

X+ года XXI века: ВЫЗОВЫ для СМИ

Евген Глибовицкий,
Кишинэу, октябрь 2012

Основы коммуникаций

XX век

1. Аудитория
2. Каналы
3. **Спикеры (источники)**
4. Сообщения

XXI век

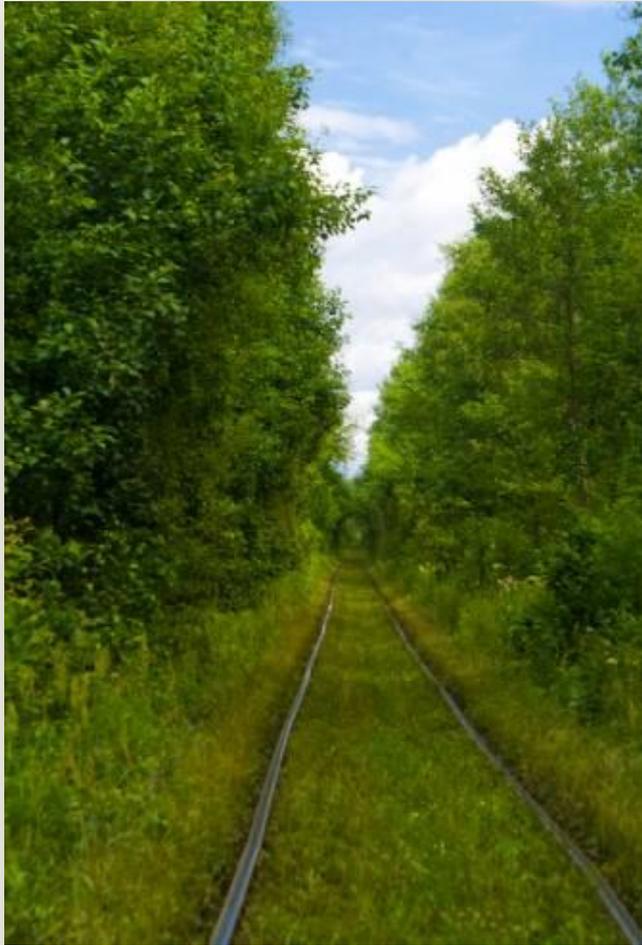
1. **Аудитории**
2. Каналы
3. Спикеры (источники)
4. **Сообщения**

Каналы?

Основным приоритетом прошлого был контроль над каналом. Основным игроком – собственник канала. Основным приоритетом современности есть наличие контента. Основным игроком – аудитория.



Каналы?



Контроль канала, при неспособности удержать интерес аудитории – становится бессмысленным – аудитории ищут более удобные пути получения информации. СМИ без инноваций обречены уступить дорогу.

Аудитории!

Ключевым и определяющим успех фактором в современных коммуникациях является понимание аудиторий и умение прислушаться как минимум к их потребностям.



Аудитории!



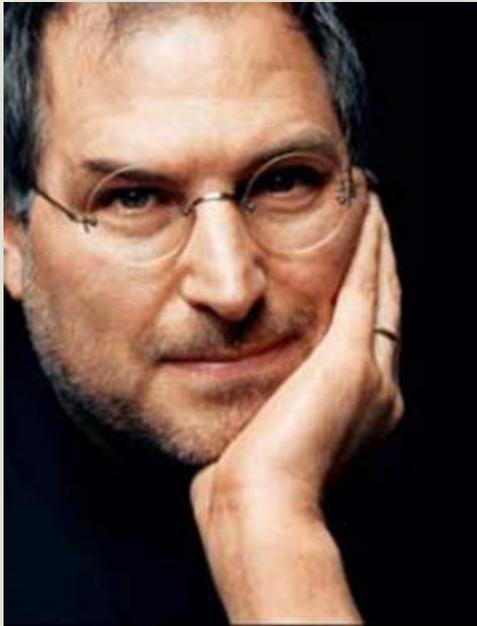
Понимание аудиторий в равной степени важно как для тех, кто использует канал, так и для самих каналов, СМИ, которые часто ориентированы на своего собственника как на клиента, а не на читателя или зрителя.

Аудитории!

