

Учреждение образования
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Н. И. Шишкина

СОВРЕМЕННОЕ ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО И СТАТИСТИКА ПЕЧАТИ

*Рекомендовано
учебно-методическим объединением по химико-технологическому
образованию в качестве учебно-методического пособия
для студентов учреждений высшего образования
по специальности 6-05-0211-06 «Издательское дело»*

Минск 2024

УДК [655.4/.5+002.2](075.8)
ББК 76.17я73
Ш65

Рецензенты:
кафедра международной журналистики БГУ;
заместитель директора по развитию ОДО «Аверсэв»
А. Г. Латушкина

Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или ее части не может быть осуществлено без разрешения учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет».

Шишкина, Н. И.

Ш65 Современное издательское дело и статистика печати : учеб.-метод. пособие для студентов специальности 6-05-0211-06 «Издательское дело» / Н. И. Шишкина. — Минск : БГТУ, 2024. — 175 с.

ISBN 978-985-897-206-6.

Теоретический материал учебно-методического пособия позволит получить представление об истории развития статистики печати; структуре издательско-полиграфического комплекса Республики Беларусь; нормативно-правовой базе издательского дела; системе статистических и библиографических данных печатной продукции; новейшей системе книгораспространения в стране; современном состоянии издательской деятельности республиканского и мирового книгоиздания.

Издание включает методические указания к лабораторным работам по курсу «Современное издательское дело и статистика печати», в ходе выполнения которых студенты освоят методику сбора статистической информации по массиву издательской продукции, выбора той или иной модели статистической группировки и обработки данных, прогноза отраслевой деятельности и др.

УДК [655.4/.5+002.2](075.8)
ББК 76.17я73

ISBN 978-985-897-206-6 © УО «Белорусский государственный технологический университет», 2024
© Шишкина Н. И., 2024

ПРЕДИСЛОВИЕ

В современном издательском деле существует много противоречий. С одной стороны, популярно утверждение о том, что книга как материальный феномен человеческой культуры отжила свой век. На смену ей пришли интернет, электронные издания, другие новации высоких технологий. С другой стороны, книжный бизнес является сегодня одним из самых прибыльных.

Переход к информатизации всех сфер общества, и в частности издательского дела, предъявляет новые требования к системе доведения информации по статистике печати. Сегодня в условиях повсеместного применения информационных технологий появились уникальные возможности обеспечения потребителей всей необходимой информацией о состоянии книгоиздательской и книготорговой отраслей.

Статистика печати, включающая описание, сбор, обработку, анализ и публикацию данных об издательской деятельности, создает перспективы развития новых аспектов для разработки путей оснащения исследований ученых, деятельности практиков и производителей качественными массивами информации из любых источников, делая доступными и международные ресурсы.

Изучение данного курса предусматривает основное условие развития карьеры будущего издателя — уметь применять и совершенствовать информационные технологии, используемые в издательской деятельности, с целью расширения ассортимента издательской продукции: электронных версий книг нового поколения, web-сайтов, различных средств массовой информации и т. д. В рамках данной дисциплины студенты овладеют методиками сбора статистической информации по массиву издательской продукции, выбора той или иной модели статистической группировки и обработки данных, а также прогноза отраслевой деятельности.

Издание содержит теоретический материал, отражающий современное состояние издательского дела Беларуси. Учебно-методические указания к выполнению лабораторных работ дисциплины представлены в практических частях пособия.

ВОЗМОЖНОСТИ ТАБЛИЧНОГО РЕДАКТОРА EXCEL ДЛЯ НАКОПЛЕНИЯ, ХРАНЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

Теоретическая часть

Excel — табличный процессор, входящий в комплект Microsoft Office и предназначенный для обработки информации, которая представлена в табличной форме.

Документ Excel называется «Рабочей книгой» и состоит из набора рабочих листов. Книга хранится в виде файла с расширением .xls. Одна книга может содержать до 256 рабочих листов.

Элементы рабочего окна Excel

Excel имеет стандартный интерфейс Windows. Поэтому рассмотрим только те элементы рабочего окна (рис. 1), которые отличают Excel от Word.

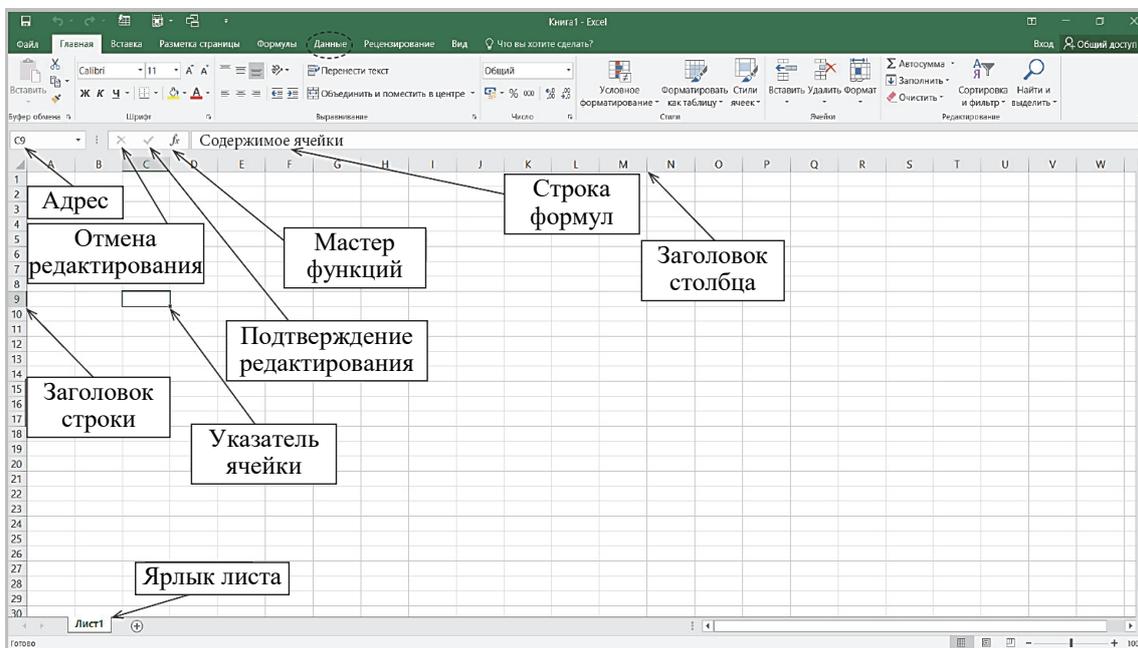


Рис. 1. Элементы рабочего окна

Строка меню отличается от строки меню в Word заменой пункта **Таблица** на пункт **Данные**. Этот пункт предназначен для

выполнения операций сортировки, фильтрации и некоторых других команд над табличными данными.

Строка формул состоит из поля адреса, управляющих кнопок и поля содержимого ячейки. При активизации ячейки таблицы в этих полях появляется соответствующая информация.

Управляющие кнопки выполняют следующие функции:

- отмену редактирования ячейки;
- принятие редактирования;
- вызов **Мастера функций**.

Редактировать содержимое ячейки можно непосредственно в самой ячейке или в поле содержимого ячейки. В первом случае надо выполнить двойной щелчок по ячейке или нажать клавишу **F2**, во втором — активизировать ячейку и щелкнуть в поле содержимого строки формул.

Столбцы и строки таблицы имеют заголовки. Столбцы нумеруют буквами латинского алфавита, строки — целыми числами. При большом количестве столбцов их заголовки состоят из двух латинских букв, например: AD, BF. Всего на рабочем листе можно разместить 16 384 столбцов и 1 048 576 строк.

Ячейки Excel и ссылки на них

Одним из центральных понятий в Excel является «ссылка на ячейку». Ссылки используются для записи формул. По форме записи ссылки могут быть двух типов: A1 и R1C1. В типе A1 первым указывается заголовок столбца, вторым — заголовок строки. Например: D5; G24; AF13. В типе R1C1 после префиксов R (row — строка) и C (column — столбец) указываются номер строки и номер столбца относительно текущей ячейки в квадратных скобках, например: R[2]C[-5] — ячейка ниже на 2 строки и левее на 5 столбцов относительно текущей ячейки.

По своим свойствам ссылки могут быть относительными, абсолютными и смешанными. Относительные ссылки обладают свойством автоматической коррекции координат ячейки при переносе (копировании) формулы в другую ячейку. Абсолютные ссылки таким свойством не обладают. Для задания абсолютной ссылки в типе A1 добавляется знак «\$» перед заголовком столбца и перед заголовком строки, например: \$A\$10; \$AF\$16. Для типа R1C1 номер строки и номер столбца при задании абсолютной ссылки не заключаются в квадратные скобки, например: R3C8.

Допускаются ссылки на другой лист, другую книгу (внешние ссылки) и другое приложение (удаленные ссылки).

Ячейка таблицы, на которой стоит указатель, является активной. Для активизации необходимо щелкнуть кнопкой мыши по ячейке.

При необходимости ссылки на последовательные данные говорят о «диапазоне ячеек». В общем случае диапазон записывается как две ссылки на верхнюю левую и нижнюю правую ячейки прямоугольной области, разделенные двоеточием, например: D5:F13. Диапазоном может быть отдельная часть столбца (например, R4:R25) или отдельная часть строки (например, A12:Z12). Если двоеточием разделены только номера строк или столбцов (например, A:F или 5:13), то в диапазон входят все ячейки таблицы, ограниченные этими строками или столбцами.

Ввод данных

Табличный процессор Excel имеет определенные достоинства по сравнению с текстовым процессором Word с точки зрения ввода данных в ячейки таблицы.

Для ввода данных в ячейку ее надо активизировать, набрать данные с клавиатуры и нажать Enter или щелкнуть мышью по другой ячейке.

Данные, вводимые в ячейку, могут быть текстом, формулой, числом или ссылкой. Excel может определять тип данных автоматически.

Вводимый текст обычно выравнивается по левому краю ячейки. Если длина текста превышает ширину ячейки, но ячейка справа пуста, текст на экране будет занимать эту ячейку. Если же ячейка справа занята, то на экране текст ограничивается размером ячейки. Фактически же ячейка содержит полный текст, в чем можно убедиться, просмотрев ее содержимое в строке формул.

Вводимые числа выравниваются по правому краю ячейки. Для разделения целой и дробной частей десятичных чисел используется запятая. Если целая часть числа не умещается по ширине ячейки, на экран выводятся знаки «####», от которых можно избавиться, если увеличить ячейку по длине.

Запись формул начинается со знака «=», за которым следует выражение или ссылка. Если выражение синтаксически правильно,

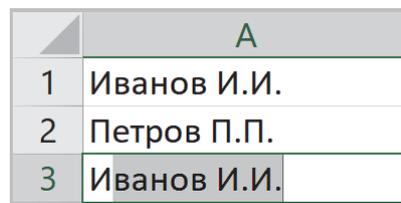
то после завершения ввода формулы в ячейке размещается результат вычисления, иначе — сообщение типа «#ИМЯ?».

Достоинство использования ссылок и формул со ссылками в том, что при изменении данных в исходных ячейках результат в ячейке с формулой будет скорректирован автоматически.

В Excel реализован ряд способов автоматизации ввода данных. Одним из таких способов является возможность автоматической нумерации строк и столбцов таблицы. Для этого надо пронумеровать только первые две ячейки столбца или строки, выделить и протянуть за нижний правый маркер вниз/вправо на столько ячеек, на сколько необходимо (шаг между числами будет тот, который был задан между выделенными ячейками).

Другим средством автоматизации ввода данных является автозаполнение ячеек столбца при работе со списками. Достаточно часто встречаются таблицы, в столбцах которых имеются повторяющиеся данные, например фамилии сотрудников. Если некоторая фамилия была введена в столбце, то при вводе первой буквы этой фамилии в очередную ячейку этого же столбца происходит автоматическое заполнение ячейки остальными буквами фамилии. Пример показан на рис. 2.

Если в столбце имеются несколько фамилий, у которых первые буквы совпадают, автозаполнение начинается с первой отличающейся буквы. Например, в столбце кроме фамилии Иванов имеется фамилия Иволгин. В этом случае при вводе в очередную ячейку букв «Ив» автозаполнения не будет. При вводе третьей буквы «а» ячейка будет заполнена фамилией «Иванов». Если же третьей буквой будет «о», то ячейка будет заполнена фамилией «Иволгин».



	A
1	Иванов И.И.
2	Петров П.П.
3	Иванов И.И.

Рис. 2. Пример использования автозаполнения

Общие принципы форматирования

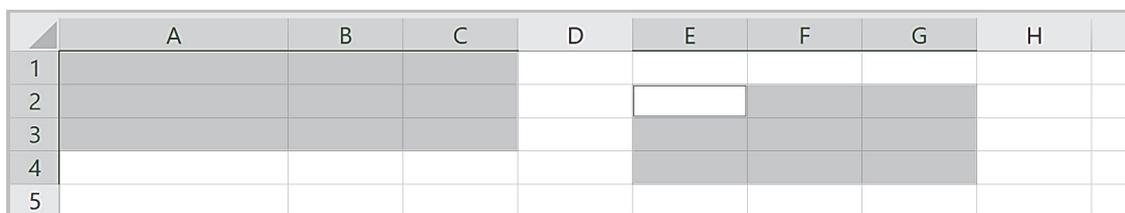
Главный принцип форматирования в Microsoft Excel такой же, как и у других приложений Windows: сначала выделить форматруемую область, затем применить инструменты форматирования. Основные инструменты форматирования вынесены на панель форматирования и большинство из них совпадают с инструментами текстового процессора Word. Среди новых следует отметить

инструмент **Объединить и поместить в центре** и кнопки для задания денежного и некоторых числовых форматов.

Операции выделения, копирования и перемещения

Выделение отдельной прямоугольной области таблицы выполняется либо протяжкой указателя мыши, либо клавишами со стрелками при удержании клавиши **Shift**. При этом среди выделенных одна ячейка является активной — цвет ее заливки остается белым. Если выполнить щелчок мышью по отдельной ячейке, она будет одновременно выделенной и активной.

Для выделения нескольких несмежных прямоугольных областей следует удерживать нажатой клавишу **Ctrl**. При этом активной будет только одна ячейка, как показано на рис. 3.



	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2								
3								
4								
5								

Рис. 3. Выделенные ячейки диапазоном A1:C3 и E2:G4

Операции копирования и перемещения можно выполнить протяжкой мыши за границу выделенной области: при удержании клавиши **Ctrl** будет выполняться копирование, без нее — перемещение.

Форматирование текстовой информации

Ввод коротких текстов (записей, заголовков и т. д.) чаще всего требует двух видов форматирования: выравнивания по горизонтали и выравнивания по вертикали. Эти операции выполняются через меню **Формат / Ячейки...**. Окно **Формат ячеек** представлено на рис. 4.

В окне **Формат ячеек** нужный способ выравнивания устанавливается на вкладке **Выравнивание** в соответствующих полях со списком. Форматы ячеек выбираются из списка на вкладке **Число**. По умолчанию для ячеек установлен режим **Общий**. Это означает, что Excel определяет тип данных, вводимых в ячейку, автоматически, что может приводить к нежелательным результатам.

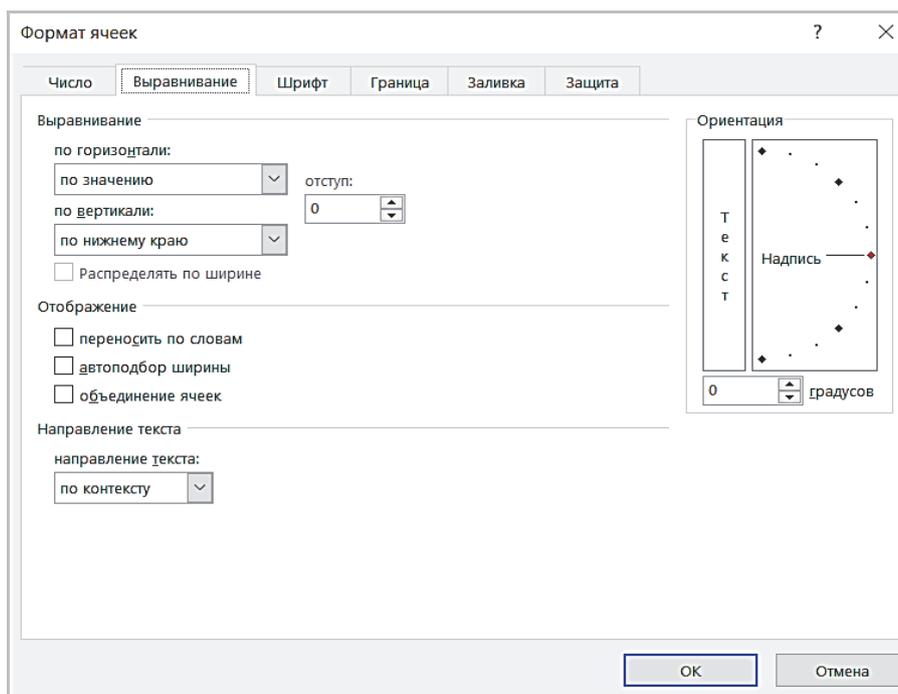


Рис. 4. Окно **Формат ячеек**. Вкладка **Выравнивание**

Например, запись 02.03.03 может быть преобразована в 02.03.2003, поскольку Excel распознает ее как дату, а запись 02835 будет преобразована в 2835, поскольку Excel распознает ее как число. В обоих случаях, если необходимо точно воспроизвести данные, следует установить формат ячейки **Текстовый**.

Если некоторые тексты имеют длину, превышающую ширину одной ячейки, следует предварительно объединить эти ячейки. Пример показан на рис. 5 (ячейки B2:D2).

	A	B	C	D	E
1					
2		Выпуск изданий			
3		Аверсэв	Мастацкая літаратура	Выснова	
4					

Рис. 5. Объединение ячеек

Учитывая особенности Excel, можно руководствоваться следующими правилами записи больших текстов:

- определить область листа, которую будет занимать текст, и либо «растянуть» ячейку, либо объединить несколько ячеек для его записи (второе применяется чаще);
- установить для выбранной области режим **Переносить по словам**;

- ввести текст, нажимая в конце абзацев **Alt+Enter**;

Примечание. Следует учитывать, что нажатие клавиши **Enter** приводит к завершению ввода текста в текущую ячейку, а не к переходу к новому абзацу. Для формирования нового абзаца в пределах текущей ячейки следует нажимать **Alt+Enter**.

- отрегулировать высоту области, содержащей текст.

Примечание. Высоту строки можно уменьшить так, что часть текста будет скрыта, или уменьшить до нуля.

Форматирование числовой информации

Основными операциями форматирования чисел являются: задание количества знаков в десятичной части, выравнивание по правому краю и отступ справа. Числа выравниваются по правому краю по умолчанию, однако в некоторых случаях для этой цели можно использовать соответствующую кнопку на стандартной панели инструментов. Количество знаков в десятичной части числа задается на вкладке **Число** окна **Формат ячейки**. При выборе числового формата «Числовой» окно принимает вид, показанный на рис. 6.

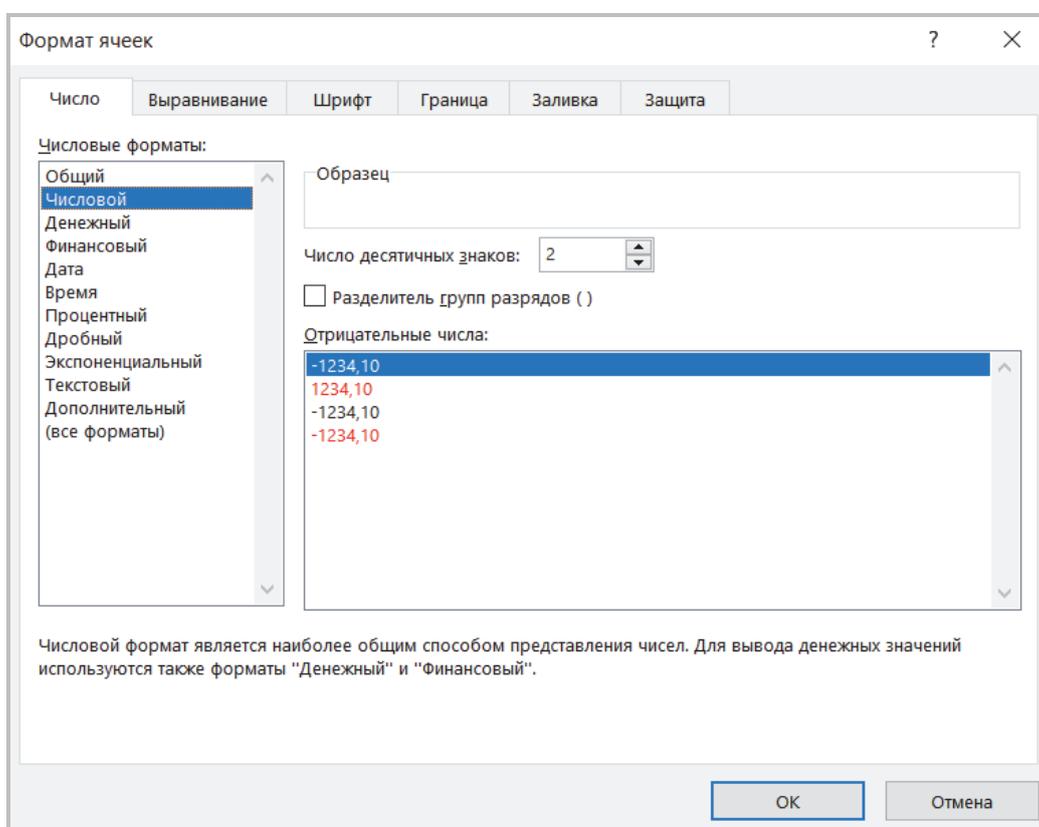


Рис. 6. Окно **Формат ячеек**. Вкладка **Число**

Так как программа Excel предназначена для обработки чисел, важную роль играет правильная настройка их формата. Для человека число 10 — это просто единица и ноль. С точки зрения Excel эти две цифры могут нести совершенно разную информацию в зависимости от того, обозначают ли они количество работников компании, денежную величину, процентную часть целого или фрагмент заголовка «10 ведущих фирм». Во всех четырех ситуациях это число должно отображаться и обрабатываться по-разному. Excel поддерживает следующие форматы данных:

- **Общий** — текст и числовые значения произвольного типа;
- **Числовой** — наиболее общий способ представления чисел;
- **Денежный** — денежные величины;
- **Финансовый** — денежные величины с выравниванием по разделителю целой и дробной частей;
- **Дата** — дата или дата и время;
- **Время** — время или дата и время;
- **Процентный** — значение ячейки, умноженное на 100, с символом «%» в конце;
- **Дробный** — рациональные дроби с числителем и знаменателем;
- **Экспоненциальный** — десятичные дробные числа;
- **Текстовый** — текстовые данные; отображаются точно так же, как вводятся и обрабатываются строки, вне зависимости от их содержимого;
- **Дополнительный** — формат для работы с базами данных и списками адресов;
- **Все форматы** — формат, настраиваемый пользователем.

Наиболее распространенные варианты формата данных можно назначать с помощью панели инструментов **Форматирование**.

Практическая часть

Упражнение 1

По умолчанию книга Excel имеет три листа со стандартными именами. Трех листов может не хватить для всех данных, а стандартные названия листов никак не раскрывают их назначение. Поэтому необходимо уметь добавлять листы и назначать им более понятные имена.

1. Щелкните правой кнопкой мыши на корешке **Лист1**.
2. Выберите в контекстном меню команду **Переименовать**.
3. Введите новое имя «Издательства».
4. Дважды щелкните на корешке **Лист2** и введите имя «Тираж».
5. Щелкните на корешке **Тираж** правой кнопкой мыши и выберите в контекстном меню команду **Переместить или скопировать**.
6. В открывшемся окне диалога (рис. 7) установите флажок **Создать копию**, чтобы выбранный лист копировался, а не перемещался.

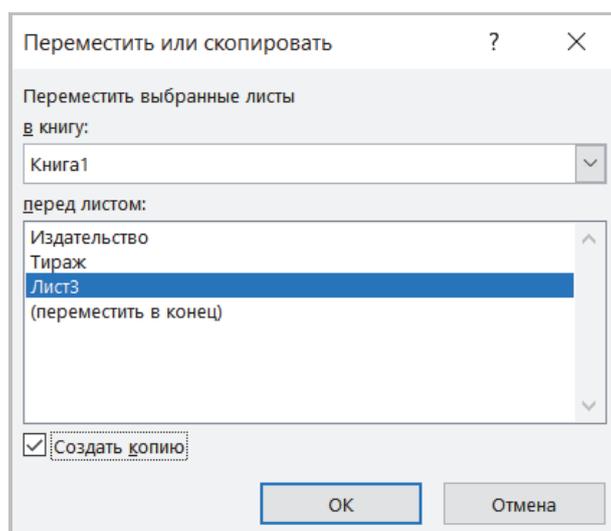


Рис. 7. Копирование листа

7. В списке **Перед листом** щелкните на пункте **Лист3**, чтобы скопировать этот лист после листа **Тираж**.
8. Затем щелкните на кнопке **ОК**.
9. Чтобы добавить еще один пустой лист, щелкните правой кнопкой мыши на корешке **Тираж(2)** и выберите команду **Добавить**.
10. На вкладке **Общие** открывшегося окна диалога **Вставка** выберите значок **Лист**. В рабочей книге появится четвертый лист.
11. Чтобы этот лист переместить в конец, необходимо активировать ярлык **Лист4** и, не отпуская левую кнопку мыши, перетащить вправо.

Результат проделанной работы представлен на рис. 8.

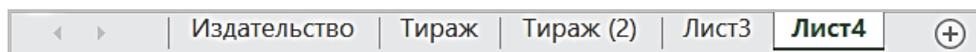


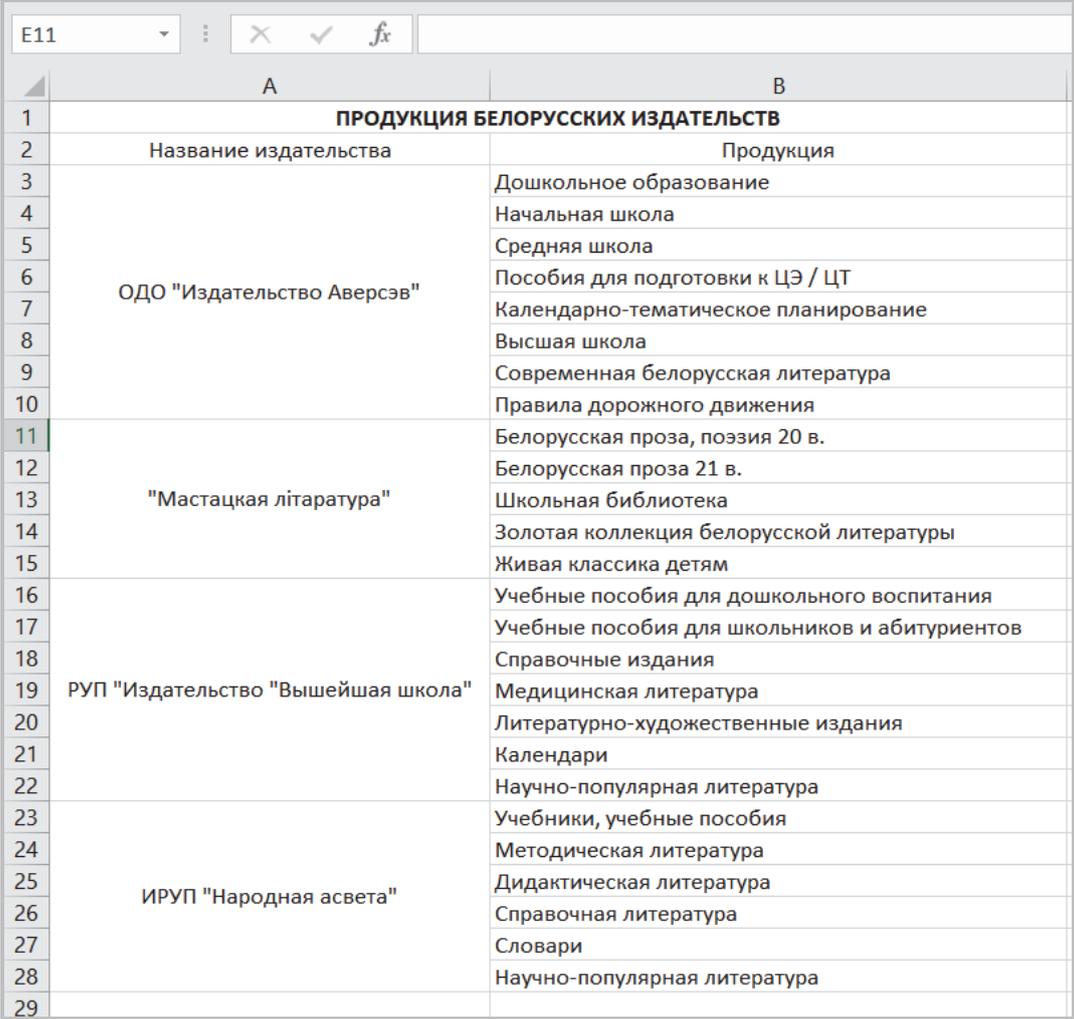
Рис. 8. Операции с листами книги

12. Сохраните эту книгу.

Упражнение 2

Электронные таблицы обрабатывают числовые данные, которые размещаются в ячейках листа Excel. Столбцы и строки таблицы могут иметь текстовые названия. На листе Excel могут также располагаться заголовки, подписи и дополнительные ячейки данных с пояснительным текстом. Ввод информации — это один из первых шагов построения электронной таблицы.

В созданной книге введем данные, как показано на рис. 9.



	A	B
1	ПРОДУКЦИЯ БЕЛОРУССКИХ ИЗДАТЕЛЬСТВ	
2	Название издательства	Продукция
3	ОДО "Издательство Аверсэв"	Дошкольное образование
4		Начальная школа
5		Средняя школа
6		Пособия для подготовки к ЦЭ / ЦТ
7		Календарно-тематическое планирование
8		Высшая школа
9		Современная белорусская литература
10		Правила дорожного движения
11		Белорусская проза, поэзия 20 в.
12		Белорусская проза 21 в.
13	"Мастацкая літаратура"	Школьная библиотека
14		Золотая коллекция белорусской литературы
15		Живая классика детям
16		Учебные пособия для дошкольного воспитания
17		Учебные пособия для школьников и абитуриентов
18	РУП "Издательство "Вышейшая школа"	Справочные издания
19		Медицинская литература
20		Литературно-художественные издания
21		Календари
22		Научно-популярная литература
23		Учебники, учебные пособия
24		Методическая литература
25	ИРУП "Народная асвета"	Дидактическая литература
26		Справочная литература
27		Словари
28		Научно-популярная литература
29		

Рис. 9. Ввод данных

1. Откройте лист **Издательства**.
2. Объедините ячейки A1 и B1, введите необходимый текст.
3. Заполните ячейки A2, B2:B28, как показано на рис. 9, перемещаясь по ячейкам с помощью клавиш со стрелками, клавиш **Enter** и **Tab** или с помощью мыши.

4. Выделите ячейки A3:A10 и примените команду **Объединить и поместить в центре**. Это же действие проделайте для диапазонов A11:A15, A16:A22, A23:A28, после чего введите необходимый текст.

5. Для расположения текста по центру ячейки по вертикали воспользуйтесь вкладкой **Выравнивание** окна **Формат ячеек**.

6. Скопируйте созданную таблицу на лист **Тираж**.

7. Преобразуйте название и шапку таблицы, как показано на рис. 10.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	ПРОДУКЦИЯ БЕЛОРУССКИХ ИЗДАТЕЛЬСТВ								
2	Название издательства	Продукция			Год				
3			2019	2020	2021	2022	2023	2024	

Рис. 10. Преобразование таблицы

8. Для заполнения ячеек C3:H3 воспользуйтесь функцией автозаполнения. Для этого введите значения года в ячейки C3 и D3. Выделите их и, не снимая выделения, протащите вправо за нижний правый маркер до ячейки H3.

9. На **Листе3** создайте иную таблицу (рис. 11), используя функцию автозаполнения.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2	Затраты издательства на единицу продукции							
3								
4		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
5	Январь	20	40	60	80	100	120	
6	Февраль	20	40	60	80	100	120	
7	Март	20	40	60	80	100	120	
8	Апрель	20	40	60	80	100	120	
9	Май	20	40	60	80	100	120	
10	Июнь	20	40	60	80	100	120	
11	Июль	20	40	60	80	100	120	
12	Август	20	40	60	80	100	120	
13	Сентябрь	20	40	60	80	100	120	
14	Октябрь	20	40	60	80	100	120	
15	Ноябрь	20	40	60	80	100	120	
16	Декабрь	20	40	60	80	100	120	
17								

Рис. 11. Автозаполнение ячеек

10. Активируйте ячейку A5 и введите в нее текст «Январь».

11. Excel позволяет автоматически заполнять ячейки листа последовательными логически связанными значениями. Поместите указатель на квадратный маркер в правом нижнем углу активной ячейки.

