

ИЗДАНИЕ ЖУРНАЛОВ КАК БИЗНЕС

Т. В. Силина-Ясинская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 22004, г. Минск, Республика Беларусь,
maritiana@mail.ru*

В статье анализируется рынок журнальной периодики Республики Беларусь в аспекте его привлекательности для бизнеса.

Ключевые слова: журнал; издательство; медиаобъединение; аудитория; редакционно-издательская стратегия; журнальная индустрия.

PUBLISHING MAGAZINES AS A BUSINESS

T. V. Silina-Yasinskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: T. V. Silina-Yasinskaya (maritiana@mail.ru)*

The article analyzes the market for periodicals in the Republic of Belarus in terms of its attractiveness for business.

Key words: magazine; publishing house; media association; audience; editorial and publishing strategy; magazine industry.

Журналы возникают в точках пересечения запросов (профессиональных, социальных, возрастных – вертикальный уровень) и интересов (политика, спорт, искусство и т. д. – горизонтальный уровень) аудитории. Все журналы условно разделяются на две большие группы: для специалистов и неспециалистов и ориентируются на читателей согласно их профессиональной принадлежности, возрасту, склонностям, социальным, социально-демографическим и иным приметам.

В Республике Беларусь в структуре практически каждого крупного государственного медиаобъединения есть журнал: «Спецназ» – Издательский дом «Беларусь сегодня», «Алеся» и «Родная пры-

рода» – Издательский дом «Звязда», «Беларуская думка» и «Экономика Беларусі» – РУП «БелТА», «Бярозка» – РУП «Дом прэсы», «Качели» – УП «Агентство «Мінск-новости», «Мастацтва» – РИУ «Культура и искусство», «Народная асвета» и «СпортTime» – РИУ «Издательский дом «Педагогическая пресса», «На экранах» – РУП «Издательство «Белорусский Дом печати», «Милиция Беларусі» – РУП «Объединенная редакция Министерства внутренних дел Республики Беларусь» и др.

Журналы выпускают государственные издательства. Например, РУП «Издательство «Мастацкая літаратура» является юридическим лицом, на которое возложены функции редакции литературных журналов «Маладосць», «Нёман» и «Полымя». РУП «Издательство «Адукацыя і выхаванне» выпускает 21 наименование журналов: а) научно-методические и практические для педагогов («Адукацыя і выхаванне», «Беларуская мова і літаратура», «Беларускі гістарычны часопіс», «Біялогія і хімія», «Выхаванне і дадатковая адукацыя», «Геаграфія», «Гісторыя і грамадазнаўства», «Диалог», «Замежныя мовы», «Здоровый образ жизни», «Мастацтва і школа», «Матэматыка і фізіка», «Мінская школа сегодня», «Спецыяльная адукацыя», «Пачатковае навучанне: сям’я, дзіцячы сад, школа», «Пачатковая школа»); б) детские («Мир путешествий», «Буся», «Вясёлка», «Рюкзачок», «Рюкзачок весёлый зоопарк»).

Значительную долю в сегменте журнальной периодики в нашей стране занимают научные журналы. Так, только в Перечень научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертаций в 2024 г. 176 журналов (227 с учетом серий).

По состоянию на 1 июня 2024 г. Министерством информации Республики Беларусь зарегистрировано 535 журналов, из которых 192 государственных и 343 негосударственных. В процентном выражении соотношение государственных и коммерческих журналов выглядит соответственно как 36% и 64%. Учредителями журналов является широкий круг разнообразных по статусным характеристикам и организационно-правовым формам лиц, которые видят в их издании определенные цели. Редакционно-издательская стратегия журнальной индустрии зависит от принадлежности конкретного издания к определенной типологической группе. Несмотря на тенденцию последних трех лет к сокращению общего количества журнальной периодики, коммерческий журнальный сектор сохраняет свое лидерство на протяжении последних двадцати лет. Это говорит о привлекательности журнального рынка для бизнеса.

Пятую часть отечественных негосударственных журналов – 68 наименований из 343 – составляют издания трех организаций: ООО «Издательский дом «Толока», ООО «Издательский дом «ВИТА» и ООО «Издательский дом Гревцова». Журнальная периодика, издаваемая этими организациями, уже давно присутствует на рынке Беларуси и на протяжении не одного десятилетия демонстрирует популярность у аудитории и устойчивость ко всякого рода кризисам. Коммерческий успех этих издательских домов основан на трех разных стратегиях взаимодействия с аудиторией.

Издательский дом «Толока» вырос из редакции одноименной газеты (год основания 1990 г.). С самого старта компания взяла курс на удовлетворение читательских интересов женской аудитории, став издателем одного из первых в республике коммерческих женских журналов «Счастливая и Красивая». «Толока» сегодня обладает статусом международного издательского дома, продукция которого распространяется не только в Республике Беларусь, но и в Российской Федерации. Устойчивость и успешность на рынке компании во многом обеспечивает следование традициям взаимодействия с аудиторией и *стратегия формирования контента из писем читателей*. Сегодня Издательский дом предлагает читателям 32 наименования журналов:

- **Женские:** «Психология и Я», «Тётя Соня. Женский журнал сканвордов».