Отказ от удовлетворения потребностей аудиторий создает предпосылки для недоверия: СМИ может транслировать что угодно, но аудитории не видят в этом связи со своей реальной жизнью. Потеря доверия превращается в потерю лояльности



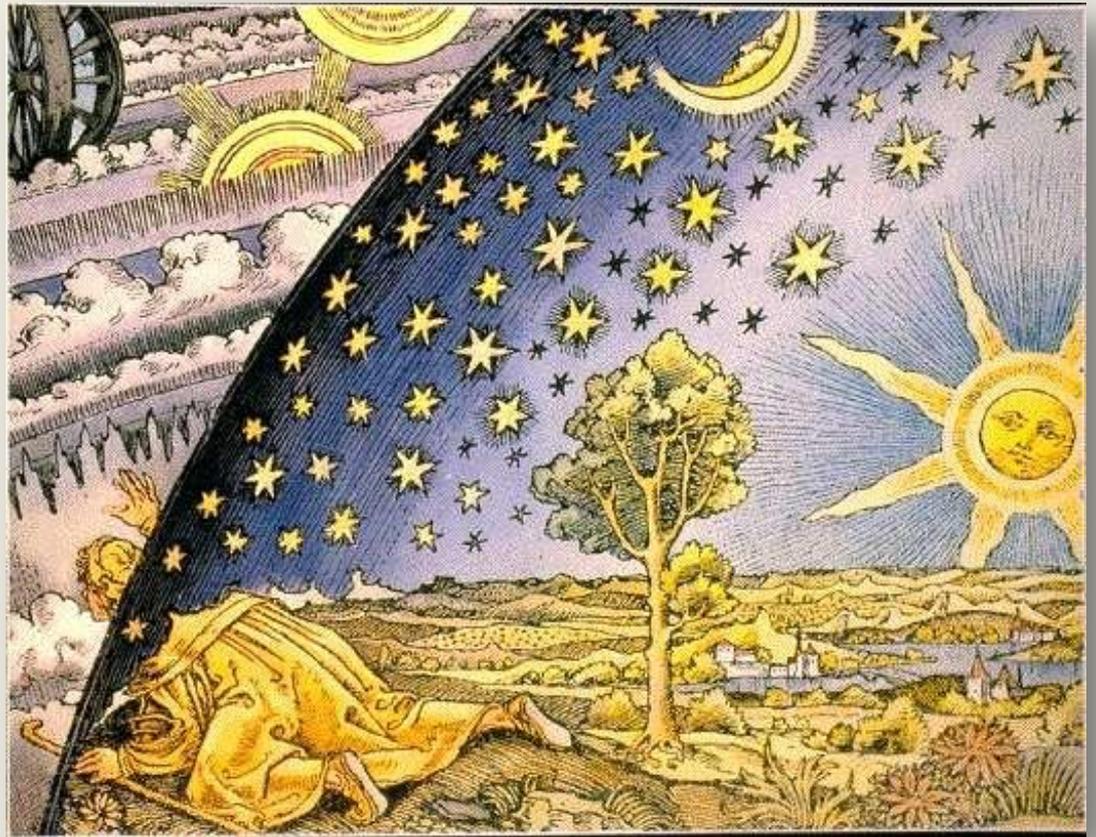
Аудитории?



«Когда ты молод и смотришь телевизор, то думаешь, что ТВ компании сговорились и хотят сделать людей тупыми. Но потом ты взрослеешь и приходит понимание: люди сами этого хотят. И это гораздо более пугающая мысль. Заговор – это не страшно. Ты можешь пристрелить ублюдков, начать революцию! Но нет никакого заговора, ТВ компании просто удовлетворяют спрос. К сожалению, это правда.» *Wired*, 1996

Куда смотрят СМИ?

Способны ли СМИ
смотреть «за
пределы
горизонта» и
давать
аудиториям
ответы, которые
аудитории не
могут дать сами?



Проблемы связи с аудиториями

Горизонт планирования - профессионализм:

СМИ продают свои услуги «тут и сейчас», однако эффект работы СМИ накапливается и влияет на общество на протяжении длительного времени.

Соблазны легкого пути :

Работникам СМИ, особенно в бывшем СССР легче дать ответ, чем поставить вопрос. Если СМИ принимают за общество решения, должны ли они принять ответственность?

Какое доверие?

