



МЕДИАПОЛИТИКА, РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ

MEDIA POLICY, REGULATION AND POLITICAL COMMUNICATIONS

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-3-710-722

EDN: CZIPYS

УДК 070:001.89:165

Научная статья / Research article

Годовые отчеты Института Рейтера как форма отраслевого форсайта медиаиндустрии: эпистемологические основания и ограничения

Ю.М. Ершов 

Филиал Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова в Севастополе,
Севастополь, Российская Федерация

✉ ershovym@my.msu.ru

Аннотация. Анализируются годовые отчеты *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions* Института Рейтера как специфическая форма производства знания о медиаиндустрии. Актуальность исследования обусловлена широким использованием этих обзоров в академических и прикладных работах на фоне дефицита теоретических моделей журналистики и растущего спроса на оперативные отраслевые ориентиры. Цель – выявить методологические основания и эпистемологические ограничения данных отчетов. Эмпирическую базу составил корпус публикаций 2012–2026 гг. В качестве методов использованы качественный дискурс-анализ и сравнительный анализ, направленные на реконструкцию исследовательской модели, структуры выборки и неявных теоретических допущений. Показано, что отчеты Института Рейтера опираются на воспроизводимую, но структурно ограниченную модель экспертных опросов, характеризующуюся смещением выборки в сторону топ-менеджмента западных медиакомпаний и слабой репрезентацией периферийных медиасистем. При отсутствии явной теоретической рефлексии они функционируют как носители имплицитной теории, основанной на установках «мягкого» технологического детерминизма и индустриального понимания журналистики. Обосновывается, что данные обзоры не столько описывают состояние медиаиндустрии, сколько конструируют допустимые горизонты ее развития, нормируя профессиональные ожидания и выступая инструментом коллективного воображения будущего. Делается вывод о необходимости критического использования подобных материалов в научных исследованиях и журналистском образовании с четким различением их статуса как источника экспертных оценок и как формы эмпирического форсайта.

© Ершов Ю.М., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Ключевые слова: экспертное знание в медиа, экспертные обзоры, отраслевой прогноз, эмпирический форсайт, профессиональные ожидания, технологический детерминизм

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 20 апреля 2026 г.; отрецензирована 8 мая 2026 г.; принята к публикации 22 мая 2026 г.

Для цитирования: Ершов Ю.М. Годовые отчеты Института Рейтера как форма отраслевого форсайта медиаиндустрии: эпистемологические основания и ограничения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 3. С. 710–722. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-3-710-722>
EDN: CZIPYS

Reuters Institute Annual Reports as a Form of Media Industry Foresight: Epistemological Foundations and Limitations

Yuri M. Ershov 

Sevastopol Branch of Lomonosov Moscow State University, Sevastopol, Russian Federation

✉ ershovym@my.msu.ru

Abstract. The article examines the annual *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions reports* of the Reuters Institute as a specific form of knowledge production about the media industry. The relevance of the study is driven by the widespread use of these reports in both academic and applied research, particularly against the backdrop of a scarcity of theoretical frameworks in journalism studies and a growing demand for rapid, industry-oriented guidance. The aim of the article is to identify the methodological foundations and epistemological limitations of these reports. The empirical basis of the study is a corpus of publications from 2012 to 2026. The methodological approach combines qualitative discourse analysis and comparative analysis to reconstruct the research model, sample composition, and implicit theoretical assumptions. The study demonstrates that the Reuters Institute reports rely on a reproducible yet structurally constrained model of expert surveys, characterized by a bias toward top-level Western media executives and a weak representation of peripheral media systems. In the absence of explicit theoretical reflection, these reports function as carriers of an implicit theory grounded in assumptions of “soft” technological determinism and an industry-centered understanding of journalism. The article argues that these reports do not simply describe the state of the media industry, but actively construct the horizons of its conceivable development, normalizing professional expectations and operating as an instrument of the collective imagination of journalism’s future. The article concludes that such materials should be used critically in academic research and journalism education, with a clear distinction between their status as sources of expert opinion and as tools of empirical foresight.

