

# 7 тенденций современных СМИ

Тимур Гафитулин

## Тенденция 1. Информация для самоактуализации.

Смещение фокуса СМИ от удовлетворения базовых к более «развитым» потребностям

### **Потребности в самоактуализации (выразить себя)**

Предоставить место для выражения мнения наблюдателя (авторской статьи, рубрики)

### **Уважение и почитание (быть значимым в обществе)**

Дать информацию на более значимом, чем общедоступный, уровне (больше, подробнее, глубже)  
Взять интервью, опубликовать письмо, фотографию

### **Принадлежности и любви (чувствовать себя принятым)**

Новости (быть "в курсе", причастными, "не выпадать из "темы")

### **Безопасность (чувствовать себя защищенным)**

События (что происходит). Предупреждения (погода, криминал, законодательство, критика)

### **Физиологические (органические)**

Доски объявлений (куплю-продам, сниму-сдам, работа, знакомства). Досуг (кроссворды, анекдоты, карикатуры)

## Тенденция 2. Вчера-читатель, завтра - издатель.

Активное вовлечение читателей в процесс подготовки материалов



**Тенденция 3. От Масс-Медиа к Масс-Мульти-Медиа.**  
Использование всех каналов восприятия для донесения информации

**Почитать**  
Текст, + Картинки,  
+ Схемы

**Послушать**  
Радиосообщения,  
музыка

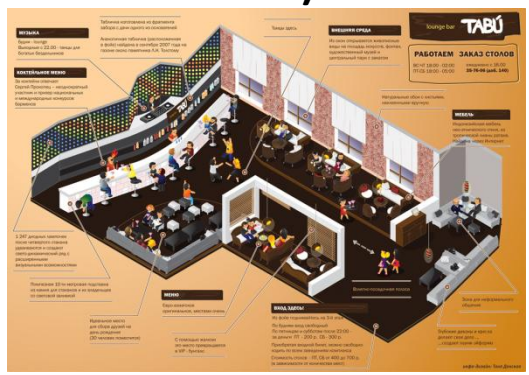


**Посмотреть**  
Видео + Анимация

**Понюхать,  
попробовать на  
вкус, ощутить**  
Например,  
образцы товаров,  
распространяемых  
вместе с  
журналами

**Тенденция 4. Краткость – сестра рейтинга.**  
Сокращение, «свертывание» информации в виду тотальной «перегрузки» читателя по всем каналам

