



## Медиапрогнозы 2022, 2023

Сиюминутность, «здесь и сейчас» – этот принцип определяет работу новостных редакций, журналистов, репортеров. Очень часто его же применяют в построении бизнес-модели СМИ, в планировании всей деятельности редакций. Этот мир может стать «гигантским холстом», где «материальный мир и цифровой объединяются». Мир, в котором вы можете узнать человека по осанке. Взглядом выбрать понравившуюся одежду в магазине или на прохожем, и взглядом же оформить ее покупку. Графические вычисления выполняют задачи определения эмоций, диагностики заболеваний и установления других параметров – возраст и даже сексуальную ориентацию, имеют способность отследить месторасположение. Ниже приведен ряд медиапрогнозов, которые из них сбудутся – выбирать вам!

- Внедрение искусственного интеллекта в продукты медиакомпаний
- Большое количество уважаемых изданий перейдут на модель "только онлайн"
- Всё больше газет прекратят выпуск ежедневной печатной продукции
- Пользователи климатических новостей чувствуют, что понимают, что такое изменение климата, но менее уверены в своих знаниях о климатической политике
- Многие люди не следят за новостями об изменении климата каждую неделю
- Многие руководители новостных агентств считают, что трудно хорошо

освещать изменение климата

- Почти четверо из пяти ведущих редакторов 100 брендов на пяти рынках - белые
- Только 21% из 179 ведущих редакторов в 240 крупных изданиях на 12 рынках составляют женщины
- Большинство руководителей отделов новостей считают, что их организации преуспевают с точки зрения гендерного разнообразия
- Большинство руководителей отделов новостей используют гибридную работу
- Руководители отделов новостей по-прежнему делают ставку на доходы читателей
- Большинство людей предпочитают читать, а не смотреть новости
- Прослушивание подкастов снова растет после перерыва в борьбе с COVID-19
- Молодая аудитория все чаще использует Tik Tok для получения новостей
- Facebook остается наиболее часто используемой социальной сетью для распространения новостей
- Заслуживающие доверия новостные агентства наблюдали значительный рост трафика во время пандемии COVID-19

- Многие считают дезинформацию и притеснения большими проблемами для платформ
- Доверие к новостям на платформах ниже, чем доверие к новостям в целом
- Использование новостей через поиск, социальные сети и агрегаторы менее концентрировано, чем прямой доступ
- Молодая аудитория часто получает новости из социальных сетей
- Во многих странах резко растет число случаев избегания новостей
- Некоторые молодые люди избегают новостей, потому что им трудно их понять

Прогноз: Все это создаст «экзистенциальную угрозу будущему журналистики».

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

как это убрать?