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!

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

хорошо освещать изменение климата

- ☐ **7.** Почти четверо из пяти ведущих редакторов 100 брендов на пяти рынках - белые

- ☐ **8.** Только 21% из 179 ведущих редакторов в 240 крупных изданиях на 12 рынках составляют женщины

- ☐ **9.** Большинство руководителей отделов новостей считают, что их организации преуспевают с точки зрения гендерного разнообразия

- ☐ **10.** Большинство руководителей отделов новостей используют гибридную работу

- ☐ **11.** Руководители отделов новостей по-прежнему делают ставку на доходы читателей

- ☐ **12.** Большинство людей предпочитают читать, а не смотреть новости

- ☐ **13.** Прослушивание подкастов снова растет после перерыва в борьбе с COVID-19

- ☐ **14.** Молодая аудитория все чаще использует Tik Tok для получения новостей

- ☐ **15.** Facebook остается наиболее часто используемой социальной сетью для распространения новостей

- ☐ **16.** Заслуживающие доверия новостные агентства наблюдали значительный рост трафика во время пандемии COVID-19

- ☐ **17.** Многие считают дезинформацию и притеснения большими проблемами для платформ

- [ ] **18.** Доверие к новостям на платформах ниже, чем доверие к новостям в целом

- [ ] **19.** Использование новостей через поиск, социальные сети и агрегаторы менее концентрировано, чем прямой доступ

- [ ] **20.** Молодая аудитория часто получает новости из социальных сетей

- [ ] **21.** Во многих странах резко растет число случаев избегания новостей

- [ ] **22.** 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?