12. Нажмите кнопку мыши и протащите указатель вниз, чтобы рамка охватила ячейки с A5 по A16. Двенадцать ячеек столбца заполнятся последовательными названиями месяцев года.

Примечание. Если шаг 3 привел к заполнению всех двенадцати ячеек словом «Январь», значит, в Excel не задан список последовательных названий месяцев на русском языке. Чтобы добавить список значений для автоматического ввода, выберите команду **Сервис / Параметры**, раскройте вкладку **Списки**. В поле **Элементы списка** введите последовательные элементы списка (Январь, Февраль, Март и т. д.) по одному на каждую строку и нажмите кнопку **Добавить**.

13. Ячейки B4:G4 заполните, как в предыдущей таблице.

14. Введите числовые данные в ячейки B5:G5. Выделите весь указанный диапазон и протяните за нижний правый маркер вниз на 12 строчек. Ячейки заполнятся, как на рисунке.

С помощью подобных приемов таблица быстро заполняется исходными значениями, которые позже можно корректировать по мере надобности. Чтобы таблица стала более понятной, ее нужно снабдить заголовком. Ниже таблицы полезно добавить несколько итоговых значений, рассчитанных на основе данных таблицы.

15. Введите в ячейку B1 текст «Затраты издательства на единицу продукции». Текст заголовка не влезает в одну ячейку, поэтому следует объединить несколько ячеек:

- выделите клетки с B1 по G1;
- щелкните на кнопке **Объединить и поместить в центре** на панели инструментов.

Примечание. Чтобы переключиться в режим редактирования и изменить содержимое ячейки, дважды щелкните на ней. Щелчок на кнопке **Отмена**, расположенной левее кнопки **Ввод**, выключает режим редактирования с отменой всех изменений, выполненных с момента последнего входа в этот режим.

Упражнение 3

Работать с таблицей намного приятнее, когда ее строки и столбцы окрашены в разные цвета и выделены рамками. Грамотное оформление ячеек помогает быстрее отыскивать числа, которые требуют изменения, и ячейки с результатами вычислений. В Excel предусмотрено использование автоформата по следующему алгоритму.

1. Предварительно нужно добавить данную функцию на панель быстрого доступа. Выберите меню **Файл**, затем параметр

Панель быстрого доступа, в открывшемся списке найдите **Автоформат** и нажмите кнопку **Добавить**, затем **ОК**.

2. Выделите прямоугольную область A4:G16 в только что созданной таблице и нажмите **Автоформат** на панели быстрого доступа.

3. В открывшемся окне диалога (рис. 12) выберите образец **Классический 2**.

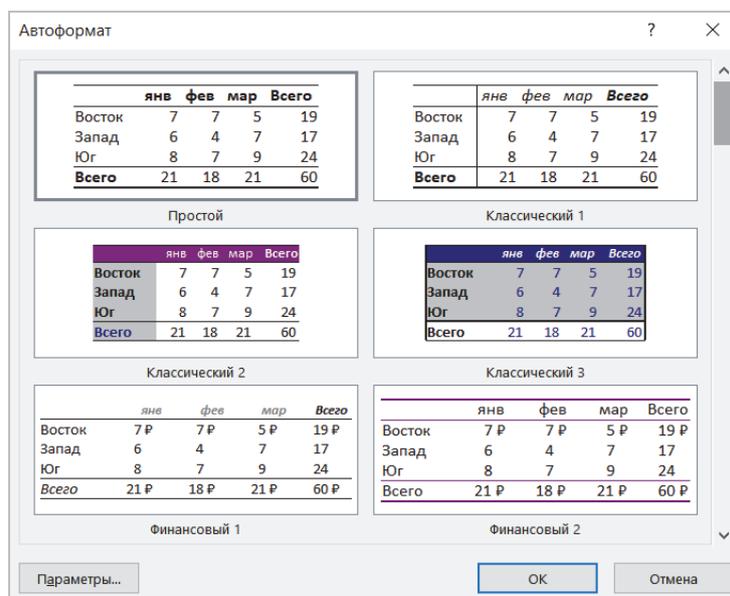


Рис. 12. Окно диалога **Автоформат**

4. Откройте вкладку **Параметры...** для установки дополнительных параметров.

5. Сбросьте флажок **Ширина и высота**, чтобы инструмент автоформата не изменял размеры ячеек.

6. Затем щелкните на кнопке **ОК**. Программа Excel сама оформит таблицу выбранным стилем.

7. Чтобы привести вид заголовков строк в соответствие заголовкам столбцов, выделите ячейки A4:A16 и выберите команду **Формат / Ячейки**.

8. Раскройте вкладку **Вид**. Выберите цвет, сходный с цветом фона заголовков столбцов. Во вкладке **Граница** определите тип линии. Щелкните на кнопке **Внешние**, чтобы обвести выделенные ячейки рамкой.

9. Затем щелкните на кнопке **ОК**.

10. Цвет ячеек заголовков строк стал фиолетовым, и черный текст в них плохо виден. Не отменяя выделения ячеек, измените цвет текста на белый.

	A	B	C	D	E	F	G
1		Затраты издательства на единицу продукции					
2							
3							
4		2019	2020	2021	2022	2023	2024
5	Январь	20	40	60	80	100	120
6	Февраль	20	40	60	80	100	120
7	Март	20	40	60	80	100	120
8	Апрель	20	40	60	80	100	120
9	Май	20	40	60	80	100	120
10	Июнь	20	40	60	80	100	120
11	Июль	20	40	60	80	100	120
12	Август	20	40	60	80	100	120
13	Сентябрь	20	40	60	80	100	120
14	Октябрь	20	40	60	80	100	120
15	Ноябрь	20	40	60	80	100	120
16	Декабрь	20	40	60	80	100	120
17							

Рис. 13. Таблица, оформленная с помощью функции **Автоформат**

Теперь таблица будет выглядеть так, как показано на рис. 13.

Упражнение 4

Электронные таблицы Excel можно форматировать с помощью стилей, как в Word. Применение стилей позволяет быстро назначать ячейкам определенное, заранее заданное оформление. Изменение стиля приводит к моментальному обновлению форматирования всех ячеек, которым назначен этот стиль. Настроим стиль для заголовков.

1. За основу вновь создаваемого стиля всегда выбирается формат активной ячейки. Щелкните на объединенной ячейке B1:F1 таблицы, созданной в предыдущем упражнении, чтобы выбрать формат ее стиля в качестве исходного.

2. На панели инструментов нажмите кнопку **Стили ячеек**, в появившемся окне выберите команду **Создать стиль ячейки...**

3. Задайте имя нового стиля. В окне диалога появятся его исходные параметры (т. е. режим форматирования диапазона B1:F1).

4. Щелкните на кнопке **Формат...** В открывшемся окне диалога **Формат ячеек** на вкладке **Шрифт** выберите свои параметры и щелкните на кнопке **ОК**.

5. В окне диалога **Стиль** сбросьте все флажки, кроме **Шрифт**, чтобы новый стиль влиял только на шрифт ячейки и не изменял другие параметры оформления. Заголовок «Затраты издательства на единицу продукции» изменится в соответствии с новым размером шрифта.

После этого можно применять созданный стиль к любому тексту, предварительно выделив текстовый материал и выбрав нужный стиль из списка стилей.

Упражнение 5

В издательском деле часто используются статистические данные как в абсолютных, так и в относительных показателях. В Excel существует возможность работы с различными числовыми форматами.

1. Скопируйте таблицу, созданную в упражнении 3.

2. Активируйте ячейку B5, а затем нажмите кнопку **Процентный формат**. Величина клетки B5 будет умножена на 100, и к ней добавится знак «%».

3. Для ячейки B6 примените **Формат с разделителями** (кнопка на панели инструментов заставляет числа выравниваться в столбце по разделителю целой и дробной частей).

4. Выделите ячейку B7 и щелкните на кнопке **Увеличить разрядность**. Эта кнопка не изменяет основной формат, но добавляет один знак в дробной части числа.

Теперь ячейки с B5 по B7 выглядят по-разному, хотя исходно в них были введены совершенно одинаковые числа. Другие форматы назначаются с помощью следующих действий.

5. Щелкните на ячейке C5 правой кнопкой мыши и выберите команду **Формат ячеек**.

6. В открывшемся окне диалога раскройте вкладку **Число**.

7. В списке **Числовые форматы** щелкните на пункте **Дата**.

8. В появившемся списке **Тип** выберите какой-нибудь пункт.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Затраты издательства на единицу продукции						
2							
3							
4		2019	2020	2021	2022	2023	2023
5	Январь	2000%	9 февр. 1900 г.	60,00	80	100	120
6	Февраль	20,00	4,00E+01	60	80	100	120
7	Март	20,0	40	60	80	100	120
8	Апрель	20	40	60	80	100	120
9	Май	20	40	60	80	100	120
10	Июнь	20	40	60	80	100	120
11	Июль	20	40	60	80	100	120
12	Август	20	40	60	80	100	120
13	Сентябрь	20	40	60	80	100	120
14	Октябрь	20	40	60	80	100	120
15	Ноябрь	20	40	60	80	100	120
16	Декабрь	20	40	60	80	100	120
17							

Рис. 14. Различные форматы чисел

9. Аналогичным образом назначьте ячейке С6 формат **Экспоненциальный**, а ячейке С7 — формат **Числовой**. Теперь таблица будет выглядеть, как показано на рис. 14.

Упражнение 6

Редко удается сразу построить таблицу с нужной структурой. В процессе разработки листа часто приходится добавлять и переставлять столбцы и строки. Для этого выполните следующие действия.

1. Скопируйте таблицу, созданную в упражнении 5.

2. Выделите ячейки Е3 и F3 и выберите команду **Вставка / Столбцы**. Слева от столбца с заголовком 2022 появятся два пустых столбца (рис. 15). Их количество соответствует числу ячеек выделенного блока по горизонтали.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1		Затраты издательства на единицу продукции							
2									
3									
4		2019	2020	2021			2022	2023	2024
5	Январь	2000%	09.02.00	60			80	100	120
6	Февраль	20,00	4,00E+01	60			80	100	120
7	Март	20,0	40,00	60			80	100	120
8	Апрель	20	40	60			80	100	120
9	Май	20	40	60			80	100	120
10	Июнь	20	40	60			80	100	120
11	Июль	20	40	60			80	100	120
12	Август	20	40	60			80	100	120
13	Сентябрь	20	40	60			80	100	120
14	Октябрь	20	40	60			80	100	120
15	Ноябрь	20	40	60			80	100	120
16	Декабрь	20	40	60			80	100	120
17									

Рис. 15. Вставка столбцов

3. Выделите диапазон В5:С16 и нажмите клавиши **Ctrl+C**, чтобы скопировать содержимое выделенных ячеек.

4. Щелкните на клетке Е5 правой кнопкой мыши и выберите в контекстном меню команду **Вставить**. Эта операция вставит необходимые данные не только в ячейку Е5, но и в другие ячейки новых столбцов. В правом нижнем углу вставленного фрагмента появится значок вставки. Поместив на него указатель мыши, вы увидите раскрывающийся список, позволяющий выбрать один из параметров вставки.

Примечание. При вставке блока данных в одну ячейку программа Excel всегда занимает вставляемой информацией столько ячеек, сколько было вырезано или скопировано. Если перед выполнением вставки было выделено несколько ячеек, то данные будут вставлены только в том случае, если форма диапазона-приемника идентична форме диапазона-источника.

Дополнительные строки добавляются точно так же, как столбцы. Вставляя строки или столбцы в таблицу с данными, будьте внимательны. Удалить лишние ячейки гораздо труднее, чем вставить. Выделение ячеек с последующим нажатием клавиши **Delete**, конечно, очищает ячейки, но размеры таблицы при этом не изменяются.

Упражнение 7

Чтобы сводная таблица лучше вписывалась в экран компьютера или на печатаемую страницу, можно подрегулировать ширину и высоту ячеек.

1. Скопируйте таблицу, созданную в упражнении 6.
2. Поместите указатель на границу между заголовками столбцов А и В, чтобы его значок принял форму двунаправленной стрелки.
3. Нажмите кнопку мыши и перетащите границу столбцов влево, уменьшив этим ширину первого столбца.
4. Выделите строку 4.
5. Выберите команду **Формат / Строка / Высота**. В открывшемся окне диалога введите число 20 и щелкните на кнопке **ОК**. Выделенная строка станет выше.
6. Чтобы максимально сузить таблицу, выделите столбцы от А до I, выберите команду **Формат / Столбец / Автоподбор ширины**. Эта операция максимально сузит столбцы, но лишь до такого размера, чтобы все данные свободно помещались в ячейках таблицы.

Иногда при редактировании статистической таблицы приходится копировать или переносить данные между ячейками, далеко отстоящими друг от друга. В этом случае можно закрепить необходимую часть строк и столбцов на экране. Работая с большими таблицами, бывает удобно закрепить строку и столбец заголовков, чтобы не запутаться в ячейках. Для закрепления заголовков выполните следующие шаги.

7. Активируйте ячейку В5. Затем выберите команду **Вид / Закрепить области / Закрепить верхнюю строку и Закрепить левый столбец**. Ячейки, расположенные выше или левее выделенной,

окажутся закрепленными и отгороженными от остальной таблицы тонкими черными линиями (рис. 16).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1		Затраты издательства на единицу продукции								
2										
3										
4		2019	2020	2021		2022	2023	2024		
5	Январь	2000%	09.02.00	60	2000%	09.02.00	80	100	120	
6	Февраль	20,00	4,00E+01	60	20,00	4,00E+01	80	100	120	
7	Март	20,0	40,00	60	20,0	40,00	80	100	120	
8	Апрель	20	40	60	20	40	80	100	120	
9	Май	20	40	60	20	40	80	100	120	
10	Июнь	20	40	60	20	40	80	100	120	
11	Июль	20	40	60	20	40	80	100	120	
12	Август	20	40	60	20	40	80	100	120	
13	Сентябрь	20	40	60	20	40	80	100	120	
14	Октябрь	20	40	60	20	40	80	100	120	
15	Ноябрь	20	40	60	20	40	80	100	120	
16	Декабрь	20	40	60	20	40	80	100	120	
17										

Рис. 16. Закрепление ячеек

8. Лист Excel прокручивается как обычно, но закрепленные ячейки остаются на экране, как показано на рис. 16.

9. Чтобы отменить закрепление, выполните команду **Вид / Закрепить области / Снять закрепление областей**. Лист будет выглядеть, как прежде.

ПОНЯТИЯ, ФОРМЫ ВЫРАЖЕНИЯ И ВИДЫ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫЧИСЛЕНИЙ. ФОРМУЛЫ И ИХ ЗАПИСЬ

Теоретическая часть

Статистический показатель представляет собой количественную характеристику социально-экономических явлений и процессов в условиях качественной определенности. Различают конкретный статистический показатель и показатель-категорию.

Конкретный статистический показатель характеризует размер, величину изучаемого процесса в данном месте и в данное время. Например, выручка от реализации печатной продукции издательства «Народная асвета» в 2022 г. составила 4531 млн. руб.

Показатель-категория отражает сущность, общие отличительные свойства конкретных статистических показателей одного и того же вида без указания места, времени и числового значения. Например, показатель-категория — розничный товароборот книготорговых организаций.

Все статистические показатели по охвату единиц совокупности разделяются на индивидуальные и сводные, а по форме выражения — на абсолютные, относительные и средние.

Индивидуальные показатели характеризуют отдельный объект — издательство, редакцию, книжный магазин и т. п. Примером индивидуальных абсолютных показателей может служить численность организации, оборот торгового магазина.

Сводные показатели, в отличие от индивидуальных, описывают группу единиц, представляющую собой часть статистической совокупности или всю совокупность в целом. Например, состояние издательского дела в Республике Беларусь за период с 2013 по 2023 г.

Абсолютные показатели, как правило, получают непосредственно в процессе подсчета интересующего количественного признака.

Относительный показатель представляет собой результат деления одного абсолютного показателя на другой и выражает соотношение между количественными характеристиками исследуемого явления. Например, показатель книгообеспечения литературой на душу населения страны.

Средняя величина представляет собой обобщенную количественную характеристику в статистической совокупности. Например, показатель среднего тиража отражает, каким тиражом в среднем выпускается одно печатное издание.

Статистическое исследование в области издательского дела независимо от его масштабов и целей всегда завершается расчетом и анализом с использованием компьютерной программы Microsoft Excel.

Мастер функций

Работа с **Мастером функций** начинается с нажатия кнопки **Вставка функции** или обращения к меню **Вставка / Функция** и выполняется в два этапа: выбор функции и задание аргументов функции. Очень часто аргументами функций являются табличные данные, поэтому они должны быть подготовлены до обращения к **Мастеру функций**.

1 этап — выбор функции.

Для выбора функций используется окно с двумя полями. В одном поле из раскрывающегося списка выбирается категория функции, в другом — сама функция. Всего имеется 11 категорий. При выделении функции в списке в нижней части окна появляется краткое описание ее назначения (рис. 17).

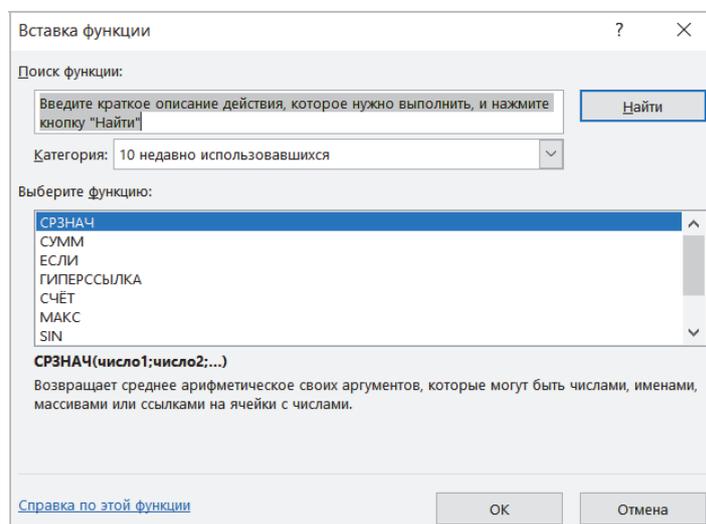


Рис. 17. Окно **Мастер функций**

2 этап — задание аргументов функции.

Панель для задания аргументов выводится автоматически после завершения первого этапа. Она содержит одно или несколько однострочных полей, снабженных специальной кнопкой для сворачивания

панели (рис. 18). Если количество аргументов функции может быть произвольным, то после ввода аргументов в очередное поле на панели появляется дополнительное поле и т. д. При активизации поля в нижней части панели появляется пояснение его назначения.

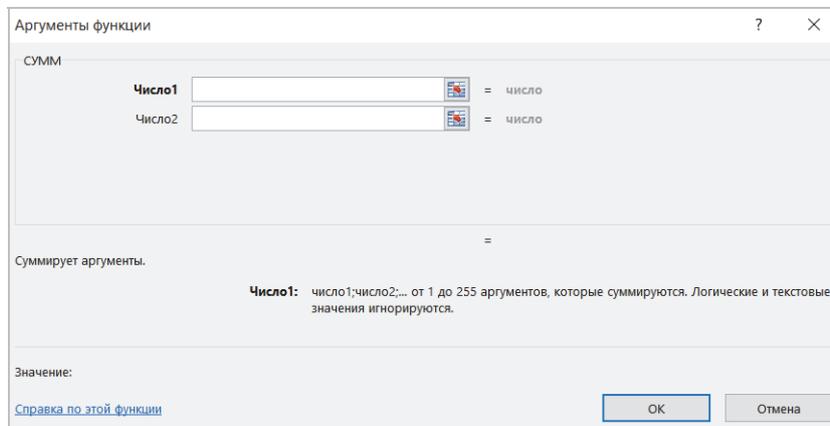


Рис. 18. Выбор аргументов

Технология задания аргументов такова:

- свернуть панель щелчком по кнопке в правой части поля;
- выделить интервал (диапазон), содержащий аргументы (если интервалов несколько, то выделение выполняется при нажатой **Ctrl**) — за правильностью ввода можно следить с помощью строки формул;
- развернуть панель повторным щелчком по кнопке поля;
- повторить вышестоящие пункты для других аргументов;
- завершить задание аргументов нажатием **ОК**.

Альтернативным способом является ввод аргументов вручную в строке формул. Несколько аргументов одной функции перечисляются через точку с запятой.

Ошибки в формулах

Запись формулы в ячейку начинается со знака «=». Далее записывается арифметическое выражение с использованием знаков математических операций, круглых скобок, ссылок и стандартных функций Excel. Правила записи — обычные математические.

Для облегчения поиска ошибок в формулах целесообразно перейти в режим показа формул в ячейках через меню **Сервис / Параметры / Вид** и установить флажок **Формулы**. При этом ширина ячеек таблицы будет автоматически увеличена и вместо результатов и сообщений об ошибках будут показаны формулы.

Типичные ошибки:

- #REF! — ссылка на несуществующую ячейку;
- #DIV/0 — деление на ноль;
- #NUM! — нарушение математических правил, например корень из отрицательного числа;
- #ИМЯ? — ошибочное имя функции;
- #ЗНАЧ! — аргумент недопустимого типа.

Если формула в ячейке содержит ссылки на другие ячейки, то для облегчения поиска связей формулы следует выполнить команду **Сервис / Зависимости / Влияющие ячейки**. Текущая ячейка будет соединена синими линиями со стрелками со всеми влияющими ячейками. Через меню **Сервис / Зависимости / Зависимые ячейки** можно установить, на какие ячейки влияет активная ячейка.

Практическая часть

Упражнение 8

Рассмотрим организацию простейших вычислений на примере расчета количества бумаги в бумажных листах для блока издания.

Количество бумажных листов можно вычислить по формуле

$$K_{\text{бум.л}} = \frac{V_{\text{п.л.}}}{2} \cdot T \cdot \left(1 + \frac{N_{\text{печ}} \cdot K_{\text{р}}}{100} \right),$$

где $K_{\text{бум.л}}$ — требуемое количество бумаги, бум. л.;

$V_{\text{п.л.}}$ — объем издания, печ. л.;

T — тираж издания, экз.;

$N_{\text{печ}}$ — нормы отхода бумаги на печатание, %;

$K_{\text{р}}$ — красочность.

Решим задачу: пусть имеются начальные данные (объем издания в печатных листах, варианты тиража издания, нормы отхода бумаги на печатание, красочность издания). Необходимо рассчитать количество требуемой бумаги для блока издания.

Сперва необходимо организовать данные, как показано на рис. 19 (соблюдая форматирование данных).

Формула для вычисления необходимого количества бумаги в ячейке С9 имеет вид $=D4/2*B9*(1+H4*D6/100)$. В формуле использованы абсолютные и относительные ссылки. После ввода формулы в ячейке С9 появится результат: 206,55.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2			Необходимое количество бумаги					
3								
4		Объем издания, печ.л		2,7		Норма отхода бумаги		0,5
5								
6		Красочность		4				
7								
8		№	Тираж издания, экз	Необходимое количество бумаги				
9		1	150	206,55				
10		2	100					
11		3	130					
12		4	200					
13		5	220					
14	Всего							

Рис. 19. Исходные данные

Для вычисления количества бумаги для издания другим тиражом достаточно выделить ячейку C9 и протянуть маркер указателя до ячейки C13 — относительные ссылки в копируемой формуле будут модифицированы автоматически, и в ячейках появятся соответствующие результаты.

Суммарное количество бумаги, необходимое для печати всех тиражей, можно рассчитать по формуле =СУММ(C9:C13).

В итоге получится таблица, представленная на рис. 20.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2			Необходимое количество бумаги					
3								
4		Объем издания, печ.л		2,7		Норма отхода бумаги		0,5
5								
6		Красочность		4				
7								
8		№	Тираж издания, экз	Необходимое количество бумаги				
9		1	150	206,55				
10		2	100	137,7				
11		3	130	179,01				
12		4	200	275,4				
13		5	220	302,94				
14	Всего			1101,6				

Рис. 20. Итоговое решение задачи

Microsoft Excel позволяет осуществлять сбор статистической информации в области издательского дела и книжной торговли, обрабатывать ее, контролировать большое количество данных по выпуску печатной продукции в региональных масштабах, а также осуществлять первичный анализ состояния отрасли.

Теоретическая часть

Сводка статистической информации

Важнейшим этапом исследования социально-экономических явлений и процессов является систематизация первичных данных и получение на этой основе сводной характеристики объекта в целом при помощи обобщающих показателей, что достигается путем сводки и группировки первичного статистического материала.

Статистическая информация — это совокупность сведений социального и экономического характера, на основе которых осуществляются такие функции, как учет и контроль, планирование, статистический анализ и управление. Источниками получения статистической информации являются органы государственной статистики, организации, проводящие социологические исследования, и т. д.

Сводка — это комплекс последовательных операций по обобщению конкретных единичных фактов (книг, брошюр, изданий и т. п.), образующих совокупность, для выделения типичных черт и закономерностей, присущих изучаемому явлению в целом.

По глубине и точности обработки материала различают сводку простую и сложную.

Простая сводка — это операция по подсчету общих итогов по совокупности единиц наблюдения (количество выпущенных книг и брошюр).

Сложная сводка — это комплекс операций, включающих группировку единиц наблюдения (разбивка произведений печати на книги и брошюры, издания, периодические издания и т. п.), подсчет итогов по каждой группе и по всему объекту и представление результатов группировки и сводки в виде статистических таблиц.

Проведение сводки следует осуществлять в таком порядке:

- выбор группировочного признака (периодичность — непериодические издания, периодические издания, по годам);
- определение порядка формирования групп;
- разработка системы статистических показателей для характеристики групп и объекта в целом (количество экземпляров, тираж, печатные листы-оттиски и т. п.);

- разработка макетов статистических таблиц для представления результатов сводки.

По форме обработки материала сводка бывает централизованной, когда весь первичный материал поступает в одну организацию (Национальную книжную палату), где подвергается в ней обработке от начала до конца; децентрализованной, когда отчеты предприятий сводятся статистическими органами субъектов, а полученные итоги поступают в Белстат и там определяются итоговые показатели в целом по стране. Отдельные единицы статистической совокупности объединяются в группы при помощи метода группировки. Это позволяет «сжать» информацию, полученную в ходе наблюдения, и на этой основе выявить закономерности, присущие изучаемому явлению.

Группировкой называется расчленение множества единиц изучаемой совокупности на группы по определенным существенным для них признакам.

С помощью метода группировок решаются следующие задачи:

- выделение социально-экономических типов явлений;
- изучение структуры явления и структурных сдвигов, происходящих в нем;
- выявление связи и зависимости между явлениями.

Статистические группировки по задачам, решаемым с их помощью, делятся на типологические, структурные и аналитические.

Типологическая группировка — это разделение исследуемой качественно разнородной совокупности на классы, социально-экономические типы, однородные группы единиц. Типологические группировки широко применяются в исследовании социально-экономических явлений и процессов. Они позволяют проследить зарождение, развитие и отмирание различных типов явлений (табл. 1).

Таблица 1

Группировки мест реализации издательской продукции

Место реализации	Объем реализации, количество наименований		
	01.01.2023	30.06.2023	31.12.2023
ОАО «Белкнига»	600	580	570
«Книга почтой»	12	36	98
Интернет-магазины	56	222	312
Выставки-ярмарки	536	637	602
<i>Всего</i>	1204	1475	1582

Исследуя табл. 1, отметим, что покупатели предпочитают приобретать издательскую продукцию в организациях ОАО «Белкнига»

и на выставках-ярмарках. Причем через ОАО «Белкнига» реализуется 41,0%, а через выставки-ярмарки — 41,7% издательской продукции. Однако необходимо отметить тот факт, что в анализируемый период читатели стали активно пользоваться услугами интернет-магазинов для приобретения книжно-журнальной продукции. И если на начало года доля покупки через названный канал реализации составляла 4,6% от общей проданной продукции, то в конце года доля возросла до 19,7%. Согласно статистическим данным табл. 1, прослеживается такое новое перспективное направление реализации издательской продукции, как «Книга почтой».

Структурной называется группировка, в которой происходит разделение однородной совокупности на группы, характеризующие ее структуру по какому-либо варьирующему признаку. С помощью таких группировок могут изучаться: издающая организация по численности работающих в штате, численности внештатных сотрудников, стоимости основных фондов, заработной плате; издательский ассортимент по видам издания, тиражу, виду переплета, языку, на котором издана продукция, и т. д. Структурная группировка представлена в табл. 2.

Таблица 2

Группировка выпуска по языку, на котором выпущена издательская продукция (кроме русского и белорусского)

Язык	Объем выпуска	
	Количество наименований	Тираж, млн. экз.
Английский	600	2,3
Бельгийский	12	0,1
Немецкий	315	0,9
Японский	6	0,2
Другие	267	1,1
<i>Всего</i>	1200	4,6

Данные группировки показывают, что лишь четыре иностранных языка обеспечивают 77,5% республиканского выпуска книжной продукции на зарубежных языках по количеству наименований и 76% по тиражу. Причем 50% как по количеству наименований, так и по тиражу приходится на книги, выпущенные на английском языке. Отдельно надо подчеркнуть, что на японском языке издано только 6 наименований книжной продукции, но они изданы самыми большими тиражами (в среднем тираж одного издания — 33 тыс. экз.).

В изменении структуры общественных явлений отражаются важнейшие закономерности их развития. Группировка табл. 3 показывает, что за три анализируемых года количество издающих организаций по областям Республики Беларусь увеличивается. Причем самые высокие темпы роста наблюдаются в Брестской области. В Витебской, Гомельской, Гродненской и Могилевской областях значительных колебаний не отмечено как в абсолютных, так и в относительных показателях. Минская область отмечена ростом абсолютного показателя по количеству функционирующих издающих организаций, но падением их доли в совокупной областной издательско-полиграфической отрасли.

Таблица 3

Группировка издающих организаций по территориальному признаку за 2021–2023 гг.

Область	2021		2022		2023	
	Количество организаций	% от всего	Количество организаций	% от всего	Количество организаций	% от всего
Брестская	1	0,9	10	7,8	12	8,5
Витебская	18	17,6	22	17,2	23	16,2
Гомельская	15	14,7	15	11,7	16	11,6
Гродненская	14	13,7	15	11,7	17	11,9
Минская	45	44,3	55	42,9	61	42,7
Могилевская	9	8,8	11	8,7	13	9,1
<i>Всего</i>	102	100	128	100	142	100

Аналитической называется группировка, которая выявляет взаимосвязи между изучаемыми явлениями и их признаками. Всю совокупность признаков можно разделить на две группы: факторные и результативные. **Факторными** называются признаки, под воздействием которых изменяются другие — они и образуют группу **результативных** признаков. Взаимосвязь проявляется в том, что с возрастанием значения факторного признака систематически возрастает или убывает среднее значение признака результативного.

Особенности аналитической группировки таковы: во-первых, в основу группировки кладется факторный признак; во-вторых, каждая выделенная группа характеризуется средними значениями результативного признака. Аналитическая группировка приведена в табл. 4.

**Группировка издающих организаций по суммарному тиражу
годового выпуска книжно-журнальной продукции**

Группы по суммарному тиражу, тыс. экз.	Количество организаций	В среднем на одну организацию	
		Численность занятых, чел.	Балансовая прибыль, млрд. руб.
До 20 000	19	18	22,5
20 000–30 000	8	31	31,6
30 000–40 000	7	37	36,0
40 000–50 000	9	46	45,2
50 000 и более	7	51	52,9
<i>Всего</i>	50	183	188,2

Данные таблицы характеризуют зависимость между суммарным тиражом годового выпуска издающей организации и численностью занятых в осуществлении допечатной подготовки, а также суммой балансовой прибыли этой организации. Чем больше показатель годового тиража выпуска, тем больше прибыль издающей организации и численность ее сотрудников. У первой группы издающих организаций средняя численность работающих в 2,8 раза меньше, чем у пятой, а балансовая прибыль меньше в 2,4 раза.

Группировка, в которой группы образованы по одному признаку, называется **простой** (например, выпуск книг и брошюр издательствами).

Сложной называется группировка, в которой разделение на группы производится по двум и более признакам, взятым в сочетании.

Группы формируются по одному признаку, затем они делятся на подгруппы по другому признаку, которые в свою очередь делятся по третьему признаку и т. д. Сложные группировки дают возможность изучить единицы совокупности одновременно по нескольким признакам.

В табл. 5 приведена сложная группировка выпуска изданий за 2023 г. по целевому назначению и по характеру информации. По первому признаку образованы две группы, а по второму — три.

Группировка показывает, что выпуск научных и учебных изданий государственными издающими организациями 2,3 раза выше выпуска негосударственными организациями.

Таблица 5

**Группировка выпуска книжной продукции за 2023 г.
по целевому назначению и по характеру информации**

Группы по целевому назначению	Группы по характеру информации	Издательство	
		государственное	негосударственное
Научные	Монографии	30	1
	Сборники научных трудов	166	20
	Авторефераты диссертаций	45	–
<i>Итого по группе</i>		241	21
Учебные	Учебники	102	5
	Учебные пособия	136	118
	Практикумы	97	105
<i>Итого по группе</i>		335	228
<i>Всего</i>		576	249

Выпуск научной литературы негосударственными издательствами составляет только 8%. Причем авторефераты диссертаций издательства негосударственной формы собственности вообще не выпускают.

