Рамочная программа сотрудничества для
Армении, Азербайджана, Грузии, Республики Молдова, Украины и Беларуси

Funded
by the European Union
and the Council of Europe

EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE

Implemented
by the Council of Europe

Содействие профессиональной и ответственной журналистике
путем поддержки региональной сети органов саморегулирования

Новые бизнес-модели в медиа - новые источники доходов

Татьяна Репкова
Учредитель

КЛУБ МЕДИА-МЕНЕДЖЕРОВ
Вместе мы знаем больше

© Татьяна Репкова 2001-2015

Содержание

1. **Как вы планируете зарабатывать деньги?**

   Бизнес-модели:
   - **В старых (традиционных) медиа**
   - **Новые бизнес-модели в цифровой эре**

2. **Источники доходов новостных медиа**
   Примеры из дригих стран

3. **Кейс местной газеты Hallingdølen в Норвегии**

4. **Помагать обществу – не достаточно для журналистики**
   Примеры для изучения из США и России

© Татьяна Репкова 2001-2015

1.

Как вы планируете зарабатывать деньги? Бизнес-модели

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Как вы планируете зарабатывать деньги?

1. Доходы < Издержки → (-) Убытки

2. Доходы = Издержки → 0

3. Доходы > Издержки → (+) Прибыль

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Как вы планируете зарабатывать деньги?

~~**1. Доходы < Издержки → (-) Убытки**~~

2. Доходы = Издержки → 0

3. Доходы > Издержки → (+) Прибыль

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Как вы планируете зарабатывать деньги?

Бизнес-модель старых (традиционных) медиа
(Спираль тиража)

Источники доходов

1. Реклама	*число проданных рекл. страниц*
2. Тираж	*число проданных/ распространенных екземпляров*
3. Редакционное содержание	*авторские права - лицензия*

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Как вы планируете зарабатывать деньги?

Бизнес-модель старых (традиционных) медиа
(Спираль тиража)

Источники доходов

1. Реклама	*число проданных рекл. страниц*
2. Тираж	*число проданных/ распространенных екземпляров*
3. Редакционное содержание	*авторские права - лицензия*

Новые бизнес-модели
(в рамках цифровой экономики)

Источники доходов

1. Реклама (печатная/цифровая)
2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)
3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)
4. Другие продукты/услуги + бренд
5. Другие источники

© Татьяна Репкова 2001-2015

2.

Источники доходов новостных медиа

Примеры из дригих стран

© Татьяна Репкова 2001-20

Новые бизнес-модели в медиа

1. Реклама

❖ Естественная реклама – спонсорский/брендированный контент

Видео-профили местных предприятий и спонсорский контент

Новый поток доходов в "Register-Guard" (США) в партнерстве со студентами

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ Послеобеденные / вечерние газеты – Переход на утренний выход

- Ежедневная газета города Ньюкасл «Вечерняя хроника» стала просто «Хроника» после перехода на **утреннюю** печать
- «Вечерний вестник Даблина» изменил название и будет продаваться **по утрам**
- «The Belfast Telegraph» отказался от своего вечернего выпуска и стал только **утренним** изданием
- «Bristol Evening Post» («Вечерняя почта Бристола») **бросил "Вечерняя"** из своего названия

holdthefrontpage.co.uk
guardian.co.uk
pressgazette.co.uk

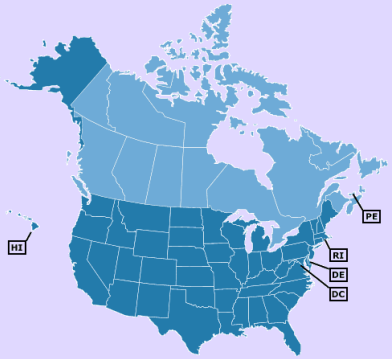
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ Переход с ежедневного выхода на еженедельный и наоборот - Другая периодичность - Сокращение числа изданий

- Большинство региональных ежедневных газет Великобритании **перейдет на выпуск раз в неделю** в течение ближайших десяти лет - Стив Дайсон, бывший региональный редактор



- Печатные газеты в США и Канаде **перестают выходить ежедневно** (2012)

holdthefrontpage.co.uk
kommersant.ru

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Переход с ежедневного выхода на еженедельный и наоборот - Другая периодичность - Сокращение числа изданий**

"The Moscow News" увеличивает свой тираж и объем, и изменит режим выхода **с двух на один раз в неделю** (2012)

Из-за убытков «Комсомольская правда» **сократит число ежедневных выпусков в регионах** и снизит фонд оплаты труда

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Переход с ежедневного выхода на еженедельный и наоборот - Другая периодичность - Сокращение числа изданий**

«Будущая газета - это газета викэнда, газета выходного дня.»

Марио Гарсиа

«Изменение периодичности газетной публикации - это не признак апокалипсиса».

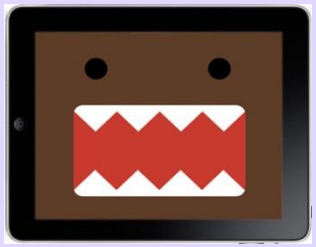
Роберт Дж. Пикард

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Уменьшение печатного тиража**



❖ **Вебсайты увеличивающие / уменьшающие печатный тираж - Каннибализация медиа?**

❖ **Переход из печати онлайн - Онлайн / виртуальные / безбумажные издания**

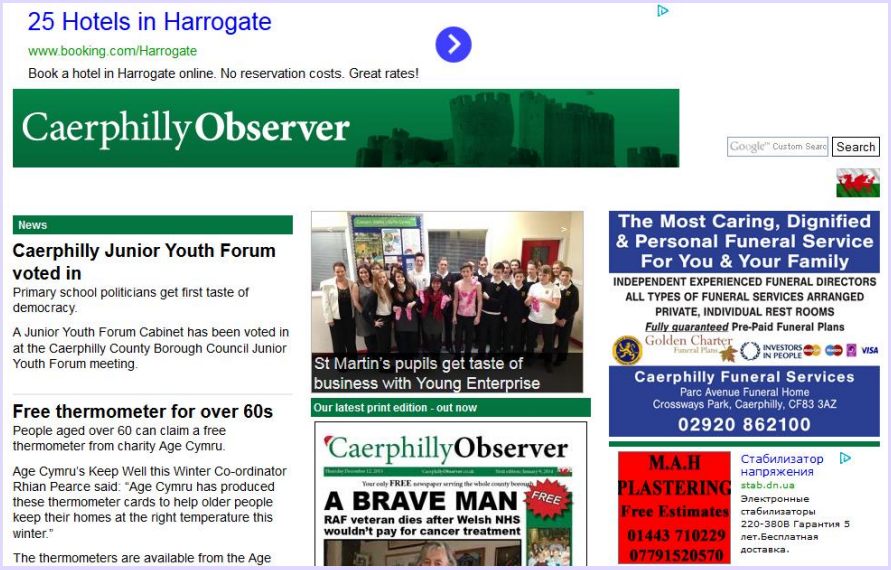
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Превращение онлайн-версии в печатную - обратная публикация**

Местный новостной сайт в Южном Уэльсе запускает печатное издание



www.caerphillyobserver.co.uk
В среднем 50 000 просмотров страниц и 20 000 уникальных посетителей в месяц

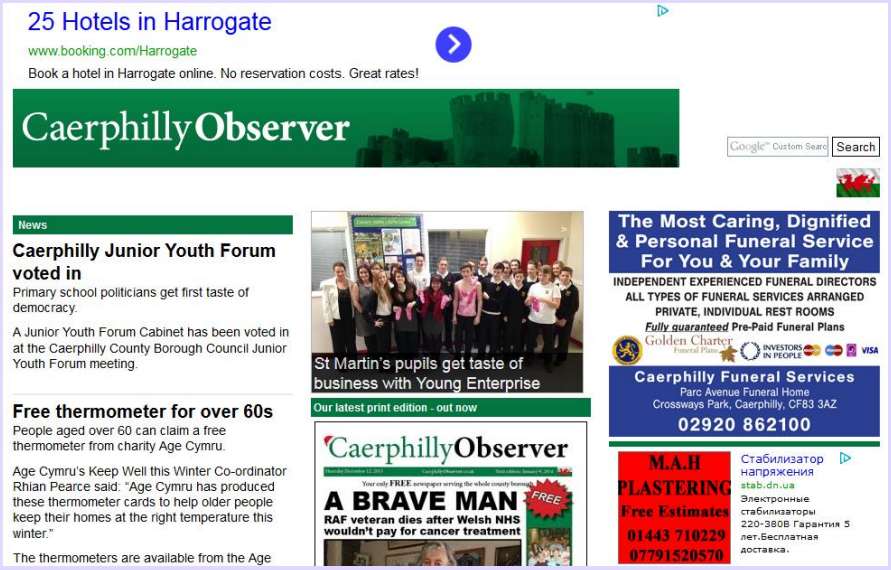
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ Превращение онлайн-версии в печатную - обратная публикация

Местный новостной сайт в Южном Уэльсе запускает печатное издание



www.caerphillyobserver.co.uk
В среднем 50 000 просмотров страниц и 20 000 уникальных посетителей в месяц

Бесплатная газета: раз в две недели, полноцветный таблоид, 16 страниц, тираж 10 000 экземпляров

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Превращение онлайн-версии в печатную - обратная публикация**

Радиостанция «Эхо Петербурга» запустила печатную версию

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Превращение онлайн-версии в печатную - обратная публикация**

«Живой журнал»
хочет издавать блоги в виде книг

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Превращение онлайн-версии в печатную - обратная публикация**

Женский французский ресурс Doctossimo.fr (9 млн просмотров) **переходит в печатный формат**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Превращение онлайн-версии в печатную - обратная публикация**

Женский французский ресурс Doctossimo.fr (9 млн просмотров) **переходит в печатный формат**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Превращение онлайн-версии в печатную - обратная публикация**

Оффлайн газета для блоггеров

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2. Тираж (печать) + пользователи (цифровые)

❖ **Продажа онлайн/цифрового контента: Взимать или не взимать плату?**

❖ **Повышение цены в рознице/подписке**

❖ **Только для подписчиков**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Медиа/новостные/газетные архивы
Книги

Книга «Навальный: человек, который украл лес» вышла меньше чем через два месяца после суда над Навальным.

Как сделать бестселлер на новостях

«В России такая литература появилась всего пять-шесть лет назад. … В советское время литературы, привязанной к актуальным событиям, почти не было, по крайней мере не в таких огромных количествах, как на Западе, где к книге принято относиться как к медиа.»

