

лення ў тэлевізійным эфіры з'яўляецца перадумовай стварэння гарманічнага камунікатыўнага асяроддзя.

#### ЛІТАРАТУРА

1. Десюкевич, О. Концепт толерантность в философском и научном дискурсах / О. Десюкевич. – elar.urfu.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/19009/1/Desukevich.PDF> – Дата доступа: 14.12.2015.

2. Іўчанкаў, В. І. Беларускія СМІ ў сітуацыі білінгвізму: рэтраспектыва і тэндэнцыя развіцця медыямаўлення / В. І. Іўчанкаў. – elib.bsu.by. [Электронны рэсурс]. – Ражым доступу: <http://elib.bsu.by/bitstream/2.pdf>. – Дата доступу: 25.03.2016.

3. Ланских, А. В. Речевое поведение участников реальности-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / А. В. Ланских; Ур. гос. ун-т им. А. М. Горького – Екатеринбург, 2008. – 183 с.

4. Лапцёнак, Г. В. Функцыянаванне мовы ва ўмвах білінгвізму / Г. В. Лапцёнак. – elib.bsu.by. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/1.pdf> – Дата доступа: 25.04.2016.

5. Михайлова, О. И. Лингвокультурологические аспекты толерантности / О. И. Михайлова. – elar.urfu.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30862/1/978-5-7996-1406-5.pdf>. – Дата доступа: 05.02.2016.

УДК 655.4/.5+002.2(076.5)

Н.И. Шишкина, к. филол. наук  
(БГТУ, г. Минск)

### **СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Анализируя книжный рынок нашей страны, можно выделить следующие основные формы книгораспространения:

- оптовая торговля;
- книжные ярмарки;
- книгораспространение через интернет;
- розничная торговля.

Главным оптово-розничным звеном страны является «Белкнига», которая представлена 77 магазинам по всей стране, а также сетью торговых павильонов и киосков.

Среди наиболее посещаемых и востребованных книжных магазинов Беларуси стоит выделить «Центральный книжный магазин». Его отличают выгодное расположение в самом центре города, высокий уровень обслуживания покупателей и широчайший ассортимент предлагаемой продукции.

Не последнее место в книжном мире столицы занимает магазин-клуб «Светоч», вокруг которого сформировался особый круг покупателей. Сегодня это одно из самых динамично развивающихся книготорговых предприятий. В «Доме книги «Светоч» регулярно проводятся презентации книг, на которых читатель имеет возможность встретиться с любимыми авторами, а также быть в курсе книжных новинок.

К универсальным книжным магазинам с расширенным ассортиментом белорусскоязычных изданий можно отнести «Кнігарню пісьменніка». Стоит отметить, что в магазине работают отделы «Книга — почтой», «Букинистическая комиссия торговля», «Комиссионная торговля авторской книгой», «Товары в кредит».

Одной из старейших книжных площадок Минска является магазин «Книги & книжечки», главным направлением, которого является реализация собраний сочинений русских и зарубежных авторов, серийных и многотомных изданий, а также продажа и реклама книг белорусских издательств. Магазин предлагает большой выбор книг о городах и людях Беларуси, о природе нашей страны, ее культурном наследии. Широко представлена проза и поэзия белорусских авторов, детская литература.

Книжный магазин «Медицинская книга» — единственный специализированный магазин медицинской литературы в Минске.

Большой выбор методической литературы для школьников, бланочной продукции и канцелярских товаров предлагает магазин «Книгочей».

Широкий выбор учебной и методической литературы предлагает книжный магазин «Методическая книга». Литература, прежде всего, ориентирована на педагогов, учителей школ, воспитателей дошкольных учреждений, логопедов, психологов и других специалистов в области образования и воспитания, а также молодых родителей. Филиал является опорным пунктом издательства «Народная асвета», кроме того, на выбор представлена литература для широкого круга читателей: романы, детективы, историко-документальные произведения, литература по музыке, искусству, юриспруденции и экономике.

Книжные выставки и ярмарки развиваются как живой организм. Только некоторые из них прочно занимают место в календаре постоянных событий. Пропаганда белорусской книги за рубежом проводилась на 10 международных книжных выставках-ярмарках, в которых приняли участие книгоиздатели, полиграфисты и распространители печатной продукции в Беларуси.

