

Мировые тенденции развития новых медиа.

Новые медиа на данный момент времени достигли такого уровня развития, так плотно укоренились в современном мире и так органично вписались в течение жизни людей нового общества, что довольно интересной становится тема прогнозирования дальнейшего направления развития этой сферы.

Что же будет дальше? Мы смотрели множество фильмов про будущее, где технический прогресс находится на невероятно высоком уровне. Каждый помнит летающие машины, миры с многоуровневыми автомагистралями, идеи общества, где вместо денежной валюты используется время, галаграфические объекты и прочие. Эти фильмы показывали невероятно далекое будущее, фантастическое для человека настоящего времени. Сейчас же мы можем с удивлением заметить, что все то, что воспринималось на уровне фантастики, теперь видится вполне реальным или уже существует. Современный мир идет по траектории развития. Техника развивается и становится всё более умной. Весы с wi-fi, складывающие все данные в облаке и распространяющие их через Facebook; счётчики, передающие персональные данные через IP-сети; банкоматы и терминалы, самостоятельно продающие товары и выполняющие транзакции – всё это совершенно обычно для нашего времени. Hi-Tech технологии используются теперь как для создания чего-то принципиально нового, так и для усовершенствования простых вещей. Техника подстраивается под своего пользователя, появилась возможность управлять окружающими нас предметами дистанционно. Новые мини-гаджеты проникли в нашу жизнь с невероятной быстротой, со временем эти устройства «учатся» выполнять всё новые и новые функции. Сейчас нас окружают «умные» вещи, выполняющие за нас некоторую нашу работу, помогающие нам общаться и развиваться, развлекающие нас, следящие за нашим здоровьем. Они упрощают нашу жизнь, становясь все быстрее, приобретая все новые функции, делая все более зыбкой грань между реальной и виртуальной реальностью. В принципе, как мне кажется, любая фантазия «будущего» осуществится в ближайшие 10 лет.

Я считаю, что новые медиа могут развиваться в двух направлениях: улучшать свой контент, предоставляя информацию еще более объемно, с

запахами, с эффектом присутствия, например, и расширять возможности доставки этого контента до аудитории.

Как может в дальнейшем развиваться контент? Он может стать более осязаемым. Создание 3D принтера делает эту идею вполне возможной. Если можно на принтере распечатать волокна, материю, значит вскоре это будет повсеместно, у каждого дома будет стоять принтер, способный распечатать материальный предмет. Интересно, может мы перестанем ходить в магазины за продуктами, и будем просто оплачивать счет через интернет, а все продукты будут распечатываться из принтера? Или все же появятся холодильники, которые автоматически будут сканировать наличие или отсутствие каких-либо продуктов, сверяясь, допустим, по списку минимального необходимого набора продуктов, который ты собственноручно в него ввел, после чего они будут отправлять запрос в магазин или выводить на экране список того, что необходимо докупить. Кстати, об экранах. Уже существуют холодильники с встроенным телевизором. Эти же чудо-холодильники вскоре будут определять срок годности продуктов и информировать человека о необходимости избавиться от них. Кстати, эффект присутствия тоже уже на подходе, ведь можно на некоторых сайтах или с помощью каких-то программ оказываться в нужном тебе месте, будто на карте гугл, и вертеть там курсором, оглядывая все вокруг себя на 360 градусов. Также можно перемещаться в пространстве, ходить по помещениям, ходить по улицам, приближаться к чему-либо, рассматривать. Таким образом ты можешь попасть в другую страну, и перемещаться там будто вживую. Ты уже сейчас можешь это сделать! Представляете в какое удивительное время мы живем! Будущее обещает быть очень интересным. Представьте, что можно будет оказаться на концерте любимого исполнителя, который проходит в Лондоне с помощью этой функции эффекта присутствия, предлагаемой медиасферой, ты можешь перемещаться по концертной площадке, вертеть головой, приближаться к сцене, будто вживую, а отражаться все это будет в 3D очках. Ты можешь стать свидетелем политических дебатов, ты можешь оказаться практически везде, стать свидетелем массы событий, которые описываются в медиа, но так, что ты можешь сам выбирать в какую сторону тебе повернуться, куда смотреть, что слушать. Информация не проходит через фильтры цензуры, не изменяется ее окраска вследствие субъективного восприятия журналиста, несущего эту информацию аудитории. Чистая,

первозданная информация, которую ты получаешь практически напрямую. Недурно? Это же просто невероятно! Ты можешь смотреть куда захочешь, идти куда захочешь. Не тебе показывают что-то, а ты сам смотришь. Сам делаешь свой выбор. А если совместить функцию эффекта присутствия с обонятельными и вкусовыми рецепторами? Представьте как вы попадаете прямо из своего дома в поле, усеянное цветами, как вы ощущаете их терпкий аромат, как вы любуетесь ими, идете по этому полю, срываете поспевшую, нагретую лучами солнца землянику, едите ее и... ощущаете вкус. Другими словами, виртуальная реальность и реальная перестанут существовать. Все сольется в единую систему создания и доставки информации, эмоций, ощущений. И если ты можешь получать в виртуальной реальности такие же ощущения как вживую – в чем тогда разница?

Новые медиа неразрывно связаны с интернетом, и что касается доставки контента аудитории – главным механизмом является интернет. Сейчас наиболее распространенным образом мы можем войти в Сеть с помощью компьютера, ноутбука, планшета, телефона, плеера. Но уже существуют нестандартные вещи, присоединенные к интернету. Точнее, у обычных повседневных вещей, нас окружающих, начала появляться функция доступа к интернету. Постепенно это ведет к тому, что в интернет можно будет выйти с любой поверхности. Столы, стулья, стены, окна, зеркала, бытовые приборы – все вокруг подсоединится к сети, образуя собой единую систему взаимодействия людей, предметов, информации, ощущений, реальностей.

Уже сейчас существует такое понятие как “Интернет вещей”. Это не просто различные приборы, объединенные между собой проводными и беспроводными каналами связи, подключенные к сети Интернет. Это единая сеть, соединяющая окружающие нас объекты реального мира и виртуальные объекты, связь реального и виртуального миров на принципиально новом уровне, где общение происходит между людьми и устройствами.

Наполнение идеи Интернета вещей многообразным технологическим контентом и её реализация на практике, начиная с 2010-х годов считается восходящим трендом в информационных технологиях. Это стало возможным благодаря повсеместному распространению [беспроводных сетей](#), появлению [облачных вычислений](#) и развитию технологий [межмашинного взаимодействия](#).

В недалеком будущем «вещи» станут неотъемлемым инструментом в сфере бизнеса, а также информационных и социальных процессов. Они смогут взаимодействовать и общаться между собой, обмениваться данными об окружающей среде, реагировать и влиять на процессы внешнего мира без вмешательства человека.

По мнению ведущего голландского специалиста в области мультимедийных инновационных проектов Роба Ван Краненбурга, интернет вещей представляет из себя «четырёхслойный пирог»:

- 1 уровень связан с идентификацией каждого объекта;
- 2 уровень можно представить как сеть собственных «вещей» каждого отдельного пользователя;
- 3 уровень является концепцией «умного города» с единой сетью информации для всех жителей;
- 4 уровень – сенсорная планета.