Издатель и соучредитель магазинов «Фаланстер» и «Циолковский» Борис Куприянов

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ **Медиа/новостные/газетные архивы**
Книги

Как местная газета получила большую прибыль, публикуя полицейскую хронику

Книга «**Мы не придумали это: лучшие полицейские отчеты, опубликованные Bozeman Daily Chronicle**» стала местным бестселлером в небольшом городке штата Монтана, США.

- Публикация в 2011 г.
- Переиздана 3 раза
- Продано **11 000 экз.**/$10 за штуку
- Население Бозман: **39 000 человек**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ **Медиа/новостные/газетные архивы**
Книги

Выборка карикатур

- Журнал New Yorker начал публикацию **ежегодного издания**, содержащего выборку карикатур, опубликованных журналом в течение года.

- Издание также предлагает **оформленные в рамку карикатуры**, отпечатанные в большом формате, стоимость которых достигает 1 000 долларов.

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ **Медиа/новостные/газетные архивы**
Плакаты

Boston Magazine продал более 6000 плакатов первой страницы из мая 2013

"Это был бы классный плакат," кто-то написал на стене Boston Magazine в Facebook в апреле 2013 года.

Плакат стоит $20 , из которых $4,75 идет на расходы на печать и доставку.

Оставшиеся $15,25 идет **фонду в Бостоне**, который помогает людям, пострадавшим от взрывов 15 апреля 2013 г.

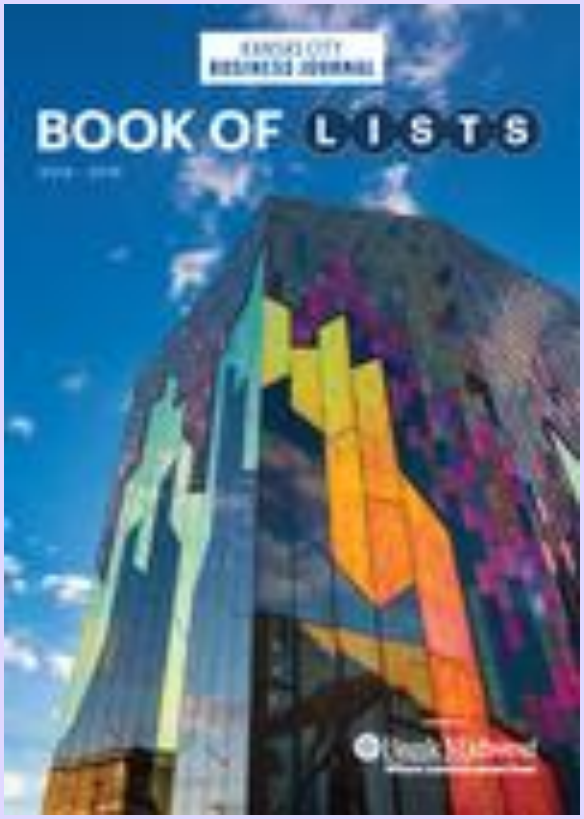
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Приложения/справочники/списки/календари

Списки лучших предприятий



- 40 еженедельных деловых газет компании American City Business Journals еженедельно публикуют **списки 25 лучших предприятий** в различных категориях.
- Эти списки также доступны на сайте в цифровом, удобном для поиска формате, который может быть использован для отправки рассылки.
- **Цена еженедельной цифровой версии: 200 долларов**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Типы компаний, включаемых в тетрадь с листингами предприятий

Тип предприятия/ организации[1]	Основной показатель	Другие показатели[2]
Авиалинии	Количество пассажиров	Количество прямых рейсов в неделю
Автомобили – импорт	Количество проданных автомобилей	Марка
Автомобили – прокат	Количество машин, взятых напрокат	Величина автопарка Типы автомобилей Среднесуточный тариф
Ассоциации (отраслевые, профессиональные)	Количество корпоративных и индивидуальных членов	Отрасль Взносы
Аудиторские фирмы	Количество профессиональных работников	Доля услуг во всей деятельности в целом Основные клиенты

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Типы компаний, включаемых в тетрадь с листингами предприятий

Тип предприятия/ организации[1]	Основной показатель	Другие показатели[2]
Авиалинии	Количество пассажиров	Количество прямых рейсов в неделю
Автомобили – импорт	Количество проданных автомобилей	Марка
Автомобили – прокат	Количество машин, взятых напрокат	Величина автопарка Типы автомобилей Среднесуточный тариф
Ассоциации (отраслевые, профессиональные)	Количество корпоративных и индивидуальных членов	Отрасль Взносы
Аудиторские фирмы	Количество профессиональных работников	Доля услуг во всей деятельности в целом Основные клиенты

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Банки	Активы/Капитал	Прибыль/Убытки Кредиты Депозиты Резервы
Больницы	Количество коек	Специализация
Гостиницы	Количество номеров	Виды услуг Категория и тарифы
Зарубежные инвесторы	Обязательства/Сроки	Страна, где находится головной офис Сфера бизнеса Название местного партнера или дочерней компании
Издания (ежедневные, еженедельные, ежемесячные и т.д.)	Средний тираж	Среднее число отпечатанных экземпляров Тип издания

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Банки	Активы/Капитал	Прибыль/Убытки Кредиты Депозиты Резервы
Больницы	Количество коек	Специализация
Гостиницы	Количество номеров	Виды услуг Категория и тарифы
Зарубежные инвесторы	Обязательства/Сроки	Страна, где находится головной офис Сфера бизнеса Название местного партнера или дочерней компании
Издания (ежедневные, еженедельные, ежемесячные и т.д.)	Средний тираж	Среднее число отпечатанных экземпляров Тип издания

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Недвижимость (жилье)	Продажа и аренда домов и квартир	Типичные клиенты
Пенсионные фонды	Собственный капитал	Количество клиентов
Поставщики готового питания и напитков	Количество клиентов	Основные клиенты Основные обслуживаемые мероприятия Средняя цена на 1 человека
Профсоюзы	Количество членов	Отрасль Месячные взносы
Работодатели	Количество работников	Тип бизнеса Доходы от реализации Прибыль/Убытки
Радиостанции	Средняя аудитория слушателей	Целевая демографическая группа Территория вещания
Рекламные агентства	Совокупный оборот по счетам	Количество клиентов Основные клиенты
Розничная торговля	Доходы от реализации	Количество магазинов

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Недвижимость (жилье)	Продажа и аренда домов и квартир	Типичные клиенты
Пенсионные фонды	Собственный капитал	Количество клиентов
Поставщики готового питания и напитков	Количество клиентов	Основные клиенты Основные обслуживаемые мероприятия Средняя цена на 1 человека
Профсоюзы	Количество членов	Отрасль Месячные взносы
Работодатели	Количество работников	Тип бизнеса Доходы от реализации Прибыль/Убытки
Радиостанции	Средняя аудитория слушателей	Целевая демографическая группа Территория вещания
Рекламные агентства	Совокупный оборот по счетам	Количество клиентов Основные клиенты
Розничная торговля	Доходы от реализации	Количество магазинов

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Строительство	Доходы от реализации	Прибыль/Убытки Специализация
Телевизионные каналы	Средняя зрительская аудитория	Территория вещания
Телекоммуникационная связь	Количество пользователей	Количество линий
Типографии	Доходы от реализации	Прибыль/Убытки Специализация
Туристические агентства	Доходы от реализации	Специализация Основные направления
Учебные заведения (высшие и средние специальные учебные заведения, средние общеобразовательные школы)	Количество учащихся	Количество преподавателей Плата за обучение
Химические предприятия	Доходы от реализации	Прибыль/Убытки Специализация Доля экспорта

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

Списки лучших предприятий

Строительство	Доходы от реализации	Прибыль/Убытки Специализация
Телевизионные каналы	Средняя зрительская аудитория	Территория вещания
Телекоммуникационная связь	Количество пользователей	Количество линий
Типографии	Доходы от реализации	Прибыль/Убытки Специализация
Туристические агентства	Доходы от реализации	Специализация Основные направления
Учебные заведения (высшие и средние специальные учебные заведения, средние общеобразовательные школы)	Количество учащихся	Количество преподавателей Плата за обучение
Химические предприятия	Доходы от реализации	Прибыль/Убытки Специализация Доля экспорта

Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе, стр. 225-226

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Приложения/справочники/списки/календари

Привлечение рекламодателей справочниками и списками

Онлайн справочник жилья
Heelshousing.com

- Количество студенческих газет в США успешно включили справочники **жилья, ресторанов и баров** на своих сайтах.
- Ежедневная газета “The Daily Tar Heel” в университете Северной Каролины в Чапел-Хилл потратила деньги в 2009 году на развитие **онлайн справочника жилья, Heelshousing.com**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Приложения/справочники/списки/календари

Привлечение рекламодателей справочниками и списками

- Газета **«Вечерняя Москва»** выпустила (2012) путеводитель **«10 лучших мест Москвы для семейного отдыха»**.
- Эта книга - третья в книжной коллекции «Вечерней Москвы» **«ТОП-10»**. Уже изданы:
- «10 храмов Москвы, хранящих чудотворные святыни»
- «Бородино: 10 главных событий, посвященных празднованию 200-летия Бородинского сражения»
- К выходу в свет готовится издание «10 монастырей Москвы».

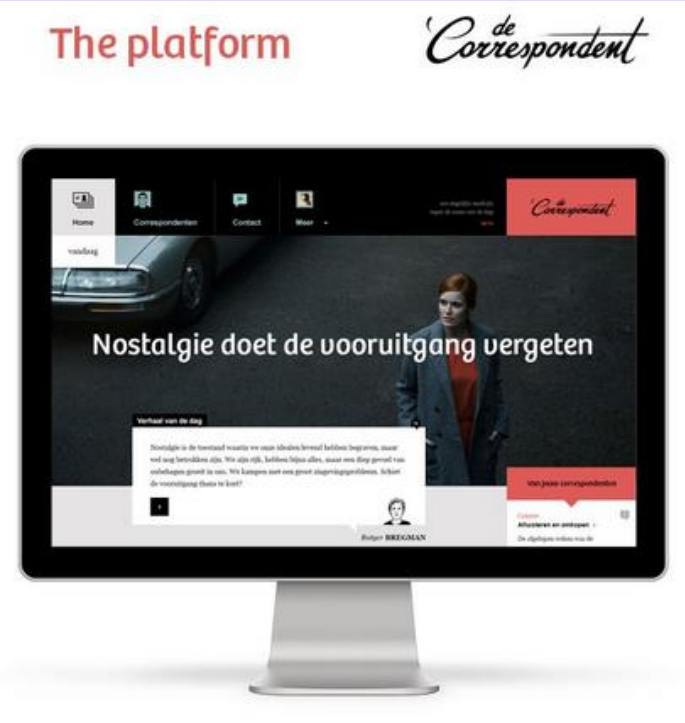
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Изменение редакционного содержания

Не "новости", а "новое"



- **“De Correspondent”** - онлайн-платформа журналистики на голландском языке
- Предлагает **фон, анализ, журналистские расследования и виды историй, которые, как правило, избегают радара традиционных медиа, потому что они не соответствуют тому, что обычно понимается как "новости".**
- Платформа запущена 30 сентября 2013 г., после приобретения **1,7 млн долларов на основе коллективного пожертвования**

medium.com/de-correspondent

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Изменение редакционного содержания

Плохие или хорошие новости?