Выпуск учебной литературы негосударственными издательствами составляет почти половину совокупного выпуска (42,5%). Анализ данных показал, что негосударственные издающие организации в равной степени готовят к выпуску в свет учебные пособия и практикумы. Однако редакционно-издательской подготовкой учебников значимо не занимаются.

Таблица как форма наглядного представления статистических данных

Статистические таблицы являются рациональной, наглядной и компактной формой представления статистических данных, изложения результатов сводки и группировки материалов статистических исследования.

Анализ данных статистических таблиц, как метод научного исследования, позволяет выявить соотношения и пропорции между группами явлений по одному или нескольким признакам, провести сравнительный анализ, сформулировать выводы и определить резервы развития изучаемого явления, объекта или процесса.

Статистической таблицей называется таблица, которая содержит сводную числовую характеристику исследуемой совокупности по одному или нескольким существенным признакам, взаимосвязанным логикой экономического анализа.

Основные элементы статистических таблиц — подлежащее и сказуемое.

Виды таблиц по характеру подлежащего. Подлежащим статистической таблицы называется объект, который в ней характеризуется цифрами.

В зависимости от строения подлежащего все статистические таблицы можно разделить на три группы.

Простые, или перечневые, таблицы содержат сводные показатели, относящиеся к перечню единиц наблюдения или к перечню хронологических дат либо территориальных подразделений. Соответственно таблицы могут быть названы перечневыми (видовыми), хронологическими (временными) или территориальными. Например:

- «Выпуск книг и брошюр по издательствам» (подлежащее — перечень издательств по видовому принципу);
- «Выпуск книг и брошюр по годам» (подлежащее — по временному принципу);
- «Выпуск книг и брошюр по территориальному признаку» (подлежащее — области Республики Беларусь).

В групповых таблицах статистическая совокупность расчленяется на отдельные группы по какому-либо признаку, причем каждая из групп может быть охарактеризована рядом показателей. Примером групповой таблицы может служить «Выпуск книг и брошюр издательствами и другими организациями на языках народов мира»: дается разбивка по издательствам, языкам, количеству экземпляров, тиражу и печатным листам-оттискам.

В комбинационных таблицах совокупность разбита на группы не по одному, а по нескольким признакам.

Сложная комбинационная таблица «Выпуск книг и брошюр по целевому назначению за период с 2020 по 2023 г.» включает сведения выпуска по годам отдельно массово-политических, научных изданий и т. д.

Выбор типа таблицы зависит всегда от цели ее построения. Если таблицы используются для практических нужд планирования и управления, то в них должны содержаться сведения по тем частям, в разрезе которых ведется планирование и управление. Чаще

всего этой задаче соответствуют простые таблицы, используются также и групповые. Если же ставится задача более глубокого познания исследуемого объекта, то используются групповые и комбинационные таблицы.

Виды таблиц по характеру сказуемого. Система показателей, которыми характеризуется объект изучения, т. е. подлежащее таблицы, образует сказуемое статистической таблицы. Сказуемое формирует заголовки граф и составляет их содержание (в нашем случае это количество экземпляров, тираж, печатные листы-оттиски, номера и годовой тираж).

По структурному строению сказуемого различают статистические таблицы с простой и сложной разработкой.

При простой разработке сказуемого показатель, его определяющий, получается путем простого суммирования значений по каждому признаку отдельно независимо друг от друга. Сложная разработка сказуемого предполагает деление признака, его формирующего, на группы.

Требования к статистическим таблицам:

- таблица должна быть компактной и содержать только те исходные данные, которые непосредственно отражают исследуемое социально-экономическое явление в статике и динамике и необходимы для познания его сущности;

- заголовки таблицы и названия граф и строк должны быть четкими, краткими, лаконичными, представлять собой законченное целое, органично вписывающееся в содержание текста;

- информация, располагаемая в столбцах (графах) таблицы, завершается итоговой строкой;

- в достаточно больших таблицах (по количеству приведенных строк) целесообразно оставлять двойной промежуток после каждых пяти (и далее кратных пяти) строк для того, чтобы было удобнее читать и анализировать таблицу;

- если названия отдельных граф повторяются между собой, содержат повторяющиеся термины или несут единую смысловую нагрузку, то необходимо присвоить общий объединяющий заголовок;

- взаимосвязанные данные целесообразно располагать в соседних друг с другом графах;

- графы и строки должны содержать единицы измерения, соответствующие поставленным в подлежащем и сказуемом показателям. При этом используются общепринятые сокращения единиц измерения;

- располагать в таблицах сопоставляемую в ходе анализа цифровую информацию лучше в одной и той же графе, одну под другой, что значительно облегчает процесс их сравнения;

- для более удобной работы с цифровым материалом числа в таблицах следует представлять в середине граф, одно под другим: единицы под единицами, запятая под запятой, четко соблюдая при этом их разрядность;

- числа целесообразнее по возможности округлить. Округление чисел в пределах одной и той же графы или строки следует проводить с одинаковой степенью точности;

- отсутствие данных об анализируемом социально-экономическом явлении может быть обусловлено различными причинами и по-разному отмечается в таблице: а) если данная позиция (на пересечении соответствующих графы и строки) вообще не подлежит заполнению, то ставится знак «×»; б) если по какой-либо причине отсутствуют сведения, то ставится многоточие «...» или «нет свед.»; в) если отсутствует явление, то клетка заполняется тире «–»;

- в случае необходимости дополнительной информации — разъяснений к таблице — могут даваться примечания.

Практическая часть

Упражнение 9

В приложении представлен выпуск книг и брошюр в Республике Беларусь по тематическим разделам за период с 2013 по 2023 г.

1. По исходным данным таблицы постройте типологическую, структурную и аналитическую группировки.

2. Результаты группировок представьте в виде таблицы. Проанализируйте их.

Упражнение 10

1. Постройте сложную группировку по двум признакам: по количеству наименований выпущенной книжной продукции и по количеству наименований изданной газетно-журнальной продукции. Каждый из признаков необходимо разбить на три-четыре группы. Каждую из групп охарактеризуйте двумя показателями.

2. Результаты группировки представьте в виде таблицы. Проанализируйте их.

ГРАФИЧЕСКОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

Теоретическая часть

В зависимости от круга решаемых задач выделяют диаграммы сравнения, структурные диаграммы и диаграммы динамики.

Наиболее распространенными диаграммами **сравнения** являются столбиковые диаграммы, принцип построения которых состоит в изображении статистических показателей в виде поставленных по вертикали прямоугольников — столбиков. Каждый столбик изображает величину отдельного уровня исследуемого статистического ряда. Таким образом, сравнение статистических показателей возможно потому, что все сравниваемые показатели выражены в одной единице измерения (рис. 21).

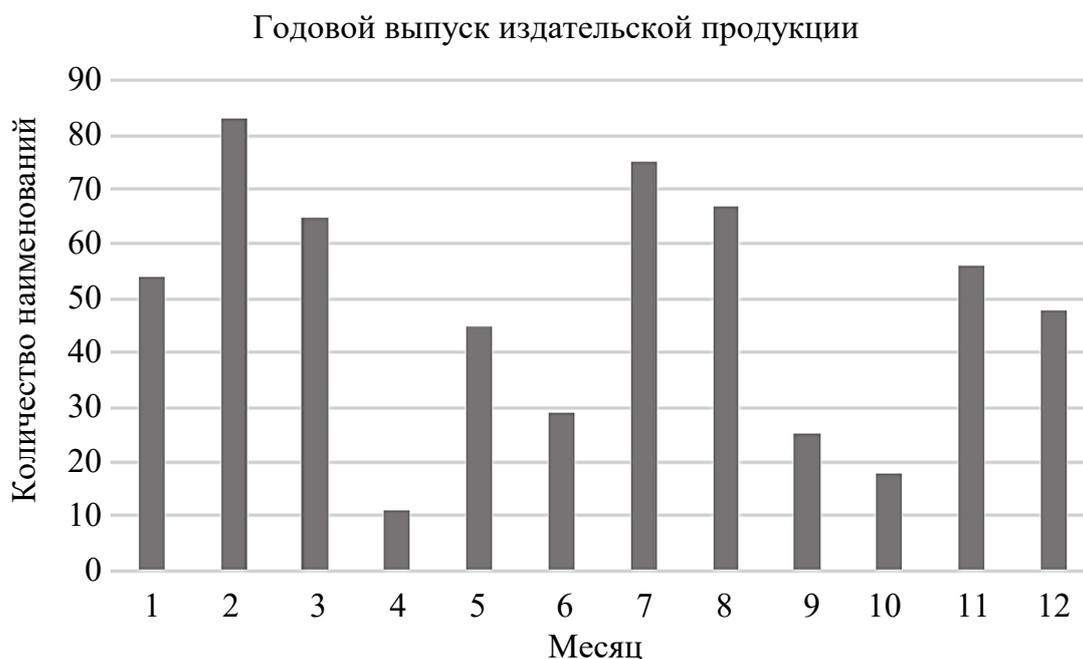


Рис. 21. Столбиковая диаграмма

Разновидностью столбиковых диаграмм являются так называемые ленточные или полосовые диаграммы (рис. 22). Их отличие состоит в том, что масштабная шкала расположена по горизонтали сверху и она определяет величину полос по длине.

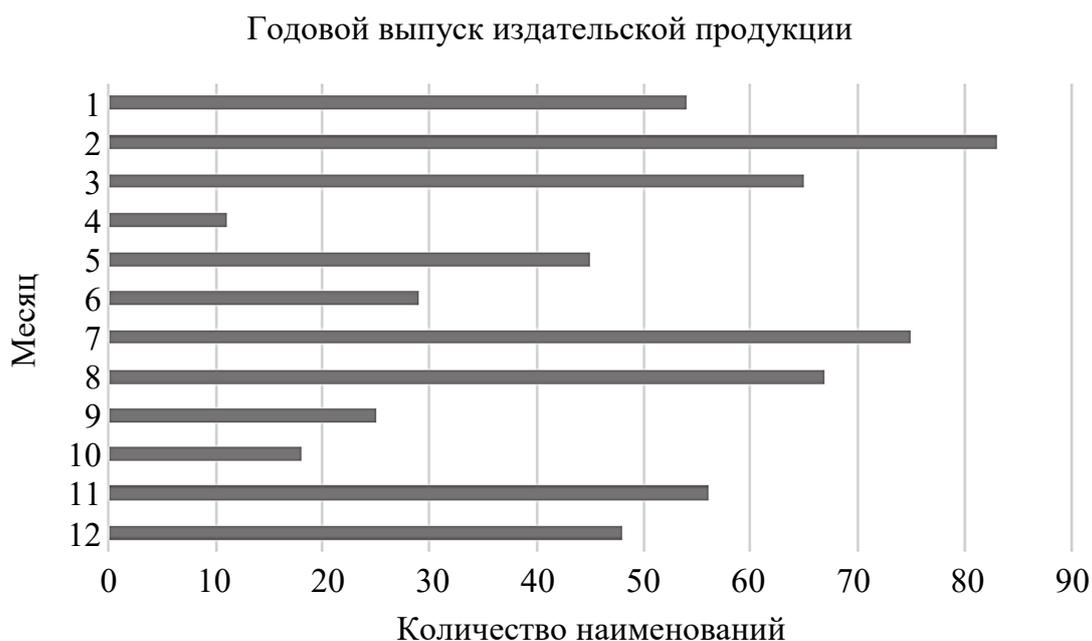


Рис. 22. Полосовая диаграмма

Основное назначение **структурных** диаграмм заключается в графическом представлении состава статистической совокупности, характеризующегося как соотношением всех частей совокупности. Состав статистической совокупности графически может быть представлен с помощью как абсолютных, так и относительных показателей. В первом случае не только размеры отдельных частей, но и размер графика в целом определяются статистическими величинами и изменяются в соответствии с изменениями последних. Во втором случае размер всего графика не меняется (так как сумма всех частей любой совокупности составляет 100%), а меняются только размеры отдельных его частей. В качестве графического образа для изображения структуры совокупностей в виде секторных диаграмм применяются круги (рис. 23).

Для изображения и внесения суждений о развитии явления во времени строятся диаграммы **динамики**. Для наглядного изображения явлений в рядах используются диаграммы: ленточные, квадратные, круговые, линейные, радиальные и т. д. Выбор вида диаграмм зависит от

Доля выпуска учебных изданий по характеру информации



Рис. 23. Секторная диаграмма

особенностей исходных данных, цели исследования. Например, если имеется ряд динамики с несколькими неравностоящими уровнями времени (2003, 2007, 2010, 2011, 2018, 2023 гг.), то часто для наглядности используют столбиковые, квадратные или круговые диаграммы.

Они зрительно впечатляют, хорошо запоминаются, но не годны для изображения большого числа уровней, так как громоздки. Когда число уровней в ряду динамики велико, целесообразно применять линейные диаграммы, которые воспроизводят непрерывность процесса развития в виде ломаной линии. Кроме того, линейные диаграммы удобно использовать: если целью исследования является изображение общей тенденции и характера развития явления; когда на одном графике необходимо изобразить несколько динамических рядов с целью их сравнения; если наиболее существенным является сопоставление темпов роста, а не уровней. Пример графического изображения нескольких явлений в динамике изображен на рис. 24.

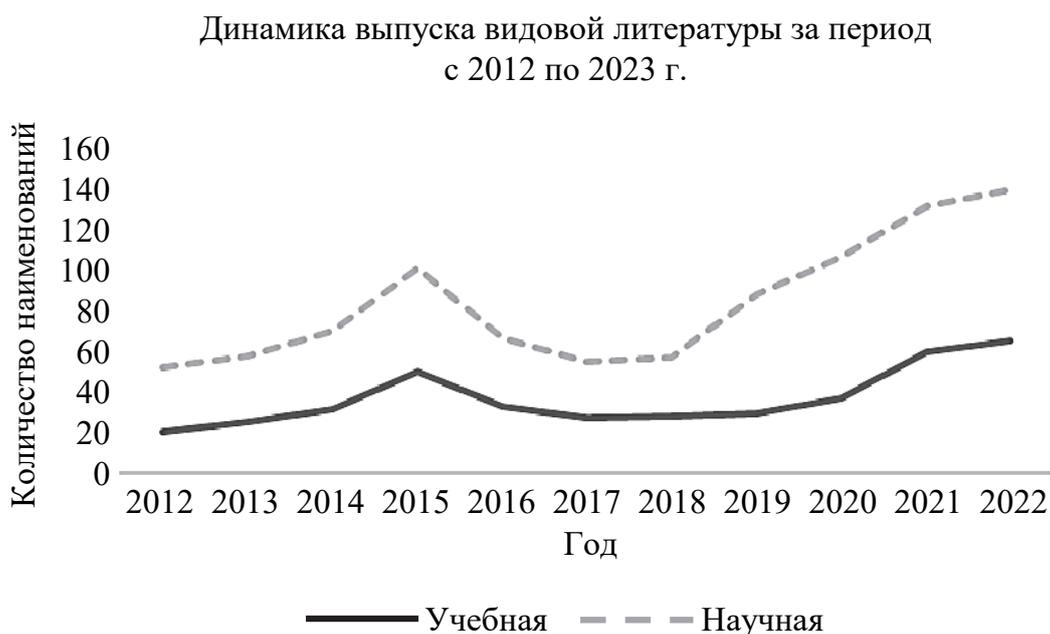


Рис. 24. Линейная диаграмма

Модуль диаграмм приложения Excel автоматически генерирует диаграммы, отображающие данные листа в графической форме. Необходимо только выбрать нужный диапазон ячеек и указать тип диаграммы, а затем оформить полученный графический объект.

Практическая часть

Упражнение 11

Для создания диаграммы проще всего воспользоваться соответствующим мастером.

1. Создайте таблицу с данными, как показано на рис. 25.

	A	B	C
1	Редакции периодических изданий в Республике Беларусь		
2	Год	Количество редакций	Тираж, тыс. экз
3	2013	1170	601273
4	2014	3200	585734
5	2015	3350	614883
6	2016	3295	670326
7	2017	3468	621132
8	2018	4200	635391
9	2019	4700	793664
10	2020	4640	711459
11	2021	5150	490526
12	2022	5470	589255
13	2023	6117	694326
14			

Рис. 25. Таблица с данными

2. Выделите диапазон ячеек A1:C13.

3. Выберите из меню **Вставка** команду **Рекомендуемые диаграммы**, затем нажмите кнопку **Все диаграммы** — на экране появится окно **Мастер диаграмм** (рис. 26).

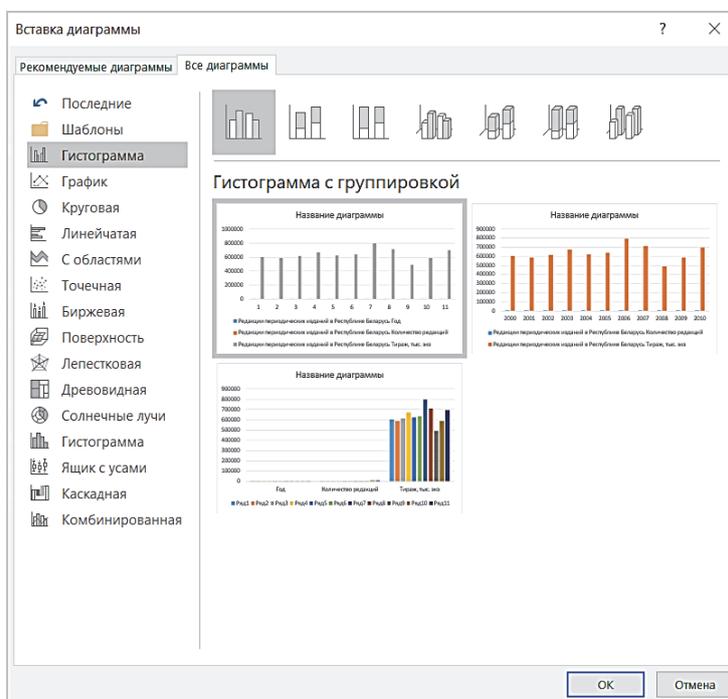


Рис. 26. Выбор типа диаграммы

4. Выберите тип диаграммы (например, гистограмма), нажмите **ОК**.

5. Чтобы определить значения, которые будут представлены в диаграмме, на панели инструментов нажмите кнопку **Выбрать данные**. Эта процедура приведет к открытию еще одного окна **Выбор источника данных** (рис. 27).



Рис. 27. Выбор источника данных

6. Нажмите на кнопку с красной стрелкой. Окно **Выбор источника данных** предоставит дополнительные настройки диаграммы (рис. 28).

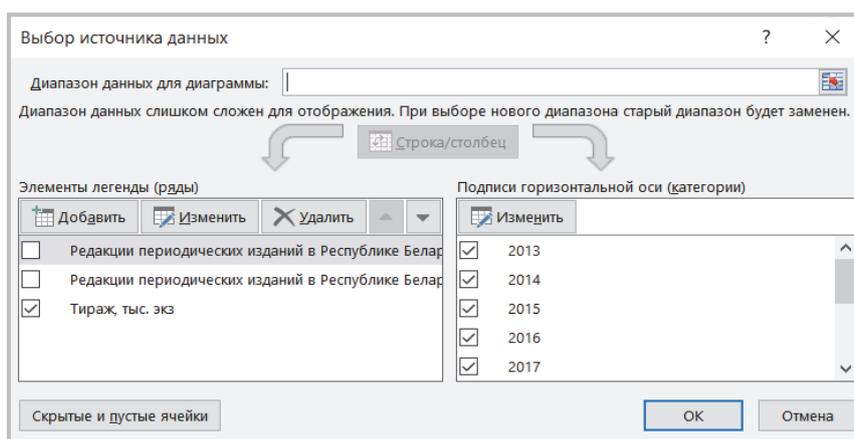


Рис. 28. Дополнительные настройки выбора источника данных

7. Чтобы диаграмма показывала зависимость количества редакций от года, необходимо задать соответствующее значение элемента легенды (ряда). Для этого в левой части окна нажмите кнопку **Изменить**, откроется следующее окно — **Изменение ряда**. В строке **Имя ряда** укажите ячейку B2 в качестве названия, в строке **Значения** укажите диапазон B3:B13. Для подтверждения введенных данных нажмите **ОК**. Таким образом, в качестве значений для оси Y используется количество редакций.

8. Уберите галочку напротив строчек «Редакции периодических изданий в Республике Беларусь» и нажмите кнопку **ОК**. Вы получите диаграмму, которая представлена на рис. 29.

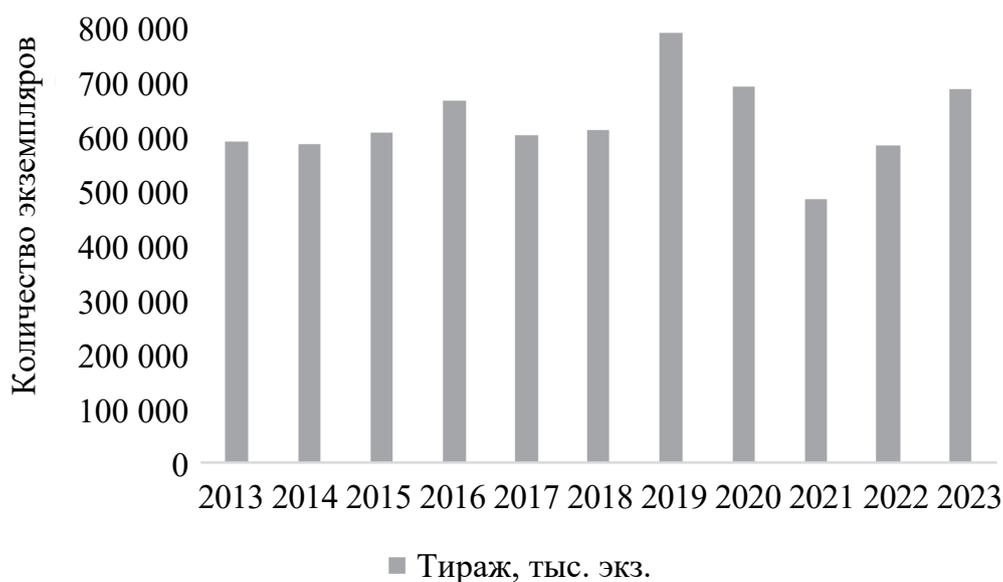


Рис. 29. Полученная диаграмма

9. Чтобы добавить название, на панели инструментов выберите окно **Конструктор**, нажмите кнопку **Добавить элемент диаграммы**, затем **Название диаграммы** и **Над диаграммой** (рис. 30). Введите в поле текст «Тиражная линия выпуска учебной литературы».

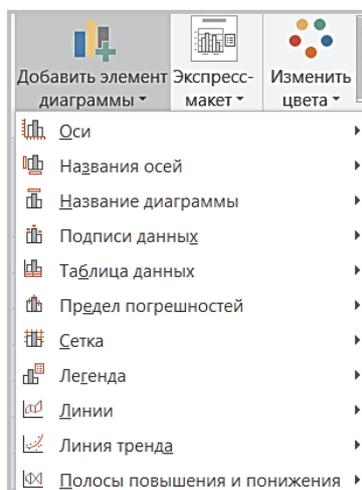


Рис. 30. Добавление элементов диаграммы

10. Также добавьте названия осей «Год», «Количество редакций».

11. При необходимости с помощью других вкладок этого окна диалога настройте оси, линии сетки, легенду, подписи данных и режим отображения таблицы данных.

Результат построения диаграммы представлен на рис. 31.

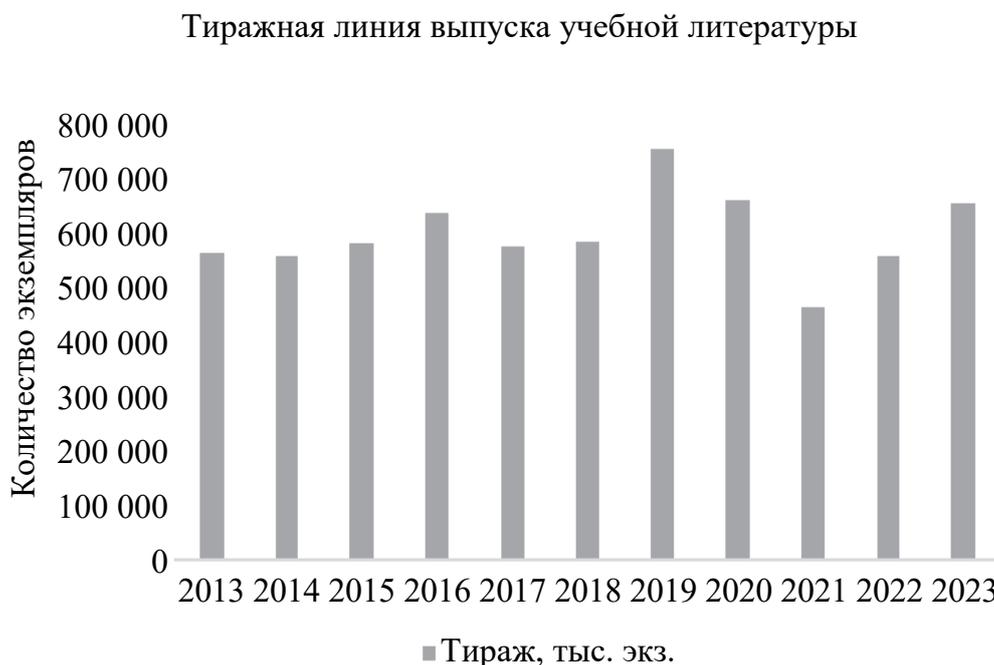


Рис. 31. Построенная диаграмма

Примечание. При размещении диаграммы на отдельном листе программа задает ей размер, равный площади окна документа Excel. Если при изменении размеров окна масштаб диаграммы не меняется, выберите меню **Сервис / Параметры** и установите флажок **Масштабировать диаграмму по размеру окна**. В противном случае размеры диаграммы будут сохраняться неизменными (если считать в пикселах экрана компьютера).

Упражнение 12

Любая диаграмма состоит из таких элементов, как область построения диаграммы, оси, координатная сетка, маркеры данных, заголовки. Щелчком мыши на необходимом элементе можно выделить его, а щелчком правой кнопки — раскрыть его контекстное меню. Кроме набора стандартных элементов, которые практически всегда присутствуют на диаграмме, Excel позволяет добавлять разные дополнительные компоненты, усиливающие наглядность диаграммы. К таким вспомогательным элементам относятся подписи рядов данных.

1. Щелкните на вкладке **Конструктор**, затем по меню **Добавить элемент диаграммы — Подписи данных**, выберите один из предложенных вариантов (рис. 32).

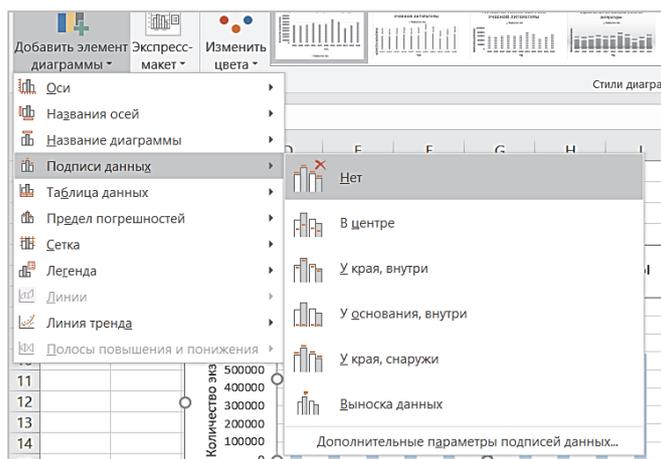


Рис. 32. Подписи данных

2. Раскройте вкладку **Формат подписей данных** в правой части рабочей области, как показано на рис. 33.

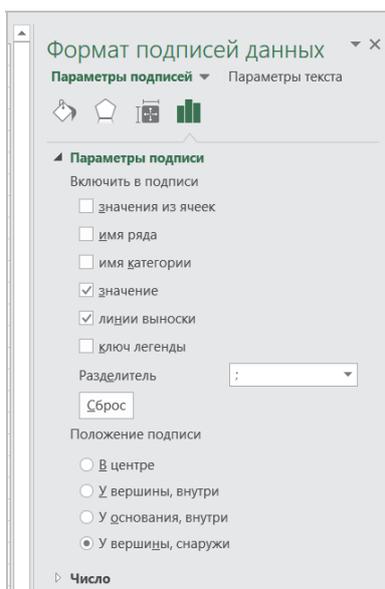


Рис. 33. Настройка **Формата подписей данных**

В разделе **Включить в подписи** можно установить один или несколько флажков, чтобы определить, что именно будет содержаться в подписи:

- значения из ячеек;
- имя ряда;
- имя категории — название соответствующей отметки оси X;
- значение — числа источника данных;
- линии выноски;
- ключ легенды.

Так как секторные диаграммы не имеют осей, на них автоматически добавляются подписи данных, показывающие соответствие сектора тому или иному столбцу (строке) данных.

3. Попробуйте использовать различные подписи рядов для своей диаграммы.

Упражнение 13

В верхней части диаграммы присутствует заголовок «Редакции периодических изданий в Республике Беларусь». Необходимо его изменить.

1. Щелкните на заголовке правой кнопкой мыши и выберите в контекстном меню команду **Шрифт**. Задайте свои параметры оформления заголовка и нажмите **ОК**.

2. Чтобы перейти в режим редактирования надписи, активируйте ее. Габаритный прямоугольник исчезнет, а вместо него появится текстовый курсор.

3. Дополните заголовок фразой «за период с 2000 по 2010 г.».

4. Чтобы завершить редактирование текстового элемента, щелкните мышью за его пределами.

Примечание. С помощью операций, описанных в шагах 1–4, можно изменить любую надпись, присутствующую на диаграмме.

5. Подобным образом отредактируйте остальные элементы.

Упражнение 14

В приложении представлены данные по выпуску книг и брошюр в Республике Беларусь по тематическим разделам за период с 2013 по 2023 г.

1. Проанализируйте приведенные статистические данные. Постройте диаграммы, отражающие динамические изменения в выпуске литературы (по количеству наименований, по тиражу и по среднему тиражу) за период с 2013 по 2023 г. Сформулируйте выводы. Задание выполняется по вариантам.

2. Определите, какой процент от общей численности издаваемой литературы составляет каждый из тематических разделов (учет вести по количеству наименований, по тиражу и по среднему тиражу), и построьте соответствующие круговые диаграммы начала и конца рассматриваемого периода. Проанализируйте основные изменения в совокупном выпуске.

СВЯЗЫВАНИЕ ОБЪЕКТОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В ВИДЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ ВЫПУСКА ИЗДАНИЙ В ПРОГРАММАХ EXCEL И WORD

Теоретическая часть

С помощью статистической методологии вся полученная аналитическая информация о состоянии издательско-полиграфического комплекса и книжной торговли обобщается, анализируется, и в результате мы имеем возможность видеть стройную систему взаимосвязей в отрасли, динамику развития, делать международные сопоставления.

Отчетность, как форма статистического наблюдения, основана на первичном учете. Первичный учет представляет собой регистрацию отдельных цифр, фактов и событий, которую издающие организации должны вести по установленным формам. Но это условие не всегда выполняется. Накапливаются и обрабатываются статистические данные чаще всего в документах программы Excel, а форма отчетности, утвержденная органами государственной статистики, — в документах программы Word.

Для осуществления связывания структурного элемента создайте таблицу со статистическими данными по выпуску печатной продукции в программе Excel, как показано на рис. 34.

	A	B	C	D
	Год выпуска	Количество наименований, шт	Тираж, тыс. экз.	Средний тираж, тыс. экз.
1				
2	2012	15	0	0
3	2013	22	234000	10636,36
4	2014	29	296000	10206,9
5	2015	33	352000	10666,67
6	2016	45	459000	10200
7	2017	56	920000	16428,57
8	2018	62	451000	7274,19
9	2019	70	745000	10642,86
10	2020	78	701000	8987,18
11	2021	85	983000	11564,71
12	2022	92	874000	9500
13	2023	105	987000	9400

Рис. 34. Таблица с данными

Затем выделите эту таблицу и скопируйте ее. После этого откройте документ в программе Word, в который вы планируете поместить эту таблицу. В программе Word нажмите правую клавишу мыши, выберите из меню **Параметры вставки** пункт **Связать и сохранить исходное форматирование** (рис. 35).

2014	29	296000	10206,9
2015	33	352000	10666,67
2016	37	459000	10200
2017	41	920000	16428,57
2018	45	151000	7274,19
2019	49	740000	10642,86
2020	78	701000	8987,18

Рис. 35. Вкладка **Параметры вставки**

Результатом описанной операции будет расположение таблицы в программе Word, связанной с программой Excel. Таким образом, если вы будете изменять табличные данные в программе Excel, то они автоматически будут изменяться в программе Word.

Практическая часть

Упражнение 15

Программы среды Microsoft Office позволяют создавать объекты, связываемые с одним из приложений (например, объект, созданный в программе Excel, представляется без потери данных в Word).

