

The image features two tall, slender, vertical light tubes. The one on the left is in the foreground and is brightly lit, casting a strong glow. The one on the right is in the background and is dimmer. The background is a dark, gradient wall, and the floor is dark and reflective. The overall mood is futuristic and minimalist.

**FUTURE LAB & AEGIS MEDIA:  
ЧТО ОЖИДАЕТ МЕДИА ЧЕРЕЗ  
5 ЛЕТ?**

**#FUTURE\_LAB**



**Теория Гарольда Лассвела,  
а не 5 капель :)**



КТО?

КОММУНИКАТОР



1









Как выглядит коммуникация сегодня?

КТО

КОММУНИКАТО  
Р



МЕДИА ВЕЩАНИЯ

ЧТО

СООБЩЕНИЕ



БРЕНД - ЭГОИСТ

КАК

КАНАЛ



ОДНОСТОРОННЯЯ  
КОММУНИКАЦИЯ  
– НЕТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

КОМУ

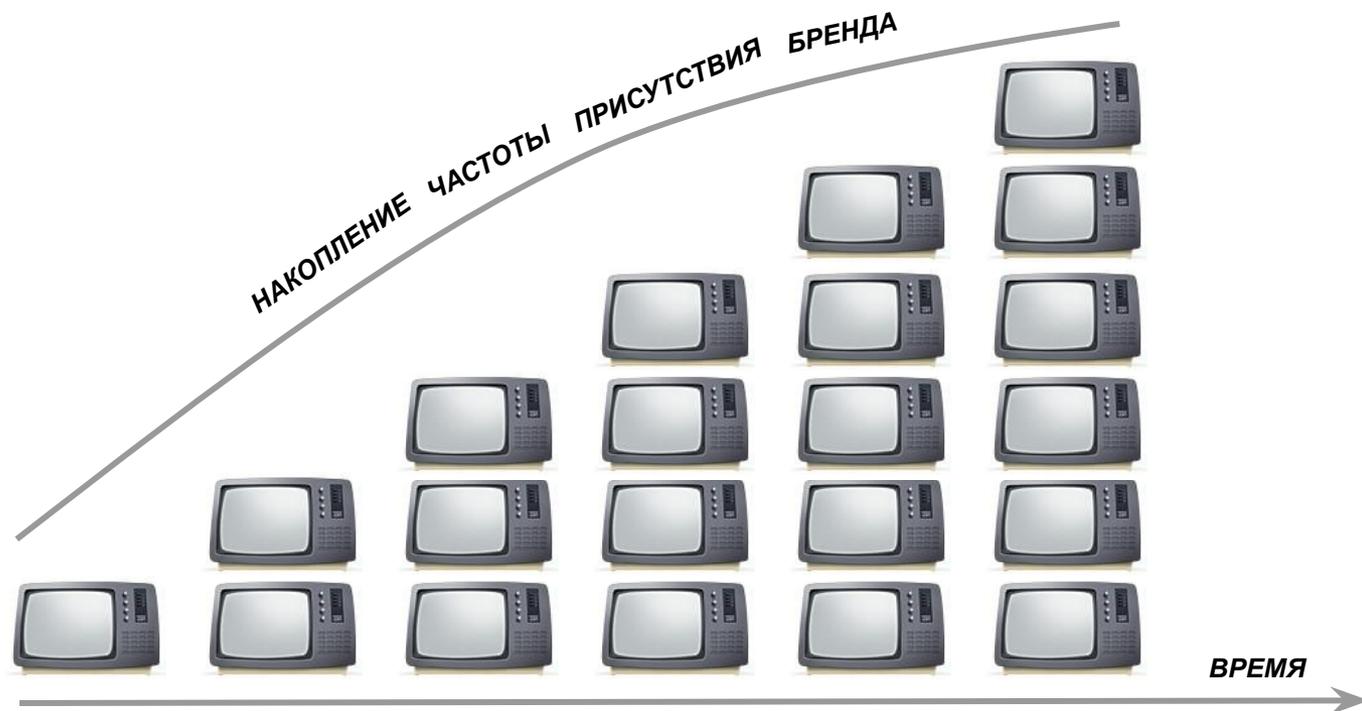
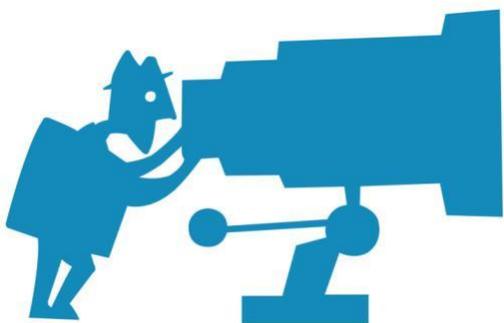
АУДИТОРИЯ