- **“Авария на дороге I-90/39 оставляет военный автомобиль висеть на мосту”**
- Эта история привлекла наибольший трафик на GazetteXtra в 2013 г.
- **Читатели GazetteXtra (США) хотят плохие новости** - показывает статистика

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Изменение редакционного содержания

Плохие или хорошие новости?

- Ростовское онлайн-издание **«Городской репортер»** решило провести акцию «День хороших новостей» (1 дек. 2014 г.)
- В редакции брали новости, **исключая явные убийства и катастрофы**, и выносили в заголовок что-то позитивное

В результате «Городской репортер» в тот день **потерял две трети читателей** из-за хороших новостей.

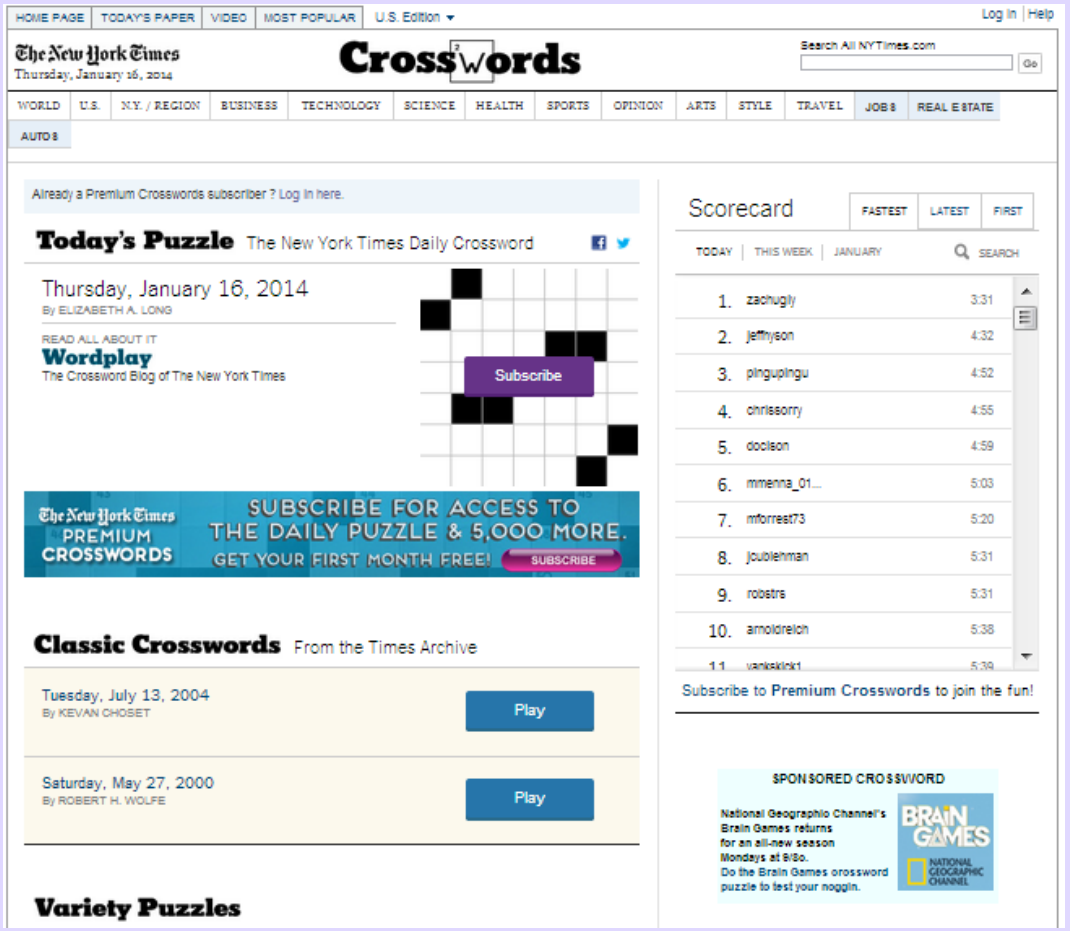
lifenews.ru
cityreporter.ru

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3. Редакционное содержание (печатное/цифровое)

❖ Специальные виды контента



- NYT планирует усовершенствовать свой сервис **кроссвордов**, а также разработать ещё несколько головоломок
- Над кроссвордами NYT ежедневно бьются около 60 000 человек
- Распространяются по подписке за $7 в месяц
- Позволяют газете зарабатывать дополнительные $3 млн в год

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

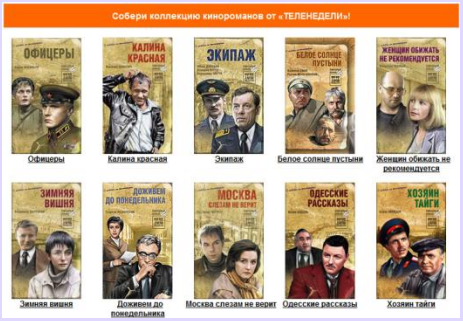
4. Другие продукты/услуги + бренд

❖ Дополнительные товары

Напр. книги, DVD-диски

КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА в Украине

Книжные коллекции помогли **увеличить тираж** «Комсомольской правды в Украине» **на 8%**



«КиноКнигоМания» **коллекция кинороманов** от журнала «Теленеделя»

Журнал «Лиза» выпускает **«Золотую библиотеку приключений»** 45 **романов**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

4. Другие продукты/услуги + бренд

❖ События

Примеры из 3 газет в США и Канаде:

Chattanooga Times Free Press

- **Банкеты, свадебные ярмарки, выставки для детей, выставка для женщин "Она"**
- **Гости - знаменистости**, расходы на которых окупаются высокой посещаемостью и суммами от спонсоров
- Выручка превышает $1 млн в год

Erie Times-News

- **"Rock Erie"** - фестиваль музыки

The Hamilton Spectator

- События "**Идите варить**": "развлечение желудка"
- Привлечение на кухню от 150 до 200 человек каждый месяц

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

4. Другие продукты/услуги + бренд

❖ События

Извлеченные уроки

- **Начните с того, что вы знаете.** Создавайте события/мероприятия вокруг зоны покрытия или темы, которая является частью жизни вашего сообщества и компетентности вашего персонала.

- Пусть ваши **лучшие журналисты выступают в роли хозяина мероприятия.**

- Как построить аудиторию и доходы с помощью мероприятий:

naa.org
ebyline.biz
kbridge.org

- ❑ Назначте разработчика плана события.
- ❑ Ищите спонсоров, чтобы заработать деньги.
- ❑ Сеть контактов является ключевой для привлечения посетителей.
- ❑ Обеспечте поддержку в редакции.
- ❑ Обеспечте незабываемые впечатления.

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

4. Другие продукты/услуги + бренд

❖ **Образование**

От цифровых рецептов до кулинарных курсов в реальной жизни в Styria Media Group: Ichkoche.at - портал для приготовления пищи

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

5. Другие источники

❖ Фандрайзинг/краудфандинг (коллективное пожертвование)

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

5. Другие источники

❖ **Модель членства**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

5. Другие источники

❖ Стена опроса

В Google запустили сервис опросов; площадки смогут зарабатывать денежное вознаграждение за проведение опросов.

FT.com FINANCIAL TIMES

Даже пионер платного доступа “FT.com” использует стену опроса Google, чтобы получить дополнительный доход.

THE TEXAS TRIBUNE

ADWEEK

“The Texas Tribune” и “Adweek” используют стену опроса Google как дополнительный источник дохода.

reklamaster.com
themediabriefing.com
journalism.co.uk

© Татьяна Репкова 2001-2015

3.