Анонимное
(институциональное)

Доверие к процессам,
стандартам,
должностям,
процедурам,
функциям

Персональное

Доверие к знакомым
людям, где близость
отношений определяет
степень доверия

СМИ vs соцсети: профессионализм vs свобода

Если СМИ не могут выполнять свои функции, то функции СМИ перейдут к социальным медиа: аудитории сами будут создавать свой контент и распространять его. Рынок будет честнее, но – непрофессиональный.



Быстро или надежно?

Соцсети позволяют получать больше разной информации, но не решает вопроса профессионализма при ее обработке. Так мы можем получить информацию быстро, но не знаем надежна ли она.



Плюрализм заангажированностей?

Опасность
аматорского
информирования
в том, что оно
базируется на
персональном
доверии, и может
восприниматься
более серьезно,
чем проф. СМИ



Качественное влияние

Любой гражданин может вступать в публичную дискуссию с любым руководителем. С точки зрения современного информационного общества – они равны и могут конкурировать невзирая на разницу статуса.



Троллинг против дискурса

 korrespondent.net/ukraine/politics/1288073-vooruzhennyye-vilami-pensionery-vylomali-dveri-doneckoj-oga-i-izbili-milicionera   

 **тудыть** кстати, хороший вопрос. пенсии везде вроде одинаковые, тарифы тоже не сильно разнятся, но на западенщине почему-то тишина. с чего бы?
29.11.2011, 08:20

 **Саша Городецкой** западенцы трудятся всю жизнь и умирают дома - им не до народных волнений
29.11.2011, 09:50

 **Александр Глуценко** Европейцы...однако.
29.11.2011, 07:29  **Нравится** (0)

 **Shurca Ya** не, европейцы бы еще год назад устроили бы революцию с массовым гильотинированием.
29.11.2011, 08:11

 **тудыть** ага. их европейские полицейские приехали бы на водомётах и с применением слезоточивого газа и резиновых дубинок демократично разогнали бы всех на уй.
29.11.2011, 08:21

Ответственность СМИ

- Если СМИ не возьмут ответственность на себя сами, ее на СМИ возложит государство
- Чем слабее рынок, тем больше он нуждается в сильных общественных вещателях – они стандартизируют норму и стабилизируют рынок. Иначе возрастает риск «беспредела», особенно в сегменте интернета



Глубина СМИ

SWG Police Websites : Metropolitan Police Mission Statement - Mozilla Firefox

Файл Правка Видягляд Історія Закладки Інструменти Довідка

british police mission - Пошук Google SWG Police Websites : Metropolitan Polic... x +

http://www.padpolice.com/mission.php

Найбільш відвідувані Початкова сторінка Останні заголовки M Настройка ссылок Yammer : Members Facebook

City of Westminster

Police & Partnerships Working together for a safer London

Sector Working Group Westminster North Police Division

Metropolitan Police Mission Statement

The work of the Police/Community Consultative Sector Working Group (SWG) covers a diverse area of London including Hyde Park, Bayswater, Edgware Road from Marble Arch to Maida Vale and the major regeneration Paddington Waterside Development and its surrounding area. The SWGs activities must be productive and produce measurable results. It is vital that all representatives and multi agency partners work together to ensure the diverse community wants to contribute towards reducing crime, disorder & anti social behaviour. Also, that they are freely able to join the SWG and work to promote harmony and an improved quality of life across their multi cultural Paddington. At all times the SWG works with London's Metropolitan Police Service (MPS) to help the Commissioner achieve his above objective, and those outlined in the MPS Statement of Common Purpose:

Mission

**Making London safe for all the people we serve.
We make places safer.
We cut crime and the fear of crime.
We uphold the law.**

Vision

To make London the safest major city in the world.

Values

**Treat everyone fairly.
Be open and honest.
Work in partnership.
Change to improve.**

Further information on the Metropolitan Police Service can be found direct at <http://www.met.police.uk/>

Sponsor This Site

Would you like to contribute towards the maintenance and development of this vital website & to be acknowledged as working together with police and their partners for safer neighbourhoods?

We are seeking sponsors for pages and sections of www.padpolice.com whether an agency, association, business or other group. Would you like to discuss the opportunity to have your brand, information and interests displayed for customers, communities, staff, suppliers, visitors, friends and families?

