

Тренди треба знати!  
Адже це допомагає  
формулювати  
гіпотези, розуміти  
авдиторію,  
розробляти  
стратегію та,  
найголовніше,  
змінюватися!

Основна тенденція  
в розвитку медій  
до 2020 року -  
зниження попиту  
на телевізійні й  
онлайн новини,  
перед вели  
розваги!

COVID-19  
переломив  
ситуацію в медіях у  
глобальному вимірі  
- телевізійні й  
онлайн новини  
знову опинилися в  
тренді.

До пандемії  
коронавірусу  
теленовини цікавили  
здебільшого  
авдиторію старшого  
віку. Молоді люди за  
головний осідок  
мали соцмережі.

До пандемії -  
основна увага  
прихильників ТБ  
припадала на  
серіали,  
"відкладений  
перегляд" і  
реаліті-шоу про  
здоров'я (Євростат).

Нині в тренді  
короткі новинні  
повідомлення в  
месенджерах. Це  
насамперед  
українська тема  
пов'язана з війною.

Що робити  
телепроектам нині,  
аби не пасти  
задніх? Поради від  
Інституту Ройтерс  
(Люсі Кюнг,  
медіадослідниця):

1. Чітке розуміння  
мети. 2. Чітке  
розуміння  
стратегічного  
фокусу. 3. Сильне  
лідерство. 4.  
Процифрова  
культура.

5. Глибока інтеграція  
команди цифрових  
технологій і редакції.  
6. Автономні дії в  
цифровому  
середовищі від  
традиційних носіїв. 7.  
Спроба стати  
першопрохідцем.

Авдиторія вважає,  
що новинні медії  
краще дають раду  
з інформуванням  
стосовно гарячих  
новин, ніж із  
поясненням. Це 2/3  
глобальної  
авдиторії.

Ця ж кількість  
людей вважає, що  
новинні медії  
радіше не можуть  
притягти до  
відповідальності  
багатих і  
можновладних  
людей.

Онлайн медіа  
після COVID-19:  
зростання кількості  
підписників на  
новини, але  
переважає одна  
підписка (радіше  
відновлювальна),  
дрейф у розваги.

Люди, які  
передплачують  
онлайн новини,  
вважають, що  
одержують ліпшу  
інформацію,  
"ключуть" на  
характерність і  
якість продукту.

Зростання попиту  
на новини по  
електронній пошті  
(глобальний  
тренд): новини про  
покупки, дім і сад,  
стиль і мода,  
бізнес, мистецтво  
та розваги.

Факт: у США 21%  
людей стверджують,  
що читають новини з  
електронної пошти  
хоча б раз на  
тиждень! Для  
половини з них - це  
єдине джерело  
новин на день.

Пандемія вплинула  
на зростання  
попиту на новин в  
соцмережах і  
месенджерах. В  
умовах війни люди  
активно  
комунікують у  
місцевих мережах.

Навіть в умовах  
війни або кризи,  
основою  
глобального чи  
локального  
медіабізнесу  
лишаються  
репутація та бренд!

Тренд у медіях №1 -  
візуалізація,  
зростання попиту  
на відеоконтент,  
зокрема в  
коротких формах у  
соцмережах.

Тренд №2 -  
автоматизація та  
роботизація:  
роботи пишуть вже  
новини погоди,  
новини ринків,  
прогноз погоди.

Тренд №3 - Big Data:  
передбачення, що  
потрібно авдиторії;  
інсайти про причини  
підписок/ відписок  
авдиторії;  
монетизація  
контенту;  
таргетування.

Тренд №4 -  
дипфейк  
реальність і  
загроза.

Прогнози змін у  
медіях до 2050 року:  
<https://www.mindmeister.com/285587818/media-in-2050?fullscreen=1#>

Успішні медіа в  
соцмережах і онлайн  
- глобальний вимір:  
Now This  
<https://nowthisnews.com/>

Успішні медіа в  
соцмережах і онлайн  
- власне український  
бренд Genesis  
<https://www.gen.tech/>

