

**АНКЕТА НОМИНАНТА  
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА  
«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»**

Дата проведения: 07 июля 2022 года, город Москва

Регистрационная форма заполняется отдельно на каждого в формате DOC.

**Сроки подачи (отправки) до 31 мая 2022 года**

для отдельных категорий (соц ответ. ) до 20 июня 2022

e-mail [mediamanager2020@yandex.ru](mailto:mediamanager2020@yandex.ru)

+7 (903) 729-65-14

**ПРЕТЕНДЕНТ**

ФИО	<b>Прокина Алена Александровна</b>
Название компании	АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва»
Должность	Шеф-редактор газеты «Москва вечерняя»

**НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА ПРЕТЕНДЕНТА**

газета «Москва вечерняя» ( 350 тыс. экз. – выходит 3 раза в неделю)

**НОМИНАЦИЯ В КОТОРОЙ ВЫДВИГАЕТСЯ ПРЕТЕНДЕНТ**

(выделите цветом)

**ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР** (Редакционный директор, Шеф-редактор, Главный редактор, директор по контенту, Контентный стратег, Программный директор, и т.п.)

<input type="checkbox"/> Мультимедийные медиа	<input type="checkbox"/> Онлайн кинотеатры
<input type="checkbox"/> Диджитал медиа	<input type="checkbox"/> Видео и Аудио-сервисы
<input type="checkbox"/> Федеральные медиа	<input type="checkbox"/> Радио
<input checked="" type="checkbox"/> Региональные медиа	<input type="checkbox"/> Медиа Экосистема
<input type="checkbox"/> Информационные агентств	<input type="checkbox"/> Новые Медиа
<input type="checkbox"/> Телевидение	

**ДОСТИЖЕНИЕ ПРЕТЕНДЕНТА,**

**за которое он выдвигается на Премию**

**К какой области относится достижение, идея, способствовавшая развитию бизнеса** (выделите желтым цветом)

<input type="checkbox"/> продажа рекламы	<input type="checkbox"/> маркетинг
<input type="checkbox"/> продажа тиража	<input type="checkbox"/> менеджмент (управление) концепция
<input type="checkbox"/> продвижение, PR	<input type="checkbox"/> технологии
<input checked="" type="checkbox"/> содержание (контент)	<input type="checkbox"/> финансы
<input type="checkbox"/> дизайн, макет	

**ДОСТИЖЕНИЕ, ИДЕЯ**

«За организацию оперативного информирования и создание оригинальной подачи мер профилактики и предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции»

**РЕЗУЛЬТАТ**

В медиахолдинге «Вечерняя Москва» Прокина А.А. работает с 2018 года. Свой творческий путь в «Вечерней Москве» Алена Прокина начитала в качестве выпускающего редактора на сайте [vm.ru](http://vm.ru) (служба информации). Уже через 6 месяцев Прокина А.А. стала шеф-редактором сайта. В 2020 году стала шеф-редактором «Службы новостей» печатной версии газеты, а 2021 году стала шеф-редактором издания «Москва Вечерняя». Она провела обновление газеты -

расширила и обновила рубрикатор, привлекла новых авторов, вместе с дизайн-группой модернизировала макет обложки. В газете «Москва вечерняя» Прокина А.А. занимается как творческим наполнением издания, так и осуществляет координацию работ всех служб выпуска газеты.

СМИ, выпускаемые АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва», имеют высокий рейтинг доверия и востребованы москвичами, что демонстрирует устойчивый рост читательской аудитории. По результатам независимых медиаизмерений «Вечерняя Москва» является лидером московского газетного рынка по охвату читателей.

Издание «Москва Вечерняя» – совместный проект АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» и ГУП «Московский метрополитен». Распространение издания в метрополитене в период максимальной концентрации работающего населения обеспечивает непосредственный выход на целевую аудиторию издания – активных, работающих москвичей. «Москва Вечерняя» сфокусирована на освещении городской тематики. Издание уделяет большое внимание ходу реализации городских программ: проект «Градостроительство», проект «Народы Москвы», «Москва Безопасная» и другие.

По данным Mediascope, средняя аудитория выпуска газеты «Москва Вечерняя» составляет 523,9 тыс. читателей (5% доля от населения Москвы 16+). Издание занимает первую позицию в рейтинге московских ежедневных и более редких газет, опережая газету Metro и «Московский комсомолец».

Шеф-редактор газеты «Москва вечерняя» Прокина А.А. 2021 году внесла значительный вклад в развитие издания «Москва вечерняя». В период пандемии, «Москва вечерняя» выбрала путь не запугивания людей, а информирования о реальном положении дел и о необходимых мерах, простых прикладных вещах, которые каждый может предпринять, чтобы защитить себя.

За кратчайший срок удалось добиться широкого общественного резонанса, привлечения внимания к теме профилактики ковида и вакцинации: развенчивание фейковой информации, экспликация методов манипулирования общественным сознанием, создание детальной и честной картины происходящего с ведущими экспертами в сфере медицины и здравоохранения. Отдельного внимания заслуживает и то, что «Москва вечерняя» фактически возродила в периодике жанр социального плаката: оригинальное препарирование актуальных новостных поводов, связанных с COVID-19, в стихотворной форме с соответствующим визуальным рядом стало прекрасным инструментом, чтобы в простом и доступном формате донести важные послы нашей аудитории – беречь свое здоровье и окружающих. Всего за период пандемии и по сегодняшний день было выпущено более 100 оригинальных плакатов. Широкий отклик читателей (а ежемесячный тираж газеты составляет 4 миллиона 200 тысяч экземпляров, которые попадают прямо в руки пассажирам московской подземки) доказывает верный курс редакционной политики - делать информационную картину для аудитории транспарентной, честной и доступной.

**Дата заполнения**

**24.05.2022 г**