



Медиапрогнозы 2022, 2023

В информационной среде стремительные изменения происходят постоянно. Технологии совершенствуются, меняется аудитория, её ценности и интересы. Не все перемены можно предугадать, однако некоторые медиапрогнозы можно сделать.

1. Медиапрогнозы 2022

- 1.1** Во многих странах резко возрастает число людей, избегающих новостей.
- 1.2** Некоторые представители молодёжи избегают новостей, потому что находят их сложными для понимания.
- 1.3** Молодая аудитория часто получает новости из социальных сетей.
- 1.4** Прямой доступ к новостям преобладает над поиском их через социальные сети и агрегаторы.
- 1.5** Доверие к новостям на платформах ниже, чем доверие к новостям в целом.
- 1.6** Многие считают дезинформацию и притеснения большими проблемами платформ.
- 1.7** Авторитетные новостные порталы показали значительный рост трафика во время пандемии COVID-19.
- 1.8** Для распространения новостей по-прежнему наиболее часто

выбирают Facebook.

- 1.9** Молодая аудитория всё чаще использует Tik Tok для получения новостей.
- 1.10** Прослушивание подкастов снова растёт после перерыва, вызванного COVID-19.
- 1.11** Большинство людей предпочитают читать новости, а не смотреть их.
- 1.12** Руководители редакций новостей по-прежнему делают ставку на доходы от читателей.
- 1.13** Большинство руководителей редакций новостей отдают предпочтение гибридной работе.
- 1.14** Большинство руководителей редакций новостей считают, что в их организациях все хорошо с точки зрения гендерного разнообразия.
- 1.15** Только 21% из 179 ведущих редакторов в 240 крупных изданиях на 12 рынках — женщины.
- 1.16** Почти 4 из 5 ведущих редакторов 100 брендов на 5 рынках — белые.
- 1.17** Многие руководители новостных агентств считают, что хорошее освещение изменений климата — сложная задача.
- 1.18** Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю.
- 1.19** Те, кто интересуется новостями о климате, понимают, что такое

изменение климата, но менее уверены в своих знаниях о климатической политике.

2. Медиапрогнозы 2023

- 2.1** Год окончательного разделения журналистики и капитализма.
- 2.2** Это не скажется на желании людей быть журналистами.
- 2.3** Из-за дополнительных законов по ограничению «вредного» контента в социальных сетях журналистам и новостным организациям может стать сложнее публиковать материалы, которые противоречат государственной повестке.
- 2.4** Повышенное внимание издателей к Tik Tok, Instagram, You Tube, пониженное – к Facebook и Twitter.
- 2.5** Потенциальной потерей или ослаблением Twitter может негативно повлиять на журналистику.
- 2.6** Twitter могут заменить LinkedIn, Mastodon, Facebook.
- 2.7** Вложение большего количества ресурсов в подкасты и цифровое аудио.
- 2.8** Увеличение инвестиций в цифровые видеоформаты.
- 2.9** Уменьшение инвестиций в метавселенную.
- 2.10** Медикомпании будут продолжать развивать внедрение искусственного интеллекта в свои продукты.

- 2.11** Всё больше газет прекратят выпуск ежедневной печатной продукции в связи с ростом затрат на печать и ослаблением сетей распространения.
- 2.12** Дальнейший рост числа авторитетных изданий, переходящих в исключительно онлайн-формат.
- 2.13** Увеличение числа уволенных журналистов в телевизионных и эфирных новостях.
- 2.14** Почти 4 из 5 ведущих редакторов 100 брендов на 5 рынках — белые.
- 2.15** Многие руководители новостных агентств считают, что хорошее освещение изменений климата — сложная задача.
- 2.16** Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю.
- 2.17** Те, кто интересуется новостями о климате, понимают, что такое изменение климата, но менее уверены в своих знаниях о климатической политике.

Какие медиапрогнозы оказались верными?

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

как это убрать?