Keywords: expert knowledge in media, expert reports, industry forecast, empirical foresight, professional expectations, technological determinism

Conflicts of interest. The author declares no conflict of interest.

Article history: submitted April 20, 2026; revised May 8, 2026; accepted May 22, 2026.

For citation: Ershov, Yu.M. (2026). Reuters Institute Annual Reports as a Form of Media Industry Foresight: Epistemological Foundations and Limitations. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(3), 710–722. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-3-710-722> EDN: CZIPYS

Введение

В последнее десятилетие годовые отчеты *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions*, публикуемые *Reuters Institute for the Study of Journalism*¹, стали одним из наиболее цитируемых источников в академических и прикладных исследованиях медиаиндустрии. Эти материалы активно используются для описания текущих тенденций и прогнозирования развития журналистики и медиарынков. В то же время в научной литературе сравнительно редко ставится вопрос о методологических основаниях подобных обзоров и их статусе как формы экспертного знания. Как правило, они рассматриваются либо как источник эмпирических данных, либо как набор прогнозных оценок, не подвергаясь рефлексии в качестве самостоятельного исследовательского объекта.

В данной статье предпринимается попытка рассмотреть отчеты Института Рейтера не как источник точных прогнозов, а как устойчивую практику производства знания о медиаиндустрии, обладающую собственными методологическими ограничениями и эпистемологическими предпосылками.

Цель – выявить методологические основания и ограничения годовых отчетов Института Рейтера как формы экспертного анализа и прогнозов в сфере медиа. Для ее достижения ставятся следующие задачи: реконструировать исследовательскую модель, лежащую в основе отчетов; определить особенности используемой выборки и структуры экспертных опросов; выявить неявные теоретические допущения, определяющие интерпретацию данных; определить эпистемологический статус данных материалов в системе медиаисследований.

Теоретическое обоснование

Накопленная за последнюю четверть века литература по тематике научного прогнозирования и обоснованных предсказаний будущего может быть классифицирована несколькими способами:

- 1) по дальности горизонта планирования – долгосрочные прогнозы на следующие поколения, среднесрочные и текущие прогнозы;
- 2) по исследовательским задачам – фундаментальные исследования, создающие методологии, прикладные исследования, решающие конкретные научные проблемы;

¹ Newman N. Journalism, media, and technology trends and predictions 2026 // Reuters Institute. 2026. January 12. Available from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2026> (accessed: 02.04.2026).

3) по предмету исследования – форсайт глобальных трендов, критических технологий, медиаотрасли и др.

В когорту футурологов с самым дальним горизонтом предсказаний следует ввести Элвина Тоффлера с его предсказанием третьей волны в виде постиндустриального общества (2004; Toffler, 1980), а также современных футурологов Рэя Курцвейла с его «эпохой духовных машин» (Kurzweil, 1999) и Юваля Харари с «Номо Deus: краткая история завтрашнего дня» (2022; Harari, 2015).

В области научного прогнозирования будущего (*foresight studies*) выделяются несколько наиболее фундаментальных работ, среди которых в первую очередь надо назвать двухтомный труд Уэнделла Белла «Основания исследований будущего: гуманитарная наука новой эры: история, цели и знания» (Bell, 1996). В этих двух томах систематизирована история футурологии, обозначены ее цели и методы. У. Белл подчеркивает, что практики форсайта направлены не столько на точное предсказание будущего, сколько на формирование рамок его интерпретации и артикуляцию возможных сценариев. «Люди стремятся узнать не только то, что происходит сейчас, но и то, что может произойти, что могло бы произойти или что произойдет в будущем при определенных условиях» (Bell, 1996). Этот эпистемологический подход находит продолжение в работах Джеймса Датора, который рассматривает форсайт как инструмент коллективного воображения, формирующий не «истину о будущем», а пространство допустимых альтернатив (Dator, 2002).