If you do, please contact the Paddington policing partnership Sector Working Group Chair Lynda King Taylor at LKTLondon@aol.com
Or contact London UK (+44 (0)20 7262 1531 or Fax +44 (0)20 7706 1551

Crimes

- [Reporting crime](#)
- [Advice and prevention](#)
- [Crime figures](#)
- [Scotland Yard's Wanted](#)

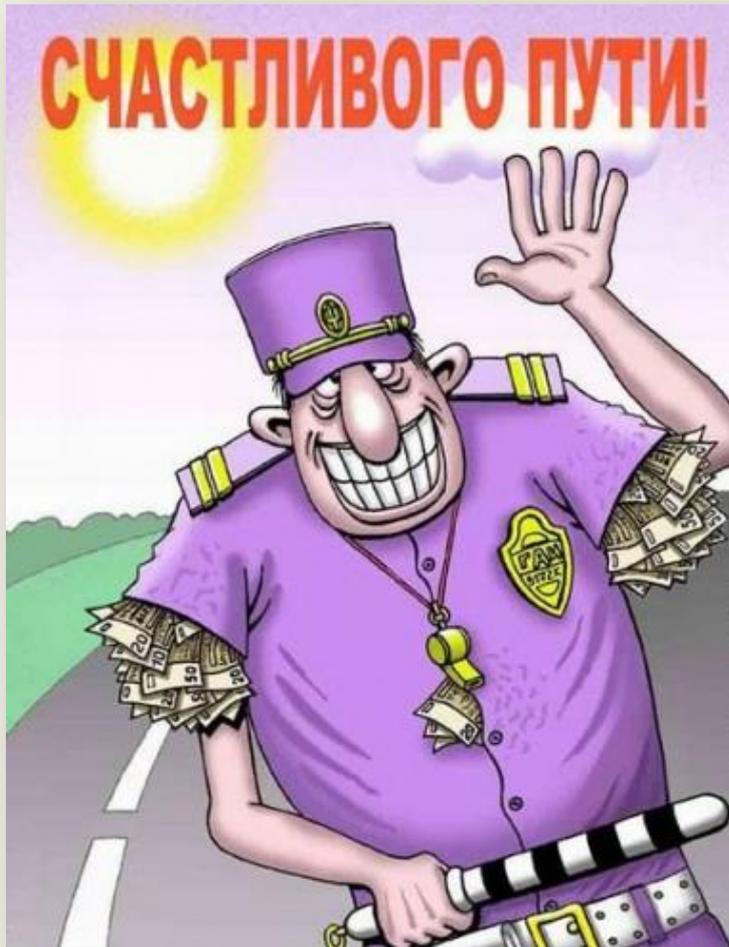
IF YOU SUSPECT IT REPORT IT

CALL 0800 789 321

CONFIDENTIAL ANTI-TERRORIST HOTLINE

пуск 5 Firefox Microsoft PowerPoint ... programme RUS FINA... Безымянный.png (10... EN 3:37

Глубина СМИ



Как понимает свою миссию сотрудник дорожной полиции?

Как все это будет воспринимать общество?

Может ли СМИ видеть «большую картинку» которую не может видеть потребитель?

Глубина СМИ

Создай логотип Крыма, получи 150 тыс. грн. - Mozilla Firefox

Файл Правка Видяд Історія Залкядки Інструменти Довідка

Создай логотип Крыма, получи 150 тыс.г... +

http://ua.adme.ru/tenderykontrakty/sozdaj-logotip-kryma-poluchi-150-tysgrn-60255/

Найбільш відвідувані Початкова сторінка Останні заголовки M Настройка ссылок Y3 Yammer : Members Facebook

ADME-УКРАИНА МЫ ХОТИМ, ЧТОБЫ РЕКЛАМА СТАЛА ЛУЧШЕ
Энциклопедия рекламы, какой она должна была быть! [Введите пароль, или зарегистрируйтесь](#)

Темы (43) Проекты (42) Энциклопедия рекламы Форум 

Поиск по сайту Найти

Главная / 22 марта 2011 /



Создай логотип Крыма, получи 150 тыс.грн.

22 марта 2011

 57 people like this. Be the first of your friends. 

