

## СОДЕРЖАНИЕ

Резюме .....	5
Введение .....	10
1. Ответные действия издателей на падение рынка .....	15
Влияние экономики на доходы .....	16
Новые источники поступления доходов .....	21
2. Увеличение доходов за счет развития бизнеса и повышения эффективности .....	24
Новые источники доходов .....	25
Эффективность и снижение затрат .....	33
3. Формирование кадрового и организационного развития .....	36
Смена приоритетов .....	36
Готовность к переменам .....	41
Смена приоритетов развития .....	42
Результаты скандинавского исследования .....	45
4. Стратегии от ученых и консультантов .....	48
Неизбежная волна изменений .....	48
Срочная необходимость преобразования .....	54
Ценные предложения СМИ на рынке с дефицитом внимания .....	60
5. Стратегии от специалистов и консультантов .....	65
Будущее: комплексная новостная экосистема для жаждущей аудитории, <i>Уилл Яркер</i> .....	65
Навстречу 2020: Цифровая дюжина, новая локальность и конец бизнеса в его привычном понимании, <i>Кен Доктор</i> .....	70
Газетные компании: выстраивая рамки представления о будущем, <i>Сэнфорд Нельсон</i> .....	75
Выживание в 21-м веке: перспективы для издания газет в век цифровых технологий, <i>Марике ван дер Донк</i> .....	82
Газетная индустрия сталкивается с «Интербергом» как «Титаник» с айсбергом! Сколько пассажиров и членов команды можно спасти? <i>Билл Хилл</i> .....	85
6. Стратегии от издателей .....	91
Задачи, стоящие перед ежедневными региональными газетами во Франции, <i>Мишель Лепиней</i> .....	91
Будущее газетных издателей, <i>Хосе Мануэль Варгас Гомес</i> .....	97
Заключение .....	102
Авторы эссе и переводчики .....	105
Приложение .....	107