

WNIOSKI DLA LIDERÓW MEDIÓW

- STWÓRZ ROZPOZNAWALNY I GŁOS REDAKCYJNY.
- TESTUJ, SŁUCHAJ, DOSTOSOWUJ.
- PRIORYTETOWO TRAKTUJ FORMATY PIONOWE I INTERAKCJĘ.
- DZIĘKI SZTUCZNEJ INTELIGENCJI LEPIEJ DOSTOSUJ TREŚCI WIADOMOŚCI DO MŁODSZYCH ODBIORCÓW.
- MIERZ ZAANGAŻOWANIE, A NIE TYLKO RUCH.
- PRZESZKOL SWOJE ZESPOŁY REDAKCYJNE W ZAKRESIE KODÓW CYFROWYCH.

WIĘCEJ INFORMACJI O CARL

- 👉 Sprawdź stronę internetową Data for Creators : <https://dataforcreators.com/>
- 👉 Dołącz do inicjatywy Carl na LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/data-for-media>

KONTAKT

Carla Bertone
Head of Marketing, Distribution
& Communication
carla.bertone@louiemedia.com

ABOUT OUR EUROPEAN PARTNERS

- TULODZ  <https://tulodz.pl>
- LOUIE MEDIA  <https://louiemedia.com/>
- PRENSA IBÉRICA  <https://www.prensaiberica.es/>
- KARJALAINEN  <https://www.karjalainen.fi/>
- SME  <https://www.sme.sk/>



Co-funded by
the European Union

Finansowane przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak poglądami i opiniami wyłącznie autora/autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy Unii Europejskiej ani Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani instytucja przyznająca grant nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

ROZSZYFROWANIE KODU POKOLENIA Z!

Komunikacja z następnym pokoleniem

„Młodszy Europejczycy
rządziej czerpią
informacje z
tradycyjnych platform”

Źródło: Młodzi Europejczycy poniżej 30 roku życia mają mniej pozytywny stosunek do mediów informacyjnych i w większym stopniu polegają na platformach cyfrowych niż osoby starsze. Centrum Badań Pew, raport, 30 października 2018 r.





KLUCZOWE SPOSTRZEŻENIA

1 W 2024 R. 97% MŁODYCH LUDZI (W WIEKU 16–29 LAT) W UE DEKLARUJE CODZIENNE KORZYSTANIE Z INTERNETU. (1)

2 40% TWIERDZI, ŻE CZASAMI LUB CZĘSTO UNIKA WIADOMOŚCI, CO STANOWI WZROST W PORÓWNANIU Z 29% W 2017 R. (2)

3 32% OSÓB W WIEKU 18–24 LAT KORZYSTA Z TIKTOK, ABY BYĆ NA BIEŻĄCO. (2)

4 OSOBY DOROSŁE PONIŻEJ 30 ROKU ŻYCIA RZĄDZIEJ ZGADZAJĄ SIĘ NA JEDNO GŁÓWNE ŹRÓDŁO WIADOMOŚCI (3)

(1) Źródło: Młodzi ludzie – świat cyfrowy, Komisja Europejska, maj 2025 r.

(2) Źródło: Raport dotyczący wiadomości cyfrowych 2024–2025 (Reuters Institute, Uniwersytet Oksfordzki) / 94 tys. respondentów

(3) Źródło: Mieszkańcy Europy Zachodniej poniżej 30. roku życia mają mniej pozytywne nastawienie do mediów informacyjnych i w większym stopniu polegają na platformach cyfrowych niż osoby starsze, Pew Research Center, raport, 30 października 2018 r.



JOAN CAÑETE BAYLE

Dyrektor ds. strategii projektów redakcyjnych, Prensa Ibérica (Hiszpania)

„Strategia Prensa Ibérica mająca na celu dotarcie do pokolenia Z jest realizowana przede wszystkim za pośrednictwem mediów społecznościowych, głównie poprzez publikację Código Nuevo, w 100% natywnego dla mediów społecznościowych medium, które strukturyzuje swoje treści wokół twórców treści. Código Nuevo jest samodzielną publikacją, a ponadto tworzy treści i udziela porad dotyczących strategii mediów społecznościowych dla tradycyjnych mediów należących do grupy”



Strona internetowa: [Codigounuevo.com](https://www.codigounuevo.com)

ZROZUMIEĆ POKOLENIE Z: RAPORTY

1

RAPORTY

„Młodsze grupy, zwłaszcza osoby w wieku 18–24 lat, znacznie częściej niż starsze preferują oglądanie lub słuchanie wiadomości”.

Raport dotyczący wiadomości cyfrowych 2025, Instytut Reutera, Uniwersytet Oksfordzki

ROZWIĄZANIA ?

2

„Aby zainteresować młodszą publiczność dziennikarstwem naukowym, organizacje informacyjne muszą z nimi rozmawiać, aby dowiedzieć się, co wzbudza ich ciekawość”.

Martina Efeyini, dziennikarka naukowa, Nieman Lab Predictions for journalism, 2023.

„Najnowsze badania UNESCO wykazały, że większość influencerów nie weryfikuje informacji, które udostępnia swoim odbiorcom. **To ogromna szansa dla dziennikarzy**”

Julia Munslow, Nieman Lab Predictions for journalism, 2024.

„Uderzające jest również to, że w różnych krajach osoby poniżej 35 roku życia znacznie częściej twierdzą, że wiadomości są zbyt trudne do śledzenia lub zrozumienia, co sugeruje, że można zrobić więcej, aby wiadomości były bardziej dostępne dla młodszych i innych trudno dostępnych grup”.

Raport dotyczący wiadomości cyfrowych 2025, Instytut Reutera, Uniwersytet Oksfordzki