Редактор профильного журнала *Foresight* Озкан Саритас вместе с коллегами проводит наукометрический и содержательный анализ публикаций по форсайту, показывая, как за два десятилетия менялись темы, методы и области применения этой прогностической системы (Saritas et al., 2022). Следует назвать еще одну фундаментально-обзорную статью, в которой содержится анализ трендов за 1999–2022 гг. Авторы выделяют основные тематические кластеры и направления развития методологии научно обоснованных предсказаний, включая корпоративный и отраслевой форсайт (Dhiman, Arora, 2024).

Что касается отраслевых прогнозов, то эта область давно уже захвачена «большой четверкой» международных консалтинговых компаний *Deloitte*, *PricewaterhouseCoopers* (PwC), *Ernst & Young* и KPMG. *Deloitte* выпускает ежегодные отчеты *Future of Media and Entertainment*, фокусируясь на цифровизации, искусственном интеллекте и сценариях изменений. Компания PwC ежегодно публикует глобальный отчет и прогноз *Global Entertainment & Media Outlook* с горизонтом планирования 5 лет. В свою очередь, KPMG выпускает профильные аналитические обзоры и исследования тенденций в секторе технологий, медиа и телекоммуникаций TMT (Technology, Media, and Telecommunications).

Трудоемкость составления годовых отчетов и отраслевых прогнозов на ближайший период объясняет, почему этим занимаются исследовательские отделы международных консалтинговых компаний. В этот ряд можно поставить и Институт Рейтера по изучению журналистики, который с 2012 г. выпускает свои годовые обзоры трендов и предсказания будущего отрасли.

Институт Рейтера – это ведущий международный научно-исследовательский центр при Оксфордском университете и его прогнозы стали де-факто каноном отраслевого прогноза.

В том же году, когда Институт Рейтера выпустил свой первый годовой обзор, Высшая школа экономики начала выпуск журнала «Форсайт». В 2012 г. в четвертом номере этого журнала была опубликована статья о долгосрочных тенденциях развития сектора массовых коммуникаций (Качкаева, Кирия, 2012). Вероятно, это первый подробный обзор международного опыта прогнозирования развития медиаотрасли и попытка дать на основе экспертных опросов обоснование перспектив развития российской медиасферы.

Однако нехватка профессиональной статистики и большие пробелы в статистике государственной сдерживают научные исследования медиаотрасли и препятствуют систематическим форсайт-исследованиям. Дистрибьюторские, полиграфические фирмы, продюсерские студии и агрегаторы новостного контента не обязаны регистрироваться как СМИ. «Отрасль с формальной точки зрения крайне размыта, статистический учет медиапредприятий затруднен в связи с отсутствием четких юридических критериев для их идентификации. Имеющиеся в различных источниках сведения о медиаиндустрии крайне разрозненны, а обобщить эти данные не удастся, в том числе из-за неустоявшегося понятийно-категориального аппарата» (Смирнов, 2010).

Еще одно препятствие связано с разобщенностью не только секторов медиарынка, но и экспертов. В российской медиасфере есть отдельные эксперты, но нет экспертного сообщества. Будет затруднительно составить список не то что 2000, но и в 200 человек, которые смогут с пониманием перспектив развития отрасли заполнить анкету по методу Дельфи (Ершов, 2015, с. 9). Об этом писали А.Г. Качкаева и И.В. Кирия: «Большинство экспертов, вовлеченных в наше форсайт-исследование, указывали на существование того или иного тренда либо рынка, но не смогли оценить потенциальные эффекты, обусловленные ростом масштабов» (2012, с. 15).

В области медиаисследований годовые обзоры и экспертные опросы рассматриваются преимущественно как инструмент фиксации текущих тенденций, однако их методологические основания и ограничения редко становятся предметом специального анализа. Таким образом, сохраняется дефицит исследований, связанный с рассмотрением подобных материалов как формы производства знания, что и определяет актуальность настоящей работы.

Материалы и методы

Эмпирическую базу исследования составили годовые отчеты *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions*, публикуемые *Reuters Institute for the Study of Journalism* с 2012 по 2026 г. Данные отчеты представляют собой регулярные аналитические обзоры, основанные на опросах представителей медиаиндустрии и экспертного сообщества.