1. Создайте таблицу со статистическими данными выпуска печатной продукции в программе Excel (год, количество наименований печатной продукции, тираж, средний тираж одного наименования). Средний тираж должен быть рассчитан по формуле. Таблица должна иметь заголовки и названия столбцов, строк. Осуществите связь этой таблицы с документом программы Word. Внесите изменения в исходную таблицу, проверьте результат.

2. Нарисуйте графики по созданной ранее статистической таблице. Отредактируйте построенные графики. Свяжите их с программой Word. Внесите изменения в исходную таблицу, проверьте результат изменения кривых графика в обеих программах.

3. Создайте произвольную таблицу, строки которой будут содержать вычисления по формулам. Сделайте эту таблицу связанной с программой Word. Внесите изменения в исходную таблицу, проверьте результат.

ИЗУЧЕНИЕ ДИНАМИКИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Теоретическая часть

Термины и определения документа «Положение об обязательном бесплатном экземпляре документов»

Обязательный бесплатный экземпляр документов — экземпляры различных видов тиражированных документов, произведенных (созданных, изготовленных, выпущенных в свет) на территории Республики Беларусь, а также за ее пределами резидентами Республики Беларусь, подлежащие рассылке безвозмездно в соответствующие государственные органы и организации.

Получатель обязательного экземпляра — юридическое лицо, наделенное правом получения обязательного экземпляра на безвозмездной основе и обеспечивающее его хранение и общественное использование.

Пользователь обязательного экземпляра — физическое или юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, имеющее право на бесплатный доступ к обязательному экземпляру.

Производитель обязательного экземпляра — юридическое лицо Республики Беларусь, иностранная организация при наличии открытого в установленном порядке представительства, индивидуальный предприниматель, зарегистрированный в Республике Беларусь, осуществляющие издательскую и (или) полиграфическую деятельность, производящие различные виды документов, относящихся к обязательному экземпляру.

Рассылка обязательного экземпляра — пересылка его в почтовых отправлениях либо иной способ доставки.

Система обязательного экземпляра — совокупность видов документов, относящихся к обязательному экземпляру, а также установленный порядок их рассылки, получения, хранения и использования.

Экземпляр документа — произвольно взятый образец тиража документов, сохраняющий все признаки соответствия оригиналу и идентичности иному произвольно взятому образцу из данного тиража.

Цели формирования системы обязательного экземпляра

Целями формирования системы обязательного экземпляра являются:

- осуществление государственной регистрации;
- комплектование полного фонда документов, изготовленных на территории Республики Беларусь или за ее пределами резидентами Республики Беларусь, как части мирового культурного наследия;
- информирование общества о документах всех видов, изготовленных на территории Республики Беларусь, посредством подготовки и выпуска библиографической и иной информации;
- обеспечение общественного доступа к обязательным экземплярам;
- организация постоянного хранения обязательных экземпляров, формирование комплекта обязательных экземпляров региональных фондов документов;
- возможность гарантированного комплектования библиотечных фондов документами, изготовленными на территории Республики Беларусь и за ее пределами резидентами Республики Беларусь, на бесплатной основе;
- анализ распространяемой в Республике Беларусь правовой информации;
- контроль за соблюдением установленного порядка рассылки обязательных экземпляров;
- информационно-методическое обеспечение деятельности контролирующих органов.

Права и обязанности производителей обязательных экземпляров

Производители обязательных экземпляров имеют право:

- на гарантированную постоянную сохранность обязательных экземпляров их получателями;
- отражение библиографической информации об обязательных экземплярах в изданиях государственной библиографии и библиотечных каталогах;

- включение библиографической информации об обязательных экземплярах в национальные и международные базы данных;
- получение по запросам фактографических данных о произведенных ими обязательных экземплярах.

Производители обязательных экземпляров обязаны:

- предоставлять безвозмездно в собственность государственных органов и организаций установленное количество обязательных экземпляров в соответствии с положением «Об обязательном бесплатном экземпляре документов»;
- осуществлять рассылку обязательных экземпляров в течение 10 дней после выпуска первой партии тиража, а газет — в день выхода каждого номера;
- заменять дефектные обязательные экземпляры по требованию их получателей в месячный срок со дня выявления дефекта.

Права и обязанности получателей обязательных экземпляров

Получатели обязательных экземпляров имеют право:

- на своевременное получение обязательного экземпляра;
- безвозмездную замену дефектного обязательного экземпляра его производителем в месячный срок со дня выявления дефекта;
- осуществление в целях библиотечно-информационного обслуживания физических и юридических лиц (по мере необходимости) репродуцирования обязательного экземпляра в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Государственные органы, являющиеся получателями обязательных экземпляров, имеют право на безвозмездную передачу обязательного экземпляра непериодических печатных изданий в обменный фонд государственного учреждения «Национальная библиотека Беларуси» после осуществления функций контроля и утраты актуальности обязательного экземпляра в текущей деятельности.

Получатели обязательных экземпляров обязаны:

- комплектовать фонды обязательными экземплярами, полученными согласно положению «Об обязательном бесплатном экземпляре документов»;
- вести регистрацию и библиографический учет поступающих обязательных экземпляров;

- сообщать в Министерство информации о нарушениях порядка рассылки обязательных экземпляров и полноте их поступления;

- отражать сведения о полученных по системе обязательного экземпляра документах в различных источниках библиографической информации;

- обеспечивать хранение обязательного экземпляра (срок его хранения государственными органами истекает после осуществления функций контроля и утраты актуальности обязательного экземпляра в текущей деятельности; другие получатели обязательных экземпляров обеспечивают постоянное хранение обязательного экземпляра);

- соблюдать права производителей и авторские права в соответствии с законодательством Республики Беларусь об интеллектуальной собственности.

Государственное учреждение «Национальная книжная палата Беларуси» на основе обязательного экземпляра:

- присваивает каждому документу (группе документов) номер государственной библиографической регистрации;

- осуществляет распространение государственной библиографической информации;

- осуществляет библиографическую обработку и учет документов, формирует систему количественных показателей издательской деятельности;

- формирует и ведет информационную систему государственной библиографической информации, другие информационно-библиографические ресурсы;

- составляет и выпускает в свет государственные библиографические указатели;

- формирует и постоянно хранит государственный фонд обязательных экземпляров.

Государственное учреждение «Национальная библиотека Беларуси»:

- комплектует фонд обязательным экземпляром;

- осуществляет постоянное хранение обязательного экземпляра; отражает сведения об обязательном экземпляре в информационно-поисковых системах и предоставляет их в общественное пользование;

- принимает обязательный экземпляр в обменный фонд от государственных органов, являющихся получателями обязательных экземпляров.

Документы, относящиеся к обязательному бесплатному экземпляру

К обязательному экземпляру относятся:

- печатные издания всех видов (текстовые, в том числе периодические и непериодические, нотные, картографические, иллюстративные) — документы, предназначенные для распространения содержащейся в них информации, прошедшие редакционно-издательскую подготовку, полиграфически самостоятельно оформленные, полученные печатанием или тиснением;
- издания для инвалидов по зрению и слабовидящих — издания, изготовленные рельефно-точечным шрифтом по системе Брайля, рельефно-графические издания, «говорящие книги», крупно-шрифтовые издания для слабовидящих;
- комбинированные издания — документы, содержащие наряду с печатным текстом звукозапись на кассете, диске и (или) изображение на иных материальных носителях в виде слайда, пленки, дискеты;
- электронные издания — информационные ресурсы, прошедшие редакционно-издательскую подготовку, предназначенные для распространения в неизменном виде, выпущенные в виде определенного количества идентичных экземпляров (тиража) на съемных электронных носителях;
- неопубликованные документы — диссертации и их электронные копии, отчеты о научно-исследовательских, опытно-конструкторских, технологических работах, депонированные научные работы.

Показатели изменения уровней ряда динамики

Ряды динамики (хронологические, временные) представляют собой ряды изменяющихся во времени значений статистического показателя.

Динамический ряд выпуска продукции представляет собой ряд последовательных уровней, сопоставляя которые между собой, можно получить характеристику скорости и интенсивности развития явления. В результате сравнения уровней получается система абсолютных и относительных показателей динамики, к числу которых относятся абсолютный прирост, коэффициент роста, темп прироста, абсолютное значение одного процента прироста. Если сравнению подлежат несколько последовательных уровней, то возможны два варианта сопоставления.

Первый вариант: каждый уровень динамического ряда сравнивается с одним и тем же предшествующим уровнем, принятым за базу сравнения. В качестве базисного уровня выбирается либо начальный уровень динамического ряда, либо же уровень, с которого начинается какой-то новый этап развития явления. Такое сравнение называется сравнением с постоянной базой.

Второй вариант: каждый уровень динамического ряда сравнивается с непосредственно ему предшествующим. Такое сравнение называется сравнением с переменной базой.

Динамический ряд выпуска издательской продукции представлен в табл. 6.

Таблица 6

Показатель выпуска издательской продукции

Год	Количество наименований
2014	1546
2015	1238
2016	1678
2017	1444
2018	1278
2019	1156
2020	1597
2021	1391
2022	1625
2023	1998

В первом случае новый этап развития явления выделить сложно, так как выпуск печатной продукции весьма неоднороден. Поэтому целесообразно рассчитывать показатели динамики в сравнении с базисным уровнем, который представлен средним значением показателей предшествующего выпуска. Он рассчитывается как среднее арифметическое выпуска за период с 2014 по 2023 г.

Во втором случае сравнение явления осуществляется с предшествующим годом (в нашем случае с 2023 г.).

Показатели динамики с постоянной базой (базисные показатели) характеризуют окончательный результат всех изменений в уровнях ряда от периода, к которому относится базисный уровень, до данного i -го периода. Показатели динамики с переменной базой (цепные показатели) характеризуют интенсивность изменения уровня от периода к периоду (или от даты к дате) в пределах изучаемого промежутка времени.

Абсолютный прирост (Δ) определяется как разность между двумя уровнями динамического ряда и показывает, на сколько данный уровень ряда превышает уровень, принятый за базу сравнения:

$$\Delta = y - y_0,$$

где y_i — уровень сравниваемого периода; y_0 — уровень базисного периода.

$$\Delta = 1998 - 1439 = 559.$$

При сравнении с переменной базой абсолютный прирост будет равен:

$$\Delta = y_i - y_{i-1},$$

где y_{i-1} — уровень непосредственно предшествующего периода.

$$\Delta = 1998 - 1625 = 373.$$

Абсолютный прирост с переменной базой иначе называется *скоростью роста*.

Коэффициент роста (K_i) определяется как отношение двух сравниваемых уровней и показывает, во сколько раз данный уровень превышает уровень базисного периода. При сравнении с постоянной базой коэффициент роста рассчитывается по формуле

$$K_i = y_i / y_0.$$

При сравнении с переменной базой:

$$K_i = y_i / y_{i-1}.$$

В первом случае $K_i = 1998 / 1439 = 1,39$.

Во втором случае $K_i = 1998 / 1625 = 1,23$.

Если коэффициент роста выражен в процентах, то его называют *темпом роста* (T_p).

В первом случае $T_p = (1998 / 1439) \cdot 100\% = 139\%$.

Во втором случае $T_p = (1998 / 1625) \cdot 100\% = 123\%$.

Темп прироста ($T_{пр}$) показывает, на сколько процентов уровень данного периода больше (или меньше) базисного уровня. Этот показатель может быть рассчитан как отношение абсолютного прироста к уровню, принятому за базу сравнения, или как разность между темпами роста анализируемого периода и базисного.

В первом случае $T_{пр} = 139 - 100 = 39\%$.

Во втором случае $T_{пр} = 123 - 100 = 23\%$.

Показатель абсолютного значения одного процента прироста определяется как результат деления абсолютного прироста на соответствующий темп прироста, выраженный в процентах.

В первом случае $\Delta_{\text{пр}} = \Delta / T_{\text{пр}} = 559 / 39 = 14,33$.

Во втором случае $\Delta_{\text{пр}} = \Delta / T_{\text{пр}} = 373 / 23 = 16,22$.

Метод экспоненциального сглаживания

Для установления тенденции в ряду динамики проводят сглаживание фактических данных, характеризующих состояние издательско-полиграфической отрасли.

Цель моделирования рядов динамики состоит в прогнозировании результата на будущий период. Основная идея прогнозирования заключается в предположении о сохранении закономерности изменения прогнозируемой величины, выявленной на определенном участке, и переносе этой закономерности на другой участок.

При графическом построении временного ряда полученные результаты наблюдения наносятся в виде точек и соединяются последовательно ломаной линией, образуя при этом линию фактических изменений. Для определения общих тенденций роста или снижения показателей временного ряда, выравнивания или сглаживания общей картины происходящих процессов и приближения ее к математической зависимости используют ряд методов, одним из которых является метод экспоненциального сглаживания.

Метод экспоненциального сглаживания является одним из простейших и распространенных способов выравнивания ряда. Выравнивание осуществляется по следующей формуле:

$$S_t = \alpha x_t + \beta S_{t-1},$$

где S_t — значение экспоненциальной средней в момент времени t ; α — параметр сглаживания, принимает значение из промежутка $[0; 1]$; x_t — исходное значение в момент времени t ; β — параметр сглаживания, $\beta = 1 - \alpha$; S_{t-1} — значение экспоненциальной средней в момент времени $t - 1$.

Экспоненциальное выравнивание всегда требует предыдущего значения экспоненциальной средней. Когда процесс только начинается, должна быть некоторая величина S_0 , которая применяется в качестве значения, предшествующего S_1 . В качестве S_0

можно взять арифметическую среднюю первых пяти значений либо применить данные, предшествующие рассматриваемому периоду, если они имеются:

$$S_0 = \frac{1}{5} \sum_{t=1}^5 x_t.$$

Прогноз результата на будущий период рассчитывается по формуле

$$S_{t+1} = \alpha x_t + \beta S_t = S_t + \alpha(x_t - S_t).$$

Задача

Пусть задан ряд распределения X (выпуск изданий по годам), представленный в таблице. Необходимо вычислить значения экспоненциальной средней в момент времени t и результат проиллюстрировать графически ($\alpha = 0,85$).

Исходные данные

Год	2018	2019	2020	2021	2022	2023
X	56	87	48	49	56	78

Решим эту задачу с использованием приложения Excel.

Для этого подготовим исходную таблицу (рис. 36): диапазон В3:В8 отведем под значения переменной, С3:С8 — под сглаженные значения.

	А	В	С
1	Метод экспоненциального сглаживания		
2	Год	X (исходные данные)	S (сглаженные данные)
3	2018	56	
4	2019	87	
5	2020	48	
6	2021	49	
7	2022	56	
8	2023	78	
9	2024		
10			
11	a	0,85	
12	b		
13	S(0)		
14	S(пр)		
15			

Рис. 36. Исходные данные

В ячейку B10 введем коэффициент сглаживания α и вычислим коэффициент β (ячейка B11). Осталось воспользоваться вышеприведенными формулами для реализации данного метода. После выполнения всех расчетов результат должен оказаться следующим (рис. 37).

	A	B	C
1	Метод экспоненциального сглаживания		
2	Год	X (исходные данные)	S (сглаженные данные)
3	2018	56	56,48
4	2019	87	82,42
5	2020	48	53,16
6	2021	49	49,62
7	2022	56	55,04
8	2023	78	74,56
9	2024		77,48
10			
11	a	0,85	
12	b	0,15	
13	S(0)	59,2	
14	S(пр)	77,48	
15			

Рис. 37. Метод экспоненциального сглаживания

Для наглядности общих динамических тенденций и прогнозных показателей необходимо построить графики зависимости реальной и сглаженной кривой (рис. 38).

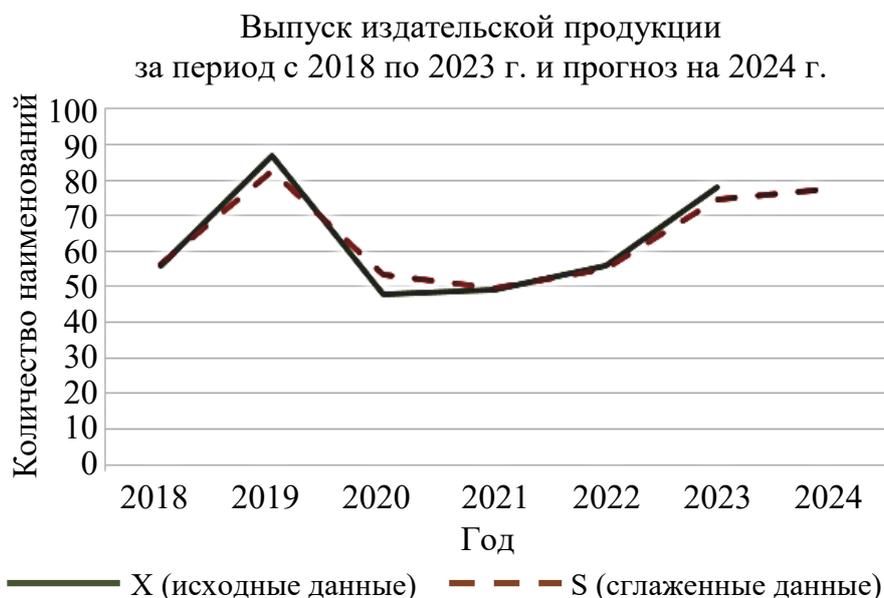


Рис. 38. Графическая иллюстрация метода экспоненциального сглаживания

Практическая часть

Упражнение 16

Рассчитайте абсолютный прирост, коэффициент роста, темп роста, темп прироста, абсолютное значение одного процента прироста динамического ряда. Фактические данные представлены в табл. 7. Задание выполняется по вариантам.

Таблица 7

Фактические данные

Вариант	Год								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	35	64	56	78	45	54	56	75	56
2	12	34	26	42	25	26	43	45	47
3	65	89	87	85	75	65	66	55	54
4	22	35	44	55	45	54	56	63	56
5	12	10	15	17	25	26	33	30	29
6	77	89	87	88	75	65	86	79	75
7	45	54	56	63	45	54	56	75	56
8	12	34	26	42	25	26	43	45	47
9	65	89	87	85	75	65	66	55	54
10	22	35	25	26	33	30	56	63	56
11	12	12	34	26	25	26	33	30	29
12	75	65	66	55	75	85	86	79	75
13	77	54	56	63	75	65	86	79	75
14	45	54	56	63	45	54	56	75	56
15	12	34	26	33	15	17	25	26	47

Упражнение 17

Проведите сглаживание ряда динамики по выпуску издательской продукции за период с 2015 по 2023 г. методом экспоненциального сглаживания и вычислите прогнозное значение на 2024 г. Фактические данные представлены в табл. 7. Задание выполняется по вариантам.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КНИГОИЗДАНИЯ БЕЛАРУСИ. ПРОГРАММНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Теоретическая часть

Аналитический обзор книгоиздания Беларуси в 2023 г.

В обзоре анализируются основные показатели развития книгоиздания в Республике Беларусь, включая динамику выпуска книг и брошюр по отдельным сегментам и тиражным группам, выпуск учебных, научных, детских, переводных и других видов изданий. Приводятся показатели деятельности белорусских издателей и рейтинг ведущих издательских организаций. Основным источником для подготовки настоящего обзора явились статистические материалы Национальной книжной палаты Беларуси. Использовались также материалы публикаций в печатных и электронных СМИ, экспертные оценки авторитетных представителей издательского сообщества Беларуси, Министерства информации Республики Беларусь, данные зарубежных аналитических центров.

В 2023 г. на развитие издательского дела в Республике Беларусь оказывали влияние следующие события:

– санкции недружественных стран в отношении белорусской экономики, которые ограничили поставки некоторых видов продукции для полиграфии, вследствие чего под запрет попали многие виды бумаги и картона, пленки, типографских красок, печатного оборудования и запасных частей. В 2023 г. ситуация постепенно стабилизировалась, планомерно работают заводы по производству бумаги-основы в Шклове, мелованного и немелованного картона в Добруше, сульфатной беленой целлюлозы в Светлогорске. Одновременно государством проводится целенаправленная политика по импортозамещению, формируются новые цепочки поставок;

– принятие, в дополнение к уже существующим законодательным нормам, Закона Республики Беларусь «Аб змяненні Закона Рэспублікі Беларусь “Аб выдавецкай справе ў Рэспубліцы Беларусь”» от 17 июля 2023 г. № 283-З, которым расширен перечень оснований для перерегистрации и приостановки государственной

регистрации для издателей и распространителей в случаях выпуска изданий, содержащих информацию, способную нанести вред национальным интересам Республики Беларусь, или пропагандирующую употребление наркотических, токсических и психотропных средств;

– активизация контрольно-надзорной деятельности Министерства информации Республики Беларусь в направлении недопущения нарушений в области рассылки обязательного экземпляра и объявления выходных сведений печатных изданий.

Важно отметить, что лучшим подтверждением факторов и тенденций развития любой отрасли, в том числе издательского дела, безусловно является статистика. Первостепенное значение для достоверности и объективности статистических данных имеет обеспечение полноты сбора обязательного экземпляра печатных изданий, поступающих в Национальную книжную палату Беларуси в соответствии с законодательством, а также точность и достаточность выходных сведений. Вместе с тем некоторые производители игнорируют порядок рассылки, не только не доставляя обязательные экземпляры, но и выпуская их без получения регистрационных документов, с недостоверными и/или неполными выходными сведениями, что является грубым нарушением законодательства в сфере издательского дела. По результатам мониторинга обязательного экземпляра на конец 2023 г. в списки «должников» попали 18 издателей, которые не предоставили в Национальную книжную палату Беларуси обязательные экземпляры 52 книг, выпущенных с 2019 по 2023 г.

Выпуск печатных изданий в 2023 г.

В 2023 г. Национальная книжная палата Беларуси продолжила работу по учету и государственной регистрации отечественных печатных изданий на основе системы обязательного экземпляра, установленной законодательством Республики Беларусь.

Всего в 2023 г. зарегистрировано 40 157 обязательных экземпляров печатных изданий, включая книги, газеты, журналы, плакаты, листовки и др., что на 6,1% меньше аналогичного показателя предыдущего года.

Существенных изменений в структуре печатных изданий не наблюдалось. Среди зарегистрированных изданий, как и в прошлые

годы, 20% составляют книги и брошюры, около 50% — номера газет, 11,5% — выпуски журналов и бюллетеней, порядка 17% — ведомственные и листовые издания. Остальная доля выпуска приходится на нотные, изобразительные, картографические виды изданий, авторефераты диссертаций.

Общее сокращение выпуска печатных изданий в Республике Беларусь в последнем десятилетии (2014–2023 гг.) составило 39,6% (рис. 39).

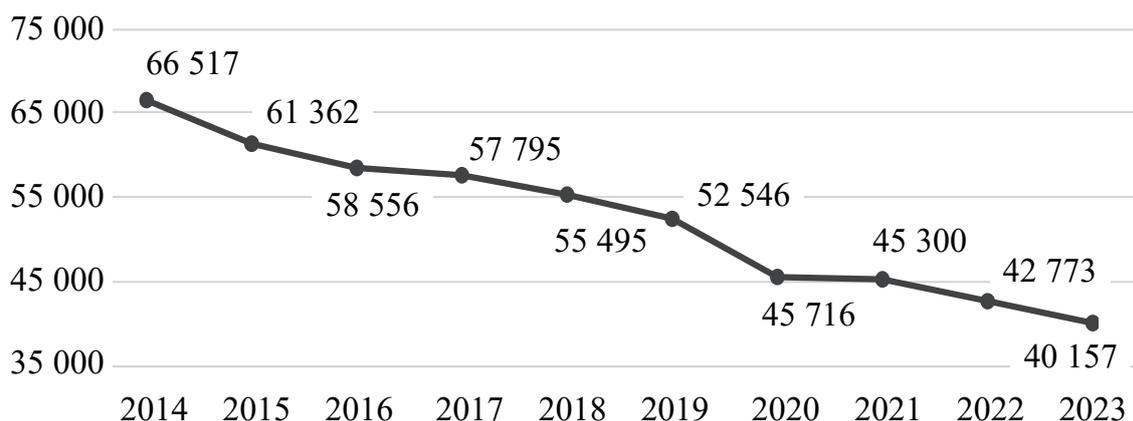


Рис. 39. Динамика поступления печатных изданий в Национальную книжную палату Беларуси за 2014–2023 гг., экз.

В 2023 г. зарегистрирована только одна новая газета и 8 новых журналов.

Тенденции выпуска книг и брошюр в 2023 г.

Из более чем 500 зарегистрированных субъектов хозяйствования в Государственном реестре издателей, изготовителей и распространителей печатных изданий в 2023 г. реально осуществляли издательскую деятельность 262 издателя.

Подобная ситуация связана, прежде всего, с внутренней трансформацией самого издательского бизнеса. Во-первых, кроме традиционных издателей, осуществляющих полный цикл выпуска в свет книг, начиная от редакционно-издательской подготовки до печатания, на рынке Беларуси представлены издающие организации, для которых книгоиздание лишь сопровождает основную деятельность. С другой стороны, в современных условиях издатели не ограничиваются только печатными книгами — уже существуют издательства, ориентированные на журналы, газеты, электронные ресурсы. Интерес

представляет также новое направление в книжном бизнесе — «гибридные издатели». Термин применяется для обозначения ряда разнообразных издательских моделей, которые возникли в пространстве между традиционным книгоизданием и «самиздатом», или «самопубликацией». При этом издатель берет на себя все обязанности цифрового издательства: создание макета электронной книги, ее распространение через интернет-магазины или электронные библиотеки, а при необходимости — печать книги и т. д.

Услуги по «самопубликации» для авторов предлагает сайт LIBRARY.BY, позиционирующий себя как первая интернет-библиотека Беларуси и одно из крупнейших собраний электронных документов в интернете. В Беларуси эта интернет-платформа пользуется большой популярностью среди молодых авторов. Платформа является составной частью международной сети национальных электронных библиотек «Либмонстр» и позволяет свободно добавлять материалы самими авторами. Кроме Беларуси, «Либмонстр» охватывает такие страны, как Россия, Казахстан, Украина, Таджикистан, Эстония, Швеция, Великобритания. Кроме услуг по «самопубликации» авторов, платформа LIBRARY.BY принимает на хранение электронные материалы издательств-партнеров, учреждений образования, научных сообществ, а также научные, научно-популярные и литературные произведения индивидуальных авторов.

Белорусский портал СТИХИ.БАЙ (<https://stihi.by>) позволяет авторам свободно публиковать свои стихотворения, а также предоставляет возможности для их комментирования, публикации в ежегодных альманахах, сборниках стихов по итогам года, помощь автору в продаже книги, ответы на технические, литературные и юридические вопросы.

Характерной тенденцией издательского дела на современном этапе является подготовка и выпуск книг по технологии «печать по требованию», или «print-on-demand», которая уже изменила западный книгоиздательский бизнес. В современной терминологии издательского дела такие издания обозначаются термином «внетиражные», т. е. выпускаемые по заявкам конкретных пользователей тиражом, который издатель не может планировать. Технология «печать по требованию» основана на идее сначала продать книгу, а потом напечатать ее на цифровом оборудовании. Преимущества очевидны: низкая цена изготовления книги (стоимость печати включена в цену книги); экологичность (нет отходов от

излишне напечатанного тиража); шанс изучить спрос до выпуска тиража; возможность использования специального печатного оборудования прямо в торговой точке для поштучного изготовления книги с электронного макета.

«Самопубликации», развитие технологии «печать по требованию» и в Беларуси постепенно становятся новой реальностью, которая не вписывается в традиционные бизнес-процессы издательств и которую следует учитывать в будущем. Вместе с тем правовые механизмы, позволяющие осуществлять мониторинг деятельности белорусских издателей в вышеобозначенных направлениях и полноценно прогнозировать развитие издательского дела страны в будущем, отсутствуют.

Данные табл. 8 свидетельствуют, что в 2023 г. 18 издателей выпустили в свет более 100 названий книг, что на 7 издателей меньше показателя предыдущего года. Свыше 500 названий книг выпустил только лидер книгоиздания ОДО «Аверсэв». А вот доля издателей, выпустивших в свет 1–2 книги за год, выросла на 1,6%. В 2022 г. показатель этого тренда увеличился на 5,3%. Третий год подряд остается на одном уровне по количеству изданий группа издателей, выпускавших от 201 до 500 книг за год.

Таблица 8

**Количественное распределение выпуска книг
между издателями в 2021–2023 гг.**

Количество названий книг, выпущенных издателем	Количество издателей		
	2023	2022	2021
1–2	75 (28,6%)	73 (27%)	63 (21,7%)
3–10	67 (25,6%)	74 (27,4)	99 (34,1%)
11–50	76 (29,0%)	74 (27,4%)	77 (26,6%)
51–100	26 (9,9%)	24 (8,9%)	27 (9,3%)
101–200	12 (4,6%)	19 (7,0%)	18 (6,2%)
201–500	5 (1,9%)	5 (1,9%)	5 (1,7%)
Свыше 500	1 (0,4%)	1 (0,4%)	1 (0,4%)

Количество издателей, выпустивших в свет хотя бы одно издание в 2023 г. по сравнению с 2022 г., также уменьшилось — с 270 до 262 издателей (минус 3%). На одного издателя из 262 действующих в среднем приходится около 30 названий в год, что на 2 названия меньше, чем в 2022 г. Около 45% действующих издателей осуществили выпуск книг в интервале от 11 до 500,

т. е. достаточно активно проявили себя в книгоиздании. Более половины действующих издателей (54%) — это структуры, выпустившие всего от 1 до 10 книг за год.

На долю 18 издателей-лидеров, выпустивших за год более 100 названий книжной продукции, приходится значительная часть отечественного книгоиздания (табл. 9).

Таблица 9

Лидеры книгоиздания, выпустившие в 2023 г. 100 и более названий книг

Издатель	Количество книг и брошюр	Тиражные показатели	
		Тираж, тыс. экз.	Средний тираж одной книги, экз.
1. Аверсэв	532	4850,1	9117
2. Выснова	301	366,6	1218
3. Белорусский государственный медицинский университет	238	33,7	142
4. Колорград	222	34,3	155
5. Белорусско-Российский университет	218	8,2	38
6. Попурри	209	691,3	3308
7. Белорусская государственная сельскохозяйственная академия	196	9,1	46
8. Издательский дом «Белорусская наука»	154	39,0	0,3
9. Национальный институт образования	147	2870,7	19 529
10. Адукацыя і выхаванне	145	1611,2	11 112
11. Харвест	133	908,8	6833
12. Новое знание	130	625,6	4812
13. Белорусская медицинская академия последипломного образования	125	14,9	119
14. Книжный дом	120	988,4	8237
15. Белорусский государственный университет	114	9,4	82
16. Республиканский институт высшей школы	113	19,0	168
17. Белорусский национальный технический университет	106	10,3	97
18. Принтбук	105	615,0	5857
<i>Итого</i>	3308	13 705,6	4143

В 2023 г. лидеры обеспечили 42,2% выпуска книг по названиям (в 2022 г. — 49,2%, в 2021 г. — 48,2%, в 2020 г. — 41,8%, в 2019 г. —

45,3%) и 69,5% по тиражу (в 2022 г. — 69,6%, в 2021 г. — 69,3%, в 2020 г. — 73,2%, в 2019 г. — 66,5%), в очередной раз подтвердив высокий уровень концентрации издательского бизнеса, особенно с учетом того, что 18 издателей из рейтинга — это только 6,9% издателей, выпускавших в свет в 2023 г. книжную продукцию.

35,4% доли тиража всех лидеров и 16% количества названий занимает издательство «Аверсэв». Специализация «Аверсэв» — выпуск учебной литературы. Отметим, что на протяжении последних лет этот издатель занимает первые позиции издательского рейтинга. С 2015 по 2019 г. издательство наращивало объемы выпуска книжной продукции. В 2020 г. снижение показателей выпуска не миновало и лидера. На 26,4% уменьшилось количество названий и на 19,8% — тираж книг. В 2021 г. «Аверсэв» достиг наивысшей точки своего роста, но в 2022 г. вновь просел на 28,7% по количеству названий и на 10,2% — по тиражу. В 2023 г. количество названий уменьшилось незначительно — на 2,9%, а тираж снизился на 7,7% (рис. 40–41).

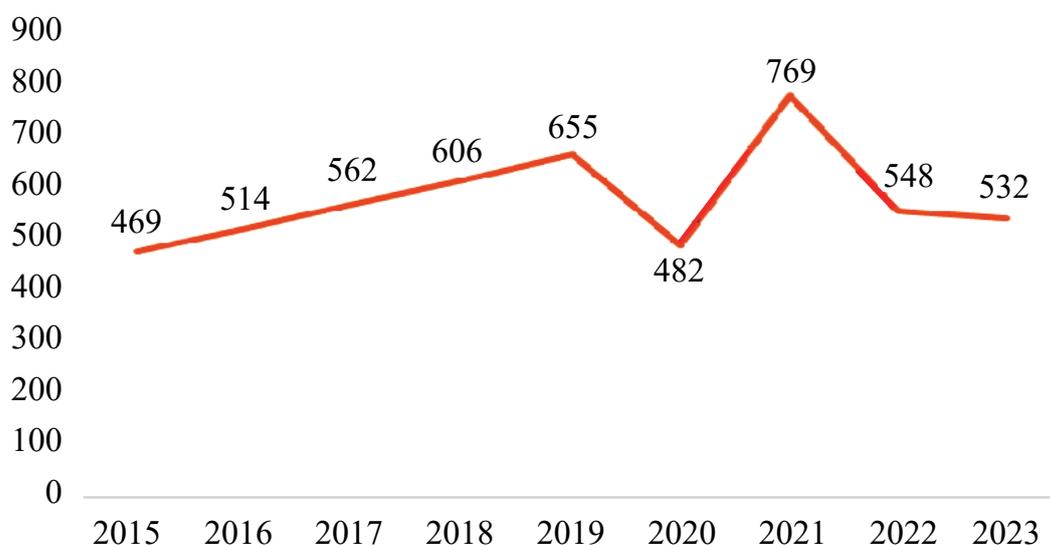


Рис. 40. Выпуск книг по количеству названий в издательстве «Аверсэв» в 2015–2023 гг.

