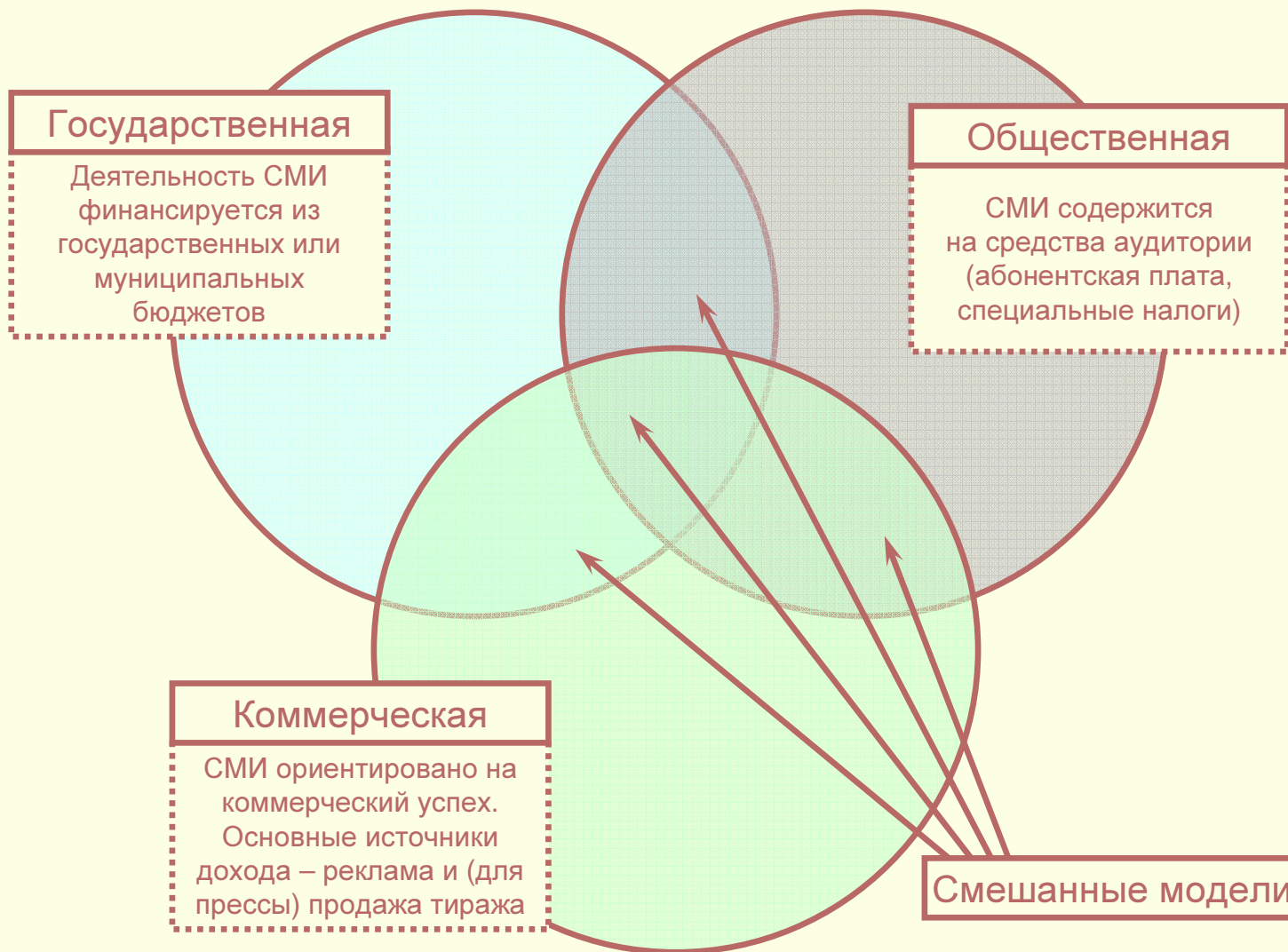




Бизнес-модели российских СМИ (результаты экспертного опроса)



