



Медиа прогноз на 2022—2023 гг.

2022

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

читателей

- Большинство руководителей отделов новостей используют гибридную работу
- Большинство руководителей отделов новостей считают, что их организации преуспевают с точки зрения гендерного разнообразия
- Только 21% из 179 ведущих редакторов в 240 крупных изданиях на 12 рынках составляют женщины
- Почти четверо из пяти ведущих редакторов 100 брендов на пяти рынках - белые
- Многие руководители новостных агентств считают, что трудно хорошо освещать изменение климата
- Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю
- Пользователи климатических новостей чувствуют, что понимают, что такое изменение климата, но менее уверены в своих знаниях о климатической политике

2023

- Ограничение «вредного» контента, который может затруднить публикацию материалов, не устраивающих правительство
- Снижение интереса к Twitter, поиск альтернативной социальной сети
- Повышение интереса к TikTok, Instagram, You Tube

- Издатели будут вкладывать больше ресурсов в подкасты и цифровое аудио, а также в рассылки по электронной почте
- Постепенное внедрение ИИ медиа компаниями
- Большое количество газет прекратят выпуск ежедневной печатной продукции
- Рост числа авторитетных изданий, полностью переходящих в режим онлайн
- Уменьшение телевизионных и эфирных новостей, рост популярности стриминговых площадок
- Телевещатели будут открыто говорить о том, что линейные передачи могут быть отключены
- Продолжение расового неравенства в работе СМИ
- Многие руководители новостных агентств считают, что трудно хорошо освещать изменение климата
- Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю
- Пользователи климатических новостей чувствуют, что понимают, что такое изменение климата, но менее уверены в своих знаниях о климатической политике

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

как это убрать?