В исследование включен полный корпус доступных отчетов за обозначенный период, что позволяет обеспечить сопоставимость данных и проследить динамику формулируемых трендов в долгосрочной перспективе. Такой подход ориентирован не на проверку отдельных прогнозов, а на выявление устойчивых характеристик исследовательской модели и способов интерпретации медийных процессов.

Единицами анализа выступают:

- вводные аналитические разделы отчетов, в которых формулируются ключевые проблемы и контексты развития медиаиндустрии;
- перечни и формулировки основных трендов;
- итоговые прогнозные суждения;
- описания методологии экспертных опросов, включая характеристики выборки.

В качестве основного метода исследования использован качественный дискурс-анализ, направленный на выявление устойчивых смысловых структур, повторяющихся интерпретационных моделей, а также неявных теоретических допущений. Данный метод применяется для выявления институционально заданных рамок производства экспертного знания. Он дополняется сравнительным анализом отчетов разных лет, что позволяет зафиксировать как стабильные элементы исследовательской оптики, так и изменения в трактовке ключевых тенденций.

Методологически исследование ориентировано на анализ экспертного знания как особого типа эмпирического материала. В связи с этим рассматриваемые отчеты интерпретируются не как нормативное описание глобальной медиаиндустрии, а как отражение представлений определенной профессиональной группы, сформированных в рамках конкретного институционального контекста.

Ограничения исследования связаны с характером используемого корпуса: анализируемые материалы отражают преимущественно позиции представителей определенных секторов медиаиндустрии и могут не включать альтернативные исследовательские перспективы. Данное обстоятельство учитывается при интерпретации полученных результатов.

Результаты и обсуждение

Модель исследования и структура опросов

В отчетах Института Рейтера страничка с описанием методологии включается лишь на протяжении последних 5 лет. Для ранних волн опроса (например, 2016, 2018 г.) раздел *Survey Methodology* размещен в архиве как самостоятельная страница, к которой отсылает PDF отчета («подробное описание методологии доступно на сайте»). Однако о применяемых методах можно судить и из раздела «Благодарности», приводится следующее: «Автор хотел бы поблагодарить 280 руководителей новостных изданий из 51 страны и территории, которые уделили время для ответа на наш опрос, посвященный ключевым

вызовам и возможностям в предстоящем году. В число респондентов вошли 64 главных редактора, еще 64 генеральных директора или управляющих директоров, а также 51 руководитель цифровых или инновационных подразделений, представляющий ведущие мировые традиционные медиакомпании».

Из этого упоминания следует, что ядро обзоров Рейтера составляют данные опросов топ-менеджмента СМИ, которые объединены, вероятно, с агрегированными данными медиаплатформ и аналитических сервисов. И саморепрезентация платформ, и высказывания руководителей компаний нередко характеризуются ведомственным или корпоративным оптимизмом. Методология, опирающаяся на такие источники, будет всегда эклектична и слабо формализована. Тем не менее процедура опросов топ-менеджеров воспроизводима из года в год и дает возможность Институту Рейтера методично сравнивать данные за несколько лет. При этом в разделе методологии содержится важное допущение: «Результаты отражают эту стратегическую группу избранных лидеров отрасли, а не репрезентативную выборку».

Ограничения и допущения

В обзорах Института Рейтера мы не обнаруживаем рефлексии над используемым методом и рассуждений о возможных или допустимых его ограничениях. Налицо *sampling bias* или предвзятость выборки, когда мнение рядовых сотрудников игнорируется, а позиция статусных менеджеров выдается за позицию отрасли. Руководители могут охотнее участвовать в опросах, потому что это выгодно для их имиджа и паблисити. Отсутствие рефлексии над методом – это не упущение Института Рейтера, а скорее жанровая стратегия, позволяющая избегать академических споров и не вступать в открытую методологическую полемику (например, об ошибках выборки), поддерживая ощущение объективного среза.

