

ЧТО ТАКОЕ «МУЛЬТИМЕДИА»?

Антон Тюрин, генеральный директор корпорации «Танчер»

Сергей Чернов, генеральный конструктор корпорации «Танчер»

Евгений Гринбаум, менеджер по проектам корпорации «Танчер»

В статье рассказывается о происхождении термина «мультимедиа» и появлении «мультимедиа-компьютеров».

В середине 1960-х гг. слово «мультимедиа» использовали для характеристики перформансов выдающегося художника Энди Уорхола, «отца поп-арта». Шоу под названием «Exploding Plastic Inevitable», сочетавшее в себе рок и поп-музыку, эксперименты со светом и многое другое, классифицировать было сложно. Было придумано определение — многосредовый, многоплановый, то есть «мультимедиа». Как говорил сам Уорхол, «роковая пластиковая взрывчатка¹» представляет собой музыкально-графическое шоу новой американской революции, призванной раскрепостить души и сознание погрязшего в рутине истеблишмента американского народа».

Сложно сказать, как эти «эксперименты» золотой молодежи трансформировались в рекламный слоган для продвижения продукции, не имевшей тогда реального спроса и ценности для конечного пользователя. Однако общие тенденции просматриваются. Когда рынок проигрывателей музыкальных компакт-дисков существенно замедлил темпы роста, нашлись гении маркетинга, решившие, что пользователю компьютера очень не хватает неуклюжего оптического диска с огромной по тем временам емкостью в 417 дискет. Записать, правда, на него ничего было нельзя, а считывание всего объема данных с него было крайне медленным.

Разумеется, новый гаджет пошел с огромным скрипом, тем более, что в продаже были уже весьма прогрессивные, по сравнению с CD-технологией, устройства, позволявшие быстро записывать и читать сопоставимые и даже большие объемы информации. Но главное было то, что компакт-диск можно было только читать. Таким образом, эти громадные объемы памяти надо было чем-то заполнить да еще убедить покупателя, что все это ему необходимо (тогда даже самые лучшие игры и программные оболочки помещались на пару дискет). Вот тут и вспомнили экзотическое слово, и приспособили его для авантюрной

идейки — добавить как можно больше несжатых и неуместных картинок и звуков, т.е. забить дисковое пространство хламом и назвать все это звучным словом «мультимедиа». Заметим, что видеоряд тогда проигрывать было невозможно из-за низкого быстродействия как компьютеров, так и CD-приводов.

Чья именно светлая голова приспособила слово «мультимедиа» для обозначения компьютеров и такого программного обеспечения, установить сложно, но без Microsoft здесь не обошлось. Со временем понятие «мультимедиа» приобрело неопределенный и расплывчатый смысл. К нему можно было отнести почти все — от простенькой звуковой платы до сложнейшего интерактивного видеоконтента. Некоторые пытались давать относительно строгие определения. Вот, например, одно из определений мультимедиа-приложения: «совокупность информационных объектов всех возможных видов — от символьных до аудиовизуальных, объединенных программными средствами для представления в интерактивном режиме» [1].

Первым персональным компьютером, который сейчас окрестили бы мультимедийным, стал Amiga 1000, выводивший изображение в 4096 цветах, обладавший многозадачной операционной системой и четырехканальным стереозвуком. Из-за ряда стратегических просчетов маркетингового плана Amiga продавалась из рук вон плохо, несмотря на огромное превосходство над конкурентами в отдельных параметрах. Но конкуренты свои выводы сделали. ПК стали поддерживать вывод цветного изображения и стереозвука, стали появляться графические операционные системы (или графические надстройки).

В 1990 г. для принятия стандартов, касающихся мультимедиа-компьютеров, компания Microsoft сформировала Маркетинговый совет по компьютерам для мультимедиа (Multimedia PC Marketing Council). И дело пошло.

Эта организация создала несколько стандартов MPC (Multimedia PC, мультимедийный ПК), эмблемы, торговые знаки, футболки, кепки и блокноты, использовать которые разрешалось только производителям, соответствующим стандарту. Из слова «мультимедиа» начали делать брэнд.

Справедливости ради заметим, что это позволило также создавать совместимые аппаратные и программные продукты для PC.

Позже Маркетинговый совет по компьютерам для мультимедиа передал свои полномочия группе Software Publishers Association's Multimedia PC Working Group. В нее вошло много организаций — членов совета, и теперь она является законодателем всех MPC-спецификаций. Первое, что сделала эта группа — приняла новые MPC-стандарты.

Совет разработал два первых мультимедиа-стандарта, называемых MPC Level 1 и MPC Level 2. В июне 1995 г. после создания группы Software Publishers Association (SPA) эти стандарты были дополнены третьим — MPC Level 3. Данный стандарт определяет минимальные требования к мультимедиа-компьютеру (см. табл. 1).

Как легко заметить из таблицы, чтобы компьютер получил маркетинговое преимущество в виде брэнда «мультимедиа», он должен был работать под управлением ОС компании Microsoft и обязательно содержать привод CD-ROM и звуковую плату. Если внимательно посмотреть на первоначальный состав участников MPC, то, помимо Microsoft, там обнаружатся, естественно, ведущие производители звуковых карт и приводов CD-ROM.