- **Для всей семьи:** «Домашний журнал», «Сваты», «Сваты. Сканворды».

- **Кулинарные:** «Наша кухня», «Золотые рецепты наших читателей», «Секреты кухни», «Кухонька Михалыча», «Самобранка», «Сваты на кухне», «Сваты. Заготовки», «Наша Кухня. Выпечка», «Наша Кухня. Салаты и закуски».

- **О здоровье:** «Народный доктор», «Секреты исцеления», «Лечитесь с нами», «Домашняя энциклопедия здоровья», «Сваты на пенсии», «Давление в норме 120/80», «Живу с диабетом».

- **Цвето- и садоводство:** «Цветок», «Домашние цветы», «Садовод и огородник», «Усадьба», «Школа цветовода», «Комнатный цветник», «Сваты на даче».

- **Рукодельные:** «Делаем сами», «Мастерская на дому».

- **Детские и молодежные:** «Саша и Маша», «Волшебный».

Отдельно стоит обратить внимание на то, что, сосредоточиваясь на одной аудиторной социальной группе, издательский дом сегментиру-

ет тематику журналов, за счет чего возможен естественный рост продаж без увеличения аудитории в ее фактическом выражении. Можно предположить, что один и тот же читатель приобретет шесть различных журналов (при условии, что контент в них не дублируется): «Сваты», «Сваты на пенсии», «Сваты на кухне», «Сваты на даче», «Сваты. Заготовки», «Сваты. Сканворды».

Издательский дом «ВИТА» так же, как и «Толока», распространяет свои издания в Беларуси и России. Концептуально и издания, и подходы этих двух издательских домов схожи, но у издательского дома «ВИТА» ставка сделана на детскую и подростковую прессу (девять из девятнадцати издаваемых журналов):

- **Женские:** «Любимая».
- **Для всей семьи:** «Викинг. Сканворды».
- **Кулинарные:** «Лучшие заготовки», «Коллекция Домашняя кухня», «Домашняя кухня. Лучшие кулинарные рецепты».
- **О здоровье:** «Сам себе скорая помощь», «Сад, огород – кормилец и лекарь», «Доброго здоровья».
- **Рукодельные:** «Лукошко идей», «Копилка идей».
- **Детские и подростковые:** «Умняша», «Умняшины книжки», «Мега-раскраска»; «Игры для ума», «Разбуди смекалку», «80 орешков для ума», «Играй не скучай»; «Развлекательный каламбур», «Когда ты один дома».

Особенностью детских изданий издательского дома «ВИТА» является *концентрация на игровом развивающем контенте*, что привлекательно для молодых родителей, которые интересуются разными методиками повышения интеллекта своих детей и находят их в детской журнальной периодике.

Радикально отличается от представленных выше организаций «Издательский дом Гревцова». Сегодня он предлагает семнадцать журналов, тематика которых сосредоточена на экономике и управлении предприятием: «Моя бухгалтерия», «Моя бухгалтерия. Строительство», «Моя бухгалтерия. Сельское хозяйство», «Моя бухгалтерия. Торговля и общественное питание», «Моя бухгалтерия. Транспорт», «Моя бухгалтерия. Опыт проверок», «Моя бухгалтерия. Ценообразование», «Моя бухгалтерия. Все для годового отчета», «Моя бухгалтерия. Бюджетные организации», «Библиотечка бюджетника», «Бюджетные организации. Здравоохранение», «Сметное дело», «Библиотечка сметчика», «Глав-

ный инженер в строительстве», «Производственно-технический отдел», «Банковская деятельность», «Ветеринарное дело».

В основе содержания каждого журнала – актуальные материалы с комментариями специалистов профильных министерств и экспертов отраслей, ответы на острые и нестандартные вопросы и ситуации, которые встречаются в реальной работе предприятий, разъяснения нормативной базы. Главная черта журналов Издательского дома Гревцова – *практическое использование публикаций*. История большинства журналов издательского дома уходит в 2000-е годы – период, когда активно развивался частный бизнес. Руководителями таких предприятий становились лица, часто не имевшие не только специального образования, но и малейшего представления об основах функционирования организации. Поэтому журналы Издательского дома Гревцова становились реальными помощниками для руководителей в ведении бизнеса. На сегодняшний момент сегментация журналов по отраслям позволяет контенту быть более глубоким и сосредоточенным. Это обеспечивает устойчивость и расширение аудитории и прямо влияет на коммерческий успех журнального бизнеса учредителей издательского дома.

Таким образом, пример деятельности трех разных частных организаций журнальной индустрии позволяет заключить, что издание журналов сегодня может представлять собой успешный и коммерчески выгодный бизнес, в том числе экспортоориентированный, что важно в целом для страны.