**Инфографика  
(рассмотрел=  
понял)**



**Подписка  
(только  
интересующие  
темы)**



**Микросообщения  
(одной строкой)**



**«Говорящие»  
заголовки  
(прочитал=понял)**



**Иллюстрации-  
плакаты  
(посмотрел=понял)**



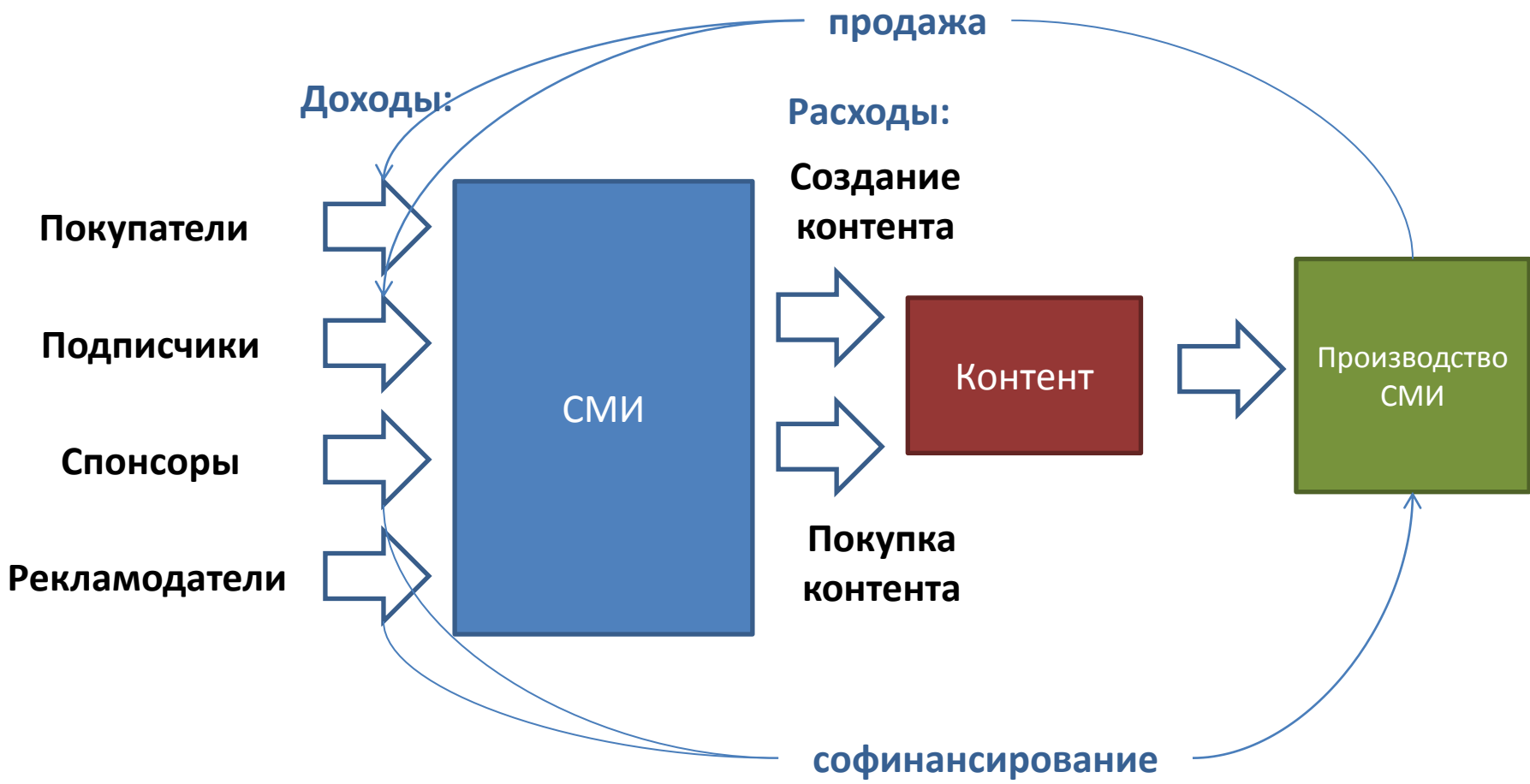
**Дайджест  
(подборка  
материала)**



**Читать далее...  
(развертывание по  
запросу)**



**Тенденция 5. Хочешь большего – смотри рекламу.**  
Сохранение рекламодателей как основных спонсоров «бесплатного» контента.



## Тенденция 6. Микро СМИ.

С одной стороны, давление информации на потребителей растет и вырабатывается «информационный иммунитет». С другой стороны, владение информацией продолжает оставаться фактором конкурентоспособности. В этой ситуации стали развиваться «микро СМИ» - блоги, рассылки, тематические страницы. Часто они не производят информацию, а только фильтруют и «тюнингуют» ее, помогают потреблять. В то время как для многих СМИ образцом по-прежнему является «толстый журнал».

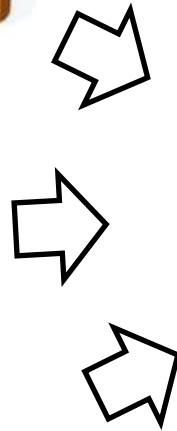
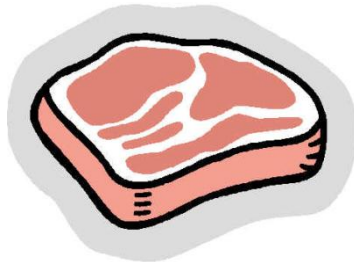
Информагентства



Отраслевые порталы



Тематические журналы



Блог, автор которого  
взял на себя труд  
собрать все самое  
«свежее и вкусное»

# Тенденция 7. СМИ имени меня.

Современные средства позволяют создать пользователю уникальную и неповторимую настройку информационного поля на собственные потребности.

## Бизнес

Моя профессия  
Моя фирма  
Моя отрасль  
Родственники  
Дети  
Друзья  
Семья



Про мой автомобиль

Про путешествия

## Хобби

Фитнес

Мой дом

Мой район

Мой город

Моя страна

Мир

Общество



[gafitulin@gmail.com](mailto:gafitulin@gmail.com)