В рейтинговых обзорах, несмотря на обозначение полусотни стран-участниц опроса, слабо представлены периферийные медиасистемы и почти не идет речь о прессе регионов. Географическую сосредоточенность на развитых странах Европы и США можно объяснить тем, что 51 % экспертов, судя по данным опроса, проведенного в 2025 г., проживали в Великобритании (16 %), Германии (11 %), Франции (6 %), Италии (5 %), Нидерландах (5 %), Испании и США (по 4 %). Наверное, уместно упомянуть, что России и российских экспертов в выборке Института Рейтера нет и никогда не было.

Структурные ограничения касаются и представленности разных секторов медиарынка. Чуть более половины участников опроса представляли печатные СМИ (52 %), около пятой части (22 %) – цифровые бренды, а еще пятая часть (19 %) – телерадиовещательные компании. Около 7 % пришлось на различные новостные агентства и другие СМИ. Институт Рейтера в своих обзорах не затрагивает политэкономии медиаплатформ и каналов, не упоминая государственный или общественный статус исследуемых организаций. В поле зрения исследователей не попадают и альтернативные модели журналистики, связанные, например, с донатами, краудфандингом и подобными им способами монетизации.

Не учитывает Институт Рейтера не только неравенство доступа к цифровым ресурсам в разных странах, но и культурные различия в медиапотреблении. Из исследований медиасистем Д. Халлина и П. Манчини известно, что в Северной Европе весьма живуча привычка читать книги и газеты, а вот в Средиземноморье больше любят смотреть телевизор и футбол (Hallin, Mancini, 2004). И все же мы связываем слепые зоны обзоров не с авторской предвзятостью, а с диспропорциями выборки и ориентацией исследователей на устойчивые и успешные медиакомпании. Обзоры Института Рейтера воспроизводят нормативный образ «жизнеспособной журналистики» класса *Guardian* или *The New York Times*.

Теоретическая имплицитность

Из последнего по времени отчета, вышедшего в январе 2026 г., приведем пространную цитату, характеризующую подход Института Рейтера к предсказаниям, в авторском переводе:

В этом году издатели сосредоточатся на перестройке своего бизнеса для эпохи искусственного интеллекта (ИИ), формируя более оригинальный контент и более человеческое лицо. Они также будут выходить за рамки публикаций, инвестируя больше средств в различные форматы, особенно видео, и адаптируя свой контент, чтобы сделать его более гибким, а значит, более простым для переформатирования и персонализации.

Несмотря на эмпирическую насыщенность, отчеты характеризуются ограниченной теоретической рефлексией. Во-первых, это технологический детерминизм мягкого типа. Общество может сначала отставать в адаптации к новым технологиям, но в итоге приспосабливается. Так и к ИИ журналистика в конце концов приспособится, и даже научится создавать более оригинальный контент. Во-вторых, журналистика здесь понимается исключительно как индустрия, а не общественный институт. Субъект – издатели, действия – инвестиции, производство контента. И прямодушная вера в адаптивность профессиональных практик, которые все преодолеют.

Указанные нами допущения в рейтеровских обзорах не обсуждаются, но они структурируют интерпретацию данных и задают границы мыслимого будущего. Правда, границы эти очень расплывчаты: «В целом отрасль может сократиться, и часть внимания переключится на другие сферы, но в конечном итоге процветать, скорее всего, будут компании, понимающие свою роль и ценность, которую они могут создать для конкретных аудиторий. Это также, вероятно, будет означать создание более сплоченных организаций, четко определяющих свои ценности, но в то же время способных принимать изменения, чтобы воспользоваться открывающимися возможностями». Кризисы трактуются как вызовы, а не системные пределы. Деграция структурных частей системы, утрата общественных функций и институциональный распад остаются за рамками обзора.

Обзоры Института Рейтера можно читать как имплицитную или слабую теорию, которая растворена в эмпирике или маскируется под эмпирику. Без примечаний и объяснительного аппарата эти рассуждения мало о чем

говорят. Обратим внимание на модальность высказываний. В каждой процитированной выше фразе присутствует *highly likely* – с высокой долей вероятности или скорее всего. Будущее у Рейтера всегда вырастает из текущих трендов и не мыслится как разрыв или слом. Даже такие радикальные технологические прорывы, как ИИ, встраиваются в эволюционную модель индустриального выживания. И все это усиливает эффект предсказуемости, управляемости и индустриального оптимизма.