«ВСЕМ»,  
НО НЕ «КАЖДОМУ»

ЗАЧЕМ

ЭФФЕКТИВНО  
СТЬ



МЕДИА СТРАТЕГИЯ  
«ЧЕМ БОЛЬШЕ – ТЕМ ЛУЧШЕ»

фьюче



ЧТО

СООБЩЕНИЕ



Олег

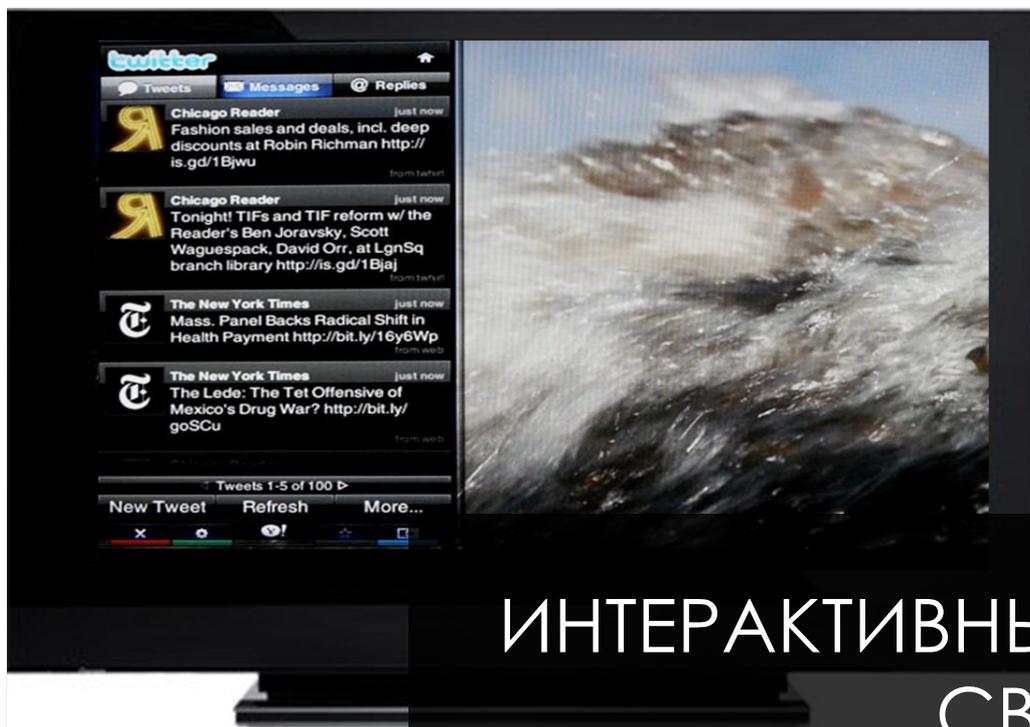
утрой свій інтернет з life:)