Бизнес-модели СМИ



По материалам обзора зарубежных источников



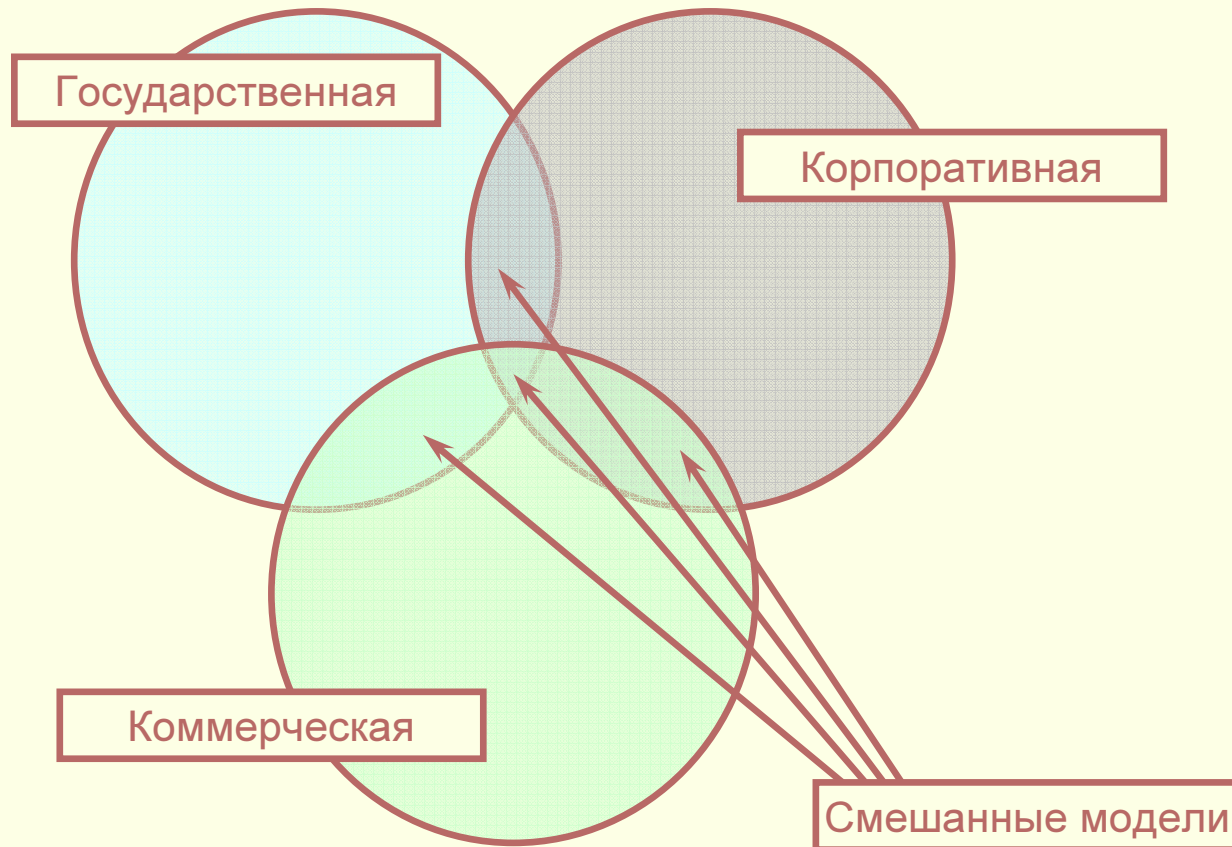
Основные бизнес-идеи российских СМИ



По материалам социологического исследования



Основные бизнес-модели СМИ в России



В отличие от принятой в теории (и распространенной на развитых медиарынках) системы бизнес-моделей СМИ, российская система не содержит общественной бизнес-модели; на российском рынке значимую роль играют СМИ, финансируемые крупным бизнесом («корпоративная бизнес-модель»)