Кейс местной газеты Hallingdølen в Норвегии

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

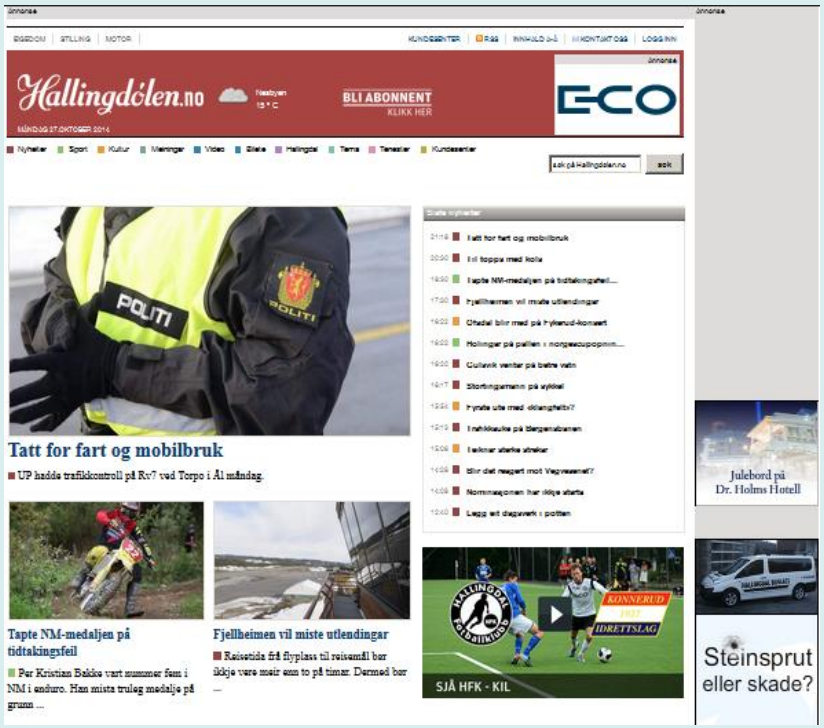
Hallingdølen.no

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Одна подписка – 4 платформы

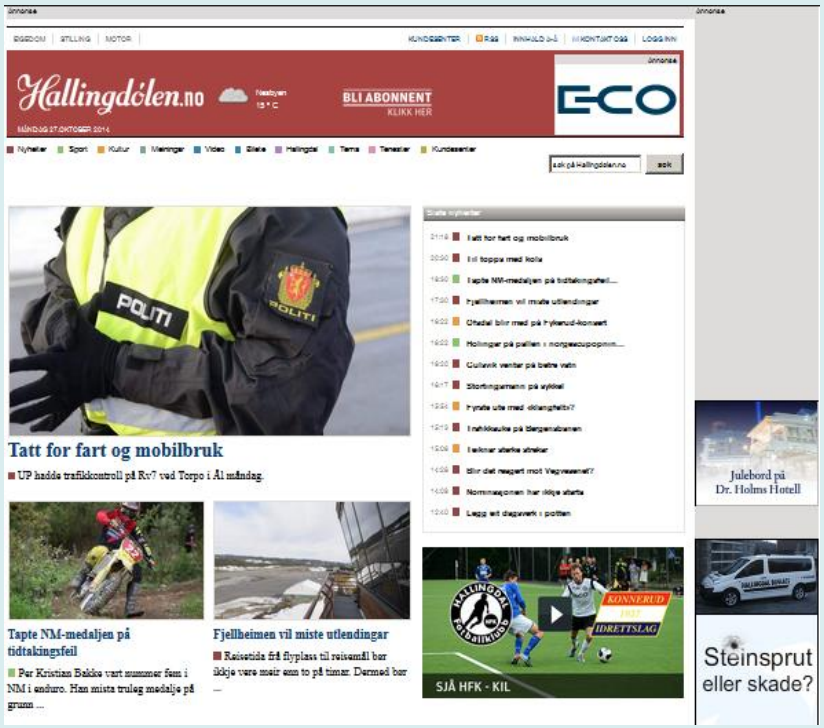


© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Одна подписка – 4 платформы



В 2011 году местная газета Hallingdølen запустила первую стену платного доступа в Норвегии.

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Лучшая местная газета Норвегии

(2013, в третий раз за 7 лет)

Население долины Халлингдал: ≈ 20 000
Напечатаные экземпляры: 9320 (конец 2013 года)
Периодичность: 3 раза в неделю
Формат: Половинный нордический, сшитые экземпляры
Владелец: 40 местных акционеров в долине Hallingdal
Технологическое решение: Saxotech для создания новостей с разным содержанием от одной системы

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Одна подписка – 4 платформы

- Контент одинаковый на всех платформах (кроме видео)

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Одна подписка – 4 платформы

- Контент одинаковый на всех платформах (кроме видео)
- Подписаться и получить доступ ко всем платформам, или не подписаться и ничего не получить

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Одна подписка – 4 платформы

- Контент одинаковый на всех платформах (кроме видео)
- Подписаться и получить доступ ко всем платформам, или не подписаться и ничего не получить
- Стена платного доступа только дает доступ к главной странице, а подписка - к всем 4 платформам:
  - на бумаге
  - веб (веб-сайт и цифровая газета на сайте)
  - планшеты
  - смартфоны

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Другие источники доходов

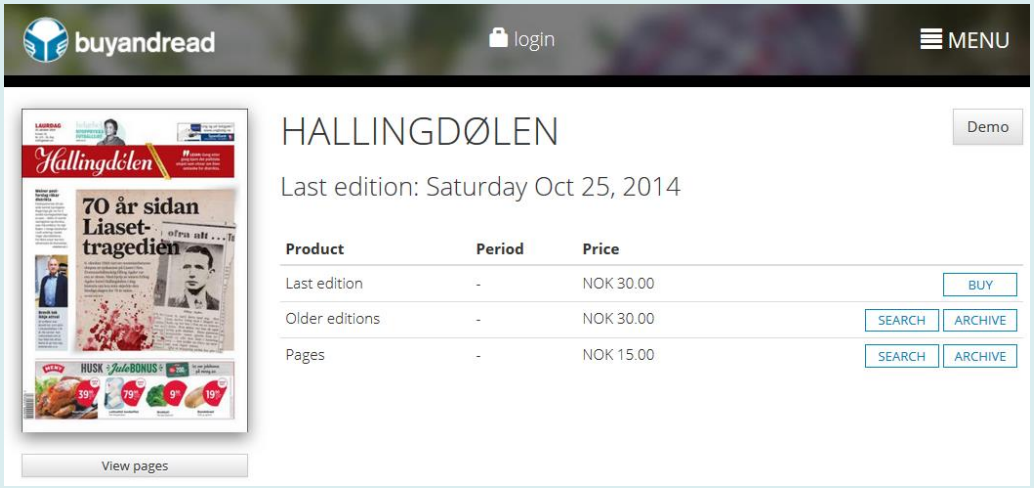
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Другие источники доходов

- Продажа отдельных экземпляров газеты (PDF) …



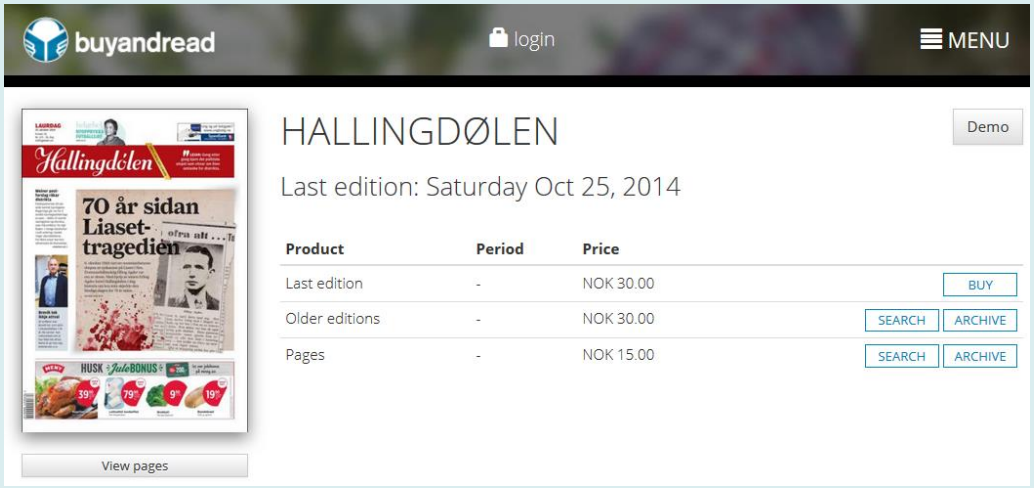
© Татьяна Репкова 2001-2015

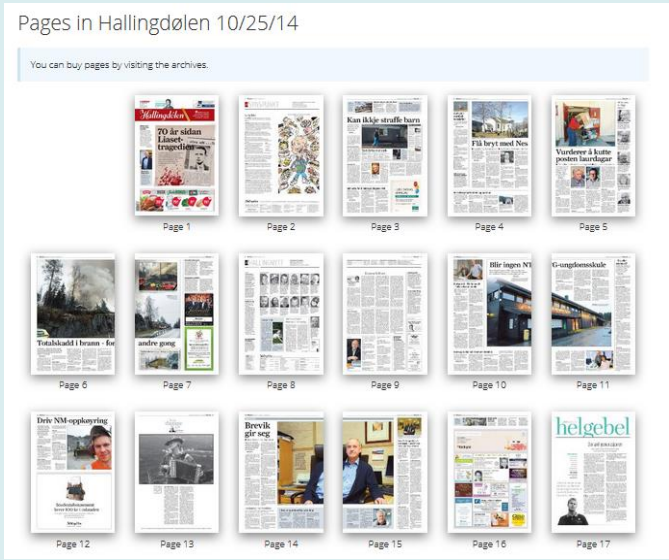
Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Другие источники доходов

- Продажа отдельных экземпляров газеты (PDF) … или одной страницы (PDF), через газетный киоск:





buyandread.com

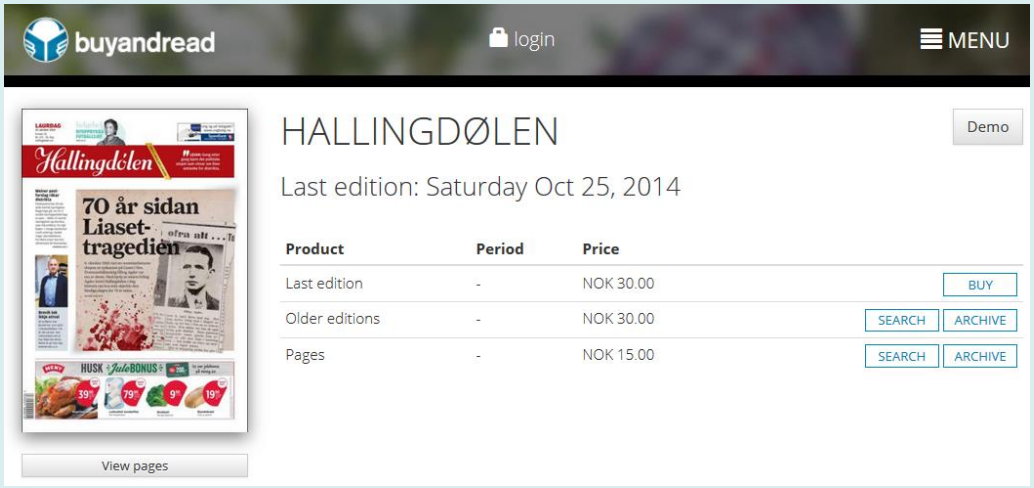
© Татьяна Репкова 2001-2015

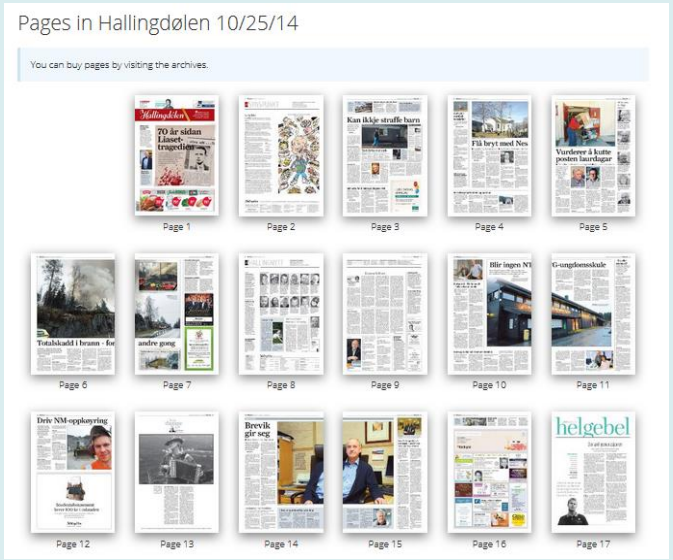
Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Другие источники доходов