Министерством курортов и туризма АРК, Республиканским Комитетом АРК по информации объявлен конкурс на ребрендинг логотипа Автономной Республики Крым и создание фирменного стиля. Общая стоимость работ – 150 тыс. грн.

Конкурс является открытым и международным. Принять участие и представить свои предложения могут как рекламные компании, так и частные лица. Для этого, необходимо в срок до 10 апреля 2011 года, прислать ваши варианты на электронный адрес [logo\(at\)kiselevsk@crimea.ua](mailto:logo(at)kiselevsk@crimea.ua) в формате jpg, png, gif с разрешением не менее 1600x1200 точек и указав контактную информацию: ФИО разработчика и название компании (если есть), контактный телефон и email. Вся переписка сохраняется до момента подведения итогов.

Критерии оценки.
Представленные для участия в конкурсе работы оцениваются комплексно по следующим критериям:

- прямая или ассоциативная связь с Автономной Республикой Крым;
- эстетичность оформления, доступность, лаконичность;
- отсутствие в предложении на ребрендинг, элементов повторения в логотипах других стран, территорий, торговых

AD AdMe.ua on Facebook 

1,966 people like AdMe.ua.



Мы вас везде найдем



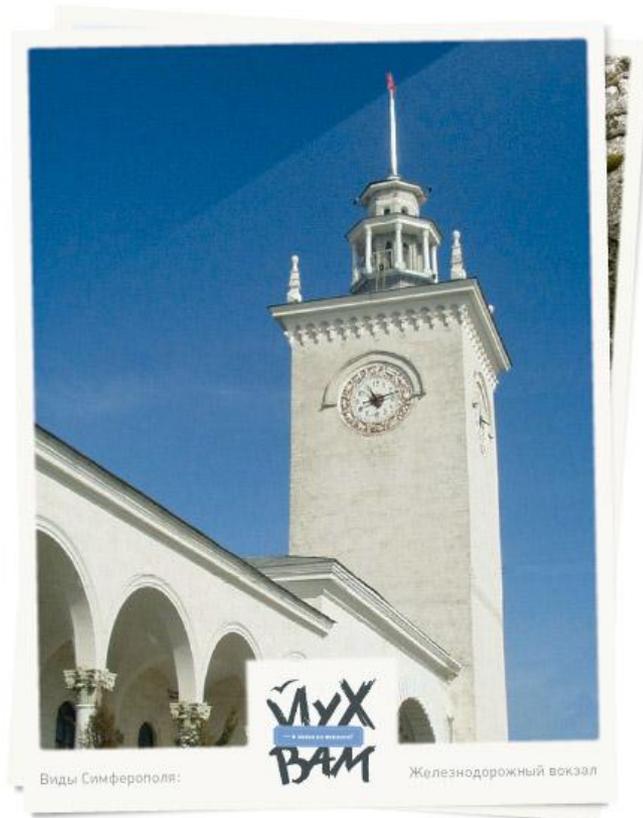
Классика! Рассылка креатива

пущк Західна ана... e-kvytok.co... геній по вы... Завантаже... Создай лог... Microsoft Po... programme ... RL 4:13

Глубина СМИ



© Михаил Литюга | www.crea.com.ua |



© Михаил Литюга | www.crea.com.ua |

Власть СМИ

1. Повестка дня
 2. Дискурс для общества
 3. Глубина проникновения и доверия
1. Ответственность
 2. Глубина понимания
 3. Про-активность и наличие доверия и лояльности в достаточной степени чтобы иногда идти против течения

Выводы

1. Соцсети не заменят профессиональные СМИ
2. Саморегуляция и регуляция СМИ важны, чтобы СМИ не создавали свою Великую Депрессию (кризис после эйфории)
3. Успех СМИ будет зависеть от понимания аудиторий, а не качества владения инструментом.
4. Десятилетие X+: качество не менее важно, чем количество. СМИ – это сфера услуг.

Евген Глибовицкий



Управляющий партнер экспертной компании pro.mova – исследования, стратегии, коммуникации, аналитика (с 2006 г).

Один из создателей украинского 5 канала, нейтрализовавшего систему цензуры в стране (2002-2005).

Работал как журналист в более 20 странах мира на протяжении 12 лет, в том числе в «горячих точках».

Учился в университетах в США и в Украине, по образованию – политолог.