



# ТРЕНДЫ, МЕНЯЮЩИЕ НАС СЕГОДНЯ: НАСТРОЕНИЯ, ТЕХНОЛОГИИ, ПОТРЕБЛЕНИЕ

---

Паутова Лариса  
Управляющий директор Фонда «Общественное мнение» (ФОМ)

Тренды-2017. Трансформация

14 сентября, 2017 г., Омск



25 ЛЕТ С ТЕМИ, КТО  
ДЕЛАЕТ МИР ЛУЧШЕ!

## ДВОЙСТВЕННОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ



Движение к цифровой экономике  
Многомерность  
Запрос на перемены  
Привычка потреблять



«Усталость» российской экономики  
Мобилизация большинства  
Страх потерять стабильность  
Необходимость экономить

# ТРЕНДЫ, особенно влияющие на нас сегодня



**Социальные**



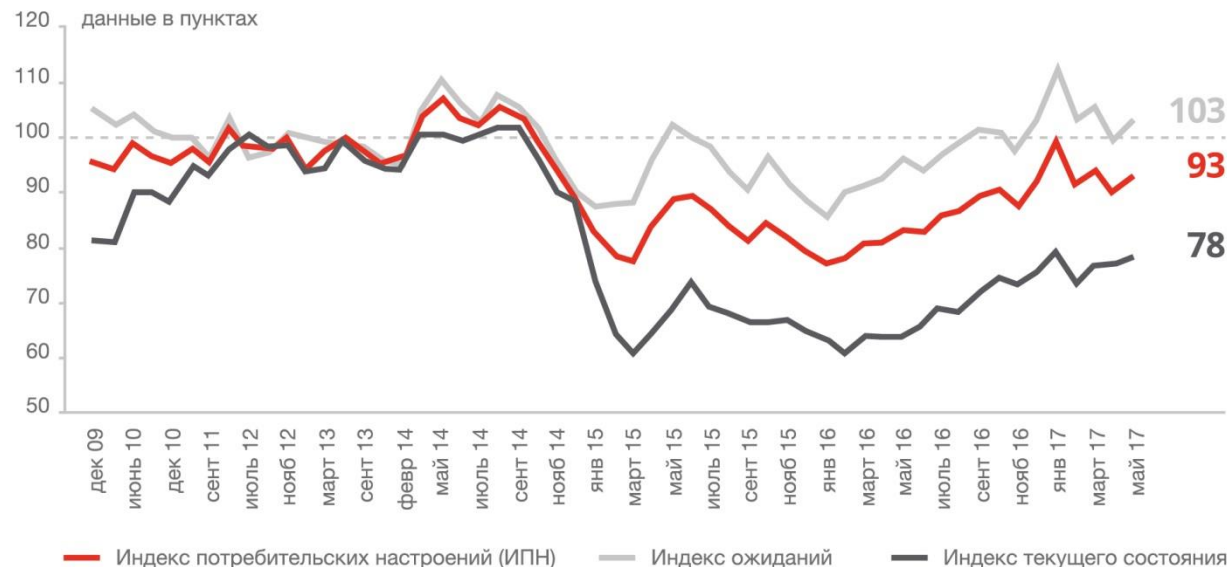
**Технологические**



**Потребительские**

## Индекс потребительских настроений

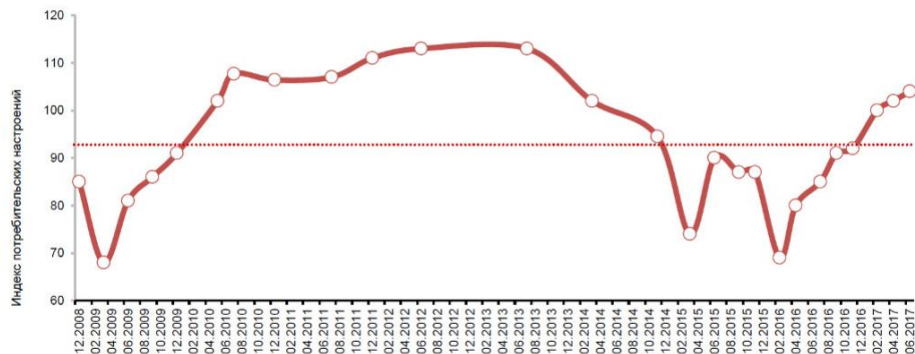
Потребительские настроения и ожидания россиян резко «просели» в конце 2014 – начале 2015 года. Начиная с марта прошлого года они постепенно восстанавливаются, но в 2017 году из «отрицательной» зоны вышли только ожидания. Они существенно выше текущих оценок – люди по-прежнему полны надежд на улучшение ситуации в обозримом будущем.



