



## Медиапрогнозы 2022, 2023

С какими итогами медиа рынок подходит к концу 2022, 2023 года? Как себя «чувствуют» медиаканалы ТВ, Интернет, ООН, а также пользователи — какие изменения произошли в этих медиа и как будет меняться ситуация дальше? Ниже делимся списком ключевых медиапрогнозов — отмечай то, что подходит именно тебе

- Пользователи климатических новостей чувствуют, что понимают, что такое изменение климата, но менее уверены в своих знаниях о климатической политике
- Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю
- Многие руководители новостных агентств считают, что трудно хорошо освещать изменение климата
- Почти четверо из пяти ведущих редакторов 100 брендов на пяти рынках — белокожие
- Большинство руководителей отделов новостей считают, что их организации преуспевают с точки зрения гендерного разнообразия
- Большинство руководителей отделов новостей используют гибридную работу

- Руководители отделов новостей по-прежнему делают ставку на доходы читателей
- Большинство людей предпочитают читать, а не смотреть новости
- Прослушивание подкастов снова растет после перерыва в борьбе с COVID-19
- Молодая аудитория все чаще использует TikTok для получения новостей
- Facebook остается наиболее часто используемой социальной сетью для распространения новостей
- Заслуживающие доверия новостные агентства наблюдали значительный рост трафика во время пандемии COVID-19
- Многие считают дезинформацию и притеснения большими проблемами для платформ
- Доверие к новостям на платформах ниже, чем доверие к новостям в целом
- Использование новостей через поиск, социальные сети и агрегаторы менее концентрировано, чем прямой доступ
- Молодая аудитория часто получает новости из социальных сетей
- Некоторые молодые люди избегают новостей, потому что им трудно их понять

Во многих странах резко растет число случаев избегания новостей

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?