Светлана Вячеславовна Харитонова

Белорусский государственный университет

sveta\_har@mail.ru

**Сегмент медиапредприятий в белорусской системе СМИ для детей: структурные особенности**

В статье рассматривается сегмент медиапредприятий как один из основных структурных компонентов белорусской медиасистемы для детской аудитории. Автор квалифицирует его состав и выявляет структурные особенности медиапредприятий различных видов и форм собственности в отечественной медиасфере.

Ключевые слова: система СМИ для детей, сегмент, медиасистема, медиапредприятия, структурная организация.

Элементный состав детской медиасистемы (системы медиа для детской аудитории) Беларуси представлен совокупностью компонентов, среди которых одна из ключевых ролей отводится медиапредприятиям (различных видов и форм собственности), производящим медиаконтент для детей. Как административно-управленческие образования (РУП «Издательство “Адукацыя і выхаванне”», ОДО «Элбипресс», ЧТУП «Минар», ООО «Редакция газеты «Магазин кроссвордов», ЗАО «Редакция газеты «Толока» и др.) они определяют характер организационных (административных, дисциплинарных, правовых) отношений и иерархических взаимосвязей между субъектами информационной деятельности в составе редакций и издательств на различных уровнях их структурного устройства.

В структуре отечественной медиасистемы для детей учредителями выступают различные по виду (частная, государственная) и форме собственности (индивидуальная, коллективная) медиасубъекты: коммерческие организации (юридические лица) (ОДО «Элбипресс», ЧТУП «Минар», ООО «Редакция газеты «Магазин кроссвордов», ЗАО «Редакция газеты «Толока» и т.д.), частные (физические) лица (В. Капский, О. Кульбацкий, Д. Ненашев); государственные организации (Администрации Президента Республики Беларусь «Редакция газеты «Советская Белоруссия», Министерство информации Республики Беларусь, Комитет по образованию Минского городского исполнительного комитета) в соучредительстве с редакциями детских СМИ и общественные организации (объединения) (Белорусский республиканский союз молодежи, Белорусская молодежная общественная организация спасателей-пожарных).

Структурная организация сегмента медиапредприятий в белорусской медиасистеме имеет свою специфику. Во-первых, учредителями детских СМИ преимущественно выступают медиасубъекты негосударственной формы собственности – коммерческие организации и частные лица. Частный сектор предлагает детской аудитории 9 газет и 70 журналов из 92 отечественных периодических изданий, выпускаемых на территории Республики Беларусь. При этом 65 из них публикуют содержание, в котором преобладает развлекательная информация. Во-вторых, большая часть коммерческих медиапредприятий представляет собой укрупняющиеся медиахолдинги, или издательские дома, выпускающие разнообразный перечень печатной продукции. В-третьих, их медиа предназначаются либо для локальных групп детей каждой из возрастных категорий, либо для конкретной сегментированной целевой аудитории. Например, УП «Траско» специализируется на выпуске игровых и развивающих журналов для дошкольников «Бабушкин сундучок», «Карандаш», «Дюймовочка» и др. РУП «Издательство "Пачатковая школа"» (с августа 2019 вошедшее в состав РУП «Издательство “Адукацыя і выхаванне”») (журналы «Рюкзачок», «Рюкзачок. Веселый зоопарк», «Топа», «Я сам!», «Юный техник и изобретатель» и др.) и ОДО «Элбипресс» (журналы «Апельсин», «Детский журнал», «Стрекоза», «Пропеллер», «Симба») предлагают подрастающей аудитории универсальный комплект медийного контента различного целевого назначения и читательского адреса.

С одной стороны, преобладание медиасубъектов негосударственной формы собственности в белорусской медиасистеме для детей свидетельствует о развитии ее компонентного состава. С другой – в коммерческом сегменте увеличивается количество печатных СМИ, массово распространяющих развлекательный контент, что влияет на эффективность функционирования системы медиа для детской аудитории, призванной реализовывать важнейшие функции воспитания, образования и социализации подрастающего поколения.