## «Осторожный оптимизм и холодный прагматизм». GfK-RUS

- «Индекс настроений держится в позитивной зоне уже второй квартал подряд за счет **ВЫСОКИХ надежд** россиян в отношении будущего.
- Индекс текущего состояния, который отражает оценку потребителями своего текущего финансового состояния и состояния экономики, пока остается **НЕВЫСОКИМ**».

Социальные и потребительские настроения  
Индекс потребительских настроений (декабрь 2008 - июнь 2017)



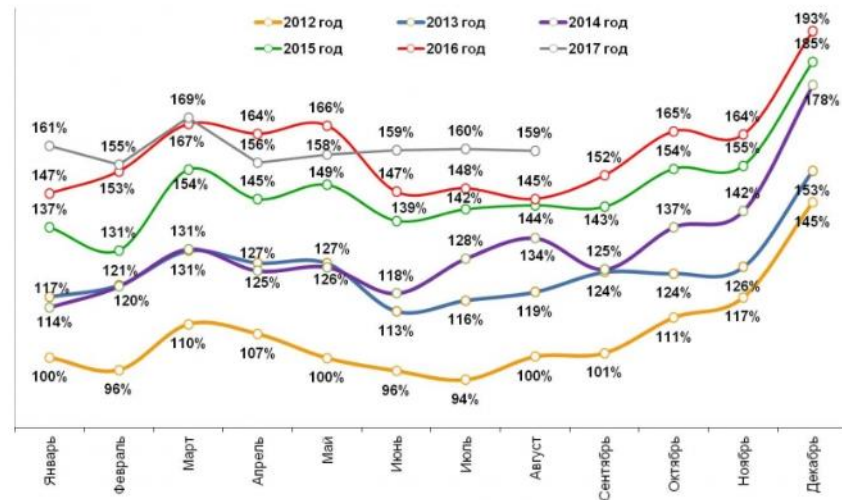
\*Индексы рассчитываются как разница между положительными и отрицательными ответами в процентах с прибавлением 100. Диапазон изменения индексов 0-200, величины выше 100 – преобладание положительных ответов, ниже – отрицательных.

% от всего населения (База: не менее 2100 респондентов)  
Источник: GfK-Русь Олимп

## Romir:

- «Россияне не столь оптимистичны в своих прогнозах на будущее.
- Народ регулирует свои настроения не официальными отчетами властей, а своими собственными ощущениями. А ситуация, по ощущениям россиян, только ухудшилась».

График 1. Динамика номинальных повседневных расходов жителей российских городов с населением от 100 тысяч жителей. Январь 2012 – август 2017.



100% = январь 2012 года

Источник: Romir Scan Panel, август 2017

Как видно из Графика 2, реальные, то есть очищенные от инфляции, расходы россиян уже четыре месяца подряд остаются неизменными. По итогам августа величина реальных расходов оказалась идентична показателю 2015 года, но уступила значениям 2013 и 2014.

## А Сибирь? А Омская область?



# Тренды как повестка для медиа



## Социально-демографические тренды

- **«Старение»** населения, рост продолжительности жизни, «активный возраст».
- **Поколенческий разрыв** – молодые поколения интегрированы в технологии. Спрос на молодость. Эйджизм.
- **Трансформация** традиционной семьи. Продолжается изменение роли женщины.
- **Миграционные** потоки, конфликты.



## Социокультурные тренды

- Стремление к самореализации, саморазвитию.
- Значимость досуга, хобби.
- Спрос на развлечения и их **персонификацию**.
- Изменение практики чтения.
- Технологизация классических культурных практик.
- Развитие новых культурных практик.

