

дович и Александр Николаевич — нагрудные знаки «Отличник печати Беларуси» от Министерства информации Республики Беларусь.



Издательство «Аверсэв» использует различные способы реализации своей продукции. Рынком сбыта издательства выступает Республика Беларусь. Есть собственные каналы сбыта: продажа книг в бумажном виде осуществляется через интернет-магазин, в электронном виде — с помощью платформы Aversev Media. Издательство тесно сотрудничает с организациями «Белкнига» и OZ.by, а также с распространителями.



Таким образом, история становления показала, что издательство «Аверсэв» преодолело много этапов развития и стало ведущим издательством в Республике Беларусь. Высокие тиражи, хорошая рекламная поддержка, высокое качество книг, использование различных способов и стратегий распространения и реализации продукции подчеркивает профессионализм и высокий уровень издательства.

Литература

1. Национальная книжная палата Беларуси [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://natbook.org.by/>. — Дата доступа: 11.09.2021.
2. Издательство Аверсэв [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aversev.by/>. – Дата доступа: 11.09.2021.

УДК 366.636.2

Ф. Д. Мезяк, студ.
Науч. рук.: Н. И. Шишкина, доц.
(БГТУ, Минск)

АНАЛИЗ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА И МЕДИАХОЛДИНГА В БЕЛАРУСИ НА ПРИМЕРЕ «СМАРТПРЕСС» И REMAGO

На сегодняшний день белорусские медиа не имеют определенного пути развития. Работа онлайн СМИ видна большинству лишь после ее публикации. Для анализа деятельности таких медиаимпе-

2. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИЗДАТЕЛЬНО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

рий как SmartPress и Remago было проведено интервью с главным редактором Юлией Кочубей и директором Вячеславом Зеньковичем, а также взяты комментарии у бывшего главного редактора портала Onliner Дениса Блища.

Медиахолдинг — это объединение средств массовой информации.

Учитывая то, что сложно представить себе экономическую природу или социальные функции СМИ без длительного наблюдения, мы предлагаем рассматривать менеджмент СМИ как комплексную сферу в рамках 2–3 интервью.

«СмартПресс» — это независимая частная медийная структура, учредителем которой является белорусский журналист Вячеслав Зенькович. Главные принципы «Смартпресс»: точность, оперативность, актуальность, уникальность. Основные форматы: новости, интервью, прямые эфиры, инфографика, аналитика на русском (белорусском) и английском языках.

Кроме того, «СмартПресс» реализуют такой уникальный проект как «Смартидея». Это рассказы о людях, которые придумали, как сделать нашу жизнь лучше, комфортнее и интересней. «СмартПресс» помогает продвигать и воплощать в жизнь эти идеи. Тематика — самая разная, критерий один — новизна и позитивный настрой.

Проекту еще нет и года, и он еще не вышел в окупаемость, однако сейчас имеются несколько основных источников дохода: размещение рекламных материалов, баннерные площадки, заказные статьи.

Медиахолдинг «Смартпресс» работает во всех социальных сетях (Telegram, Facebook, Instagram, Twitter, ОК, ВК и др.), это дает «СмартПресс» возможность стать многопрофильным порталом, где каждая из социальных сетей будет самостоятельным СМИ.

На примере молодого медиаресурса «СмартПресс» видно, что в перспективе у белорусских СМИ будут развиваться: новостная лента; видеоматериалы на YouTube как студийного формата, так и выездного; подкасты и собственный контент.

Сейчас белорусские СМИ переживают стагнацию: репортажи и студийные сюжеты уже не набирают нужного порога просмотров. Медиаменеджменту в Беларуси необходимо сделать упор на развитие социальных сетей как источников новостей и иной информации, так как наша практика работы со «СмартПресс», с «Remago» и с Onliner» показала, что Facebook и Instagram набирают наибольшее количество просмотров и откликов читателей.

Аудитория, которая читает «СмартПресс» и «Remago», если говорить о возрастном сегменте, это 35+, а в среднем — 45 лет. Это идеальная ау-

дитория с точки зрения коммерческой привлекательности проектов. Важно уметь анализировать свою аудиторию. Взрослое платежеспособное население, интересуется нюансами политики, банковскими услугами, страховками, недвижимостью. Мы анализировали, какие интересы есть у потенциальной аудитории кроме бизнеса, политики, текущих событий и новостей. Основные интересы — туризм и отдых, недвижимость, образование и здоровье. В последнее время имеют высокий рейтинг материалы, связанные с каким-то духоподъемным контентом. То есть, людям нравится читать о своей истории, они хотят лучше знать свою культуру.

Благодаря сведениям полученным в ходе интервью с главным редактором «СмартПресс» Юлией Кочубей и директором Вячеславом Зеньковичем стало понятно, что сейчас происходит трансформация интернет-аудитории. Некоторые крупнейшие интернет ресурсы прекратили свое существование в силу ряда причин. И аудитория после этой трансформации еще не остыла.

Информационный портал «Onliner» начинал свой путь с двумя людьми в редакции. Одним из редакторов был Денис Блиц, в последствии стал главным редактором. На сегодняшний день «Onliner» позиционирует себя как многоплатформенный онлайн медиаресурс. При использовании аналитики портала выяснилось, что основная аудитория откликается больше всего в Facebook и Instagram. Средний возраст аудитории 25+. Некоторые опросники показали схожесть интересов аудитории «Onliner» с аудиторией Смарт Пресс.

Remago — рекламная компания, которая осуществляет деятельность по всем региональным городам Беларуси.

В рамках осуществления рекламной деятельности, важная роль в «Remago» с момента ее основания и по настоящее время отводится благотворительным целям, социально-экономическим и социально-ориентированным проектам, в целом развитию, укреплению и совершенствованию рекламы в региональных городах Беларуси.

Компания «Remago» в медиасфере осведомляет своих читателей о новостях о бизнесе, об интересных людях, а также публикует статьи в целях рекламы. Возраст основной аудитории — 35+. Лучший результат по просмотрам показал Instagram. Основные доходы компании приносит реклама.

Проанализировав деятельность медиаменеджмента в Беларуси со стороны «СмартПресс», «Onliner» и «Remago» можно сделать следующие выводы:

1. Медиаменеджмент и медиахолдинги в Беларуси на стадии стремительного развития.

2. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

2. Кроссплатформенность находится в приоритете развития в сфере медиа.

3. Средний возраст читателей новостей — 30+.

4. Наиболее эффективны две социальные сети: Facebook и Instagram.

5. Основной источник дохода — реклама.

Литература

1. «Смартпресс»: «Мы ни за «красных», ни за «белых» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://telegra.ph/Smartpress-My-ni-za-krasnyh-ni-za-belyh-08-26>. – Дата доступа: 25.09.2021.

2. Денис Блиц: «Жить надо в удовольствие!» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://telegra.ph/Denis-Blishch-ZHit-nado-vudovolstvie-09-02>. – Дата доступа: 26.09.2021.

3. Чем управляют менеджеры СМИ? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/чем-управляют-менеджеры-сми-о-природе-современного-медиаменеджмента>. – Дата доступа: 26.09.2021.

4. Средства массовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/society/mass-media>. – Дата доступа: 26.09.2021.