КОММУНИКАЦІЯ СТАНОВИТЬСЯ  
ПЕРСОНАЛІЗОВАНОЮ,  
КАСТОМІЗОВАНОЮ

# КАК КАНАЛ

**МОЖНО СМОТРЕТЬ ВИДЕО-КОНТЕНТ, ОДНОВРЕМЕННО  
ОБСУЖДАТЬ ЕГО С ДРУЗЬЯМИ, ГОЛОСОВАТЬ**

**ВАРИАТИВНОСТЬ ПЛАТФОРМ ДАЕТ БОЛЬШУЮ СВОБОДУ  
САМОВЫРАЖЕНИЯ**



**ИНТЕРАКТИВНЫЙ – С ОБРАТНОЙ  
СВЯЗЬЮ**

КОМУ

АУДИТОРИЯ

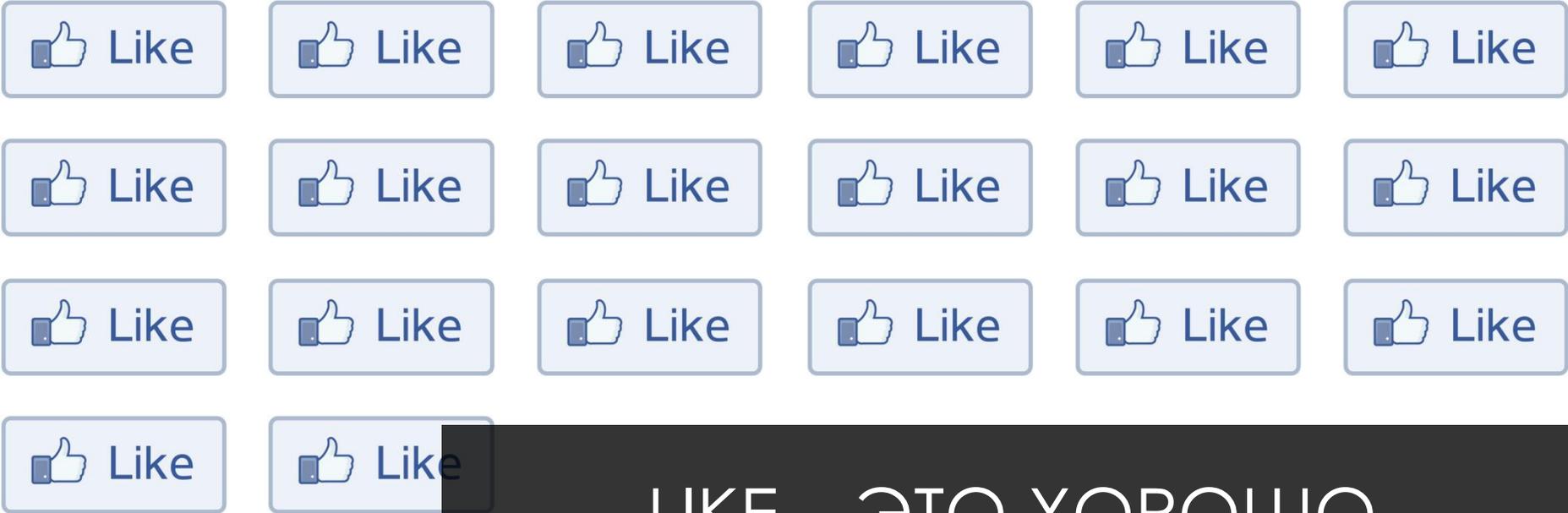


НЕЗАВИСИМАЯ, «ХОЧУ»/«НЕ ХОЧУ»



# ЭФФЕКТИВНОСТЬ

## РЕАКЦИЯ



LIKE – ЭТО ХОРОШО.  
НО **SHARE** КРУЧЕ ЧЕМ LIKE :)



ЗАЧЕМ

ЭФФЕКТИВНО  
СТЬ

*ДЕЙСТВИЕ*



КОНТЕНТ, КОТОРЫМ ХОЧЕТСЯ  
ПОДЕЛИТЬСЯ, ОБЛАДАЕТ  
МАКСИМАЛЬНОЙ ЦЕННОСТЬЮ

ЗАЧЕМ

ЭФФЕКТИВНО  
СТЬ

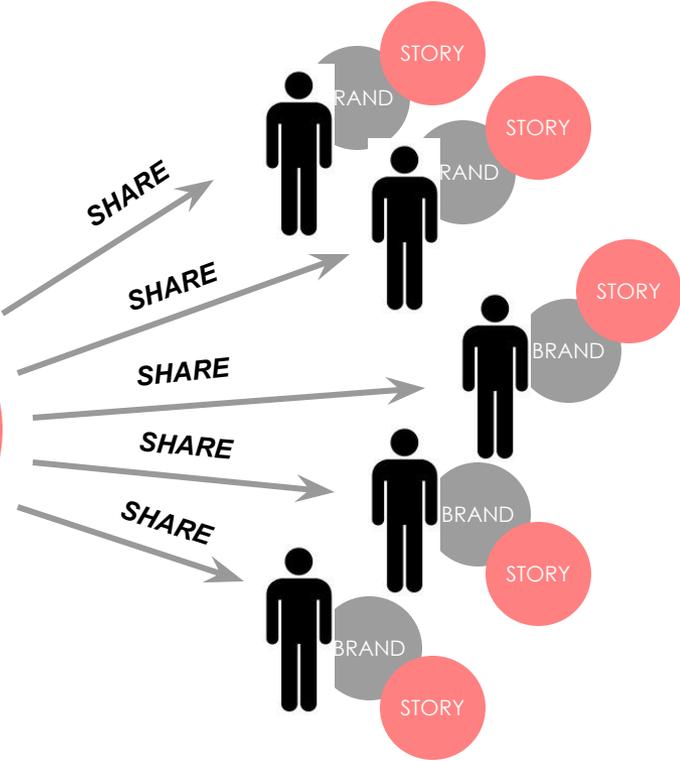
BRAND

+



=

STORY



БРЕНД ПОМОГАЕТ СОЗДАВАТЬ  
ИСТОРИЮ, В КОНТЕКСТЕ КОТОРОЙ  
ОН ДАЛЬШЕ ЖИВЕТ

No interaction?

No interaction? **NO BRAND!**