Деятельность совета сыграла свою роль в массовой комплектации IBM-совместимых компьютеров такими устройствами, фактически определив основной носитель информации на долгие годы. Куда шла прибыль? Участникам MPC.

Со временем стандарт мультимедиа PC утратил свое значение, как по причине появления на рынке огромного количества различных произво-

¹ Так наиболее точно переводится название — прим. авторов.

Таблица 1. Требования разных стандартов к мультимедиа-компьютеру

Стандарт	MPC Level 1	MPC Level 2	MPC Level 3
Процессор	16 МГц 386 X	25 МГц 486 SX	75 МГц Pentium
ОЗУ, Мбайт	2	4	8
Жесткий диск, Мбайт	30	160	540
Накопитель на гибких дисках	3,5 дюйма 1,44 Мбайт		
Накопитель CD-ROM	1×	2×	4×
Звук, бит	8	16	16
Цветность адаптера VGA (640 × 480)	16 цветов	65536 цветов	65536 цветов
Порты ввода/вывода	Последовательный, параллельный, игровой, MIDI		
Операционная система	Microsoft Windows 3.1		
Дата принятия	1990 г.	Май 1993 г.	Июнь 1995 г.

дителей мультимедиа-оборудования и соответствующего программного обеспечения, так и по причине размывания смысла самого понятия. Дошло до того, что мультимедийными стали называть, к примеру,

обычные аудио-CD, представляющие всего одну media, или клавиатуры, снабженные парой дополнительных клавиш.

Таким образом, несколько крупных корпораций в целях продви-

жения нового продукта на рынке решили сделать брэнд. Для этого выбрали звучное слово, которое, что немаловажно, использовал сам отец поп-арта Энди Уорхол. Данный факт еще раз подчеркивает важность раскрутки определенного слова, брэнда, даже если за ним стоит всего лишь список слабо о боснованных технических характеристик. Еще недавно таким брэндом был dot com, сейчас начинается бум нанотехнологий.

Называйте компанию с приставкой «нано» и делайте деньги! Все равно никто не знает, что это такое. А если хватит духу, сделайте вид, что именно вы знаете, что это такое, и создайте свой стандарт. Однако здесь придется побороться с реальными монстрами типа Microsoft.

События рынка

>> Ситуация на рынке ЖК-панелей грозит кризисом

Производители ЖК, похоже, начинают пожинать плоды слишком быстрого увеличения объемов производства в прошлом году, особенно в его второй половине, когда на волне ажиотажного спроса практически каждую неделю приходили известия о начале строительства или вводе в строй очередной производственной линии. Заметное снижение спроса на крупные жидкокристаллические панели для всех типов устройств (телевизоров, мониторов и ноутбуков) в декабре 2006 г. вызвало более сильное, чем ожидалось падение цен в январе 2007 г., отмечает аналитическое агентство iSuppli Corp.

Согласно прогнозу агентства, снижение цен на крупнопанельные устройства продолжится на протяжении всего первого квартала текущего года. Ожидается, что цены на широкоформатные матрицы для мониторов и ноутбуков стабилизируются в конце второго квартала, однако цены на телевизионные ЖК-панели сохраняют свое движение вниз в течение всего 2007 г. благодаря все увеличивающемуся предложению.

Цены на ЖК-матрицы для мониторов снизились в течение января 2007 г. на 4—6%, ноутбуков на 2—4% и телевизоров на 3—8% по сравнению с их декабрьскими значениями. Ожидается, что стоимость 32-дюймовых ЖК-панелей для телевизионных приемников упадет ниже 300 долл. уже в марте 2007 г., что как считает iSuppli, находится ниже уровня себестоимости производства. Более того, агрессивная политика удовлетворения спроса со стороны производителей привела к такому избытку 37-дюймовых моделей, что их цена может упасть в течение ближайших месяцев вплоть до уровня 32-дюймовых аналогов.

Типичное сезонное снижение спроса на мониторы и ноутбуки заметно скажется и на ценах матриц для мониторов. Средние цены на стандартные 19- и 17-дюймовые матрицы в январе снизились на 6% по сравнению с декабрьскими и достигли отметки соответственно 123 и 113 долл.. Стоимость 15,4- и 14-дюймовых WXGA-панелей для переносных компьютеров снизилась менее всего и остановилась у отметки соответственно 97 и 94 долл.

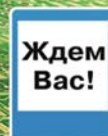
www.3dnews.ru

Контрактная Сборка

Монтаж компонентов с одной или с двух сторон
Размер элемента от 0402 до QFP32x32 с шагом 0,5 мм
Максимальный размер платы до 457x300мм

Изготовление Печатных Плат

Москва, Нижегородская ул., 31
тел./факс: (095) 913-84-21
E-mail: sales@melt.com.ru
<http://www.melt.com.ru>



Современной дорогой в будущее