- Продажа отдельных экземпляров газеты (PDF) … или одной страницы (PDF), через газетный киоск:





- Видео-реклама - и - сочетание видео-рекламы и бумажных объявлений (тестирование)

buyandread.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Тенденции и результаты (2013):

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Тенденции и результаты (2013):

- **Тираж:** -1,4% за последние два года (Норвегия: минус 7-8% за последние два года)

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Тенденции и результаты (2013):

- **Тираж:** -1,4% за последние два года (Норвегия: минус 7-8% за последние два года)
- **Трафик:** близким к уровням до реализации платного доступа

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Тенденции и результаты (2013):

- **Тираж:** -1,4% за последние два года (Норвегия: минус 7-8% за последние два года)
- **Трафик:** близким к уровням до реализации платного доступа
- > **абонентов**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Тенденции и результаты (2013):

- **Тираж:** -1,4% за последние два года (Норвегия: минус 7-8% за последние два года)
- **Трафик:** близким к уровням до реализации платного доступа
- > **абонентов**
- > **просмотров страниц**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Тенденции и результаты (2013):

- **Тираж:** -1,4% за последние два года (Норвегия: минус 7-8% за последние два года)
- **Трафик:** близким к уровням до реализации платного доступа
- > **абонентов**
- > **просмотров страниц**
- Отдельные **пользователи** остаются на сайте дольше и просматривают больше контента сайта

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Тенденции и результаты (2013):

- **Тираж:** -1,4% за последние два года (Норвегия: минус 7-8% за последние два года)
- **Трафик:** близким к уровням до реализации платного доступа
- > **абонентов**
- > **просмотров страниц**
- Отдельные **пользователи** остаются на сайте дольше и просматривают больше контента сайта
- > **рекламодателей**

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Тенденции и результаты (2013):

- **Тираж:** -1,4% за последние два года (Норвегия: минус 7-8% за последние два года)
- **Трафик:** близким к уровням до реализации платного доступа
- > **абонентов**
- > **просмотров страниц**
- Отдельные **пользователи** остаются на сайте дольше и просматривают больше контента сайта
- > **рекламодателей**
- **Доходы** выше, **прибыль** упала, но:
- **Надбавки** для каждого сотрудника газеты NOK 20 000 (USD 3300) в 2013 г.

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Бярн Тормодзгард
Главный редактор

«Мужчины, женщины, дети, молодежь, пожилые люди и иммигранты. Они все - часть газеты».

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Бярн Тормодзгард
Главный редактор

«Мужчины, женщины, дети, молодежь, пожилые люди и иммигранты. Они все - часть газеты».

«Мы всегда ищем повседневные истории. Мы должны сделать наших читателей видимыми и поднять их во всех аспектах жизни».

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Бярн Тормодзгард
Главный редактор

«Мужчины, женщины, дети, молодежь, пожилые люди и иммигранты. Они все - часть газеты».

«Мы всегда ищем повседневные истории. Мы должны сделать наших читателей видимыми и поднять их во всех аспектах жизни».

«В практической журналистике это означает, что мы пишем о людях, которых читатели знают или с которыми они могут идентифицироваться».

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Hallingdølen.no

Бярн Тормодзгард
Главный редактор

«Мы начали видеопроект в ноябре 2011 года».

«С тех пор журналисты сделали более 600 видео: от 15 секунд до 90 минут, но в основном от 45 до 90 секунд».

«Все журналисты пишут, фотографируют и делают видео».

9 журналистов, 1 фотограф,
2 дизайнера

© Татьяна Репкова 2001-2015

4.

Помагать обществу –
не достаточно для журналистики

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

«Помагать обществу – не достаточно для журналистики.»

niemanlab.org
amazon.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

«Помагать обществу – не достаточно для журналистики.»

Чтобы общество занималось общественной жизнью
(= фундаментальным назначением журналистики):

niemanlab.org
amazon.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

«Помагать обществу – не достаточно для журналистики.»

Чтобы общество занималось общественной жизнью (= фундаментальным назначением журналистики):

1. Общество должно быть **создано**
2. Надо **способствовать его развитию**
3. Обществу надо получить **голос**

niemanlab.org
amazon.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

«Помагать обществу – не достаточно для журналистики.»

Дэн Кеннеди
профессор
Северо-Восточный университет
США

Чтобы общество занималось общественной жизнью
(= фундаментальным назначением журналистики):

1. Общество должно быть **создано**
2. Надо **способствовать его развитию**
3. Обществу надо получить **голос**

niemanlab.org
amazon.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

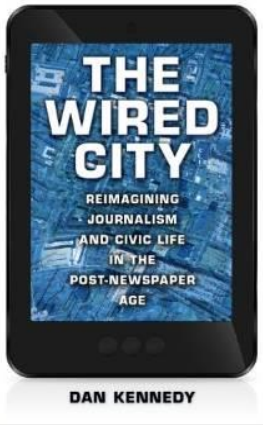
Новые бизнес-модели в медиа

«Помагать обществу – не достаточно для журналистики.»

Чтобы общество занималось общественной жизнью (= фундаментальным назначением журналистики):

1. Общество должно быть **создано**
2. Надо **способствовать его развитию**
3. Обществу надо получить **голос**

Дэн Кеннеди
профессор Северо-Восточный университет США



Высокотехнологичный город: Переосмысление журналистики и общественной жизни в пост-газетную эпоху

niemanlab.org
amazon.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Примеры для изучения:

1) **Разработка стратегий контента** на основе ключевых интересов в сообществе (США)
2) **Колонки от первого лица**, написанные членами сообщества (США)
3) Читатели и участники сообщества **голосуют о местных предприятиях** (США)
4) Как **тульская «Слобода»** стала самой успешной городской газетой в стране (Россия)

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

1) Разработка стратегий контента на основе ключевых интересов в сообществе

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

1) Разработка стратегий контента на основе ключевых интересов в сообществе

SWIFT COMMUNICATIONS

Роберт Браун
президент

editorandpublisher.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

1) Разработка стратегий контента на основе ключевых интересов в сообществе

Роберт Браун
президент

- В 2010 г. ежедневная газета рассматривала сокращение дней издания

editorandpublisher.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

1) Разработка стратегий контента на основе ключевых интересов в сообществе

Роберт Браун
президент

- В 2010 г. ежедневная газета рассматривала сокращение дней издания
- Персонал анализировал рентабельность по дням

editorandpublisher.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

1) Разработка стратегий контента на основе ключевых интересов в сообществе

Роберт Браун
президент

- В 2010 г. ежедневная газета рассматривала сокращение дней издания
- Персонал анализировал рентабельность по дням
- Понедельник и вторник – убыточные

editorandpublisher.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

1) Разработка стратегий контента на основе ключевых интересов в сообществе

Роберт Браун
президент

- В 2010 г. ежедневная газета рассматривала сокращение дней издания
- Персонал анализировал рентабельность по дням
- Понедельник и вторник – убыточные
- Вместо сокращения издания в те дни – разработка стратегии контента на основе ключевых интересов в обществе:

editorandpublisher.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

- Местный бизнес - **понедельник**
- Здоровье и велнэс - **вторник**
- Из фермы до стола - **среда**
- Развлечение и образ жизни - **четверг и пятница**
- Образование - **суббота**
- Местные новости - **воскресенье**

Каждый день газетный дизайн и контент (на странице 1) с акцентом конкретной темы

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2 года спустя:

editorandpublisher.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2 года спустя:

- **Понедельник** и **вторник** стали **вторым** и **третим** лучшим днем в неделю

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2 года спустя:

- **Понедельник** и **вторник** стали **вторым** и **третим** лучшим днем в неделю
- Все остальные дни публикации увеличили количество читателей и прибыль

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вопрос для редакторов/издателей:

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вопрос для редакторов/издателей:

Какова ваша стратегия контента?

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вопрос для редакторов/издателей:

Какова ваша стратегия контента?

Если надо более одной страницы, чтобы ее описать,
то, скорее всего,
предстоит подготовить **новую стратегию контента**.

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2) Колонки от первого лица, написанные членами сообщества

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2) Колонки от первого лица, написанные членами сообщества

Ежедневная газета «Мир Wenatchee»

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2) Колонки от первого лица, написанные членами сообщества

Ежедневная газета «Мир Wenatchee»

Формулировка миссии

«Привлечь, информировать и вдохновлять наши сообщества в северно-центральном Вашингтоне».