### Но...

- Значимость традиционных ценностей («агония и реванш традиции»).



## Социальные тренды

- Несмотря на стремление к индивидуализации, заметен спрос на **социальные ценности**: волонтерство, благотворительность, социальную ответственность, интернет-активизм, включенность в сообщества/организации).
- Несмотря на развитие онлайн-коммуникаций, спрос на **оффлайн -общение**.



## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ: ЧТО ВЛИЯЕТ БОЛЬШЕ?



**Компьютеризация  
и мобильные технологии**



**Виртуализация  
и дополненная реальность**



**Роботы,  
искусственный интеллект,  
машинное обучение**



**Коммуникации 3.0  
(SMM, таргетинг,  
коммуникационный дизайн)**



**Геймификация**



**Большие данные**



**Блокчейн,  
интернет вещей**



**Нейротехнологии**



**Сервисность**



**Уберизация**

## Тренды коммуникации

- Коммуникация как базовая экспертиза.
- Развитие коммуникационного дизайна и коммуникационных проектов во всех сферах.
- Персонализация. Сервисность.
- Вовлеченность пользователей в коммуникации бренда.
- Спрос на зону, свободную от сетей и технологий.

Итак, мы в ситуации технологической  
революции и тектонических социальных  
сдвигов!

Крушение традиционных медиа?

## Телесмотрение (ФОМ)

	Население в целом	18–30 лет	31–45 лет	46–60 лет	Старше 60 лет
Практически каждый день	62	<u>31</u>	57	<u>74</u>	<u>88</u>
3–5 дней в неделю	11	<u>18</u>	11	12	3
1–2 дня в неделю	12	<u>20</u>	<u>17</u>	<u>6</u>	5
Реже, чем раз в неделю	4	<u>10</u>	5	2	0
Я не смотрю телевизионные программы	8	<u>19</u>	6	4	3
У меня нет телевизора	2	2	2	1	1
Затрудняюсь ответить	1	1	1	1	0

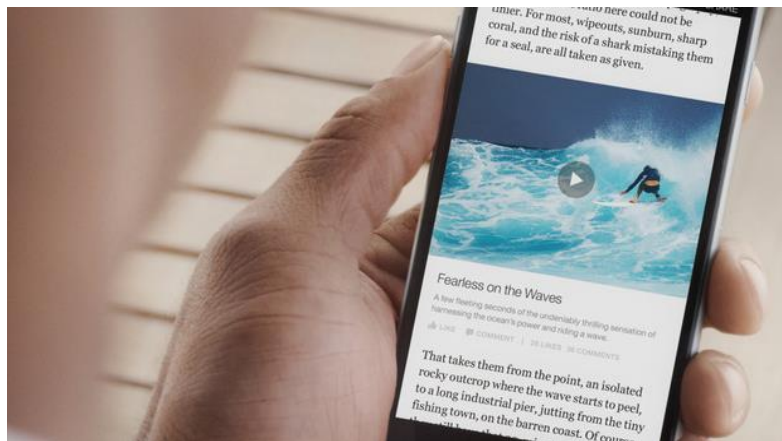
## МЕДИА (ФОМ)

- Наибольшим **доверием** пользуется телевидение – сообщают об этом 50% россиян.
- Новостные сайты сильно отстают по уровню доверия (18%).
- Значительная доля россиян – 23% – сообщили, что нет источников информации, которым они доверяли бы больше всего.





## РАСПАД ИЛИ СИНЕРГИЯ СМИ? ИЛИ МНОГОКАНАЛЬНОСТЬ?



Персонализация  
Интерактивность, вовлеченность  
Соавторство



Массовость  
Авторитетность  
Эмоциональность  
Фоновость

# МЕДИЙЩИКИ КАК АВАНГАРД РЕВОЛЮЦИИ И **ТРАНСФОРМАЦИИ**





**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**



**25 ЛЕТ С ТЕМИ, КТО  
ДЕЛАЕТ МИР ЛУЧШЕ!**