На второе место с пятого в 2023 г. по количеству названий поднялось издательство «Выснова». Доля тиража «Высновы» среди издателей-лидеров всего 2,7%. Издательство специализируется на выпуске учебных изданий для школы.

В первую тройку по количеству названий входит Белорусский государственный медицинский университет. В 2023 г. он переме-

стился на третье место с позиции шестого в 2021 и 2022 гг. Ключевым направлением деятельности данного издателя является выпуск медицинской учебной литературы. Годовой тираж таких книг невелик — всего 0,2% от общего книжного тиража и 0,2% от общего тиража лидеров.

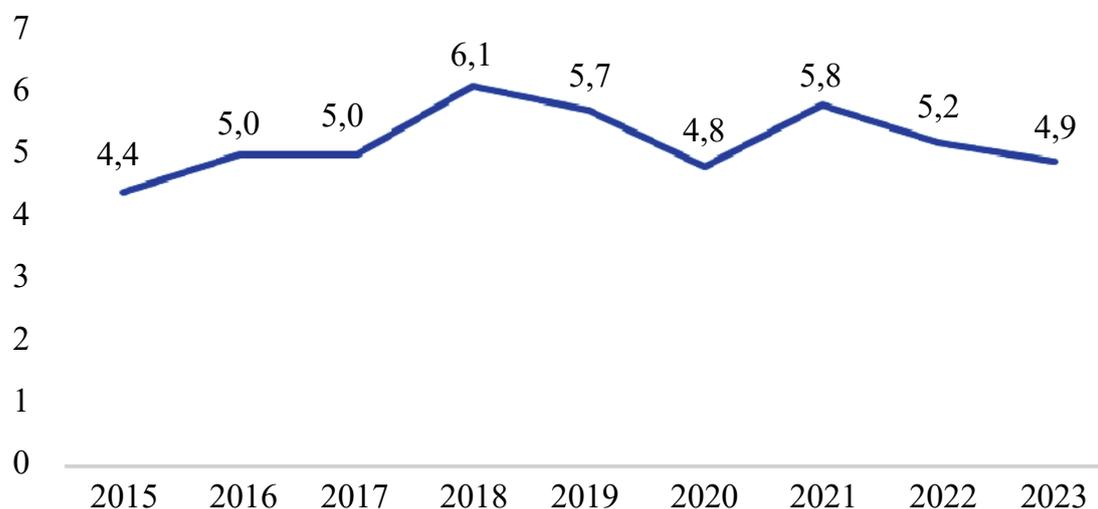


Рис. 41. Выпуск книг по тиражу в издательстве «Аверсэв» в 2015–2023 гг., млн. экз.

Средний тираж одной книги среди лидеров — 4,1 тыс. экз. Здесь лидирует Национальный институт образования — средний тираж одной книги этого издательства составил 19,5 тыс. экз., за ним следуют «Адукацыя і выхаванне» со средним тиражом 11,1 тыс. экз. и «Аверсэв» — 9,1 тыс. экз. (табл. 9 на с. 63).

Общие количественные показатели выпуска книг и брошюр в 2023 г.

В 2023 г. в Республике Беларусь увидели свет 19,7 млн. экз. книг. Количество зарегистрированных Национальной книжной палатой Беларуси названий — 7842. В сравнении с 2022 г. количество названий уменьшилось на 8,7%, а совокупный тираж снизился на 2%.

Средний тираж одной книги в 2023 г. увеличился с 2,3 тыс. до 2,5 тыс. экз., а количество изданных на 1 жителя книг с прошлого года не изменилось — 2,1 экз.

Десятилетний тренд просевшего с 2012 г. книжного сегмента (рис. 42–43) отмечен как относительно стабильными периодами

с небольшой тенденцией к росту, так и эпизодами падения в 2015 и 2020 гг. В целом 10-летний тренд характеризуется наибольшим количеством названий в 2014 г. — выпущено 11 613 названий книг и брошюр.

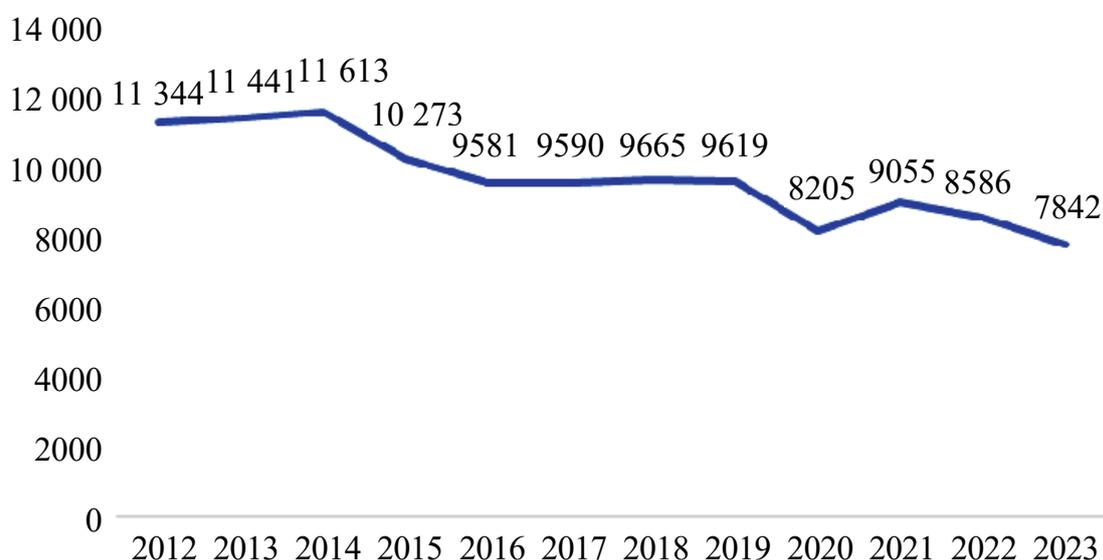


Рис. 42. Динамика поступления книг и брошюр в Национальную книжную палату Беларуси в 2012–2023 гг., назв.

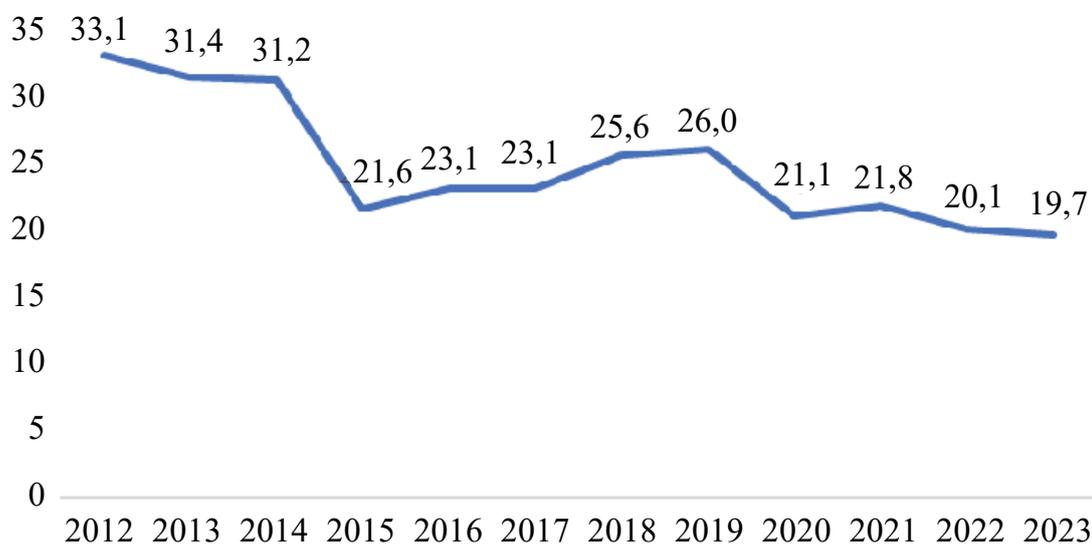


Рис. 43. Динамика тиража книг и брошюр в 2012–2023 гг., млн. экз.

К 2016 г. падение в данном сегменте составило 17,5%, затем вплоть до 2019 г. наблюдается стабилизация с некоторыми колебаниями роста/падения в пределах 1%. Тираж за период 2012–2023 гг. сократился на 40,5%. Наиболее весомое проседание пока-

зателей книгоиздания наблюдалось в 2015–2016 гг., ознаменованных финансово-экономическим кризисом, и в 2020 г. — из-за начала коронакризиса.

Как видно из табл. 10, в 2023 г. в числе выпущенных названий новые издания значительно преобладают — 80,1%. Однако тираж таких изданий составил немногим более половины выпуска — 51,6%, что в целом соответствует общей тенденции снижения тиражей. Обращает на себя внимание корреляция долей в количестве названий новых изданий и переизданий — 80,1% к 19,9%, и их тиражей — 51,6% к 48,4%, которая косвенно свидетельствует о превалировании больших тиражей в группе «переиздания».

Таблица 10

Отдельные характеристики выпуска книг и брошюр в 2023 г.

Виды изданий	Количество книг и брошюр		Тираж	
	изданий	%	тыс. экз.	%
Всего	7842	100	19 713,8	100
Новые издания	6285	80,1	10 167,6	51,6
Переиздания	1557	19,9	9546,2	48,4
Серийные издания	1205	15,4	5751,8	29,2
Издания в переплете	1456	18,6	5270,3	26,7
Издания в обложке	6386	81,4	14 443,5	73,3

Не увеличилось по сравнению с прошлым годом и количество серийных изданий. Доля издаваемой книжной продукции, выходящей в сериях в общем объеме выпускаемых названий книг и брошюр, составляет всего лишь 15,4% при объеме 29,2% тиражей. Такая ситуация может указывать на довольно скромное количество долгосрочных (серийных) издательских проектов среди белорусских издателей. Увеличение количества серийных изданий считается положительной тенденцией в издательской практике, так как серия, с одной стороны, оправдана экономически, с другой — способствует формированию круга постоянных организованных покупателей.

Что касается конструктивных особенностей книжных изданий, то число изданий в переплете в 2023 г. составило только 1456 изданий, или 18,6%. Остальные книги были выпущены в обложке.

Столица традиционно является лидером выпуска книг. В Минске в 2023 г. выпущен 71% общего количества изданных на территории Республики Беларусь книг по названиям и 93,8% — по тиражу.

Лидером областного книгоиздания 2023 г., как и в предыдущем году, является Гомельская область, на территории которой выпускаются книги довольно крупного для Беларуси издательства «Выснова» (г. Мозырь). Совокупный тираж книг, изданных в 2023 г. в Гомельской области, — 933,3 тыс. экз., или 4,7% годового тиража всего белорусского книгоиздания. Количество книг — 840 названий. По сравнению с 2022 г. значительно активизировалась деятельность издателей Минской области. Так, количественные показатели по названиям книг выросли с 29 в 2021 г. до 55 в 2022 г. и 65 в 2023 г., а по тиражу — с 5,7 тыс. до 53,5 тыс. экз. в 2022 г. и до 83,8 тыс. экз. в 2023 г. (табл. 11).

Таблица 11

Выпуск книг и брошюр по областям и г. Минску в 2023 г.

Территориальная единица	Количество названий в году		Годовой тираж, тыс. экз.	
	2023	2022	2023	2022
Всего	7842	8586	19 713,8	20 122,5
Брестская область	301	325	55,0	73,1
Витебская область	319	435	41,6	63,0
Гомельская область	840	747	933,3	951,4
Гродненская область	177	231	46,7	60,3
Минская область	65	55	83,8	53,5
Минск	5565	6174	18 500,5	18 850,9
Могилевская область	575	619	52,9	70,3

В табл. 12 представлен выпуск книг в 2023 г., в том числе в сравнении с 2022 г., который детально раскрывает показатели выпуска в зависимости от принадлежности к одной из тиражных групп. Тиражная группа — это условное разделение общего книжного выпуска на группы в зависимости от предельного тиражного показателя.

В 2023 г. наибольшее количество названий традиционно выпускалось в группе «до 500 экз.» — 4496 названий, что составило 57,3% всего выпуска книг по названиям. На протяжении последних десяти лет данную группу изданий отличает относительная стабильность выпуска с колебаниями в пределах 4%.

Следует обратить внимание на факт продолжающегося уменьшения количества изданий в тиражной группе «свыше 100 000 экз.». В 2019 г. количество названий в данной группе уменьшилось на 9, в 2021 г. — на 3, в 2022 г. — на 7, в 2023 г. — на 5 названий. Закономерно прослеживается и тенденция снижения совокупного

тиража в данной группе — в 2019 г. на 20,3%, в 2021 г. на 10,9%, в 2022 г. на 20%. В 2023 г. снижение составило всего 1,3%. Падение показателей выпуска в наиболее тиражной группе изданий оказывает влияние как на показатель общего тиража книг, так и на удельный вес изданий данной группы в общем количестве названий, который в 2023 г. составил всего 0,3%, при том что доля группы в общем тираже — 15,2%.

Таблица 12

Выпуск книг по тиражным группам в 2022–2023 гг.

Тиражная группа	Количество книг				Тираж			
	названий		% от общего количества		тыс. экз.		% от общего тиража	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Всего	7842	8586	–	–	19 713,8	20 122,5	–	–
До 500 экз.	4496	5500	57,3	64,2	483,6	819,8	2,4	4,0
До 1000 экз.	522	622	6,7	7,2	320,2	571,0	1,6	2,8
До 5000 экз.	1953	1839	24,9	21,4	4216,8	5207,2	21,4	25,9
До 10 000 экз.	485	301	6,2	3,5	2880,9	2304,1	14,6	11,5
До 50 000 экз.	328	278	4,2	3,2	5694,7	6055,8	28,9	30,1
До 100 000 экз.	35	18	0,4	0,2	3130,7	1844,8	15,9	9,2
Свыше 100 000 экз.	23	28	0,3	0,3	2986,9	3319,8	15,2	16,5

Другая весомая тиражная группа — «до 100 000 экз.» — в 2020 г. была отмечена падением и по количеству названий — на 24,1%, и по тиражу — на 29,1% (в 2021 г. наблюдался рост по количеству названий на 54,5%, по тиражу — на 34,8%). 2022 г. вернул показатели группы практически на позиции 2021 г.: по названиям — падение на 47%, по тиражу — на 20%. В 2023 г. произошло увеличение количества названий почти вдвое по сравнению с предыдущим годом, и почти на 70% вырос тираж.

Оптимистично выглядит и ситуация в группе «до 50 000 экз.», отмеченной ростом по названиям на 18%, но небольшим снижением по тиражу — на 6%. В совокупности три наиболее тиражные группы, в которых выпускаются тиражи от 10 001 до 100 000 и более экземпляров, обеспечили в 2023 г. 60% совокупного тиража книгоиздания при незначительной доле в количестве названий — всего 4,9%.

В 2023 г. большинство показателей книжной продукции по целевому назначению просели. Ростом отличилась группа изданий для детей и юношества: на 7,8% по названиям и на 27,8% по тиражу (табл. 13).

Таблица 13

**Выпуск книг по разделам целевого и читательского назначения
в 2022–2023 гг.**

Виды изданий по целевому и читательскому назначению	2023		2022		2023 к 2022, %	
	Количество книг	Тираж, тыс. экз.	Количество книг	Тираж, тыс. экз.	Количество книг	Тираж, тыс. экз.
Всего	7842	19 713,8	8586	20 122,5	-8,7	-2
Массово-политические	–	–	1	0,4	–	–
Научные	972	90,1	1118	136,3	-13	-33,9
Научно-популярные	487	570,4	625	973,0	-22,1	-41,4
Производственные	386	269,7	425	223,4	-9,2	+20,7
Официальные	36	316,9	45	144,5	-20	+119,3
Учебные	4286	15 415,1	4648	16 221,0	-7,8	-5
Литературно-художественные для взрослых	528	207,8	572	176,2	-7,7	+17,9
Для детей и юношества, включая литературно-художественные	608	1916,9	564	1499,7	+7,8	+27,8
Справочные	305	227,4	344	181,1	-11,3	+25,3
Информационные	85	107,3	89	140,4	-4,5	-23,6
Для широкого круга читателей (для досуга)	42	198,8	39	200,5	+7,7	-0,8
Рекламные	17	31,2	30	24,5	-43,3	+27,3
Духовно-просветительные	90	362,2	86	201,5	+4,7	+79,8

Рост тиража на 119,3% с одновременным проседанием количества названий наблюдался в группе официальных изданий. На 79,8% подрос тираж духовно-просветительных изданий.

Снижение показателей выпуска в 2023 г. продемонстрировала наиболее емкая группа — учебные издания, включающая разные виды учебных и учебно-методических изданий различного читательского назначения: по количеству названий — на 7,8%, по тиражу — на 5%. Вместе с тем доля учебных изданий в совокупном выпуске продолжает доминировать — 54,7% названий и 78,2% тиража.

Сектор учебного книгоиздания является наиболее весомым в структуре книгоиздания Республики Беларусь и представлен учебными и учебно-методическими изданиями для общеобразовательной школы, высшей школы, среднего специального образования, профобразования, поступающих в УВО, дошкольников и др. — всего 4286 названий учебной книги, выпущенной тиражом 15,4 млн. экз. Сегменты учебной и учебно-методической литературы составляют

57,5 и 42,5% соответственно. При этом доминирующая позиция принадлежит школьным учебникам — 1231 название общим тиражом 12,2 млн. экз., что составляет 28,7% названий и 78,9% тиража всего выпуска учебной литературы соответственно. Учебники и учебно-методические пособия для высшей школы в секторе учебно-го книгоиздания занимают долю в 44% по названиям и около 1,5% по тиражу. От общего количества названий 2023 г. доля школьных учебников составляет 2,1%, а совокупного годового тиража — 7,2%.

На рис. 44–45 наглядно представлены десятилетние тренды выпуска учебных изданий по количеству названий и тиражу.

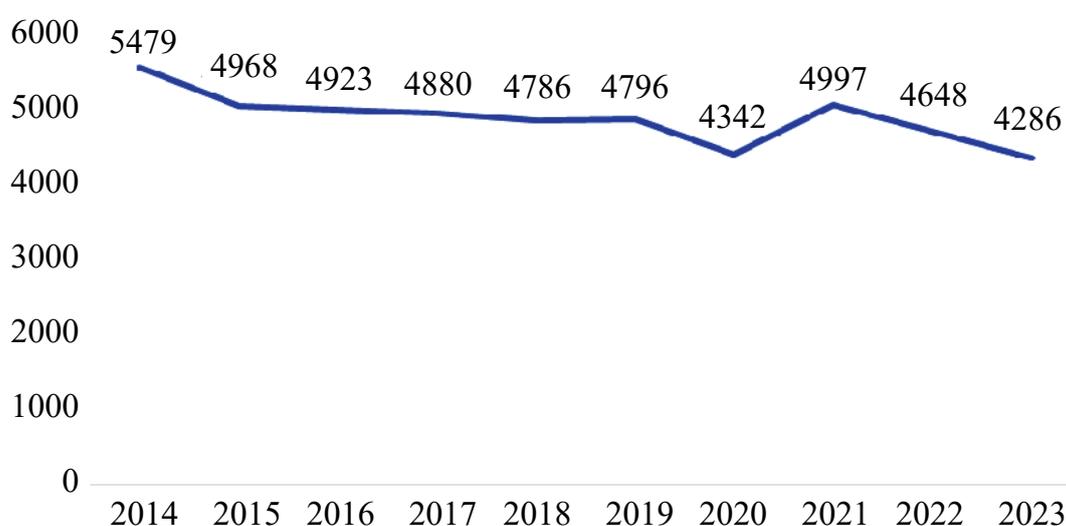


Рис. 44. Выпуск учебных изданий по количеству названий в 2014–2023 гг.

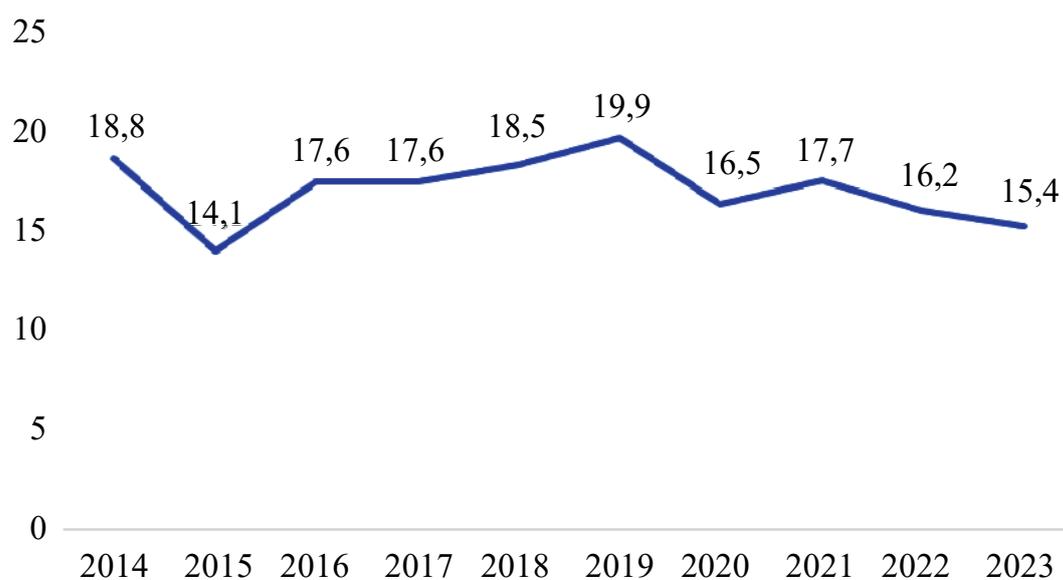


Рис. 45. Выпуск учебных изданий по тиражу в 2014–2023 гг., млн. экз.

Можно заключить, что издание учебной литературы по объему производства является наиболее крупным и относительно стабильным сегментом издательского дела Республики Беларусь, хотя и подвержено влиянию кризисных явлений. На современном этапе подобная тенденция характерна для большинства стран. Как отмечают эксперты, в некоторых развивающихся странах на долю учебной литературы может приходиться более 90% от объема книгоиздания. Вместе с тем коммерческая составляющая данного сектора невысока, так как значительная часть учебников выпускается по государственному заказу. Издатели, не участвующие в государственном заказе, выпускают преимущественно внепрограммные учебные пособия, ориентированные на использование родителями.

Фундамент **литературно-художественного сектора** составляют издания научного характера (собрания сочинений, сборники, академические издания) и массовые литературно-художественные издания. В 2023 г. художественная литература составила 12,2% выпуска по названиям, в том числе для взрослых — 6,7%, для детей — 5,5%. Доля тиража художественной литературы в совокупном тираже составляет всего 6,8%. В целом за десять лет выпуск художественной литературы существенно сократился как в разрезе названий — на 44,8%, так и по тиражу — на 73,2% (рис. 46–47).

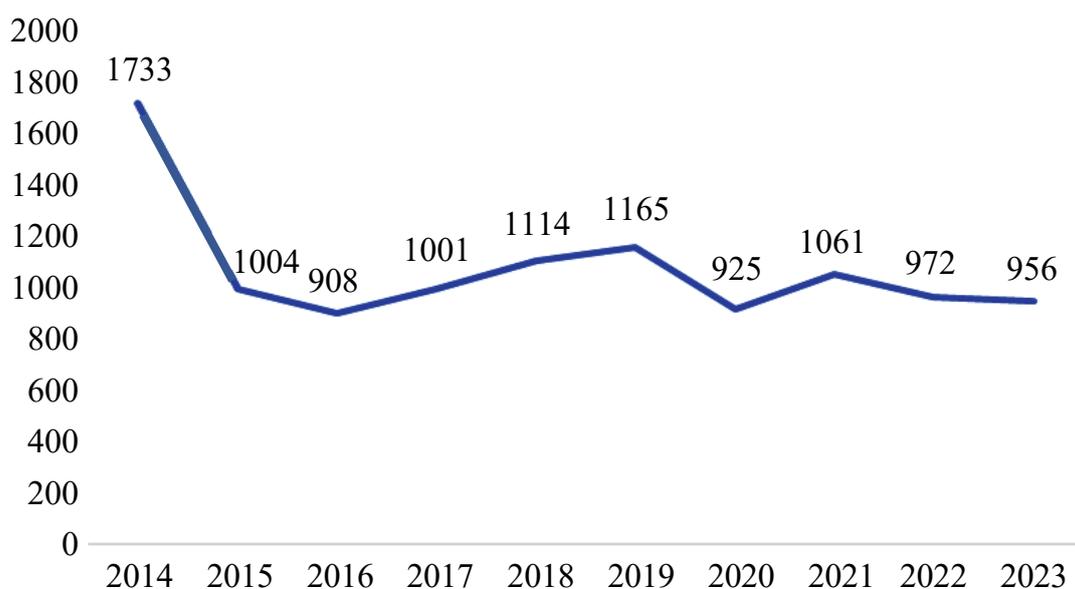


Рис. 46. Выпуск литературно-художественных изданий по количеству названий в 2014–2023 гг.

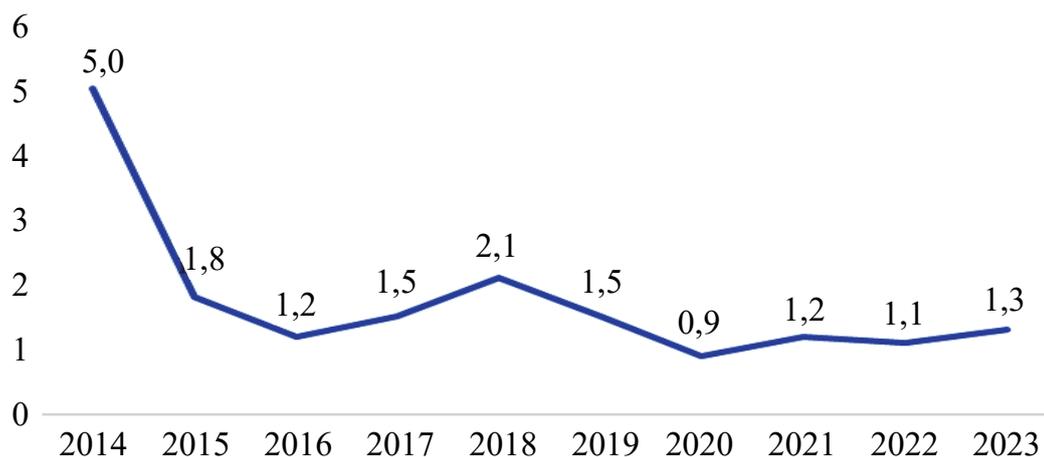


Рис. 47. Выпуск литературно-художественных изданий по тиражу в 2014–2023 гг., млн. экз.

Сектор научного книгоиздания охватывает монографии, научные сборники, материалы и тезисы научных мероприятий, результаты исследований и др.

В 2023 г. здесь доминируют материалы конференций — 42,1%, монографиям принадлежит доля в 34,9%, сборникам научных трудов — 12%. Выпускались также научные отчеты, тезисы, авторефераты диссертаций и др.

Научное книгоиздание в 2023 г. отмечено тенденцией снижения количества названий на 13% с проседанием на 33,9% тиража. Итогом десятилетия научного книгоиздания является тренд довольно существенного падения — по названиям на 28,2% (при том что в 2022 г. рост составил 12,4%), по тиражу на 60,9% (рис. 48–49).

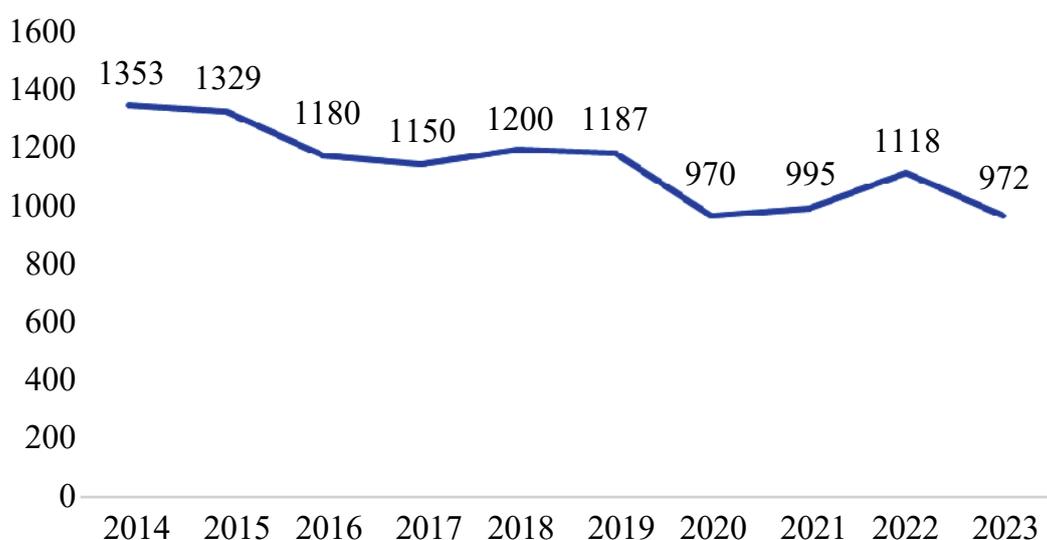


Рис. 48. Выпуск научных изданий по количеству названий в 2014–2023 гг.

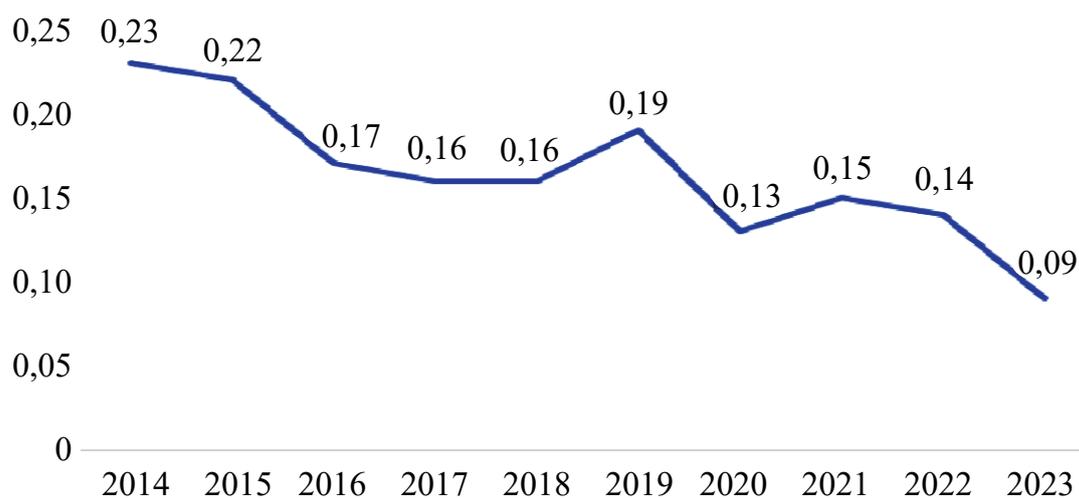


Рис. 49. Выпуск научных изданий по тиражу в 2014–2023 гг., млн. экз.

Сектор научной литературы имеет свою специфику. Во-первых, читательская направленность на определенную целевую аудиторию — научные работники, исследователи и специалисты. Во-вторых, целью научных публикаций является не финансовый доход, а стремление автора опубликовать результаты исследования, подтвердить научный авторитет, получить финансирование на последующие исследования. В результате коммерческая составляющая научной книги для издателя непривлекательна. Читатели, как правило, ее не покупают, а предпочитают пользоваться научной литературой в библиотеках или на интернет-платформах. В результате научная печатная книга выпускается небольшими тиражами, иногда за счет средств автора.

Детское книгоиздание не без оснований является первоосновой книжной отрасли, так как именно книга способствует развитию творческих способностей ребенка, обогащает его словарный запас, тренирует память, учит грамотно формулировать мысли, знакомит с понятиями добра и зла.

Белорусский сектор детского книгоиздания представлен двумя группами изданий: познавательная литература и литературно-художественные издания для детей. К познавательной литературе относятся научно-популярные, досуговые, справочные и другие виды изданий для детей. Литературно-художественные издания включают в себя прозу, поэзию, фольклор (сказки), драматические произведения.

