



Прогнозы

Интерактивный чек-лист на тему «Медиапрогнозы 2022, 2023».

2022

- Избегание новостей резко возрастет во многих странах
- Некоторые молодые люди станут избегать новостей, потому что потому что их трудно понять
- Молодая аудитория часто будет узнавать новости из социальных сетей
- Поток новостей в социальных сетях, СМИ и агрегаторы будет менее концентрированным, чем при прямом поиске
- Доверие к новостям на платформах будет ниже, чем доверие к новостям в целом
- Многие станут считать дезинформацию и слежку большими проблемами платформ
- У заслуживающих доверия новостных изданий будет наблюдаться большое увеличение посещаемости во время пандемии COVID-19
- Facebook останется самой используемой социальной сетью просмотра для новостей
-

Молодая аудитория все чаще будет использовать TikTok для новостей

- Прослушивание подкастов снова вырастет после COVID-19
- Большинство людей предпочтет читать, а не смотреть новости
- Лидеры новостных редакций по-прежнему будут делать ставку на доходы от читателей
- Большинство руководителей редакций поддержат гибридную работу
- Большинство руководителей редакций придет ко мнению, что в их организациях все хорошо, с точки зрения гендерного разнообразия
- Только 21% из 179 ведущих редакторов в 240 крупнейших изданиях на 12 рынках будут женщинами
- Почти четверо из пяти ведущих редакторов в 100 брендах на пяти рынках - белые
- Многие руководители новостных агентств будут считать проблематичным хорошо освещать изменение климата
- Многие люди не будут следить за новостями об изменении климата еженедельно
- Читатели новостей о климате будут считать, что понимают в изменениях климата, но, на самом деле, они станут менее уверены в своих знаниях о закономерностях климата

2023

- Цензура уменьшит количество публикуемых новостных материалов
- Издатели попытаются привлечь новую аудиторию на площадках,

популярных среди молодежи (YouTube, Tik Tok, Instagram)

- Twitter как самой популярной новостной платформе найдут замену
- Издатели будут развиваться в сфере подкастов, цифрового аудио и распространять контент через рассылку по почте
- Медиакомпании внедрят ИИ в свою продукцию
- Среди новостных изданий будет сокращаться выпуск печатной продукции в пользу онлайн-формата
- Телевизионные и эфирные новости будут сокращаться, а стриминговые площадки, наоборот, увеличиваться
- Количество рекламы на стриминговых площадках возрастет
- Почти четверо из пяти ведущих редакторов в 100 брендах на пяти рынках - белые
- Многие руководители новостных агентств будут считать проблематичным хорошо освещать изменение климата
- Многие люди не будут следить за новостями об изменении климата еженедельно
- Читатели новостей о климате будут считать, что понимают в изменениях климата, но, на самом деле, они станут менее уверены в своих знаниях о закономерностях климата

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

как это убрать?