***Задание:*** *сделать конспект темы в тетради. В качестве отчета сфотографировать конспект и отправить по электронной почте* [*guv@apt29.ru*](mailto:guv@apt29.ru)*, либо в личном сообщении в ВК.*

***P.S. Темы конспекта ПОДЧЕРКНУТЬ, либо ВЫДЕЛИТЬ ЦВЕТНОЙ РУЧКОЙ!!!***

**Модели распространения мультимедийного контента**

Под моделями распространения контента подразумеваются: онлайн-вещание, распространение файлов, рассылка.

Самый распространенный вид легального представления видеоконтента – это вещание.

Существуют редакционно-издательские системы, позволяющие создавать и распространять мультимедийный контент (холдинг «Медиа 3»).

В России широко распространен обмен видеопродукцией на базе файлов. Скачивать файлы удобно, поскольку скорость Интернета при этом играет, куда меньшую роль, чем при вещании.

Реализация же рассылки более сложна и имеет высокую стоимость. Занимаясь рассылкой, продайвер не может допустить существования у себя в сети «файлового мусора». Необходимо продумать и график рассылки, ориентируясь на интересы основных групп пользователей.

Таким образом, Интернет в России не может существовать на каком-то одном способе предоставления видеоконтента. Возможности интерфейса Интернета столь широки, что информация предоставляется пользователю в мультимедийном виде. Причем процесс медиатизации Интернета постоянно ускоряется. Электронные магазины, прилавки которых доступны из любой точки света, дают возможность «побродить» по виртуальным городам и музеям. Своеобразные «клубы по интересам» с возможностью завести новые знакомства, электронные выпуски новостей, видеоконференции, видеотелефония, всемирные службы поиска информации доступно уже сегодня и не за горами интерактивное телевидение через Интернет. Распространение Интернета столь стремительно, что это оказывает влияние на образ жизни людей. В настоящее время более 60 млн человек активно используют Интернет для реализации своих профессиональных и досуговых потребностей.

Больше всего пользователей Интернета в возрастной группе от 25 до 44 лет. Эта категория составляет 48 % пользователей в малых городах и 46 % всех пользователей Москвы.

Среди тех, кто ежедневно выходят в Сеть, 76 % составляет молодежь в возрасте от 18 до 24 лет.

Социальные сети завоевали 80 % дневной аудитории. В зависимости от региона пользователи тратят на социальные сети от 30 до 41 % всего времени, проведенного в Интернете. При этом больше времени в социальных сетях проводят жители городов с численностью населения менее 100 тыс. человек – 41 %.

Россияне чаще всего пользуются Интернетом с 10 до 22 ч на обычных компьютерах и мобильных устройствах. Различается только время наибольшей активности. У пользователей компьютеров пик приходится на 16:00, а с мобильных телефонов и планшетов в Интернет больше всего выходят в районе 21 … 22 ч.

Активность пользования Интернетом с компьютеров в выходные дни падает. С мобильных телефонов – снижение активности в выходные дни почти не происходит, а с планшетов в выходные в Интернет выходят даже чаще, чем в будни.