Всего в 2023 г. белорусскими издателями выпущено 608 названий книг для детей, что составляет 7,8% от совокупного количества названий и 9,7% от тиража. В общем количестве названий

детской литературы познавательная литература занимает 29,6%, литературно-художественные издания — 70,4% (табл. 14).

Таблица 14

Выпуск детской литературы в 2019–2023 гг.

Год	Количество книг и брошюр	Тираж, тыс. экз.
Всего		
2019	715	2316,8
2020	537	1599,7
2021	627	1636,3
2022	564	1499,7
2023	608	1916,9
Познавательная литература		
2019	232	1041,4
2020	191	868,8
2021	202	665,4
2022	164	549,1
2023	180	786,2
Литературно-художественные издания		
2019	483	1275,4
2020	346	730,9
2021	425	970,9
2022	400	950,6
2023	428	1130,7

Динамика детского книгоиздания представлена на рис. 50–51. В целом за пятилетний период (2019–2023 гг.) детское книгоиздание отмечено умеренным проседанием названий — на 23,8%, и значительным падением тиража — на 54,3%.

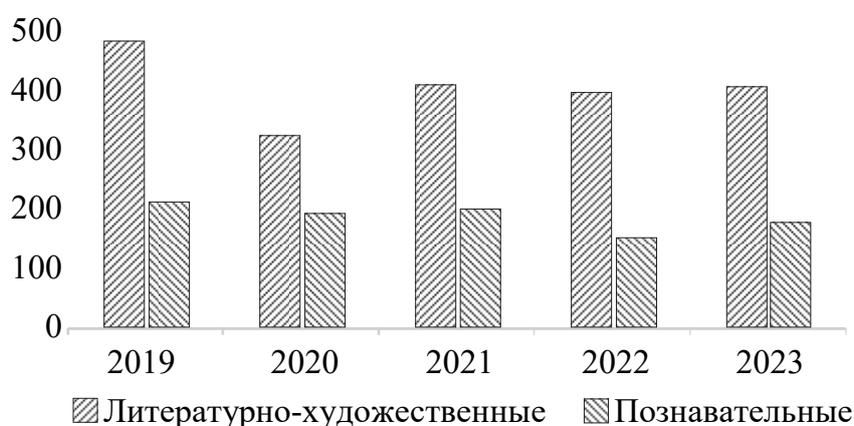


Рис. 50. Выпуск детских изданий по количеству названий в 2019–2023 гг.

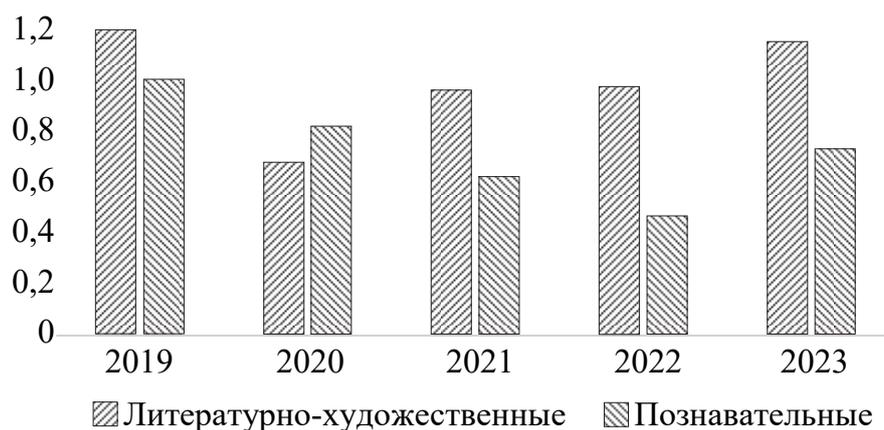


Рис. 51. Выпуск детских изданий по тиражу в 2019–2023 гг., млн. экз.

В разрезе возрастных категорий больше всего изданий выпускалось для детей дошкольного возраста — 43,6%, для младших школьников — 35%, для среднего школьного возраста — 18,6%, для старшеклассников (самая малочисленная группа) — 2,8% (рис. 52).

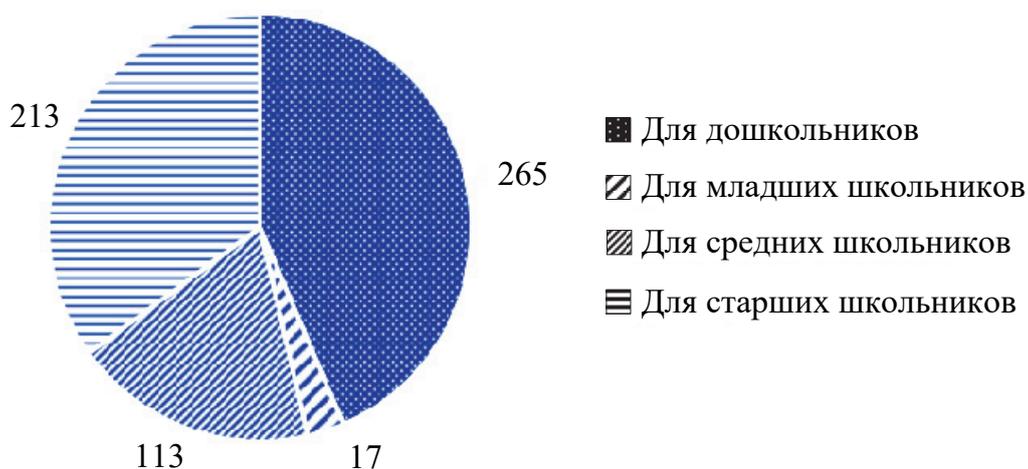


Рис. 52. Выпуск детских изданий по возрастным категориям в 2023 г.

Большинство детских литературно-художественных изданий выпускались в жанре прозы — 63,1%. Поэзия занимает 13,8% выпуска, фольклор — 16,1%. Меньше всего издавалось драматических произведений — всего 0,5%. Среди прозаических произведений около 71,9% — произведения на русском языке, 27,0% — на белорусском, чуть более 1% составляют произведения на иностранных языках (польском, сербском, китайском). Распределение языкового выпуска в жанре поэзии: 49,2% составляют издания на русском языке и 49,1% — на белорусском (табл. 15).

Таблица 15

**Выпуск детских литературно-художественных изданий
по жанрам на разных языках в 2023 г.**

Жанр и язык	Количество книг и брошюр	Тираж, тыс. экз.
Всего	428	1130,7
Проза	270	686,2
на русском языке	194	523,9
на белорусском языке	73	152,3
на китайском языке	1	5,0
на польском языке	1	0,1
на сербском языке	1	5,0
Поэзия	59	66,8
на русском языке	29	33,9
на белорусском языке	29	32,8
на украинском языке	1	0,1
Драматургия	2	2,2
на русском языке	1	0,2
на белорусском языке	1	2,0
Фольклор	69	244,7
на русском языке	63	238,7
на белорусском языке	6	6,0
Сборники произведений разных жанров	28	130,9
на русском языке	14	93,3
на белорусском языке	14	37,6

Среди познавательных изданий для детей 86,7% составляют издания на русском языке и 13,3% — на белорусском (табл. 16).

Таблица 16

Выпуск познавательных изданий для детей на языках в 2023 г.

Языки	Количество книг и брошюр	Тираж, тыс. экз.
Всего	180	786,2
На русском языке	156	738,5
На белорусском языке	24	47,7

Чуть больше половины выпуска познавательной литературы по количеству названий (53,3%) составляют серийные издания для детей — 96 наименований. Тираж таких изданий — 262,7 тыс. экз. (33,4%).

Анализируя тематику изданий, видим, что по отношению к 2022 г. небольшой рост показателей выпуска по количеству названий в 2023 г. отмечен в одной тематической группе (табл. 17): «Прикладные науки. Медицина. Технология» — увеличение на 0,9% по названиям, но снижение по тиражу на 4,4%.

Таблица 17

Выпуск книг по тематическим разделам в 2022–2023 гг.

Тематические разделы	2023		2022		2023 к 2022,%	
	Количество книг	Тираж, тыс. экз.	Количество книг	Тираж, тыс. экз.	Количество книг	Тираж, тыс. экз.
Всего	7842	19 713,8	8586	20 122,5	-8,7	-2,0
Наука. Информация. Библиотечное дело	556	952,0	568	728,4	-2,1	+30,7
Философия. Психология	128	118,0	187	294,2	-31,6	-59,9
Религия. Богословие	132	378,7	136	237,4	-2,9	+59,5
Общественные науки	3164	15 845,2	3460	16 512,1	-8,6	-4
Математика и естественные науки	307	44,0	400	68,3	-23,3	-35,6
Прикладные науки. Медицина. Технология	1757	798,0	1741	834,8	+0,9	-4,4
Искусство. Музыка. Спорт	293	80,3	446	138,1	-34,3	-41,9
Языкознание. Литература. Литературоведение	1304	1394,8	1370	1196,7	-4,8	+16,6
География. История	201	103,0	278	112,5	-27,7	-8,4

В разделе «Наука. Информация. Библиотечное дело» наблюдается увеличение тиража на 30,7%, но падение по названиям на 2,1%.

В изданиях раздела «Религия. Богословие» тираж увеличился на 59,5%, но количество названий снизилось на 2,9%.

Также поднялся тираж в разделе «Языкознание. Литература. Литературоведение» — на 16,6%, при этом количество названий стало меньше на 4,8%.

Остальные тематические блоки отмечены трендами падения по всем показателям.

Анализ количественных показателей тематического среза книгоиздания Беларуси на протяжении последних лет не позволил выявить каких-либо закономерностей формирования тех или иных показателей. Исключение составляет сегмент учебных изданий, который в течение многих лет является доминирующим. В остальном

же разнообразие тематики книг складывается стихийно, что проявляется хотя бы в том, что мы можем наблюдать в отдельных сегментах то повышение, то понижение показателей. Такие скачки можно прогнозировать (с учетом влияния на ситуацию актуальных внешних факторов, таких как интернет, социально-культурный и политический контекст, развитие контента в цифровом формате и др.), однако сами цифры показателей складываются спонтанно. Так, например, легко объясняется повышенный интерес читателей к книгам по психологии и самопомощи, отмеченный некоторыми экспертными сообществами по итогам читательских рейтингов. Сложная политическая обстановка, санкционное давление мотивируют людей на чтение как инструмент для психорегуляции своего тревожного состояния. Издатели чутко реагируют на подобные читательские запросы, расширяя ассортимент книг определенной тематики.

Касательно **языков, на которых выпускались книги**, основная доля выпуска книг по названиям в 2023 г. приходилась на русскоязычные издания — 81%, книги на белорусском языке — 12,3%, на других языках — 6,7% (табл. 18).

Таблица 18

Выпуск книг на языках в 2023 г.

Языки	Количество книг	Тираж, тыс. экз.
Всего	7842	19 713,8
Белорусский	9965	2879,8
Русский	6349	14 713,6
Английский	395	2003,3
Испанский	8	2,0
Итальянский	3	0,2
Китайский	9	7,2
Латинский	4	1,5
Немецкий	50	57,9
Португальский	2	0,1
Польский	7	3,0
Сербский	1	5,0
Украинский	2	0,1
Французский	22	7,9
Церковнославянский (старославянский)	2	15,1
Цыганский	1	0,1
Разные языки народов мира	22	17,2

По количеству выпуска названий и тиражу книг на белорусском языке (рис. 53–54) провальным является 2020 г., когда падение названий составило 17,9%. 2021 г. продемонстрировал практически 100%-ное восстановление — рост на 17,4%. Однако в 2022 г. снижение выпуска белорусскоязычных изданий проявилось вновь в 13%-ном падении и продолжилось в 2023 г. — на 9,6%.

Более оптимистичным выглядит показатель тиража в данном секторе. В 2023 г. тираж изданий на белорусском языке подрос на 2,1%. Вместе с тем уровень докоронакризисного 2019 г. так и не был достигнут.

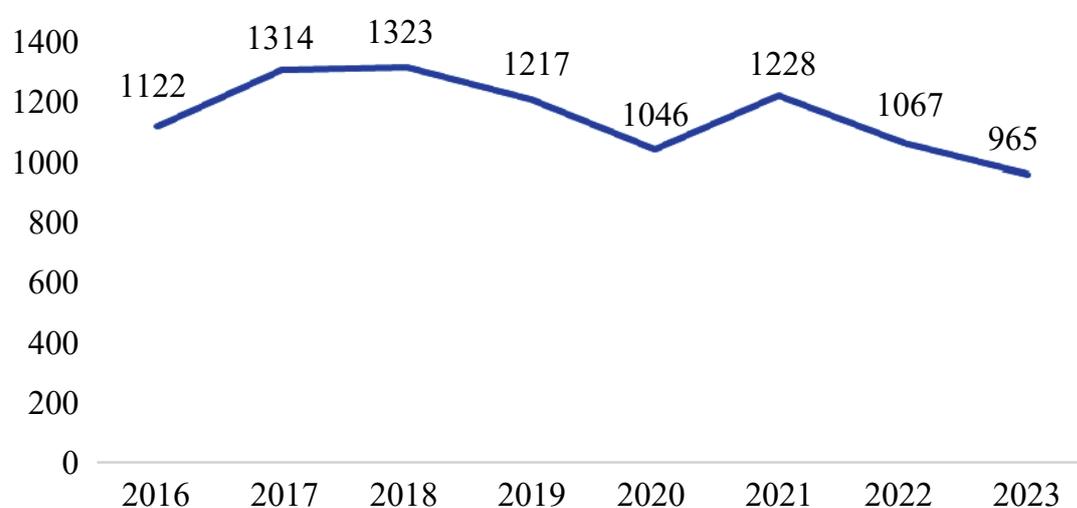


Рис. 53. Динамика выпуска книг на белорусском языке по количеству названий в 2016–2023 гг.

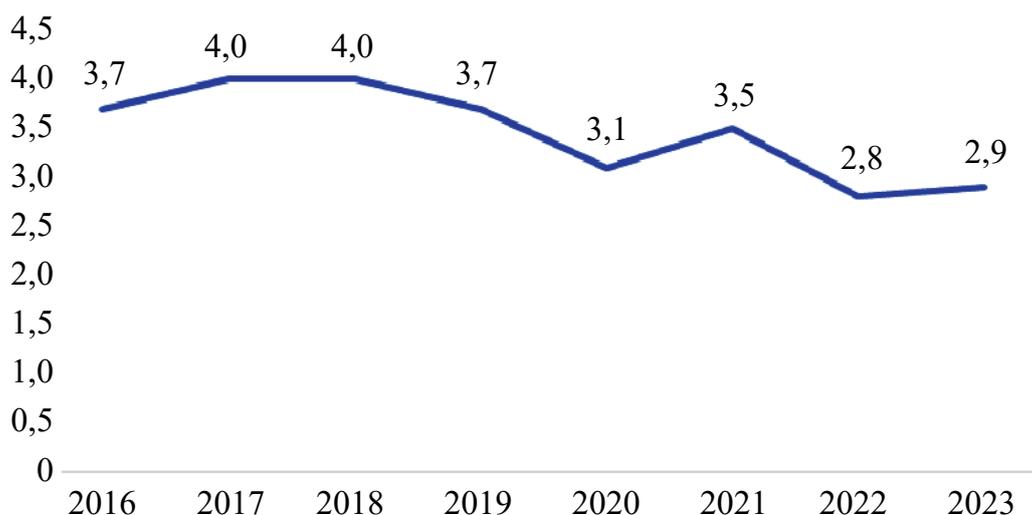


Рис. 54. Динамика выпуска книг на белорусском языке по тиражу в 2016–2023 гг., млн. экз.

В разрезе удельных показателей белорусскоязычные издания за последние годы демонстрируют относительную стабильность. Доля книг на белорусском языке в этом временном отрезке составляла 12–13% в разные годы, а совокупный тираж — в пределах 14–15% (рис. 55). Стабильность белорусскоязычного сегмента проявила себя и в 2023 г. — 12,3% названий и 14,6% тиража.

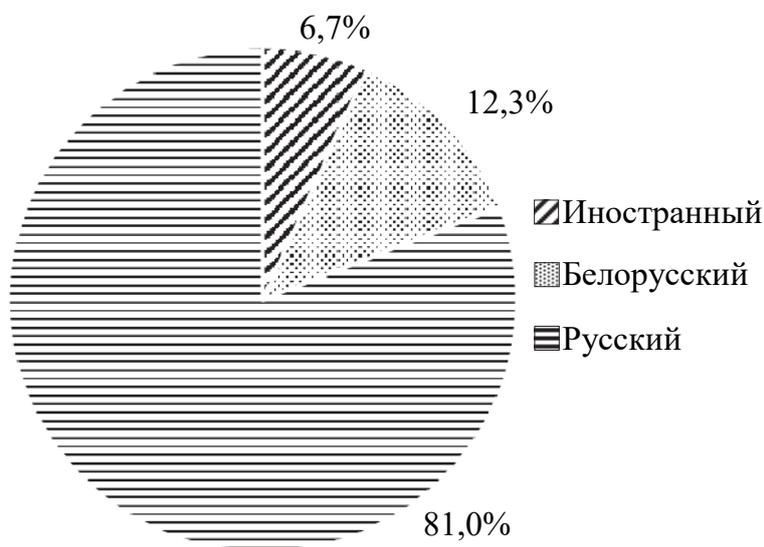


Рис. 55. Доля книг на белорусском языке

Спецификой белорусского книгоиздания, как и многих других сфер культурной и информационной деятельности в Беларуси, является наличие двух государственных языков — русского и белорусского. Белорусский язык является титульным, он выполняет исключительно важную роль в отражении культурно-исторических особенностей и менталитета белорусов, без него невозможно сохранение белорусского культурного наследия и традиций, в том числе посредством издания книг на белорусском языке, белорусских авторов и о Беларуси. Органично и закономерно существование в белорусском социуме русского языка, который широко употребляется в разговорной речи белорусов, профессиональной деятельности, государственном управлении, образовании.

Как было отмечено выше, объективная ситуация такова, что на протяжении последних десятилетий ежегодно в Республике Беларусь на русском языке выпускается в среднем 80% книг, на белорусском — около 13%. Рассматривая эту особенность через призму книгоиздания, нельзя не учитывать такой фактор, как ориентация книги на ту или иную языковую территорию распространения книги,

на национального, интернационального или зарубежного потребителя, так как хорошо организованный издательский бизнес должен быть ориентирован на обеспечение экспортных возможностей.

На белорусском языке в 2023 г. выпущено 965 названий книг тиражом 2,9 млн. экз.

По сравнению с 2022 г. наблюдалось снижение выпуска белорусскоязычных книг по названиям — на 9,6%, но небольшое возростание по тиражу — на 2,1%.

Книги на белорусском языке выпускались издательствами «Мастацкая літаратура», «Народная асвета», «Издательский дом «Звезда», «Беларусь», «Адукацыя і выхаванне», Национальный институт образования, «Аверсэв».

Наиболее тиражной в белорусскоязычном сегменте является учебная литература, относящаяся к категории социально-значимой.

По тиражным группам распределение книг на белорусском языке выглядит следующим образом (табл. 19).

Таблица 19

Выпуск книг на белорусском языке по тиражным группам в 2022–2023 гг.

Тиражная группа	Количество книг на белорусском языке				Тираж книг на белорусском языке			
	названий		% от общего количества		млн. экз.		% от общего тиража	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Всего	965	1067	100	100	2,9	2,8	100	100
Свыше 100 000 экз.	7	5	0,7	0,5	0,9	0,6	31,0	21,4
Свыше 10 000 экз.	28	33	2,9	3,1	0,8	0,8	27,6	28,6
Свыше 5000 экз.	33	44	3,4	4,1	0,2	0,3	6,9	10,7
Свыше 1000 экз.	337	427	35,0	40,0	0,8	1,0	27,6	35,7
До 1000 экз.	560	558	58,0	52,3	0,2	0,1	6,9	3,6

Основная доля книг на белорусском языке приходится на тиражную группу до 1000 экз. — 58,0%, удельный вес группы от 1001 до 5000 экз. — 35%, от 5001 до 10 000 экз. — 3,4%.

В 2023 г. Национальный институт образования и издательство «Адукацыя і выхаванне» на белорусском языке выпустили в свет 5 учебных издания тиражом свыше 100 тыс. экз.

Наиболее тиражным является учебное пособие для 3-го класса «Літаратурнае чытанне» автора М. В. Жуковича, выпущенное тиражом свыше 135 тыс. экз.

В 2023 г. увидели свет 326 литературно-художественных изданий на белорусском языке совокупным тиражом 337,1 тыс. экз., что в процентном отношении составляет 34,1% от совокупного количества названий литературно-художественных изданий и 25,2% от их тиража. Средний тираж литературно-художественных изданий на белорусском языке в 2023 г. составил 1034 экз., что на 11,7% больше показателя 2022 г.

Особо следует подчеркнуть различие языковых сегментов в детском книгоиздании и «взрослой» литературе. В жанре поэзии для детей практически половина книг выпускается на белорусском языке, в прозе — около 30% (табл. 15). На наш взгляд, таким образом в обществе проявляется осознание необходимости и важности сохранения титульного языка белорусов как основы формирования нации. Усваивая родной язык, дети познают мысли, чувства, историю своих предков, впитывают духовную жизнь народа.

Выпуск переводных книг в 2023 г.

Доля переводных книг в 2023 г. составила 4,6% (в 2022 г. — 5,8%) по количеству названий и 4,9% от совокупного годового тиража книг. В книжном потоке 2023 г. зафиксировано более 25 языков народов мира, являющихся оригиналами для данных переводов. Среди них присутствуют как распространенные европейские языки, такие как английский, немецкий, французский, итальянский, испанский, так и китайский, арабский, японский.

Как видно на рис. 56–57, количество переводных книг проявляло тенденцию роста в течение 2016–2018 гг., снижение произошло в 2020–2021 гг.

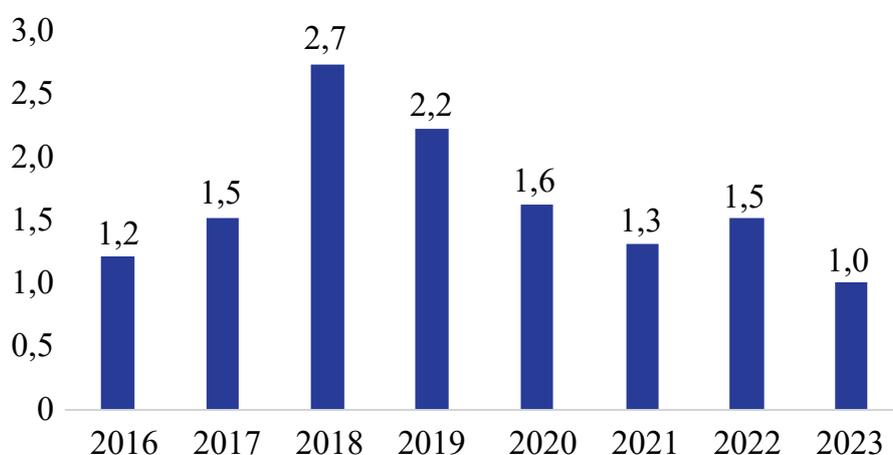


Рис. 56. Динамика выпуска переводных книг по тиражу в 2016–2023 гг.

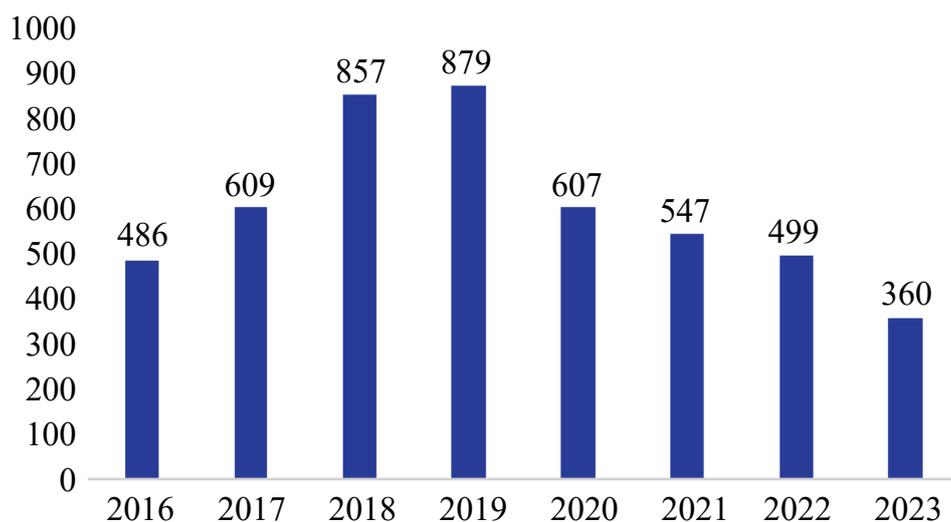


Рис. 57. Динамика выпуска переводных книг по тиражу в 2016–2023 гг.

В 2022 г. вновь проявилась обнадеживающая тенденция к росту в разрезе тиража, но в 2023 г. тираж вновь снизился.

Удельные показатели книгоиздания основываются на использовании данных, учитывающих численность населения, национальные особенности книгоиздания, уровень образования населения и др.

Как видно из табл. 20, в разрезе удельных показателей с 2019 по 2023 г. Беларусь и Россия продемонстрировали довольно значительное падение и по количеству выпущенных на одного жителя книг (снижение на 22,2% в Беларуси, на 23,3% в России), и по количеству названий книг на миллион жителей (снижение на 15,7% в Беларуси, на 16,2% в России).

Таблица 20

Динамика изменения удельных показателей книгоиздания в Беларуси и России с 2019 по 2023 г.

Страны	Количество экземпляров книг на 1 жителя			Количество названий книг на 1 млн. жителей		
	2023	2019	%	2023	2019	%
Беларусь	2,1	2,7	–22,2	856	1015	–15,7
Россия	2,3	3,0	–23,3	658	785	–16,2

Таким образом, в 2023 г. в Республике Беларусь было зарегистрировано более 500 организаций, имеющих право издательской деятельности. Реально проявили свое присутствие на книжном рынке, выпустив в свет хотя бы одну книгу, только 262 издателя,

что на 3% меньше показателя прошлого года. Около 7% лидирующих издателей, выпустивших в 2023 г. более 100 названий книжной продукции, обеспечили 42,2% выпуска книг по названиям и 69,5% по тиражу.

На протяжении семи последних лет (на 2023 г.) первую позицию издательского рейтинга занимает издательство «Аверсэв». По отношению к 2022 г. удержало свои позиции в тройке лидеров книгоиздания по количеству названий также издательство «Выснова». «Попурри» уступило третью позицию предыдущего года Белорусскому государственному медицинскому университету и переместилось на 6-е место в рейтинге.

В разрезе показателя среднего издательского тиража лидирует Национальный институт образования — средний тираж одной книги этого издательства составил 19,5 тыс. экз. За ним следуют «Адукацыя і выхаванне» — 11,1 тыс. экз. и «Аверсэв» со средним тиражом 9,1 тыс. экз.

2023 г. в очередной раз засвидетельствовал сокращение выпуска в стране печатных изданий в целом. Общее падение в последнем десятилетии достигло уровня снижения на 39,6%, в том числе в 2023 г. — на 6,1%. Существенных изменений в видовой структуре печатных изданий не наблюдалось.

По сравнению с 2022 г. увеличился средний тираж одной книги с 2,3 тыс. до 2,5 тыс. экз. Количество изданных на 1 жителя книг с прошлого года не изменилось — 2,1 экз.

Общие показатели выпуска книг в течение нескольких последних лет просели более чем на 30%. Снижение выпуска книг эксперты связывают с разными факторами: падение спроса, сокращение возможностей самих издателей по тем или иным причинам. На падение выпуска могло также повлиять прекращение действия зарубежных лицензий, а также проблема пиратства, когда читатели предпочитают пользоваться бесплатными цифровыми копиями в интернете или контрафактными изданиями, которые распространяют маркетплейсы.

Один из значимых показателей, наглядно демонстрирующих состояние книжной отрасли страны, — соотношение в совокупном издательском репертуаре страны долей новых изданий и переизданий. Кроме общего уровня развития книжного дела, этот показатель иллюстрирует преобладание в структуре выпуска тех или иных видов изданий. Чаще всего переиздаются литературно-художественные и

научные издания, не теряющие своей актуальности и востребованные читателями в течение длительного времени. Вместе с тем достаточно объемный ассортимент новых изданий отмечается в секторах учебного, справочного, словарно-энциклопедического издания, что связано с постоянным обновлением данной сферы книжного рынка. В 2023 г. в числе выпущенных названий новые издания значительно преобладают и составляют 80,1%.

Не увеличилось по сравнению с прошлым годом и количество серийных изданий, которые составили 15,4% названий и 29,2% тиража. Косвенно такая ситуация свидетельствует о довольно скромном количестве долгосрочных проектов у белорусских издателей. Увеличение количества серийных изданий считается общемировой тенденцией издательской практики, так как оправдано экономически и организационно как возможность формирования и организации круга постоянных покупателей.

Что касается конструктивных особенностей книжных изданий, то книги в переплете в 2023 г. заняли всего 18,6%. Остальные книги были выпущены в обложке. Это может быть обусловлено несколькими факторами. Книжки в обложке печатаются быстрее и проще, а стоят дешевле. В обложках обычно изготавливаются определенные виды изданий (производственно-практические, методические, рекламные и др.), а также произведения малоизвестных авторов, когда успех книги вызывает сомнение. Также преимущественно в мягкой обложке выходят небольшие по объему книги, которые технически невозможно оформить в переплет. Изготовление книг в переплете дороже, но такие книги более долговечны в использовании. Как правило, в переплете выпускаются академические издания, собрания сочинений, энциклопедии, популярные и художественные бестселлеры, предполагающие их активное использование.

Издательский бизнес традиционно концентрируется в столице. В Минске в 2023 г. выпущено 71% общего количества изданных на территории Республики Беларусь книг по названиям и 93,8% — по тиражу. Лидером областного книгоиздания 2023 г., как и в предыдущем году, является Гомельская область, на территории которой выпускаются книги довольно крупного для Беларуси издательства «Выснова» (г. Мозырь). По сравнению с прошлым годом значительно активизировалась деятельность издателей Минской области: на 18% выросло количество названий и на 57% — тираж.

В тиражном сегменте продолжают доминировать издания, выпускаемые тиражом до 500 экз. В течение последнего десятилетия доля таких изданий составляла в среднем около 60% белорусского книгоиздания. Однако в 2023 г. удельный вес таких изданий неожиданно снизился до 57,3% (в 2022 г. — 64,2%). Пока невозможно с определенностью диагностировать будущее развитие ситуации в малотиражном сегменте. Для этого требуются дальнейшие наблюдения.

В видовом сегменте книжного ассортимента в 2023 г. ростом тиража на 119,3% с небольшим проседанием количества названий отличилась группа официальных изданий. На 79,8% вырос тираж духовно-просветительных изданий. Наблюдался также рост в группе изданий для детей и юношества: на 7,8% по названиям и на 27,8% по тиражу.

Снижение показателей выпуска в 2023 г. продемонстрировала наиболее емкая группа — учебные издания, включающая различные виды учебных и учебно-методических изданий различного читательского назначения: по количеству названий — снижение на 7,8%, по тиражу — на 5%. За последнее десятилетие выпуск учебных изданий просел на 21,7% по названиям и на 18% по тиражу. Вместе с тем доля учебных изданий в совокупном выпуске продолжает доминировать и составляет 54,7% названий и 78,2% тиража. Важно отметить, что значительная часть учебников выпускается по государственному заказу. Издатели, не участвующие в государственном заказе, выпускают преимущественно внепрограммные учебные пособия, ориентированные на использование родителями.

Продолжает проседание выпуск художественной литературы, который за последние 10 лет существенно сократился: в разрезе тиража — на 73,2%, по названиям — на 44,8%. Доля литературно-художественных изданий в совокупном выпуске 2023 г. составляет 12,2% выпуска по названиям и всего 6,8% — по тиражу.

Выпуск книг на белорусском языке в разрезе удельных показателей относительно стабилен — в среднем 12–13% названий и 14–15% тиража за последние пять лет. Однако в 2023 г. снижение выпуска белорусскоязычных изданий проявилось в падении названий на 9,6%. Более оптимистичным выглядит показатель тиража в данном секторе. В 2023 г. тираж изданий на белорусском языке вырос на 2,1%. Вместе с тем уровень докороначрезвычайного 2019 г. так и не был достигнут.

Совокупный тираж переводных изданий имеет тенденцию к снижению с 2019 г., что указывает на довольно низкую активность белорусского издательского бизнеса в сфере покупки и продажи прав на перевод изданий.

Тенденцией последних лет является также влияние на рынок традиционных печатных изданий таких трендов, как отток в интернет, электронное книгоиздание, развитие персональных устройств для чтения. Художественная литература в значительной степени уходит в «дешевый» электронный формат, а производственно-практические издания постепенно перетекают в форматы профессиональных онлайн-баз данных. Обратить внимание следует также на такие факторы влияния, как «самопубликация», «печать по требованию». Это те сферы, которые не включены в систему традиционного книгоиздания и практически не урегулированы законодательством Республики Беларусь. Представляется, что без учета влияния интернет-технологий на рынок традиционных печатных изданий проблематично делать выводы и прогнозы относительно путей будущего развития книгоиздания, а тем более определять цели и задачи развития издательского дела для их практического применения.

