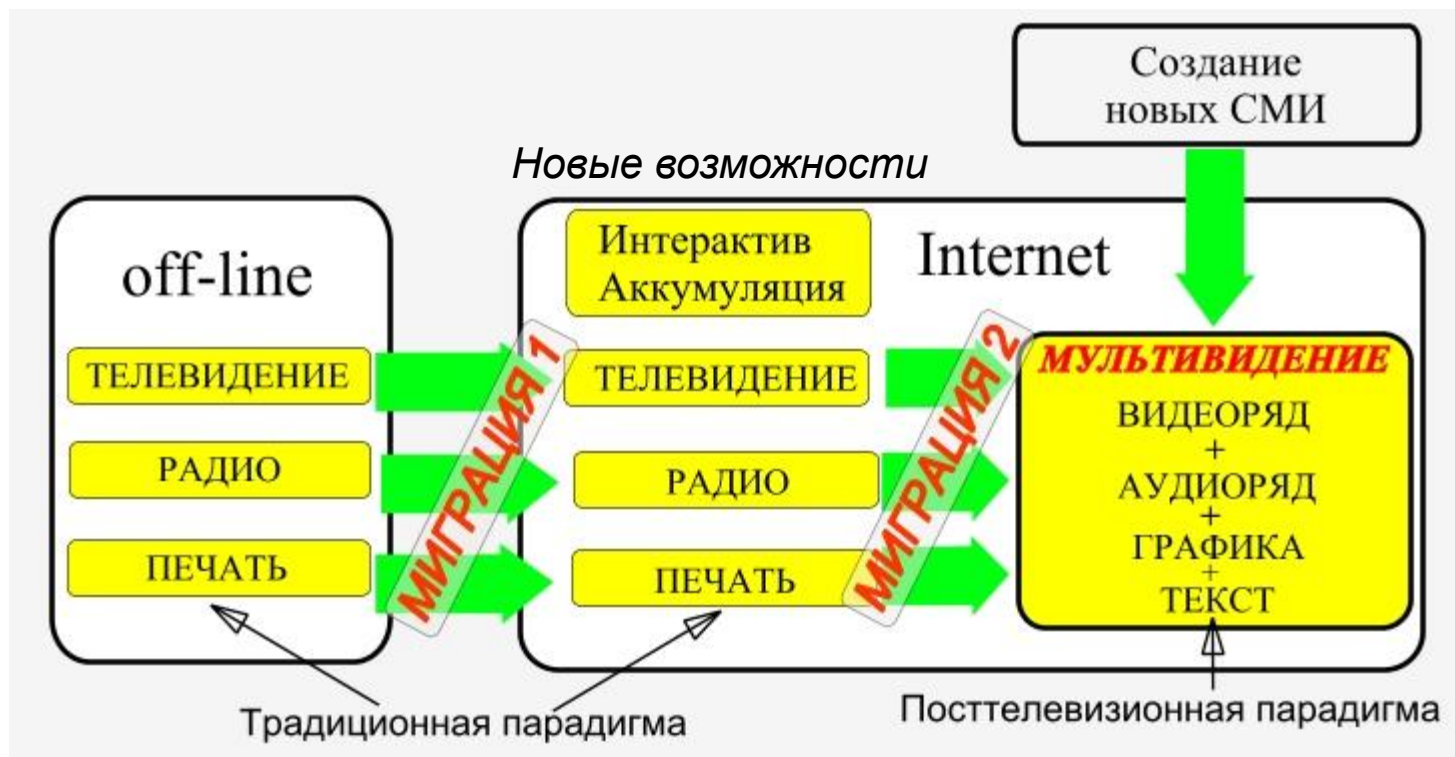
**Работкин О.С.**  
интервью Светланы Осадчук



### Участники



Для развития традиционных СМИ в интернете одной миграции мало – необходима вторая миграция к посттелевизионным СМИ



# Процесс освоения

## 3 ФАЗЫ ОСВОЕНИЯ НОВОЙ ОБЛАСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1

Поверхностное представление о предмете. Легкие обещания быстрой реализации проекта в новой области.

2

Сталкивание с реальными проблемами и отсутствием путей их решения. Создается впечатление о невозможности решения проекта

3

Получение опыта решения проблем в новой предметной области. Взвешенные оценки возможности реализации проекта.

По внешним признакам зачастую трудно определить  
в первой или третьей фазе  
находится человек в данной области!

# РИФ-2006

От классических парадигм  
традиционных СМИ к новой  
парадигме посттелевизионных  
СМИ в интернете

Пьяных Михаил  
mnp@aha.ru

**Компания «Мощные Компьютерные Технологии»  
Видеопортал «РОССИЯ от А до Я»  
[www.a-z.ru](http://www.a-z.ru)**