Самым крупным и популярным интернет-магазином Беларуси является OZ.by (<http://oz.by/>). Магазин специализируется на классической и популярной современной литературе, играх, DVD- и Blu-Ray-видео (видео высокой чёткости), лицензионном софте. Из плюсов площадки можно выделить приятную систему скидок и бонусов, удобную навигацию по каталогам товаров, различные способы доставки (в том числе и почтой). Из минусов — кратковременную задержку заказанных книг, отсутствие товара на складе непосредственно после заказа.

Книжный магазин Biblio.by (<http://biblio.by/>) активно «работает» с детской литературой. Нужную книжку можно найти посредством функции поиска. Магазином периодически проводятся различные конкурсы и акции, среди которых «Подарок малышу» и «Подарок от biblio.by» (каждый месяц в этом разделе можно увидеть книжку, которая

отдается в подарок при заказе на определенную сумму Интернет-магазин «ВИЛКА» (<http://vilka.by/>) существует в Минске уже восьмой год. Книги здесь выбирают очень тщательно, как взрослые, так и детские. Все книги на «Вилке» упаковывают в крафтовую обложку с печатью. Вместе с книгами в бандерольках к читателям приезжают закладки и литературные открытки — каждый сезон выходит что-то новое. Про книги и авторов на сайте рассказывают подробнейшим образом: с фотографиями, видео, отрывками из интервью. Книгам иногда устраивают целые фотосессии: с яблоками, с конфетами, у реки, в одуванчиковом поле. Затем все выкладывается в социальные сети.

Площадка «КНИЖНАЯ НОРА» (<http://bookhole.by/>) изначально задумывалась как магазин интеллектуальных книг. Здесь есть книги издательств «Текст», Ad Marginem, Corpus и Livebook, однако со временем ассортимент интернет-магазина расширился: появилась детская литература таких издательств, как Clever, «Поляндрия», «Мелик-Пашаев», «КомпасГид», «Розовый жираф» и других.

Kim.by — это интернет-витрина розничной точки на книжной ярмарке «Мир книг». Здесь можно найти множество интересных книг самой различной тематики. Единственный недостаток — у многих книг на сайте нет фотографии, однако на сайте указывается основная и дополнительная информация об издании. Преимущество витрины в том, что можно найти редкую хорошо иллюстрированную литературу.

Mystery.by — универсальный книжный интернет-магазин для всей семьи, где каждый найдет для себя что-то занятное и нужное.

«Азбука ума» (<http://azbuka-uma.by/>) — магазин детской книги и других полезных товаров для раннего развития детей. Товары в магазине проходят строгий отбор организаторов. Их тестируют, рассматривают со всех сторон, и уж потом выставляются в качестве товара. Все книги удобно рассортированы: их можно найти по издательству либо найти в разделе «по возрасту».

Еще одна площадка, специализирующаяся на детской литературе, — «Сундучок детских книг» (<http://sunduchok-knig.by/>). В ассортимент магазина входят объемные книжки, современная проза для подростков, детективы, классика, развивающие книжки, стихи, смешные книжки, игрушки и многое другое.

Свой интернет-магазин есть и у Издательства Белорусского Экзархата, одного из крупнейших издательских и духовно-просветительских центров Беларуси, — книжный интернет-магазин Православной книги (<http://blagovest.by/>).

«FANTASTIC» (<http://bookby.net/>) — интернет-площадка, которая специализируется на таких жанрах, как фантастика, приключения, боевик и фэнтези. Особенность этого магазина в том, что стоимость заказанных товаров почти вдвое ниже, чем у конкурентов. Это объясняется тем, что ресурс закупает букинистические книги, однако те, которые находятся в хорошем состоянии. Многие книги заказаны в других интернет-магазинах, поэтому по возможности в большинстве подробных описаний можно увидеть ссылки на ресурсы, откуда была взята книга.

Современным книгораспространителям необходимо учитывать множество факторов, влияющих на спрос, покупательскую способность населения и сбытовую политику предприятия, и использовать для этого все доступные им инструменты — от маркетинговых исследований до электронных баз данных и Интернета.