Рассмотрев целый ряд годовых обзоров, можно сказать, что рейтеровские предсказания редко бывают точечными, но затрагивают широкий круг участников медийного рынка (издатели, например, или креаторы). И почти никогда эти утверждения не формулируются как верифицируемые гипотезы. В общем их функция – не угадывать будущее, а очерчивать диапазон допустимых сценариев, которые также должны настроить и в какой-то степени дисциплинировать ожидания индустрии. К примеру, таковы ожидания СМИ от внедрения ИИ-ассистентов, о которых много говорят в последние годы, но пока мало кто научился с их помощью зарабатывать.

При ретроспективном чтении предыдущих обзоров и сравнении их текстов видно, что ключевые нарративы стабильно повторяются. Таким образом, на протяжении десятилетий выдается прогноз о падении подписки на периодические издания, о перетекании контента из принта в цифру, о вытеснении видеоформатами линейного ТВ-эфира и др. Заметно постепенное смещение акцентов, а не резкие развороты в прогнозах. Например, оценки взаимодействия СМИ и социальных сетей эволюционировали от отрицания и торга до адаптации, принятия, после чего отношения снова изменялись на противоположный вектор.

Технологические отчеты как форма эмпирического форсайта

Все это в комплексе позволяет трактовать рейтеровские обзоры не как прогноз в строгом смысле, а как форму эмпирического форсайта, утверждения которого изменчивы уже потому, что панель экспертов регулярно меняется. Эту прогностическую волатильность можно рассмотреть, сравнив данные годовых отчетов 2012 и 2026 гг. (табл.). Сравнительный анализ формулируемых трендов позволяет выявить устойчивые тематические линии и изменения в исследовательской оптике.

Таблицу с данными Института Рейтера о долгосрочных изменениях мы составили исключительно для иллюстрации уязвимости теории технологического детерминизма, подменяющей общественные вопросы управленческими. Значимость обзоров Института Рейтера заключается не столько в точности их прогнозов, сколько в их способности влиять на коллективную профессиональную имагинацию. Читать эти обзоры продуктивнее не как «отчеты о реальности», а как документы журналистского и редакторского воображения. Их аналитический потенциал раскрывается лишь при сравнении выпусков разных лет, при выявлении повторяющихся допущений и структурных ограничений.

Долгосрочные изменения: 2012 vs 2026

Объект форсайта	2012	026	Изменения
Распространение печати	Падение на 8,7 % по CAGR (Compound Annual Growth Rate)	На грани исчезновения	Ускорение кризиса
Онлайн-доход	Ожидается рост	Остался минорным	Стратегия не сработала
Редакционные штаты	Сокращение, но структура держится	Массовые закрытия редакций	Распад по нижней линии
Трафик социальных сетей	Казался многообещающим	Упал на 40 %	Платформы превратились во врагов
ИИ-лицензирование ²	Не существовало	Исключены для местных СМИ	Новый барьер
Доступ к капиталу	Затруднен, но возможен	Почти невозможен для местных СМИ	Консолидация ускоряется

Источник: составлено Ю.М. Ершовым по материалам Института Рейтера.

Long-term changes: 2012 vs. 2026

Foresight object	2012	2026	Changes
Print circulation	Decline of 8.7% (CAGR)	On the verge of extinction	Acceleration of the crisis
Online revenue	Growth expected	Remained marginal	The strategy failed
Editorial staff	Reduction, but structure holds	Mass closures of newsrooms	Collapse along the bottom line
Social media traffic	Seemed promising	Dropped by 40 percent	Platforms turned into enemies
AI licensing ³	Did not exist	Excluded for local media	New barrier
Access to capital	Difficult but possible	Almost impossible for local media	Consolidation accelerates

Source: compiled by Yuri M. Ershov based on Reuters Institute reports.

