



## Медиапрогнозы 2022, 2023

### 1. 2022

- 1.1** Рост игнорирования новостей во многих странах
- 1.2** Молодые люди избегают новости из-за трудностей восприятия
- 1.3** Молодые люди чаще получают новости из социальных сетей
- 1.4** Новости используются через поиск, социальные сети и агрегаторы чаще, чем напрямую
- 1.5** Доверие к новостям на платформах ниже доверия к новостям в целом
- 1.6** Дезинформация и харассмент становятся большой проблемой для платформ
- 1.7** Надежные новостные агентства отметили увеличение трафика во время пандемии COVID-19
- 1.8** Facebook - самая популярная новостная соцсеть
- 1.9** Молодая аудитория чаще используют для новостей TikTok
- 1.10** Рост прослушивания подкастов
- 1.11** Многие предпочитают чтение новостей, а не просмотр

- 1.12** Руководители отделов новостей делают ставку на читателя
- 1.13** Большинство руководителей отделов новостей поддерживают гибридную работу
- 1.14** Увеличивается гендерное разнообразие в организациях
- 1.15** Наблюдается расовое неравенство
- 1.16** Многие руководители новостных агентств считают, что хорошо освещать изменение климата сложно
- 1.17** Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю
- 1.18** Пользователи новостей о климате считают, что понимают, что такое изменение климата, но менее уверены в своих знаниях климатической политики

## **2. 2023**

- 2.1** Правила ограничения "вредного" контента в соцсетях могут затруднить публикацию новостей
- 2.2** Снижение использования Facebook и Twitter
- 2.3** Развитие популярных соцсетей: TikTok, Instagram, YouTube
- 2.4** Потенциальный крах Twitter может плохо повлиять на журналистику
- 2.5** Перспектива вложения ресурсов в подкаста, цифровое аудио и рассылки по электронной почте
- 2.6** Перспектива вложения ресурсов в подкаста, цифровое аудио и

рассылки по электронной почте

- 2.7** Рост инвестиций в цифровые видеоформаты
- 2.8** Внедрение ИИ
- 2.9** Возможности повышения эффективности производства и создания новых типов полуавтоматизированного контента
- 2.10** Газеты будут сокращать свой выпуск печатной продукции
- 2.11** Рост числа изданий, переходящих на модель «только онлайн»
- 2.12** Конкуренция между эфирными новостями и стримерами
- 2.13** Возможность отключения линейных передач
- 2.14** Все еще наблюдается расовое неравенство в работе СМИ
- 2.15** Многие руководители новостных агентств считают, что хорошо освещать изменение климата сложно
- 2.16** Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю
- 2.17** Пользователи новостей о климате считают, что понимают, что такое изменение климата, но менее уверены в своих знаниях климатической политики

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

как это убрать?