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

2) Колонки от первого лица, написанные членами сообщества

Ежедневная газета «Мир Wenatchee»

Формулировка миссии

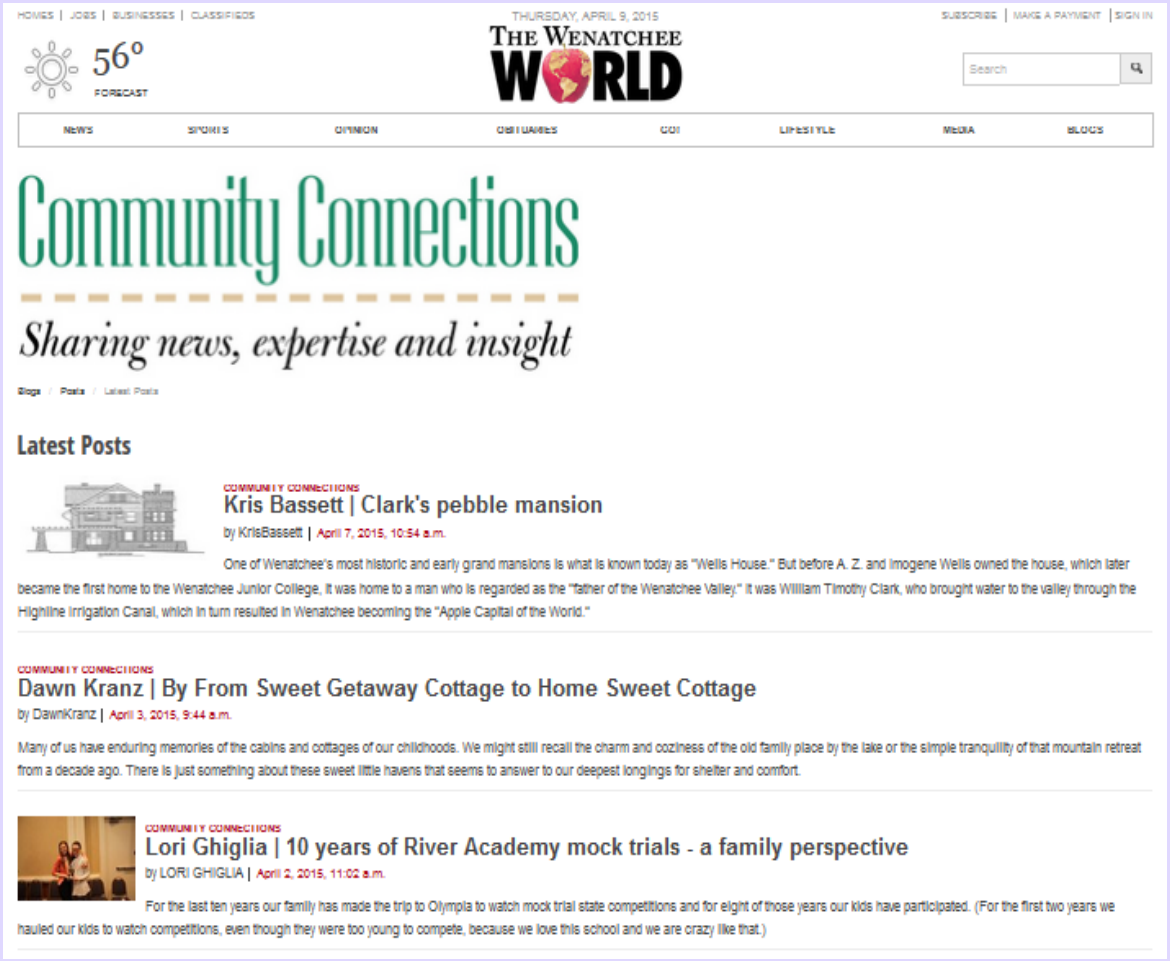
«Привлечь, информировать и вдохновлять наши сообщества в северно-центральном Вашингтоне».

Тираж:
18 000 понедельник-суббота
20 000 воскресенье

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Страницы «Подключение сообщества» появляются пару раз в неделю в печати и онлайн:



© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

1) **Колонки от первого лица**

- Пишет основная группа 36 человек
- С 6 до 8 новых пишущих каждую неделю
- О темах, которыми увлекаются:
  - образование и технологии
  - преодоление культурного разрыва
  - решения бездомности
  - профилактика самоубийств
  - восстановление от наркомании
  - руководство и экономическое развитие

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

THE WENATCHEE WORLD

1) Колонки от первого лица

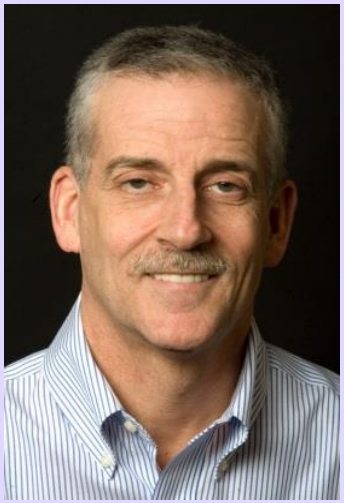
- Пишет основная группа 36 человек
- С 6 до 8 новых пишущих каждую неделю
- О темах, которыми увлекаются:
  - образование и технологии
  - преодоление культурного разрыва
  - решения бездомности
  - профилактика самоубийств
  - восстановление от наркомании
  - руководство и экономическое развитие

2) Профили

- Формат вопрос-ответ
- Создают местные некоммерческие организации с их точки зрения:
  - молодые латиноамериканские лидеры
  - высоко эффективные учители
  - кто обеспечивает уникальное понимание сообщества

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа



Руфус Вудс
издатель

***«Колонки от первого лица вытесняют статьи из новостных агентств**, которые являются менее актуальными для многих местных читателей.*

Я провожу много времени над этим, думая о вещах, которые мы не освещаем, но которые актуальны и интересны для сообщества».

© Татьяна Репкова 2001-2015

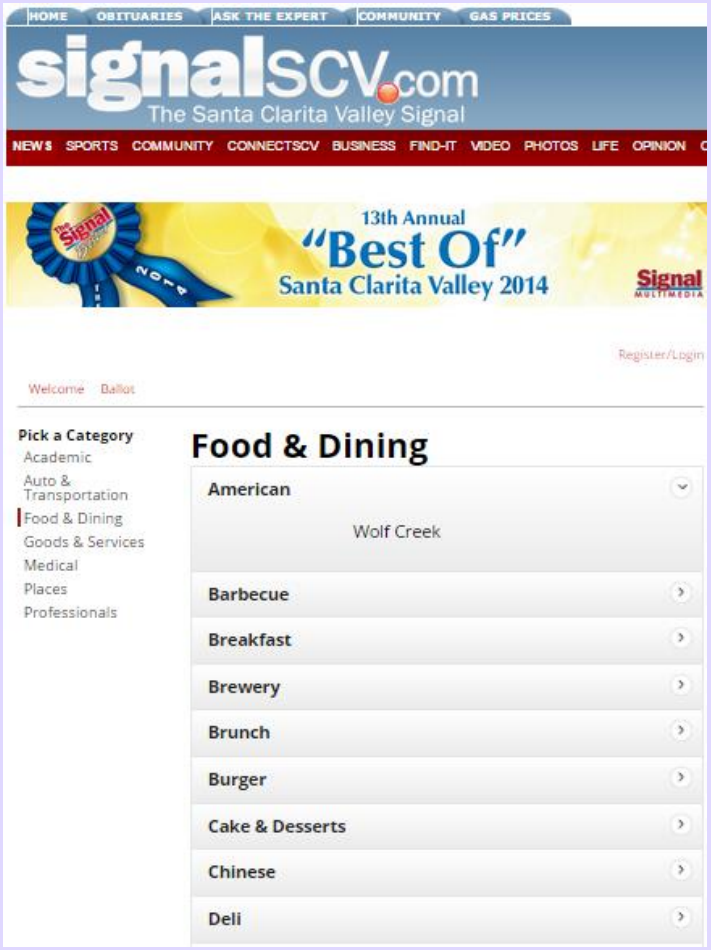
Новые бизнес-модели в медиа

3) Читатели и участники сообщества голосуют о местных предприятиях

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

3) Читатели и участники сообщества голосуют о местных предприятиях



- Газета «Сигнал Санта Кларита Вели, Калифорния»
- Конкурс «Лучшее предприятие в Санта Кларита Вели»
- 13-й раз в 2014 г.
- Выручка: $ 86 000

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

- Более 1000 номинированных предприятий каждый год

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

- Более 1000 номинированных предприятий каждый год
- 180 000 читателей и участников сообщества голосовали (население Санта Кларита - город: 209 000)

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

- Более 1000 номинированных предприятий каждый год
- 180 000 читателей и участников сообщества голосовали (население Санта Кларита - город: 209 000)
- Большинство конкурса проводится в Интернете, а большинство выручки поступает непосредственно из печати

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

- Более 1000 номинированных предприятий каждый год
- 180 000 читателей и участников сообщества голосовали (население Санта Кларита - город: 209 000)
- Большинство конкурса проводится в Интернете, а большинство выручки поступает непосредственно из печати
- Дополнительные доходы от продажи объявлений «Спасибо» (благодарность сообществу) от финалистов и победителей (1/8 - 1/1 страницы)

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

- Более 1000 номинированных предприятий каждый год
- 180 000 читателей и участников сообщества голосовали (население Санта Кларита - город: 209 000)
- Большинство конкурса проводится в Интернете, а большинство выручки поступает непосредственно из печати
- Дополнительные доходы от продажи объявлений «Спасибо» (благодарность сообществу) от финалистов и победителей (1/8 - 1/1 страницы)
- Список с именами всех победителей доступный онлайн в течение года

© Татьяна Репкова 2001-2015

4) Как тульская «Слобода» стала самой успешной городской газетой в стране

по доходу на экземпляр и плотности аудитории

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

4) Как тульская «Слобода» стала самой успешной городской газетой в стране

по доходу на экземпляр и плотности аудитории

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

4) Как тульская «Слобода» стала самой успешной городской газетой в стране

по доходу на экземпляр и плотности аудитории

- Еженедельник, нехарактерный для русской глубинки, продаёт франшизу и привлек глобального инвестора
- Основан в 1994 г.
- В 90-х таких слов, как сообщество, община или комьюнити, в Туле не использовали

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вера Кирюнина
основатель

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вера Кирюнина
основатель

«Людям нравится, когда их мнение считают важным. Все хотят „минуты славы“. У каждого свои победы: кто-то борщ вкусный варит, кто-то красиво крестиком вышивает. Про себя интереснее читать, чем про войну в Сирии».

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вера Кирюнина
основатель

«Людям нравится, когда их мнение считают важным. Все хотят „минуты славы“. У каждого свои победы: кто-то борщ вкусный варит, кто-то красиво крестиком вышивает. Про себя интереснее читать, чем про войну в Сирии».

- Каждую неделю полоса с портретами детей

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вера Кирюнина
основатель

«Людям нравится, когда их мнение считают важным. Все хотят „минуты славы“. У каждого свои победы: кто-то борщ вкусный варит, кто-то красиво крестиком вышивает. Про себя интереснее читать, чем про войну в Сирии».

- Каждую неделю полоса с портретами детей
- Каждый июнь номер с фото выпускников областных школ: « … сами ездим по школам и фотографируем».

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Современное издание

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

СЕМЕЙНАЯ ГАЗЕТА РОДНОГО ГОРОДА

СЛОБОДА

№14

Не платят зарплату?

МЫ НАУЧИМ ВАС, КАК ЕЁ ВЫБИТЬ

Подробности на с. 29

Отдай долг!

Верните нашу зарплату!

В Ефремовском районе деревня оторвана от «большой земли»

Готовимся к Пасхе. Как правильно выбрать кулич

Алексинец 68 раза ударил ножом обидчика сожительницы

«Арсенал» – «Торпедо»: поражение канониров и драка фанатов

ХИМЧИСТКА-ПРАЧЕЧНАЯ ЕВРОПЕЙСКОГО УРОВНЯ ЕВРОХИМЧИСТКА

(1872) 28-25-20 www.euro-clean.su

10 с вами лет!