По мнению экспертного сообщества, само определение книжной отрасли должно быть изменено в соответствии с современными тенденциями развития и мировым опытом. Речь идет о создании благоприятной среды для развития как новых, так и традиционных форм книгоиздания, включая организационную структуру и управление, правовое поле, IT-проекты, товары и услуги, что в совокупности должно обеспечивать востребованность и электронных, и печатных книг.

В заключение также следует отметить важность и необходимость приоритета национальной стратегии в издательском деле. Постановлением Совета Министров от 28.12.2023 № 961 утверждена Концепция развития национального культурного пространства во всех сферах жизни общества на 2024–2026 гг. Согласно Концепции приоритетами развития национального культурного пространства являются сохранение исторической памяти белорусского народа, его национально-культурной самобытности, реализация интеллектуального и творческого потенциала нации, активное вовлечение граждан в культурную жизнь страны. Поставленные цели должны достигаться усилиями всех участников культурного строительства, в том числе и в сфере издательского дела.

Microsoft Office Access

Система MS Access 2016 входит в программный комплекс MS Office и представляет собой мощное средство для работы с базами данными (БД).

При запуске MS Access 2016 появляется стартовое окно, с помощью которого можно создать новую БД или открыть ранее созданную. Для создания новой БД необходимо щелкнуть по появившейся кнопке **Создать**, определив местоположение файла БД на диске компьютера и задав ему имя. Вверху окна Microsoft Office Access 2016 (рис. 58) располагается лента инструментов, а над ней — панель быстрого доступа. Центральную часть занимает окно открытой БД с ее элементами. Внизу — строка состояния.

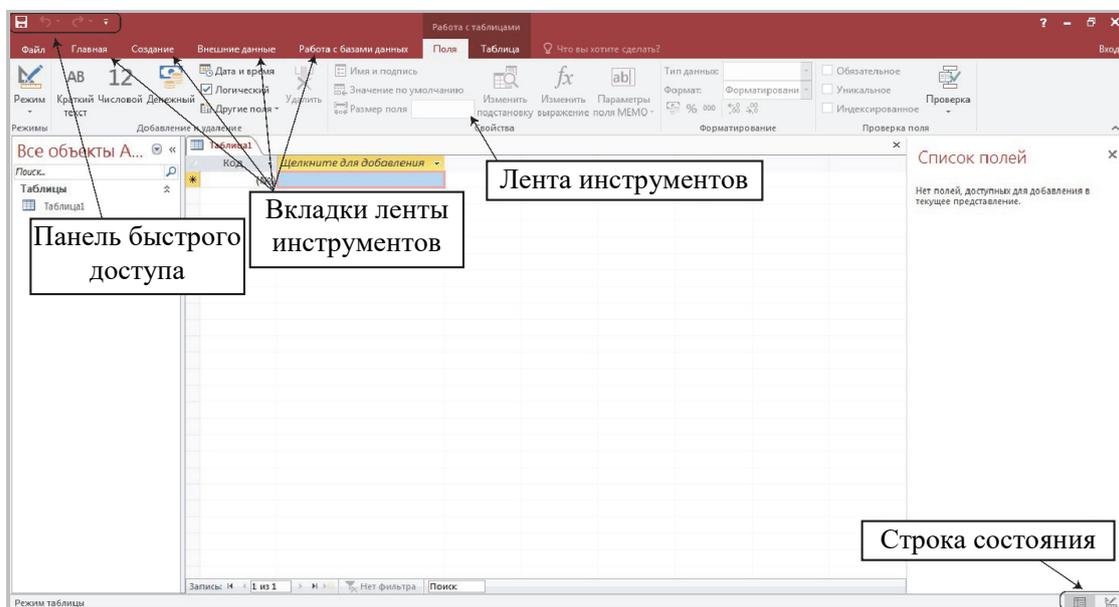


Рис. 58. Окно базы данных

Лента инструментов содержит следующие вкладки.

Главная. Данная вкладка содержит команды, позволяющие выбрать режим представления БД (режим таблицы или конструктора), вырезать/вставить/скопировать данные, произвести некоторые основные операции с записями в БД, фильтрацию и сортировку данных и задать шрифтовое оформление (рис. 59).

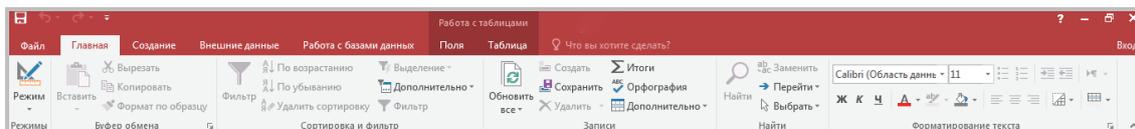


Рис. 59. Вкладка Главная

Создание. Здесь размещены команды создания всевозможных элементов/объектов БД — таблиц, запросов, форм, отчетов (рис. 60).

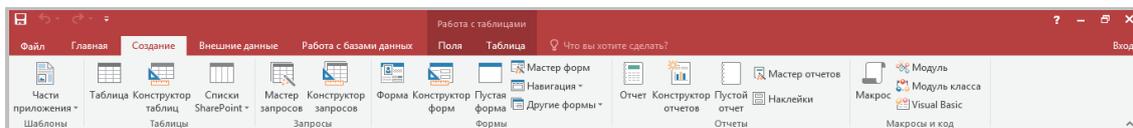


Рис. 60. Вкладка **Создание**

Внешние данные. Команды призваны обеспечить преобразование данных из БД в, например, таблицы Excel и импорт данных из источников различного происхождения (рис. 61).

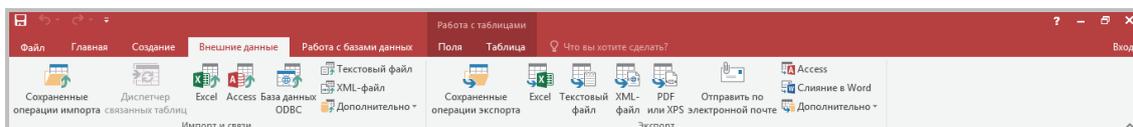


Рис. 61. Вкладка **Внешние данные**

Работа с базами данных. Вкладка содержит команды различного рода общих работ с объектами БД, такие как отображение схемы данных, показ зависимостей между объектами, анализ данных и т. п. (рис. 62).

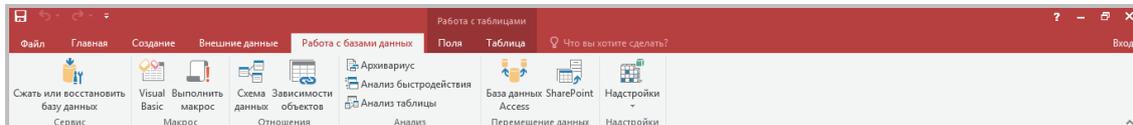


Рис. 62. Вкладка **Работа с базами данных**

Поля и Таблица. Данные вкладки появляются при работе в режиме **Таблица** (рис. 63 и 64).

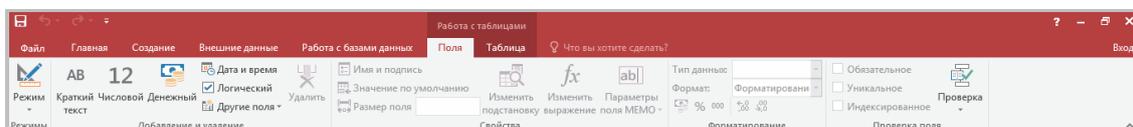


Рис. 63. Вкладка **Поля**

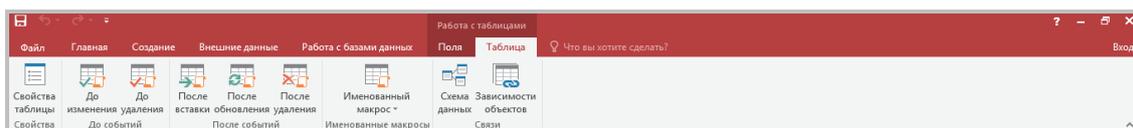


Рис. 64. Вкладка **Таблица**

Над лентой располагается панель быстрого доступа. По умолчанию на данной панели размещено три инструмента: **Сохранить**,

Практическая часть

Упражнение 18

Разработайте простой вариант БД, при котором вся информация хранится в одной таблице.

База данных состоит из взаимосвязанных реляционных таблиц. Реляционная таблица — это двухмерная таблица, которая содержит информацию об отдельном объекте БД.

В простой БД, например, такой как «Информация об изданиях», можно использовать всего одну таблицу «Издание». В ней будет храниться его название, информация об издательстве, ФИО автора, вид издания, язык, год выпуска, ISBN, тираж и т. д. Таблица состоит:

- из записей (строк). Каждая запись содержит данные только об одном объекте, дублирование записей запрещается;
- полей (столбцов). Каждый столбец характеризуется определенным типом и размером хранимой информации (текстовая, числовая, денежная, дата, графическая). Число столбцов в таблице определяется числом выбранных атрибутов объекта. Например, объект «Издание» имеет атрибуты (названия полей): ФИО автора, год выпуска, тираж и т. д.

Для однозначного определения каждой записи таблица должна иметь уникальный (первичный) ключ. Ключ может состоять из одного или нескольких полей. Связь между отдельными таблицами обеспечивается одинаковыми полями в них — ключом связи.

1. Для создания таблицы БД будем работать в режиме **Конструктор**. Конструктор таблиц используется как для создания и настройки свойств новых таблиц, так и для внесения изменений в свойства уже существующих таблиц. Для вызова конструктора используют кнопку **Конструктор таблиц** на вкладке **Создание** в группе инструментов **Таблицы** (рис. 67).

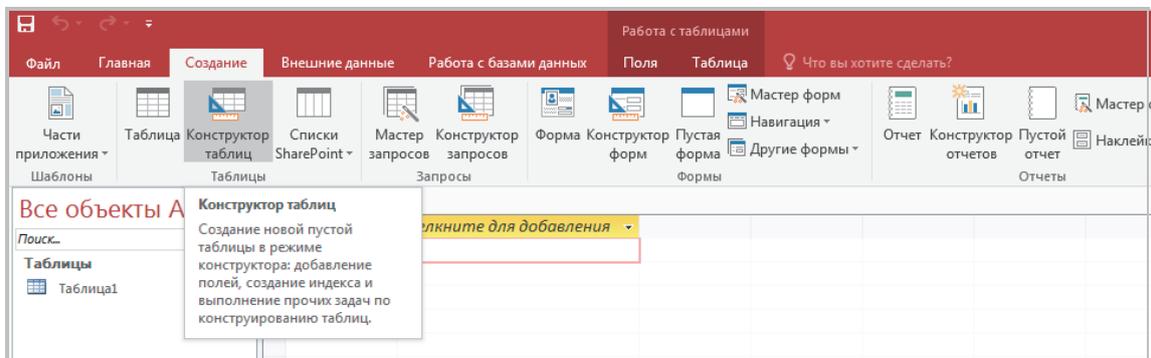


Рис. 67. Создание таблицы в режиме **Конструктор таблиц**

2. Конструктор таблиц содержит в верхней части область для создания полей таблицы и в нижней — область для определения свойств каждого из этих полей (рис. 68).

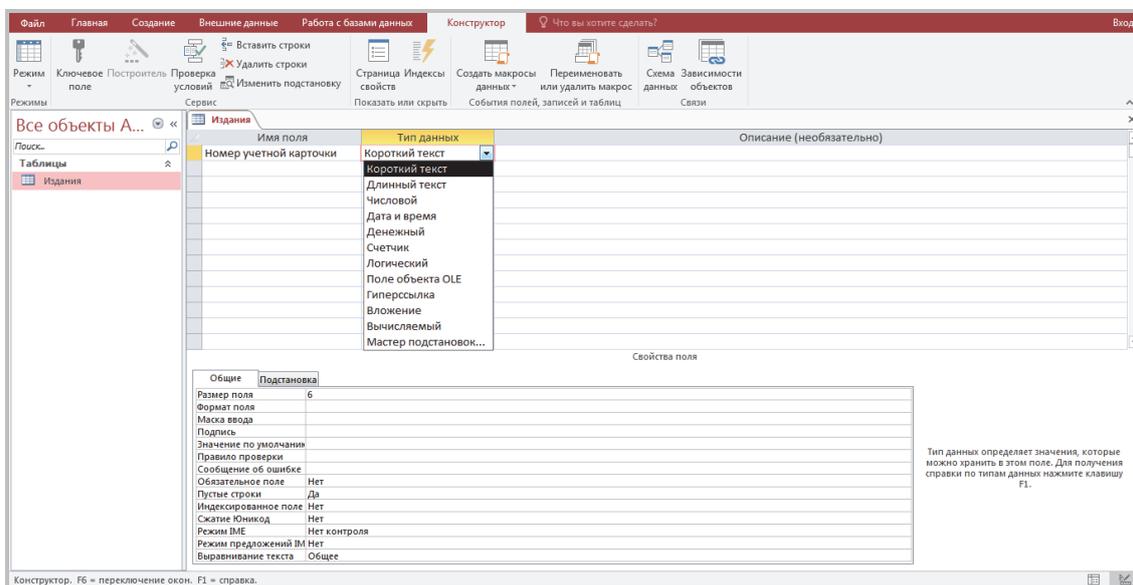


Рис. 68. Окно конструктора таблиц

При включении нового поля в таблицу ему последовательно задают *Имя*, определяют *Тип данных* (при помощи раскрывающегося списка) и заносят при необходимости комментарии в графу *Описание*.

Для приведенной ранее таблицы «Издания» зададим следующие поля и их типы (табл. 21).

Таблица 21

Свойства полей и типы данных таблицы «Издания»

Имя поля	Тип данных
Номер учетной карточки	Числовой
Название издания	Короткий текст
Издательство	Короткий текст
ФИО автора	Короткий текст
Вид издания	Короткий текст
Язык	Короткий текст
Год выпуска	Дата и время
ISBN	Короткий текст
Государственный заказ	Логический
Тираж	Числовой
Вид обложки	Короткий текст
Обложка	Поле OLE
Количество страниц	Числовой

Для телефонных, инвентарных и других номеров, которые не используются в математических вычислениях, вместо числового типа выбирают текстовый тип данных.

Ключевое поле таблицы задается с помощью контекстного меню при выделении его мышью и выполнении команды **Ключевое поле** либо нажатием кнопки **Ключевое поле** (рис. 69). Назначим ключевым полем номер учетной карточки издания.

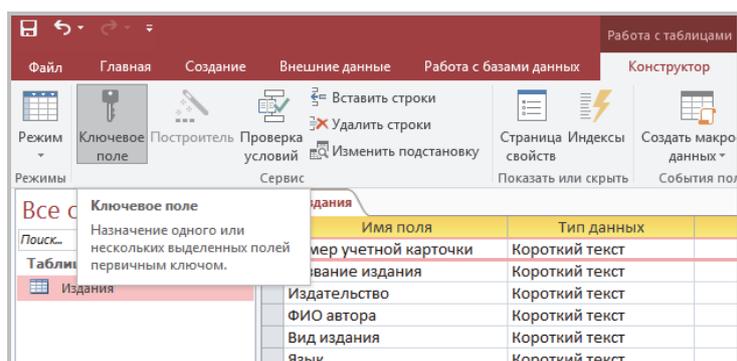


Рис. 69. Назначение ключевого поля

3. После добавления полей в таблицу необходимо сохранить ее структуру. При закрытии режима **Конструктор** появляется окно, предлагающее сохранить изменения макета или структуры таблицы.

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО КАК НАПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛИ. БАЗЫ ДАННЫХ КАК СРЕДСТВО ХРАНЕНИЯ И ОБРАБОТКИ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Теоретическая часть

Этапы издательской деятельности

Издательское дело — отрасль культуры и производства, связанная с подготовкой, выпуском и распространением книг, журналов, газет, изобразительных материалов и других видов печатной продукции. Уровень, объем и направление издательского дела определяются материальными, социально-политическими и культурными уровнями жизни общества.

Изначально издательское дело было связано с печатанием и распространением книг, журналов, брошюр, газет, буклетов, художественных альбомов, нотных изданий, визиток и открыток. С появлением цифровых информационных систем и интернета масштабы издательской деятельности расширились и теперь включают электронные ресурсы, такие как электронные версии книг и периодических изданий, а также веб-сайты, блоги, справочные системы на электронных носителях, аудио-, видеодиски, кассеты, компьютерные игры.

Классическая издательская деятельность включает в себя несколько этапов:

- 1) поиск рукописей и авторов;
- 2) приобретение авторских прав;
- 3) подготовку рукописи к печати, данный этап включает в себя:
 - редактуру;
 - корректуру;
 - оформление изданий;
- 4) печать (и его эквиваленты в электронной форме);
- 5) маркетинг и распространение.

На **первом этапе** редактор занимается подбором авторов и работой с ними. Формы и методы работы с авторами зависят от конкретной ситуации: написано произведение или автор работает над ним, нужна ему помощь редактора или нет.

Получив от автора оригинал произведения, редактор дает его предварительную оценку, и при положительном выводе в издательстве оформляют соответствующие документы на издание произведения. Комплект документов определяется уставом издательства. Главным документом является издательский договор, который заключают автор (его наследник или правопреемник) и издатель. По договору автор или его наследник передает издательству произведение для издания (переиздания) или автор обязуется создать и передать издательству произведение, а издательство — выпустить его в свет и выплатить автору (наследнику) определенное денежное вознаграждение. В договоре по соглашению сторон указываются сроки исполнения работ, переиздания, одобрения или отклонения произведения, доработки его автором и другие условия.

Вторым этапом является приобретение авторских прав. Авторское право на произведение возникает в силу факта его создания. Авторское право действует в течение всей жизни автора и 70 лет после его смерти. Для возникновения и осуществления авторского права не требуется соблюдение каких-либо формальностей.

При отсутствии доказательств иного автором произведения считается лицо, указанное в качестве автора на оригинале или экземпляре произведения (презумпция авторства).

При опубликовании произведения без обозначения имени (анонимно) или под вымышленным именем (псевдонимом), за исключением случая, когда псевдоним автора не оставляет сомнения в его личности, издатель, имя или наименование которого обозначены на этом произведении, при отсутствии доказательств иного считается представителем автора в соответствии с Законом Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» и в этом качестве имеет право защищать права автора и обеспечивать их осуществление.

Третий этап — подготовка рукописи к печати — заключается в подготовке текстовых и изобразительных оригиналов к воспроизведению. Подготовка производится в несколько шагов:

- 1) прием авторских оригиналов;
- 2) рецензирование — это оценка рукописи экспертом на возможность ее опубликования в официальной печати, выявление недостатков для их исправления;
- 3) редактирование — процесс выявления стилистических неточностей либо изменение содержания под стилистику всего издания;

- 4) подготовка текста (набор либо сканирование и распознавание);
- 5) корректура как процесс — это чтение корректурных оттисков и внесение в них исправлений для устранения различных ошибок и недостатков, допущенных при редакционной подготовке и наборе рукописи.

Корректурный оттиск — это оттиск с набора (или страница оригинал-макета, или светоконверсия при фотонаборе), изготовленный на корректурном станке на разных стадиях полиграфического процесса. В зависимости от стадии процесса различают следующие виды корректурных оттисков: гранка, заборка, верстка, сверка, подписной корректурный оттиск.

Цель корректуры — привести набранный текст в полное соответствие с оригиналом и редакционно-техническими указаниями редакции.

Корректурные листы читают и вносят в них правку редактор, автор, технический редактор, издательский и типографский корректоры. В связи с этим правка делится на издательскую и типографскую. При работе с корректурными оттисками используются корректурные знаки — условные обозначения для исправления ошибок и устранения технических недостатков, заменяющие письменные словесные указания по исправлениям в наборе;

- б) правка — процесс выявления исправлений в файле. Полоса набора — запечатанная часть страницы;

- 7) верстка — процесс создания полосы набора;

- 8) вторая корректура — предназначена для проверки правильности верстки, в ее процессе оценивается правильность размещения строк, их размеров, наличие коридоров, соответствие полосы набора заданным параметрам;

- 9) правка;

- 10) распечатка для сверки;

- 11) сверка — окончательная проверка документа на внесение всех исправлений, указанных в первой и второй корректуре, а также дополнительная вычитка на наличие пропущенных ошибок. Если в процессе сверки выявлено незначительное количество ошибок, то документу присваивается подпись в печать;

- 12) подпись в печать.

Художественное оформление каждой книги всегда индивидуально. Вместе с тем при оформлении любой книги должны быть решены следующие основные задачи ее оформления, проистекающие

из двойственной природы книги — как носителя информации и как объекта материальной культуры:

- сделать книгу красивой и привлекательной для потенциального читателя;
- облегчить пользование книгой, сделать ее удобочитаемой, удобной для работы, и при этом достаточно прочной и долговечной;
- с помощью художественных и полиграфических средств полнее раскрыть содержание книги и тем самым помочь читателю лучше понять и усвоить его.

Четвертый этап — печать тиража книги является завершающим этапом издательской деятельности. При заказе печати книг малыми тиражами нужно помнить, что книга, отпечатанная тиражом менее 16 экз., не может считаться официальным изданием. Такому тиражу не предоставляется полный издательский пакет (ББК, УДК, ISBN). Знак авторского права (копирайт) ставится, так как авторское право на произведение возникает у автора с момента создания произведения и является неотъемлемым.

Последний этап (пятый) — маркетинг и распространение книжной продукции. Маркетинг в издательском деле является важным инструментом управления продвижением издательской продукции на рынке, получения издательствами прибыли, усиления их конкурентных позиций на рынке. Однако добиться лидерства на рынке можно в том случае, если понять нужды потребителя и найти такие способы их удовлетворения, которые обеспечат выгодную цену, высокое качество и сервис. Таким образом, реализуя маркетинг, издательства направляют свою деятельность на удовлетворение нужд и потребностей покупателей и потребителей издательской продукции.

В связи с этим маркетинг рассматривается как система управления и организации, издательской подготовки, полиграфического исполнения и сбыта издательской продукции, базирующаяся на комплексном учете происходящих на рынке процессов, ориентированная на удовлетворение потребностей читателей и пользователей издательской продукцией и обеспечивающая достижение целей издательств.

Профессиональный состав издательства

Возглавляет издательство генеральный директор. Он отвечает перед собственником издания за его прибыльность. В подчинении у генерального директора находится главный редактор.

Главный редактор — сотрудник, возглавляющий редакцию и определяющий редакционную политику издательства. Он не занимается каждым проектом в отдельности (исключение — именные авторы). Его задача — разработка концепций серий (направлений) и координация работы ведущих редакторов.

Основной функцией главного редактора издательства является организация и направление редакционно-производственного процесса создания изданий.

Главный редактор издательства осуществляет руководство подчиненными работниками, подает ходатайство по поводу назначения их на должность и увольнения с должности высшему руководству, координирует работу своих заместителей, руководителей структурных подразделений издательства.

Человек, назначенный на должность главного редактора издательства, должен иметь полное высшее образования соответствующего направления подготовки.

Главный редактор издательства в практической деятельности руководствуется Конституцией страны и указами Президента страны, а также другими нормативно-правовыми актами, международными нормами и стандартами, которые относятся к издательской деятельности; должен владеть государственным языком, знать основные принципы управления персоналом, основы маркетинга, этики и эстетики, работы на персональном компьютере и соответствующие программные средства.

Главный редактор издательства подотчетен высшему руководству или учредителям предприятия в лице общих собраний акционеров.

На время отсутствия главного редактора издательства его должностные обязанности исполняет заместитель, назначенный в установленном порядке, который несет ответственность за качественное, эффективное и своевременное выполнения обязанностей.

Задания и обязанности главного редактора издательства:

- определяет творческую концепцию деятельности издательства, организывает и направляет редакционно-издательский процесс;

- отвечает за своевременное формирование и исполнение тематических планов, способствует выпуску изданий на достойном национально-патриотическом, литературно-художественном, научном, профессиональном уровне;

- контролирует формирование запасов договорного и редакционного портфелей, своевременное их исполнение и проведение инвентаризации;

- руководит подбором авторов, рецензентов, организует работу редакционного аппарата, контролирует работу заместителей редакции;

- оценивает материал предложенного к исполнению оригинал-макета, редактирует важные рукописи, утверждает издания к печати;

- отвечает за нормативно-техническую базу редакционно-издательского процесса, его компьютеризацию, за сохранения материальных ресурсов, внедряет прогрессивные технические средства и технологии, формы и методы труда;

- утверждает акты об одобрении рукописей, прекращении работы над изданиями, координирует выпуск изданий, контролирует соблюдение требований нормативной и юридической документации редакционной подготовки изданий;

- берет участие в заседаниях редакционного совета, обеспечивает внедрение решений совета, планирует маркетинговые и рекламные мероприятия по поводу сбыта продукции издательства, отвечает за проведения совещаний, семинаров, конференций;

- контролирует соблюдение санитарно-гигиенических норм и правил техники безопасности в производственной деятельности издательства.

В подчинении у главного редактора находятся ведущий и литературный редакторы, главный художник и издатели.

Ведущий редактор — это менеджер книжного проекта.

Его функции: найти автора, убедить издателя вложиться в книгу и обеспечить ее публикацию. Так что «редактор» — это весьма условное название. Ведущему редактору приходится заниматься литературной правкой:

- когда надо подчистить безграмотную рукопись именитых авторов или заказчика, решившего опубликовать книгу за свой счет;

- когда серию срочно нужно чем-то наполнить, а приличных рукописей нет;

- когда редактор верит, что сюжет книги — отличный, а вот литературного мастерства автору не хватает.

Каждый ведущий редактор специализируется на определенном жанре: например, на любовных романах, кулинарных книгах

или словарях. У него есть постоянные авторы, но их состав обновляется: кто-то бросает писать, кто-то уходит в другое издательство, кто-то переключается на другой жанр. Чтобы найти нового автора, ведущий редактор:

- просматривает самотек (рукописи, приходящие в адрес издательства);
- опрашивает знакомых;
- размещает объявление в интернете.

Главный художник — сотрудник, который несет ответственность за внешнее оформление книг. В некоторых издательствах есть штатные иллюстраторы, в других под оформление каждой серии нанимается внештатный сотрудник.

Функции главного художника:

- разрабатывает принципы художественного решения изданий;
- обеспечивает художественный уровень оформления всех изданий;
- организовывает своевременное представление макетов и эскизов художественного оформления изданий;
- контролирует работу своих подчиненных и оказывает им необходимую творческую помощь;
- участвует в подборе кадров художественной части, ведет работу по их воспитанию;
- способствует профессиональному росту молодых художников, работников художественно-постановочной части, улучшению условий труда работников.

Литературный редактор делает текст складным, гладким и понятным однозначно. При необходимости он перефразирует предложения, чтобы они были едиными по стилю и соответствовали языковым правилам, корригирует порядок и выбор слов (например, если автор ошибся в значении слов), исправляет орфографические и логические ошибки, проверяет правильность терминов и унифицирует употребление терминологии. Если речь идет о переводном тексте, то редактор должен проверить также и соответствие переводного текста оригиналу, т. е. верно ли передан смысл оригинального текста и не упущено ли при этом что-либо. Кроме шлифовки языковых шероховатостей, задачей литературного редактора часто является также и проверка фактов, при необходимости — сокращение текста или добавление подстрочных

примечаний (разъяснений). В большинстве случаев литературное редактирование включает в себя и техническую работу над текстом (интервал между строками, поля, тип шрифта).

Работа **редактора** заключается в исправлении стилистических, орфографических и пунктуационных ошибок авторов. Он проверяет и вычитывает каждый текст, отправляя его на доработку при необходимости. Также редактор отвечает за соответствие смысла статьи поставленной задаче.

Корректор тщательно вычитывает готовящиеся к печати тексты, исправляя в них грамматические ошибки и опечатки. Кроме того, он следит за соблюдением правил набора и верстки (например, отслеживает, чтобы в тексте были одинаковые абзацные отступы и интервалы между строками), проверяет, чтобы не были перепутаны подписи к рисункам, номера страниц, оглавление и т. п.

Дизайнер создает массу всего: упаковку, печатную и интернет-рекламу, логотипы и фирменные стили, веб-сайты, журналы и книги, обложки компакт-дисков и DVD, системы навигации (указатели) и инфографику (схемы и графики), презентации и рекламные буклеты, газеты.

Отделы издательства

Редакция как предприятие состоит из творческого коллектива редакции, который занимается выпуском издания, и вспомогательных отделов.

Отдел продаж занимается продажей книг закупщикам (оптовым книготорговым фирмам, библиотечным коллекторам, крупным магазинам и т. п.). В больших издательствах могут существовать территориальные подразделения: например, по Украине, Казахстану, Сибири и т. п. Также есть отделы, которые занимаются продажами определенного типа: например, через интернет или почтой.

Отдел по работе с иностранными правами — сотрудники этого отдела отслеживают зарубежные бестселлеры и покупают права на перевод на русский язык.

Производственный отдел — это люди, которые, собственно, делают книги. Они оценивают, во сколько обойдется печать — в зависимости от формата, качества бумаги, вида обложки и т. п., верстают макет и работают с типографиями.

Маркетинговый отдел — это люди, которые отслеживают состояние дел на книжном рынке вообще и ход продаж в своем издательстве в частности. Они выясняют, что хорошо продается, а что плохо, какие направления перспективны, а какие нет. Директор по маркетингу определяет размер рекламного бюджета. Сотрудники отдела также занимаются всеми промоушен-материалами и мероприятиями — от каталогов до семинаров для книгопродавцов. Основная задача маркетингового отдела — увеличение продаж.

Отдел PR — это люди, которые занимаются пиаром (созданием положительного имиджа) книг и самого издательства. Они работают с прессой и интернет-аудиторией, организуют встречи с читателями, выступления автора на телевидении и пр. Нередко им в помощь нанимаются внештатные сотрудники.

Редакционный отдел — структурное подразделение, участвующее в подготовке к изданию литературы в рамках обеспечения научно-исследовательской и инновационной деятельности.

Функции редакционного отдела:

- предварительная работа с авторами;
- регистрация всех поступающих в издательство материалов;
- направление материалов на редактирование;
- возвращение в случае необходимости (по результатам редакторского анализа) рукописи на доработку автору с точным указанием замечаний;
- контроль за соблюдением действующей нормативной документации при подготовке издания в печать;
- взаимодействие с лицами, участвующими в издательской деятельности, оказание им консультационных услуг;
- организация литературного редактирования и выпуска учебной, научной литературы и литературы других тематических направлений;
- корректура, литературное и техническое редактирование учебной, научной и других видов литературы;
- подготовка изданий в печать в соответствии с требованиями стандартов, технических условий и других нормативных документов;
- изготовление оригинал-макета издания, построчно и постранично совпадающего с будущим изданием;
- обеспечение своевременного выпуска запланированных материалов.

Базы данных как средство хранения и обработки статистической информации по выпуску издательской продукции

На современном этапе развития общества научная библиотека стала информационным центром электронных ресурсов, сохраняя функции в области обслуживания пользователей печатными документами. Мышление посетителей меняется, становится более мобильным, требующим таких информационных ресурсов, которые способны быстро удовлетворять самые многотематические запросы.

В последние годы термин «информационные технологии» все чаще и чаще употребляется применительно к сфере книгоиздания. Общепринятое определение информационной технологии — комплекс методов, способов и средств, обеспечивающих хранение, обработку, передачу и отображение информации и ориентированных на повышение эффективности производительности труда — не вызывает споров. Однако применение информационных технологий на различных этапах подготовки, выпуска и систематизации в электронных базах данных книжных и журнальных изданий не однозначно и до конца не разработано.

Книги всегда были и по-прежнему остаются основным источником и хранилищем знаний. Они помогают сохранять и передавать информацию, касающуюся самых различных областей человеческой жизни и деятельности. Основным назначением книг была передача пользователям сведений без личного контакта, через расстояние и время. С появлением информационных технологий возник новый вид информационного поиска — электронный каталог или базы данных (БД). Электронные каталоги позволяют формировать информационные ресурсы, отвечающие широкому спектру запросов пользователей, предоставлять их оперативно, в полном объеме и наиболее удобным для пользователей способом.

Для ученых и учащихся научная информация — необходимый инструмент, который должен быть всегда под рукой. Научные знания они получают из различных источников информации, пользуясь, прежде всего, возможностями научных библиотек. Важным элементом информационного поиска являются ретроспективные библиографические указатели в традиционной или электронной форме (электронные каталоги).

В Республике Беларусь создание электронных баз данных ведется в рамках Государственной программы «Память Беларуси», сформированной Министерством культуры. На базе Национальной библиотеки создается Национальная электронная база данных, включающая электронный каталог «Беларусь: ад мінулага да сучаснага», электронный архив периодики, электронную базу данных «Диссертации, защищенные в Республике Беларусь», библиографические базы данных «История Беларуси» (1993–2012 гг.), «Культура и искусство Беларуси» (1993–2012 гг.), «Чернобыль» (1991–2007 гг.) и др.

База данных по статистике печати Республики Беларусь

Источником статистического учета является обязательный экземпляр произведения печати, который поступает от издающих предприятий республики в Национальную книжную палату на основании постановления Совета Министров Республики Беларусь от 3 сентября 2008 г. № 1284 «Об утверждении положения об обязательном экземпляре».

