

# ДЕНЬ ІННОВАЦІЙ У МЕДІА

*14 квітня в Києві відбулася конференція «День інновацій у медіа». Організатори - Українська Асоціація Видавців (УАВПП) у партнерстві зі Спільною програмою Європейського Союзу та Ради Європи «Зміцнення інформаційного суспільства в Україні».*

## 3 виступів на конференції:

*Тетяна Рєпкова, Media Managers Club, Париж*

Зараз для журналістики недостатньо просто допомагати суспільству. Я обрала 4 приклади успішних ЗМІ (3 з США і 1 з Російської Федерації).

### Приклад 1

Розробка стратегій контенту на основі ключових інтересів суспільства. Одна американська щоденна газета терпіла збитки. З'ясувалося, що збиткові дні – це саме понеділок і вівторок. Тому редакція вирішила кожен день друкувати на першій сторінці чому присвячений випуск. І це допомогло зробити понеділок і вівторок найприбутковішими днями тижня. Однак, слід зазначити, що Ваша стратегія змісту не повинна перевищувати одну сторінку.

### Приклад 2

Газета the Wenatchee world, в якій колонки від першої особи написані не журналістами, а членами місцевої спільноти. Також там є профілі в форматі запитання – відповідь, що готуються місцевими неприбутковими організаціями.

### Приклад 3

Газета signalscv.com щорічно проводить конкурс підприємств, в якому голосують читачі і місцеві жителі. Незважаючи на те, що голосування проходить в Інтернеті, більша частина виручки надходить від реклами у друкованому ЗМІ і листів вдячності від компаній-переможців.

### Приклад 4

Газета «Тульская Слобода», що вважається найуспішнішою міською газетою в Росії. На обкладинці завжди багато облич. Про себе людям цікавіше читати, ніж про війну в Сирії.

## Висновки для ЗМІ

- 1) будьте місцевими, а не глобальними;
- 2) пишіть про людей, а не про процес;
- 3) дивіться вперед, а не назад;
- 4) показуйте, а не розповідайте.

Журналісти – частина суспільства, а не його власники. Створюйте журналістику разом з суспільством, а не для нього.

*Підготувала до друку Мар'яна Лилик*