**Работа редактора по маркетингу при продвижении медиабренда (на примере телеканала ТВ-3)**

За последние 15 лет структура медиапотребления в мире сильно изменилась. В России, как и раньше, главным средством массовой информации остается телевидение, но опасным его конкурентом становится интернет и так называемые «новыми медиа». По данным ВЦИОМ за 2022 год, почти треть россиян ежедневно пользуется интернетом. Статистика показывает, что эта цифра изменилась больше, чем вдвое по сравнению с 2018 годом – 29% (2022 г.) против 13% (2018 г.) [4].

В связи с этим социальные сети, являющиеся частью новых медиа, стали прибыльной и перспективной площадкой для продвижения товаров, услуг и целых компаний и корпораций, а также медиабрендов.

Функцию маркетинга в социальных сетях реализует редактор по маркетингу. Появление данной профессии стало возможно с развитием и глубоким проникновением цифровых технологий в нашу жизнь, поэтому можно сказать, что маркетинговый редактор – порождение новых медиа.

Основные цели редактора по маркетингу включают создание и поддержание узнаваемости медиабренда, привлечение аудитории и увеличение продаж рекламы. В круг задач входит разработка стратегий продвижения, управление контентом и рекламными кампаниями, анализ результатов и оптимизация маркетинговых усилий.

В рамках стратегии продвижения телеканала ТВ-3 в социальных сетях были выявлены особенности работы редактора по маркетингу конкретного медиабренда. Российский телеканал ТВ-3 специализируется в основном на проектах, связанных с паранормальными явлениями и магией. ТВ-3 входит в ТОП-10 самых популярных телеканалов в стране в 2023 году. Официальное представительство телеканала есть во многих социальных сетях. Для исследования нами были выбраны площадки:

1. «Вконтакте»
2. «Одноклассники»
3. «Телеграм»
4. «Дзен»

Для каждой из выбранных социальных сетей редакторами по маркетингу телеканала ТВ-3 ставятся различные цели. Для сервисов «Вконтакте» и «Одноклассники» - это сохранение и расширение целевой аудитории канала, реклама проектов телеканала. Она реализуется посредством прямого упоминания проектов в текстовых постах и коротких видеоматериалах.

Главная цель при продвижении медиабренда через «Телеграм» – прямое взаимодействие с аудиторий и привлечение более молодой ее части. Эта стратегия воплощается в жизнь с помощью введения рубрик на астрологическую тему, которая отражает характер и идею бренда, активное вовлечение аудитории, коммуникации с подписчиками, конкурсов.

 На платформе «Дзен» основная цель редактора по маркетингу – просвещение аудитории, привлечение подписчиков через запросы в браузере, реклама проектов телеканала. Она достигается за счет публикации больших статей на различные темы, которые могут быть интересны большому кругу пользователей.

**Источники и литература**

1. Алевизаки О.Р., Кара-Мурза Е.С., Ломыкина Н.Ю., Агафонова М.А. Маркетинг в социальных сетях для продвижения брендов средств массовой информации // Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. 2019. № 11. С. 12-20. URL: <http://lamb.viniti.ru/sid2/sid2free?sid2=J18225354>
2. Бейненсон В.А. Продвижение СМИ в социальных сетях: возможности и проблемы // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2016. № 5. С. 239-243. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-smi-v-sotsialnyh-setyah-vozmozhnosti-i-problemy>
3. Вартанова Е.Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. № 5-6. С. 37-39. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>
4. ВЦИОМ Новости. Тренды медиапотребления. 06 октября 2022 URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-mediapotreblenija-2022?%20ysclid=lamvgvwfaa490563482>
5. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. / под науч. ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с. URL: <https://media.kg/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf>
6. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации : учеб. пособ. / под ред. Л. А. Данченок. Санкт-Петербург: Питер, 2013. 288 с. URL: [https://cloudflare-ipfs.com/ipfs/bafykbzacec46uofp5ubhqultonu4m6puhbe4uovthkwcxjp2npewkgtq7mm4c?filename=Маркетинг%20в%20социальных%20медиа.%20Интернет-маркетинговые%20--%20Данченок%20Л.%20А.%20--%200%20--%2013c016c8febe7a8c7c35e7a24a29802f%20--%20Anna](https://cloudflare-ipfs.com/ipfs/bafykbzacec46uofp5ubhqultonu4m6puhbe4uovthkwcxjp2npewkgtq7mm4c?filename=%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%B2%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0.%20%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20--%20%D0%94%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%9B.%20%D0%90.%20--%200%20--%2013c016c8febe7a8c7c35e7a24a29802f%20--%20Anna)’s%20Archive.pdf
7. Стеняева О. SMM-продвижение: подробный гайд по продвижению в социальных сетях Главная Блог SMM SMM-продвижение: подробный гайд по продвижению в социальных сетях SMM-продвижение: подробный гайд по продвижению в социальных сетях. 2023. URL: <https://medianation.ru/blog/smm/smm-prodvizhenie-podrobnyy-gayd/> (дата обращения: 16-11-2023).