Полученные результаты позволяют поставить вопрос о статусе отраслевых технологических прогнозов в системе медиаисследований. Несмотря на методологические, концептуальные и структурные ограничения, рейтеровские и подобные им отраслевые обзоры полезны для сравнительных и ретроспективных исследований, поскольку содержат большой массив экспертных сведений, накопленных за многие годы. Эти обзоры ценны именно как источник первичных экспертных ожиданий. И метод Делфи, и другие научно обоснованные прогностические системы строятся на структурированной технике экспертных оценок, что во многих случаях позволяет достигнуть консенсуса по сложным прогнозам и проблемам за счет использования коллективного разума.

Но обзоры Института Рейтера проблематичны как универсальное описание отрасли и представление о всей мировой медиаиндустрии. Не стоит использовать их в качестве теоретической опоры в построении собственной концепции, потому что они и не претендуют на концептуализацию. Структурные кризисы

² Под ИИ-лицензированием понимается лицензирование данных для обучения (издатель или платформа разрешает использовать свои массивы текстов, видео и др. в тренировочных датасетах), а разработчик нейросети платит редакции за это по договору.

³ AI licensing refers to the practice of licensing data for training purposes (a publisher or platform permits the use of its text, video, and other content in training datasets), whereby the AI developer pays the media organization for this use under a contract.

и революционные, непредвиденные события, как мы показали в таблице медийных изменений, оказываются концептуально трудноуловимыми. Академическому сообществу нужно читать такие обзоры критически, определяя статус данных текстов как исследовательские предположения и экспертные оценки. Необходимо осознавать и возможности, и риски академического применения обзоров Рейтера. Их использование в качестве универсального источника данных требует учета институциональных и методологических ограничений.

Тем не менее у обзоров Института Рейтера есть стабильная академическая «жизнь»: они появляются в списках литературы по темам платформизации новостей, трансформации редакций, влияния ИИ и т.д., особенно в работах по медиаменеджменту и экономике СМИ. В поле практического журналистского образования (медиаатренинги, обучающие программы) эти обзоры тоже широко востребованы: их пересказывает профильная пресса, они используются как точка отсчета для планирования на год. Консалтинговые и индустриальные отчеты (например, FT Strategies) прямо называют этот документ *excellent resource for the news industry* и используют его как основу для собственных рекомендаций издателям.

Размышляя о причинах популярности рейтеровских обзоров, мы назвали бы их симптомом дефицита больших теорий журналистики. Экспертные обзоры начинают выполнять квазитеоретическую функцию ориентации в будущем. Ускорение технологических трансформаций нашей жизни и медиасреды порождает потребность в быстрых ориентирах. Отраслевой прогноз Института Рейтера – корпоративный отклик на запрос о перспективном планировании в редакциях СМИ. Анализ этих обзорных и прогностических текстов позволяет не только лучше понять современную структуру знания о журналистике, но и поставить вопрос о горизонтах теории медиа. В этом смысле обзоры Института Рейтера важны не потому, что они точно угадывают, что будет с профессией, а потому, что они формируют то, как мы думаем о будущем журналистики.

Заключение

Проведенный анализ показал, что годовые отчеты Института Рейтера – это устойчивая практика производства экспертного знания о медиаиндустрии, основанная на регулярных опросах профессионального сообщества. Их методологическая модель обеспечивает воспроизводимость и сопоставимость данных, однако одновременно задает ряд ограничений, связанных с характером выборки и интерпретацией результатов. Отсутствие явной теоретической рефлексии компенсируется наличием имплицитных допущений, среди которых ключевую роль играют индустриальное понимание журналистики и элементы технологического детерминизма. Это позволяет рассматривать данные отчеты как форму эмпирического форсайта, выполняющую функцию структурирования представлений о будущем медиаиндустрии, но требующую критического анализа при использовании в научных исследованиях.