Современное издание

СЛОБОДА

СЕМЕЙНАЯ ГАЗЕТА РОДНОГО ГОРОДА

АВТО СЕРВИС

25 ПОСТОВ,

Время продажи алкоголя сократили еще на два часа с. 8

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Современное издание

В чем разница?

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

СЕМЕЙНАЯ ГАЗЕТА РОДНОГО ГОРОДА

СЛОБОДА

№14

Как попасть к губернатору на обед? с. 19

Тулагоргаз: Как не быть обманутым при установке газовых счётчиков с. 17

Где выгуливать питомца, чтобы вас не оштрафовали за его «кучку» с. 14

Не платят зарплату?

МЫ НАУЧИМ ВАС, КАК ЕЁ ВЫБИТЬ

Подробности на с. 29

Отдай долг! Верните нашу зарплату!

В Ефремовском районе деревня оторвана от «большой земли» с. 21

Готовимся к Пасхе. Как правильно выбрать кулич с. 8

Алексинец 68 раза ударил ножом обидчика сожительницы с. 20

«Арсенал» – «Торпедо»: поражение канониров и драка фанатов с. 24

ХИМЧИСТКА-ПРАЧЕЧНАЯ ЕВРОПЕЙСКОГО УРОВНЯ ЕВРОХИМЧИСТКА (1872) 28-25-20 www.euro-clean.su 10 лет с вами!

№3 (945), 16 ЯНВАРЯ 2013 Г. WWW.MYSLO.RU

СЛОБОДА Тула

АВТО СЕРВИС 25 ПОСТОВ,

СЕМЕЙНАЯ ГАЗЕТА РОДНОГО ГОРОДА

Время продажи алкоголя сократили еще на два часа с. 8

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Лица.

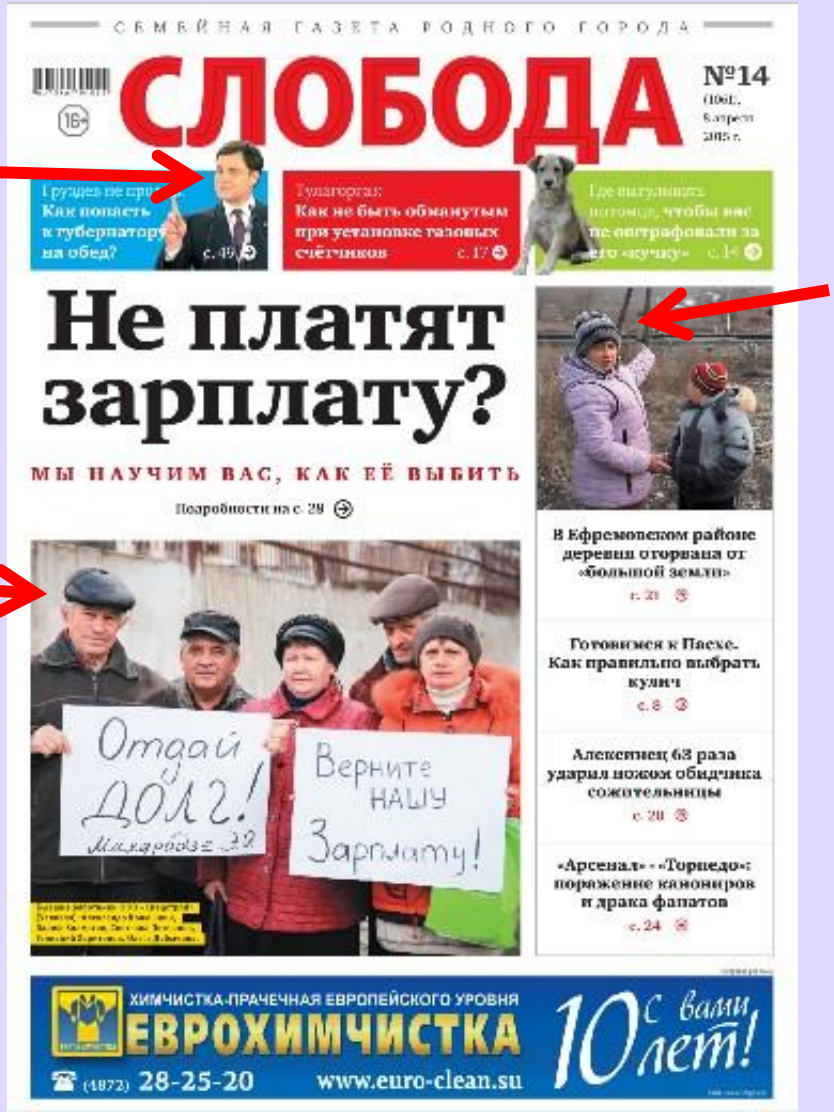
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Лица.
Случайно?

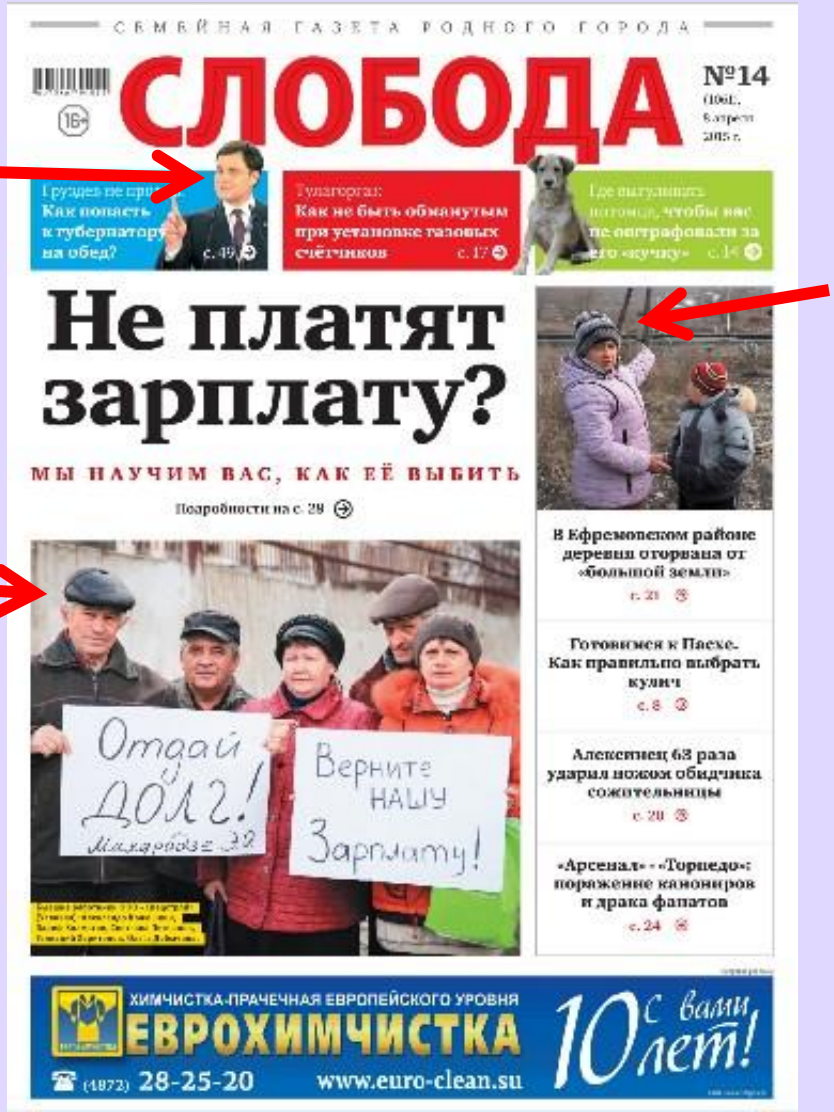
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа



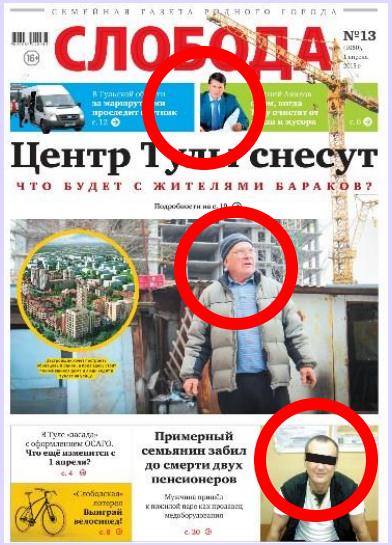
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа



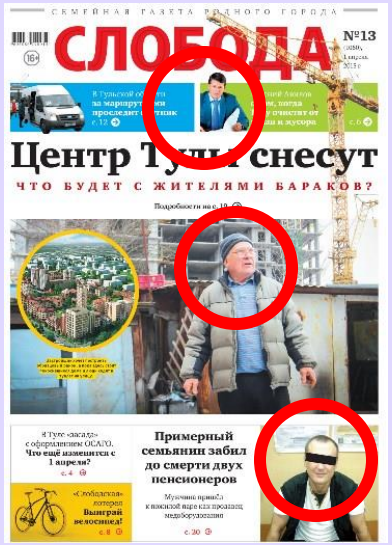
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа



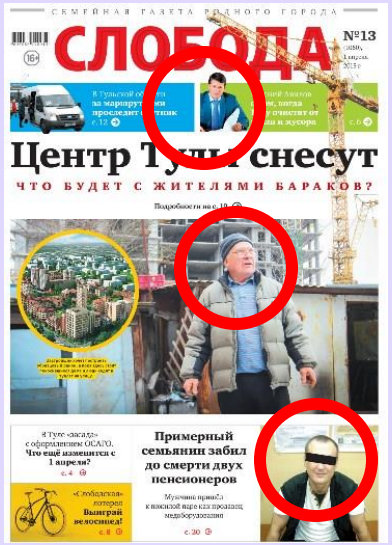
© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа



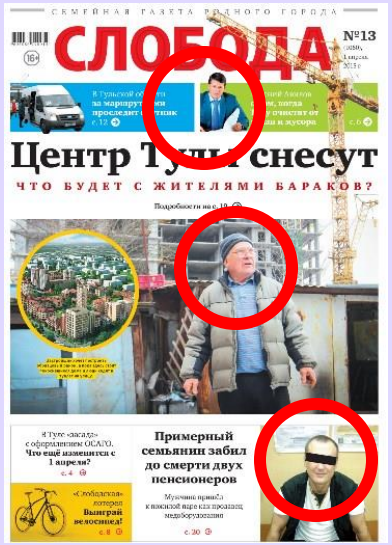
© Татьяна Репкова 2001-2015

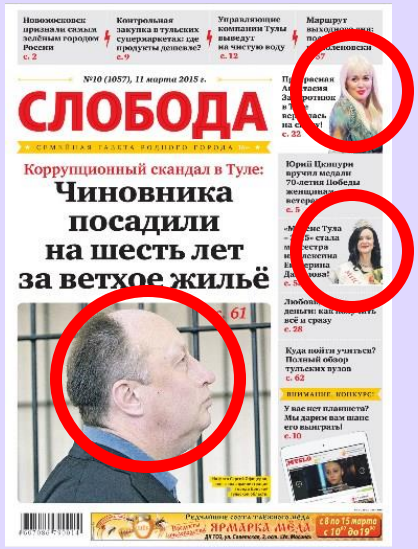
Новые бизнес-модели в медиа



© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

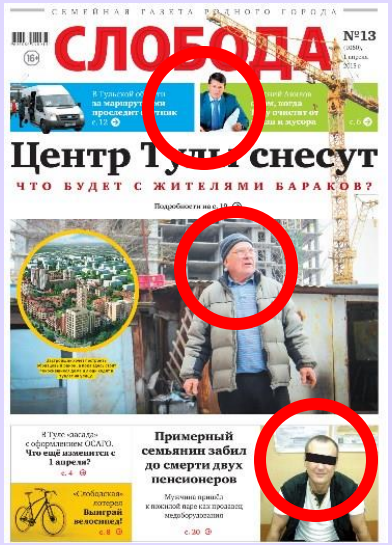


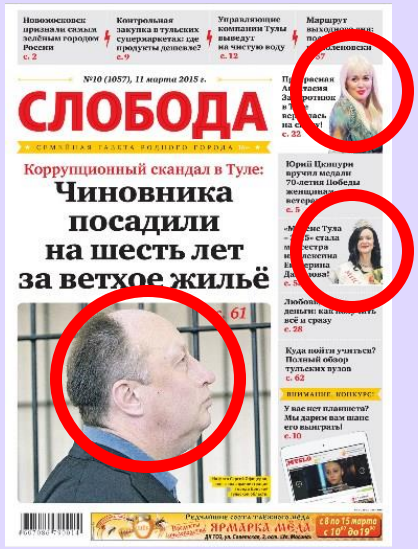


myslo.ru

© Татьяна Репкова 2001-2015

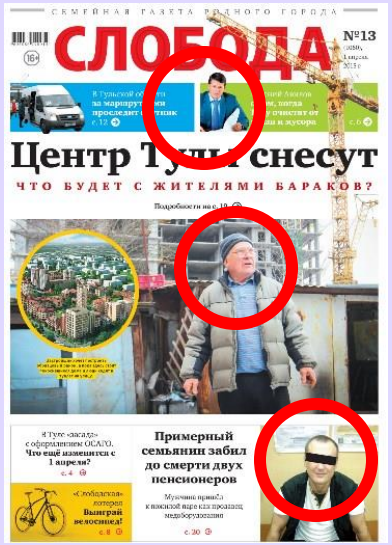
Новые бизнес-модели в медиа

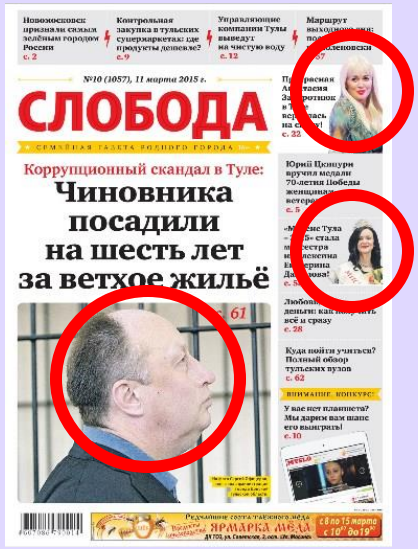


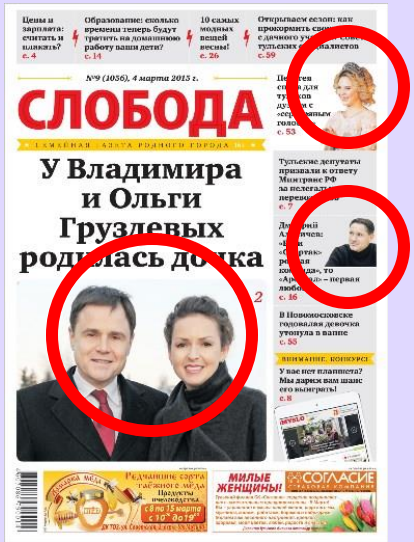


© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа







© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

- Еженедельник зарабатывает 175 млн рублей (2013 г.)
- *«Тираж 80 000 экземпляров, плюя на упадок прессы, увеличивается, хотя для области с населением 1,5 млн человек этот показатель и без того высок».*

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

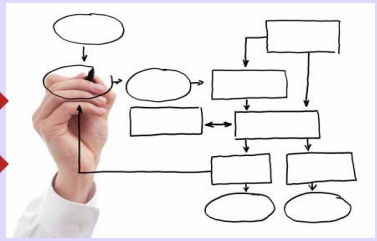
Освещай людей,
а не процесс

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

Освещай людей,
а не процесс

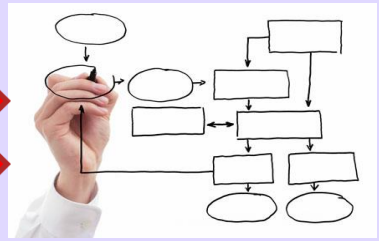


© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

Освещай людей,
а не процесс



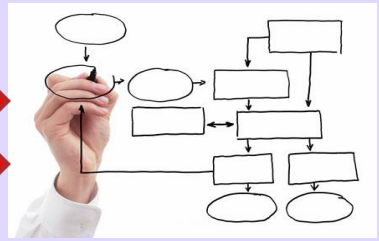
Смотри вперед,
а не назад

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

Освещай людей,
а не процесс



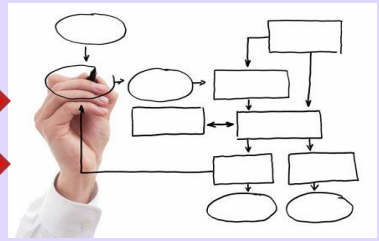
Смотри вперед,
а не назад

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

Освещай людей,
а не процесс



Смотри вперед,
а не назад

Покажи, не говори

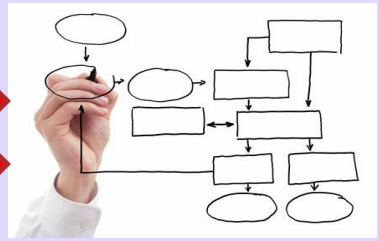
Alan D. Mutter, newsosaur.blogspot.de

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги I.

Будь местным,
а не глобальным

Освещай людей,
а не процесс



Смотри вперед,
а не назад

Покажи, не говори

Alan D. Mutter, newsosaur.blogspot.de

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги II.

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги II.

1) Ценьте сообщество больше, чем просто аудиторию

newreporter.org, blog.wan-ifra.org, localnewslab.org, editorandpublisher.com, stevebuttry.wordpress.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги II.

1) Ценьте сообщество больше, чем просто аудиторию

2) Примите, что журналисты – часть сообщества, а не его владельцы

newreporter.org, blog.wan-ifra.org, localnewslab.org, editorandpublisher.com, stevebuttry.wordpress.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги II.

1) Ценьте сообщество больше, чем просто аудиторию

2) Примите, что журналисты – часть сообщества, а не его владельцы

3) Создавайте журналистику с сообществом, а не для него

newreporter.org, blog.wan-ifra.org, localnewslab.org, editorandpublisher.com, stevebuttry.wordpress.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги II.

1) Ценьте сообщество больше, чем просто аудиторию

2) Примите, что журналисты – часть сообщества, а не его владельцы

3) Создавайте журналистику с сообществом, а не для него

4) Убедите людей, которые на самом деле живут в обществе, чтобы они делали журналистику

newreporter.org, blog.wan-ifra.org, localnewslab.org, editorandpublisher.com, stevebuttry.wordpress.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги II.

1) Ценьте сообщество больше, чем просто аудиторию
2) Примите, что журналисты – часть сообщества, а не его владельцы
3) Создавайте журналистику с сообществом, а не для него
4) Убедите людей, которые на самом деле живут в обществе, чтобы они делали журналистику
5) Нанимайте и работайте так, чтобы отражать разнообразие вашего сообщества

newreporter.org, blog.wan-ifra.org, localnewslab.org, editorandpublisher.com, stevebuttry.wordpress.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Подводя итоги II.

1) Ценьте сообщество больше, чем просто аудиторию

2) Примите, что журналисты – часть сообщества, а не его владельцы

3) Создавайте журналистику с сообществом, а не для него

4) Убедите людей, которые на самом деле живут в обществе, чтобы они делали журналистику

5) Нанимайте и работайте так, чтобы отражать разнообразие вашего сообщества

newreporter.org, blog.wan-ifra.org, localnewslab.org, editorandpublisher.com, stevebuttry.wordpress.com

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Вовлеченность сообщества – это хороший бизнес

© Татьяна Репкова 2001-2015

Новые бизнес-модели в медиа

Подводя итоги III.

«Главное - контент, остальное вторично».

Медиа-аналитик **Кен Доктор** о будущем СМИ в цифровую эпоху

«Если вы не готовы, вы оставили позади».

Раджу Нарисетти, старший вице-президент по стратегии, News Corp, в своей статье 'Топ 9 задач, стоящих перед журналистикой'

lenta.ru
pbs.org

© Татьяна Репкова 2001-2015

Спасибо за внимание!

Татьяна Репкова
учредитель
КЛУБ МЕДИА-МЕНЕДЖЕРОВ
Вместе мы знаем больше

mediamanagersclub.org
trepkova@mediamanagersclub.org
Twitter @trepkova

Find us on facebook

facebook.com/mediamanagersclub

facebook.com/groups/mediamanagersclub.RUS

facebook.com/groups/mediamanagersclub.HOWTOIDEAS

© Татьяна Репкова 2001-2015