По материалам социологического исследования



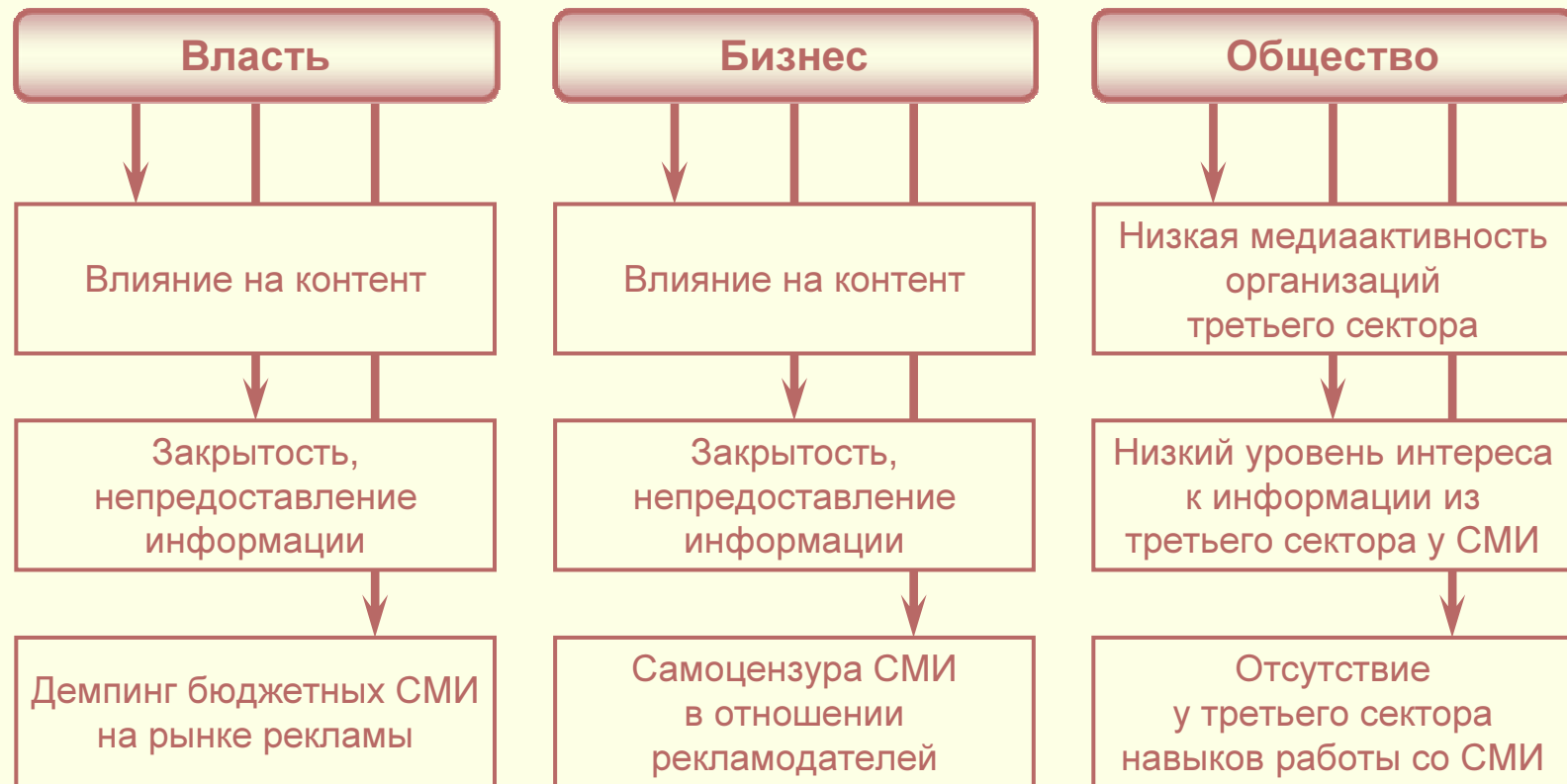
Ключевые проблемы российского медиарынка



По материалам социологического исследования



Проблемы взаимодействия СМИ с субъектами системы «СМИ – общество – бизнес – власть»



По материалам социологического исследования



**Более подробная информация
о проекте
может быть получена в
Исследовательской группе ЦИРКОН**

Тел. 621-34-15, 628-51-67

post@zircon.ru,

www.zircon.ru