Список литературы

- Ершов Ю.М. Форсайт критических технологий для российской медиаиндустрии // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 8–11. <https://doi.org/10.17223/23062096/4/1> EDN: VPINUH
- Качкаева А.Г., Кирия И.В. Долгосрочные тенденции развития сектора массовых коммуникаций // Форсайт. 2012. Т. 6. № 4. С. 6–18. EDN: PJHKHL
- Смирнов С.С. Статистика медиаиндустрии России: проблемы отраслевой идентификации и учета // Медиаскоп. 2010. № 4. С. 7. EDN: OOTLGZ
- Тоффлер Э. Третья волна / пер. с англ. С. Барабанов, К. Бурмистров, Л. Бурмистрова [и др.]; науч. ред. П.С. Гуревич. М. : АСТ, 2004. 781 с.
- Харари Ю.Н. Homo Deus : краткая история будущего / пер. с англ. А. Андреева. М. : Синдбад, 2022. 496 с.
- Bell W. Foundations of Futures Studies: Human Science for a New Era. New Brunswick, NJ : Transaction Publishers, 1996. 848 p.
- Dator J.A. Advancing Futures: Futures Studies in Higher Education. Santa Barbara : Praeger, 2002. 408 p.
- Dhiman V., Arora M. How foresight has evolved since 1999? Understanding its themes, scope and focus // Foresight. 2024. Vol. 26. No. 2. P. 253–271. <https://doi.org/10.1108/FS-01-2023-0001>
- Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge : Cambridge University Press, 2004. 342 p.
- Kurzweil R. The Age of Spiritual Machines: When Computers Exceed Human Intelligence. New York : Viking Press, 1999. 388 p.
- Saritas O., Burmaoglu S., Ozdemir D. The evolution of Foresight: what evidence is there in scientific publications? // Futures. 2022. Vol. 137. Article 102916. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.102916>

References

- Bell, W. (1996). *Foundations of Futures Studies: Human Science for a New Era*. Transaction Publishers.
- Dator, J.A. (2002). *Advancing Futures: Futures Studies in Higher Education*. Praeger.
- Dhiman, V., & Arora, M. (2024). How foresight has evolved since 1999? Understanding its themes, scope and focus. *Foresight*, 26(2), 253–271. <https://doi.org/10.1108/FS-01-2023-0001>
- Ershov, Yu.M. (2015). Critical technologies foresight for the Russian media industry. *Journalistic Yearbook*, (4), 8–11. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/23062096/4/1> EDN: VPINUH
- Hallin, D.C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, University Press.
- Harari, Y.N. (2015). *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*. Harper.
- Kachkayeva, A.G., & Kiriya, I.V. (2012). Long-term trends in the mass communication industry. *Foresight and STI Governance*, 6(4), 6–18. (In Russ.) EDN: PJHKHL
- Kurzweil, R. (1999). *The Age of Spiritual Machines: When Computers Exceed Human Intelligence*. Viking Press.
- Saritas, O., Burmaoglu, S., & Ozdemir, D. (2022). The evolution of Foresight: what evidence is there in scientific publications? *Futures*, 137, 102916. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.102916>
- Smirnov, S.S. (2010). Statistics on Russian media industry: problems of identification and statistical analysis within the industry. *Mediascope*, (4), 7. (In Russ.) EDN: OOTLGZ
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. William Morrow.

Сведения об авторе:

Ершов Юрий Михайлович (1960–2026)[†], доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики, филиал Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова в Севастополе, Российская Федерация, 299001, Севастополь, ул. Героев Севастополя, д. 7. ORCID: 0000-0003-3526-3727; SPIN-код: 6400-9432. E-mail: ershovym@my.msu.ru

Bio note:

Yuri M. Ershov (1960–2026)[†], Doctor of Sciences in Philology, Professor at the Department of Journalism, Sevastopol Branch of Lomonosov Moscow State University, 7 Heroes of Sevastopol St, Sevastopol, 299001, Russian Federation. ORCID: 0000-0003-3526-3727; SPIN-code: 6400-9432. E-mail ershovym@my.msu.ru

[†] *In memoriam*. Статья публикуется посмертно. Профессор Юрий Михайлович Ершов ушел из жизни 18 июня 2026 г. на этапе подготовки данной рукописи к печати / This article is published posthumously. Professor Yuri M. Ershov passed away on June 18, 2026 during the preparation of this manuscript.