В Национальной книжной палате Республики Беларусь, на которую возложена функция государственной статистики печати, создана информационно-библиографическая автоматизированная система, позволяющая получать необходимую статистическую информацию в онлайн-режиме. Это дает возможность обеспечения пользователей актуальной информацией о динамике процессов, происходящих в республиканском книгоиздании, по широкому кругу показателей.

В систему входят следующие пункты.

«Выпуск книг и брошюр» (с 2001 г.). Эта база данных дает возможность обрабатывать совокупность следующих запросов:

- по издателям (например, издательский центр Института физики НАН Республики Беларусь, редакционно-издательский отдел Академии министерства внутренних дел, издательство «Вышэйшая школа»);
- по тематике (например, математика и общественные науки, религия и теология, военная наука и военное дело);
- по целевому назначению (например, официальное, справочное, информационное издание, издание для досуга и т. д.);
- по языку издания.

«**Выпуск газет**» (с 1995 г.). Могут обрабатываться следующие виды запросов:

- по типу (например, республиканские, областные, городские, районные или низовые);
- по языку издания.

«**Выпуск журналов, сборников и бюллетеней**» (с 2001 г.). Существует возможность обработки следующих запросов:

- по виду (например, журнал, сборник или бюллетень);
- по языку издания;
- по тематике (например, общественные науки, философские науки).

«**Выпуск изоизданий**» (с 2009 г.). Могут обрабатываться следующие запросы:

- по виду (например, альбом, книжка-картинка, наглядное пособие, открытка, плакат, портрет, прикладная графика, художественная репродукция);
- по языку издания;
- по издателям.

«**Выпуск ведомственных изданий**» (с 2009 г.). К ведомственным изданиям относятся информационные, инструктивные, учебные, методические, нормативные, рекламные и другие издания, которые имеют ограниченный масштаб использования (в границах ведомства или межведомственный), а также временный или вспомогательный характер.

Существует возможность обработки следующих запросов:

- по издателю (например, журнал, сборник или бюллетень);
- по целевому назначению (например, производственно-практические издания, практические руководства, технические нормативные правовые акты, рекламные издания и др.).

«**Выпуск нотных изданий**» (с 2012 г.). Существует возможность обработки следующих запросов:

- по виду (например, вокальная музыка, инструментальная музыка, музыкальный фольклор, смешанные сборники вокальной и инструментальной музыки, учебные издания);
- по языку издания;
- по издателям.

«**Выпуск картографических изданий**» (с 2012 г.). Могут обрабатываться следующие запросы:

- по виду (атласы, карты);

- по языку издания;
- по издателям.

Недостатком электронных баз данных, разработанных Национальной книжной палатой Республики Беларусь, является то, что они не дают возможности оформить запрос на поиск и статистическую обработку интересующей нас литературы за какой-либо интервал времени, а лишь только в конкретно указанный год.

Вся информация, которую можно получить из систем управления базами данных (СУБД), собрана в разных таблицах. Это необходимо для предотвращения переизбытка информации. Выборка и последующая работа с необходимыми сведениями осуществляется с помощью механизма связывания.

Связь между таблицами устанавливается с помощью поля (полей), которое содержит одинаковые значения для разных таблиц. Чаще всего эта связь делается посредством первичного ключа одной таблицы с совпадающим полем (внешним ключом) другой таблицы. Всего существует три типа связей.

1. При связи «**один-к-одному**» запись в таблице А может иметь не более одной связанной записи в таблице В и наоборот. Отношения этого типа используются не очень часто, поскольку большая часть сведений, связанных таким образом, может быть помещена в одну таблицу. Отношение «один-к-одному» может использоваться для разделения очень широких таблиц, для отделения части таблицы по соображениям защиты, а также для сохранения сведений, относящихся к подмножеству записей в главной таблице.

Пример: человек и паспорт. У человека в нашей стране может быть только один действующий паспорт, а паспорт удостоверяет личность только одного человека.

2. Связь «**один-ко-многим**» является наиболее часто используемым типом связи между таблицами. В отношении «один-ко-многим» каждой записи в таблице А могут соответствовать несколько записей в таблице В, но запись в таблице В не может иметь более одной соответствующей ей записи в таблице А.

Пример: мать и дети. У матери может быть несколько детей, однако у каждого ребенка может быть только одна мать.

3. При связи «**многие-ко-многим**» одной записи в таблице А могут соответствовать несколько записей в таблице В, а одной записи в таблице В — несколько записей в таблице А. Этот тип связи

возможен только с помощью третьей (связующей) таблицы, первичный ключ которой состоит из двух полей, которые являются внешними ключами таблиц А и В. Связь «многие-ко-многим» по сути дела представляет собой два отношения «один-ко-многим» с третьей таблицей.

Пример: студенты и преподаватели. Каждый преподаватель может обучать нескольких студентов, в то же время каждый студент может обучаться у нескольких преподавателей.

В результате создания различных связей между таблицами образуется **схема данных**, которая является графическим образом СУБД.

Практическая часть

Упражнение 19

Создайте БД, которая будет описывать работу определенного издательства.

Для того чтобы начать работу над схемой данных, нужно создать необходимое количество реляционных таблиц. База данных «Издательство» может состоять из следующих таблиц: «Издание», «Автор», «Редактор», «Паспортные данные».

Создадим вышеперечисленные таблицы. Первоначально необходимо определить, какая таблица является главной, а какая — подчиненной. Связываемое поле главной таблицы должно быть ключевым, т. е. первичным ключом таблицы. Связываемое поле подчиненной таблицы обычно является полем вторичного, или внешнего, ключа, тип данных и размер которого совпадают с полем первичного ключа главной таблицы.

Когда все необходимые таблицы созданы, можно переходить к определению связей между ними.

Открытие диалогового окна **Схема данных** осуществляется с помощью одноименной кнопки в группе инструментов на вкладке **Работа с базами данных**. После этого на экране появится пустая рабочая область. Для вызова диалогового окна нажмите кнопку **Отобразить таблицу** в группе инструментов **Связи**.

Затем в списке «Таблицы» выделите нужную таблицу и нажмите кнопку **Добавить** (рис. 70). Для выделения сразу нескольких объектов используйте клавиши **Ctrl** и **Shift**.

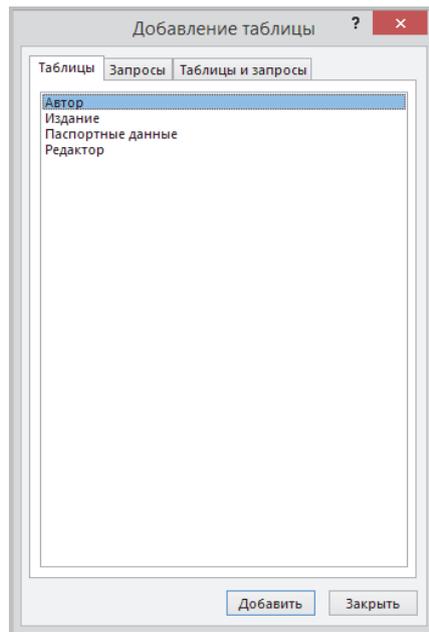


Рис. 70. Окно добавления таблиц

После этого на рабочей области появятся выбранные вами таблицы. Установку связей между ними выполняют с помощью мыши: переносом ключевых полей из списка полей одной таблицы к соответствующему полю другой таблицы. Поля первичного ключа в списке полей выделяются полужирным начертанием. При этом поле, которое переносится, принадлежит главной таблице, а таблица, в которую переносится поле, является подчиненной (рис. 71).

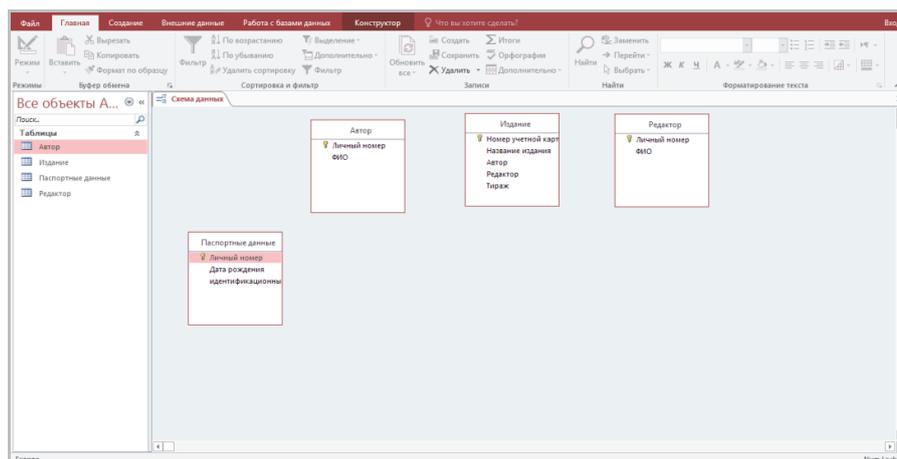


Рис. 71. Таблицы БД «Издательство»

1. Для начала попробуем создать связь «один-к-одному». Ее можно продемонстрировать с помощью таблиц «Автор» и «Паспортные

данные». Для этого необходимо перетянуть ключевое поле таблицы «Паспортные данные» **Личный номер** на аналогичное поле таблицы «Автор». После этого появляется диалоговое окно **Изменение связей** (рис. 72). Выберите требуемые параметры связи из предлагаемого набора: обеспечение целостности данных, каскадное обновление связанных полей, каскадное удаление связанных записей — и нажмите кнопку «Создать».

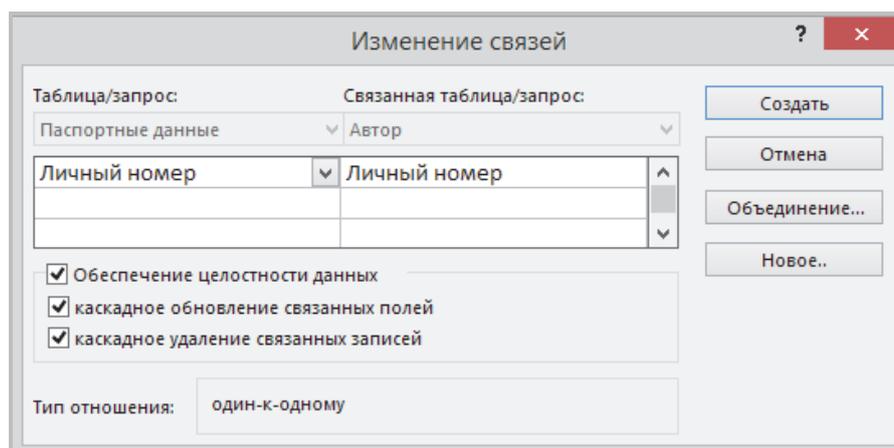


Рис. 72. Окно **Изменение связей**

Обратите внимание, что программа Access самостоятельно установит указанную связь и проведет линию между связанными полями в двух списках полей. На линии будет указан тип отношения (рис. 73).

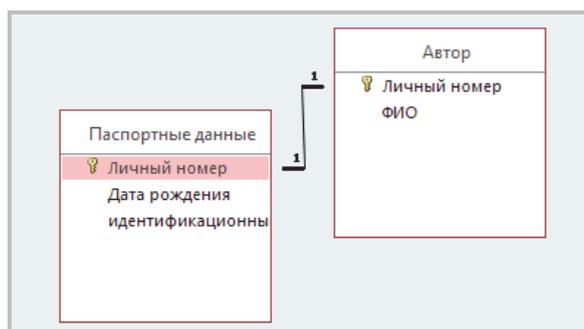


Рис. 73. Связь «один-к-одному»

2. Таким же образом можно создать связь «один-ко-многим» между таблицами «Издание» и «Редактор». Для этого необходимо перетащить поле **Личный номер** таблицы «Редактор» на поле **Редактор** таблицы «Издание». Графически данный тип связи на схеме данных показан на рис. 74.



Рис. 74. Связь «один-ко-многим»

3. Связь между таблицами «Автор» и «Издание» — «многие-ко-многим», так как один автор может написать несколько книг, а у одной книги может быть несколько авторов. Исходя из теоретических сведений, для осуществления подобной связи необходимо создание промежуточной таблицы.

Создадим таблицу «Соавторство». Первичный ключ для этой таблицы формируется путем объединения ключей из двух других таблиц: **личного номера** таблицы «Автор» и **номера учетной карточки** таблицы «Издания».

После сохранения таблицы «Соавторство» необходимо создать связи типа «один-ко-многим» между основной и промежуточной таблицей. В итоге должна получиться схема данных, показанная на рис. 75.

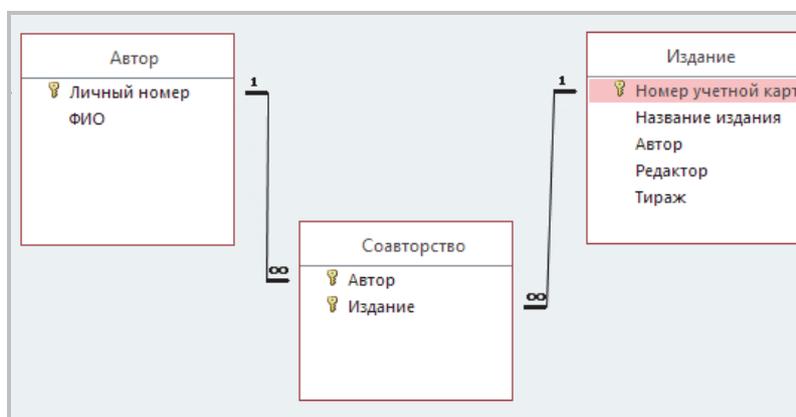


Рис. 75. Связь «многие-к-многим»

Таким образом, с помощью БД можно наглядно описывать работу издающей организации в автоматическом режиме.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА

Теоретическая часть

Деятельность Министерства информации Республики Беларусь, направленная на популяризацию книги и чтения. Средства и методы реализации направлений по поддержке и развитию чтения

Возрастающий дефицит знаний и конструктивных идей в современном обществе во многом обусловлен снижением интереса к чтению у населения.

Негативная ситуация в этом отношении характеризуется как системный кризис читательской культуры. Такое положение сопряжено с большим социальным риском, поскольку чтение представляет собой важнейший способ освоения жизненно значимой информации, без него немыслима интеграция личности в многослойную культуру, понимаемую как весь комплекс духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных черт, образа жизни, основных прав человека, систем мировоззрения, т. е. ценностей, норм, традиций, образования, характеризующих наше общество. В то же время от уровня культурной компетентности граждан во многом зависит экономика, политика, национальная безопасность и конкурентоспособность страны.

Определенное снижение интереса к чтению — это сегодня общемировая тенденция, и во многих странах предпринимаются активные попытки этому противодействовать, исходя из понимания роли чтения для развития любой страны. Опыт этих стран свидетельствует о том, что изменить ситуацию к лучшему можно. Однако поддержание высокого уровня письменной и устной культуры требует постоянных, неослабевающих усилий, а также наличия эффективных институтов развития и поддержки читательской (и писательской) культуры.

Сегодня в обществе главная задача заключается том, чтобы вызвать у подрастающего поколения интерес к чтению и вернуть в ранг активных читателей многочисленные группы населения,

которые определяют настоящее страны, закладывают основы ее будущего и которые по разным причинам почти перестали читать в последние 20 лет.

Иными словами, необходимо создать в стране условия для массовой интенсификации процессов чтения, повышения качества и разнообразия прочитываемой литературы во всех областях знаний, обмена мнениями о прочитанном, роста престижности чтения как культурной ценности. Реализация таких направлений приведет к повышению интеллектуального потенциала населения, станет важным инструментом сохранения и развития культуры нашей страны, поддержания и приумножения богатства родного языка и т. п.

Государственные направления по поддержке и развитию чтения в Республике Беларусь дифференцируются по типам:

- районов: (развитые; имеющие зоны роста; имеющие точки роста; депрессивные);
- поселений (крупный город; средний город; малый город; село);
- институтов (библиотеки; система образования; книжная индустрия; индустрия производства и распространения иных видов контента различными средствами (газеты, журналы, документы и т. п.); отдельные системы популяризации чтения, подготовки кадров для инфраструктуры чтения, научно-методического решения проблем чтения);
- читательских групп (знатоки; любители, проявляющие интерес; читающие от случая к случаю; не читающие; дети и юношество; интеллектуальная элита и др.);
- контента (образовательный; просветительский; развлекательный);
- средств распространения информации (книги; газеты; журналы; документы на бумажных и электронных носителях).

Для реализации направлений по поддержке и развитию чтения на уровне государства используется следующая совокупность универсальных и специальных методов и средств.

Универсальные:

- диагностика состояния инфраструктуры чтения, под которой понимается: совокупность существующих институциональных структур и предлагаемых ими сервисов; наличная информация, которой могут располагать читатели (предложение); группы читателей и их дифференциальные интересы (спрос); анализ осуществляется

как соотношение спроса и предложения и выявление причин расхождения между ними;

- пилотные проекты, предполагающие целенаправленные контролируемые изменения работы соответствующих институтов, отобранных так, чтобы наиболее полно представлять каждое из ранее выделенных проблемных дифференциальных направлений;

- мониторинг результатов проведенных мероприятий по поддержке и развитию чтения и последующего расширения направлений действия в проблемном поле;

- оценка социальной и экономической эффективности реализации направлений;

- укрепление институтов инфраструктуры чтения и обеспечение их соответствия современной социальной необходимости в нашем обществе.

Специальные:

1) в отношении читателей:

- изучение читательских интересов, запросов и уровня читательской компетентности различных социокультурных групп и слоев;

- типичные виды работы с адресными группами читателей на базе образовательных учреждений, библиотек, литературных музеев, книжных магазинов, клубов и др. при поддержке СМИ;

2) в отношении институтов инфраструктуры чтения:

- разработка рекомендаций по кругу чтения для разных социокультурных групп читателей;

- изменение учебных программ и развитие новых методик обучения в школах и УВО с акцентом на активизацию чтения, на повышение уровня читательской компетентности и информационной компетентности личности;

- разработка специальных проектов и программ для образовательных и просветительских учреждений, ориентированных на повышение уровня читательской активности (школ, колледжей, библиотек, литературных музеев и т. д.);

- выявление успешных образцов работы с читателями в библиотеках и других типах просветительских учреждений и возможностей их распространения;

- организация государственных заказов на издание специальной, научной, художественной, популярной литературы;

- создание, поддержка и продвижение массовых периодических изданий (типа «круг чтения», «литературные новинки» и т. п.);

- создание на радио, телевидении и в печатных СМИ постоянно действующих рубрик, посвященных проблемам чтения;

- использование возможностей интернета для популяризации чтения;

3) в отношении мероприятий по поддержке и развитию чтения:

- конкурсы на наиболее продуктивные идеи по активизации чтения;

- мониторинг, выявление и распространение эталонных образцов направлений по поддержке и развитию чтения;

- поощрение лучших исполнителей мероприятий;

4) в отношении тех, кто должен нести ответственность за активизацию чтения:

- переподготовка и совершенствование системы повышения квалификации воспитателей детских учреждений, преподавателей общеобразовательных школ, работников библиотек и т. п.;

- подготовка и повышение квалификации преподавателей гуманитарных дисциплин не только в гуманитарных и социальных, но и в технических и естественнонаучных УВО и на соответствующих факультетах;

- организация специальных образовательных и просветительских курсов для родителей;

- работа с региональными администрациями, в первую очередь с органами образования и культуры, направленная на расширение и повышение качества образовательных и культурно-просветительских программ, связанных с чтением;

5) в отношении направлений и форм популяризации чтения:

- повышение престижа чтения с использованием СМИ (телевидение, радио, печатная пресса, интернет, реклама);

- наружная (растяжки, билборды, плакаты) и наглядная (внутри учреждений) агитация (плакаты, листовки, закладки, посвященные чтению и книгам);

- широкая презентация в СМИ и интернете книг и литературных событий;

- создание механизмов оперативного реагирования на изменение ситуации в области чтения;

- проведение специальных мероприятий (фестивали книги и чтения, литературные праздники и т. д.).

Реализация направлений по поддержке и развитию чтения в долгосрочной перспективе в Республике Беларусь предполагает

создание мощных институтов инфраструктуры чтения и адекватной системы управления ими, включая систему мониторинга, а также эффективный информационный обмен в социокультурном пространстве чтения. Все это позволит существенно повысить качество человеческого капитала нашей страны.

В целях повышения роли книги и чтения в современном обществе, развития белорусской литературы, обеспечения государственной поддержки национального книгоиздания в 2023 г. состоялся ряд мероприятий:

- юбилейная XXX Минская международная книжная выставка-ярмарка, г. Минск (22–26 марта 2023 г.). Участие в выставке приняли 438 экспонентов из 20 стран (Армения, Беларусь, Бразилия, Венесуэла, Германия, Индия, Иран, Казахстан, Кыргызстан, Китай, КНДР, Куба, Пакистан, Палестина, Россия, Сирия, Таджикистан, Туркменистан, Турция, Узбекистан). За 5 дней выставку посетило более 50 тыс. человек;

- конкурс юных чтецов «Живая классика», финал которого состоялся в г. Минске 22 августа 2023 г. В этом году в конкурсе приняло участие около 10 тыс. школьников со всей страны, которые читали свои любимые произведения классиков белорусской литературы и современных авторов;

- юбилейный XXX День белорусской письменности, прошел в г. Городке Витебской области (4–5 сентября 2023 г.). Основные темы, которые были раскрыты в ходе мероприятия: Год мира и созидания, объявленный в Республике Беларусь в 2023 г., 80-летие освобождения г. Городка от немецко-фашистских захватчиков, 140-летие Янки Мавра, старт мероприятий, приуроченных к 20-летию проекта «Батьковщина. В поисках утраченного». В рамках торжественного открытия по традиции прошло награждение победителей республиканского конкурса «Национальная литературная премия». Вымпел столицы Дня белорусской письменности в 2024 г. был передан г. Ивацевичи Брестской области;

- Международный круглый стол «Роль книги в жизни общества. Прошлое и настоящее» (2 сентября 2023 г.) в офлайн и онлайн форматах прошел сразу на трех площадках: Национальная библиотека Беларуси, Деловой и культурный комплекс Посольства Республики Беларусь в Российской Федерации, стенд Республики Беларусь — Почетного гостя 36-й Московской международной книжной ярмарки.

В целях развития двустороннего сотрудничества в издательской, книгораспространительской и полиграфической сферах, популяризации книг в 2023 г. книги Республики Беларусь были представлены на специализированных международных книжных выставках. 18–21 мая делегация белорусских книгоиздателей приняла участие в XVIII Санкт-Петербургском международном книжном салоне. 19 мая 2023 г. Министерством информации Республики Беларусь совместно с ОАО «Белкнига» была открыта секция белорусских изданий в самом крупном и старейшем книжном магазине северной столицы России «Дом книги». 26–28 мая впервые издательство «Беларусь» приняло участие в Международной книжной ярмарке «Китап-Байрам» в г. Уфе (Республики Башкортостан), где получило специальный приз Главы Республики Башкортостан «Книга года на Земле Урал-батыра» за книгу «Народнае мастацтва Беларусі XVI–XXI вв.». 2–6 июня белорусская книга была традиционно представлена на книжном фестивале в г. Москве «Красная площадь». На 36-й Московской международной книжной ярмарке, которая прошла 30 августа – 3 сентября, Республика Беларусь приняла участие в статусе страны — Почетного гостя.

Книги Беларуси получили 6 дипломов первой степени и 2 диплома второй степени, а также специальный диплом «За сохранение исторической памяти и духовно-нравственных ценностей» в номинации «Гран-При» XX Международного конкурса государств — участников СНГ. Дипломом Исполнительного комитета Содружества Независимых Государств «За большую работу по развитию отечественного книгораспространения и международного книгообмена» отмечен коллектив книжного магазина «Дружба» (г. Брест) ОАО «Белкнига».

В течение года в филиалах ОАО «Белкнига» проводились совместные акции с государственными издательствами: УП «Мастацкая літаратура», РИУ «Издательский дом «Звезда», ИРУП «Народная асвета», РУП «Издательство «Беларусь», РУП «Издательский дом «Белорусская наука». Были организованы тематические выставки-продажи, названия которых «В рамках юбилейной XXX Минской международной книжной выставки-ярмарки», «На пике лета: жаркие скидки!», «Ко Дню белорусской письменности: читаем вместе!», «В преддверии Дня Победы и Дня Независимости Республики Беларусь», «Сентябрьские будни: учимся интересно, учим с душой!», «Все дети — наши! Пособия по инклюзивному образованию!», «Неделя родительской любви» и др.

Большое внимание в продвижении книжной продукции занимает работа с интернет-ресурсами. Регулярно обновляется информация о книжных новинках, проводимых мероприятиях и акциях на сайтах издательств и ОАО «Белкнига», в социальных сетях, пополняется каталог приложения с аудиокнигами «Чытанка».

Большое внимание организациями Министерства информации Республики Беларусь уделяется выпуску и популяризации востребованной социально значимой литературы: официальных и массово-политических изданий, справочной, научно-популярной и художественной, презентационной и детской литературы.

По данным статистического учета, в 2023 г. государственными издательствами системы Министерства информации выпущено 234 наименования книг и брошюр (без учета электронных изданий, изо- и фотоальбомов, листовой продукции и открыток) тиражом 369,6 тыс. экз.

С привлечением бюджетных субсидий издательствами системы Мининформа, а также РИУ «Издательский дом «Звезда», РУП «Издательский дом «Белорусская наука», УП «БелТА», УП «Редакция журнала «Дело (Восток+Запад)» выпущено 93 наименования тиражом 180,3 тыс. экз.

Во исполнение поручения Главы государства, данного на встрече с белорусскими писателями, продолжен выпуск литературно-художественных произведений современных авторов для целевой поставки в публичные библиотеки — издано 12 книг общим тиражом 3,7 тыс. экз. Согласно данному поручению, начиная с 2012 г. всего издано и поставлено в библиотеки 162 наименования книг с произведениями современных белорусских авторов тиражом 167,9 тыс. экз.

Для безвозмездной целевой поставки в библиотеки учреждений образования продолжен выпуск книг серии «Школьная библиотека».

В 2023 г. издано 7 наименований книг общим тиражом 96,6 тыс. экз. Всего, начиная с 2009 г., в данной серии выпущено 171 наименование книг общим тиражом 3921,0 тыс. экз.

В рамках подпрограммы 4 «Белорусы в мире» Государственной программы «Культура Беларуси» на 2021–2025 гг. в 2023 г. в серии «Адрасы Беларусі ў свеце» выпущено издание в двух книгах Н. И. Чергинца «Трудные дороги жизни. Тревожные дни» общим тиражом 1,2 тыс. экз.

В рамках реализации подпрограммы 2 «Доступная среда жизнедеятельности инвалидов и физически ослабленных лиц» Государственной программы «Социальная защита» издательством «Народная асвета» продолжен выпуск книг серии «Школьная библиотека» шрифтом Брайля для детей-инвалидов по зрению. В 2023 г. выпущено 5 наименований в 30 книгах общим тиражом 720 экз.

Основные формы книгораспространения

Не секрет, что одним из самых актуальных вопросов нынешнего дня в сфере книгоиздания является **книгораспространение**. Издатели испытывают серьезные трудности в продаже своей продукции. Потребители, с другой стороны, сталкиваются с проблемами поиска и приобретения необходимой им литературы, а также с непомерно завышенными ценами на издательскую продукцию в сравнении с отпускными ценами самих издателей.

Современная система книгораспространения выросла после того, как практически полностью развалился предыдущий вариант: плановое распространение книг оказалось полностью неприемлемо в условиях рыночной экономики. 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.

Современная система книгораспространения развивается в условиях нестабильности внешнего окружения и жесткой конкуренции. Эффективность системы зависит от того, насколько результативно книготорговое предприятие использует инструменты маркетинга, которые на практике реализуются через осуществление товарной, ценовой, сбытовой политики и политики стимулирования сбыта.

Стоит отметить, что книжное дело очень серьезно пострадало от перехода в торговле Беларуси с Россией на принцип уплаты НДС по стране назначения. В лучшие времена в РФ уходило до 90% тиражей белорусских книг. Уплата НДС по стране назначения создала для субъектов хозяйствования обеих стран многочисленные проблемы.

При вполне сопоставимых для субъектов хозяйствования РФ и Беларуси проблемах с уплатой НДС последствия их очень разные. В России наблюдается избыток литературы: до прилавка доходит только 15% изданных книг.

Анализируя книжный рынок Беларуси, можно выделить следующие **основные формы книгораспространения:**

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

Оптово-розничная торговля

Оптовая книжная торговля имеет свою особую историю в книгоиздании. В советский период система оптовой книжной торговли действовала в рамках ее централизованного управления сверху вниз: от типографии и центрального опта в регион, областную книготорговую базу и книжный магазин.

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

Среди наиболее посещаемых и востребованных книжных магазинов Беларуси стоит выделить «Центральный книжный магазин» г. Минска (*проспект Независимости, 19*), который уже более 60 лет осуществляет розничную торговлю книжной продукцией. Его отличают выгодное расположение в самом центре города, высокий уровень обслуживания покупателей и широчайший ассортимент предлагаемой продукции, среди которого книги практически по всем отраслям знаний, сувенирная продукция, канцелярские и сопутствующие товары, профессиональные художественные краски.

Значимое место в книжном мире столицы занимает магазин-клуб «Дом книги «Светоч» (*проспект Победителей, 11*), вокруг которого сформировался особый круг покупателей. Сегодня это одно из самых динамично развивающихся книготорговых предприятий. В крупнейшем в республике двухэтажном книжном магазине с площадью торговых залов около 1000 квадратных метров размещено современное оборудование, позволяющее качественно представлять книжные издания, внедрены самые современные информационные технологии и передовое программное обеспечение. 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» (ул. Козлова, 2), который специализируется на литературе, выпускаемой государственными и негосударственными республиканскими издательствами, а также имеет широкий выбор книг российских издательств. В магазине работают отделы «Книга — почтой», «Букинистическая комиссионная торговля», «Комиссионная торговля авторской книгой», «Товары в кредит».

Одной из старейших книжных площадок г. Минска является магазин «Книги&книжечки» (*пр-т Независимости, 14*), 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, природе нашей страны, ее культурном наследии. Разнообразно представлена проза и поэзия белорусских авторов, детская литература.

Отдел учебной литературы имеет широкий ассортимент учебников и учебных пособий по всем разделам математики, физики, химии, филологии, психологии, философии, экономики, законодательства и юридических дисциплин, предлагается большой выбор энциклопедических изданий, словарей и справочников по всем разделам науки.

Отдел медицинской литературы представлен книгами о народной медицине, здоровом образе жизни. Молодым родителям предлагается широкий ассортимент книг о воспитании и здоровье ребенка.

В отделе иностранных языков в широком ассортименте представлена учебная литература на других языках, всевозможные обучающие курсы, наглядные пособия и карты, огромный выбор художественной литературы на языке оригинала.

Отдел канцелярских товаров предлагает на выбор бумажно-беловые товары, школьно-письменные принадлежности, товары для офиса, калькуляторы и CD-, DVD-диски.

Книжный магазин «Медицинская книга» (ул. *Максима Танка, 16*) — единственный специализированный магазин медицинской литературы в г. Минске. Ассортимент представлен более 15 тыс. наименований книг по всем отраслям знаний отечественных и

зарубежных издательств, а также картами, атласами, календарями, открытками, почетными грамотами, развивающими играми для малышей, журналами, канцтоварами, товарами для офиса и бумажно-беловыми товарами. Работники магазина используют различные формы и приемы торговли и пропаганды медицинской книги, среди которых квалифицированное комплектование служебных библиотек учреждений здравоохранения, встречи с авторами, презентация новых изданий.

Большой выбор методической литературы для школьников, бланочной продукции и канцелярских товаров предлагает магазин «Книгочей» (*пр-т Независимости, 131/1*). Кроме того, ассортимент площадки насчитывает более 20 тыс. наименований книг белорусских и зарубежных издательств по всем отраслям знаний.

Широкий выбор учебной и методической литературы предлагает книжный магазин «Методическая книга» (*ул. Берута, 22/1*). 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. Широко представлена литература для учащихся начальной и средней школы: различные методические и дидактические пособия, учебники, контурные карты, тетради для лабораторных работ и другие вспомогательные материалы. 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. Для самых маленьких и любознательных посетителей магазина работает отдел развивающих и познавательных игр.

Фирмы-распространители, как правило, занимаются сбытом и выполняют транспортно-экспедиционные функции, следят за книжным рынком.

Книжные магазины не имеют возможности хранить на своих складах все, что поступает от издательств. На помощь приходят **оптовые книготорговые фирмы**, которые часто скупают в магазинах партии книг и оперативно доставляют их по адресам, указанным магазинами, отдельными покупателями. Эти поставки осуществляются на условиях ежемесячных расчетов по твердым ценам. Торговая скидка, которую книжные магазины получают

от оптовиков, соответствует скидкам, предоставляемым издательствами. В итоге это выгодно всем.

Широко практикуется форма продажи книг в коллективах, по профилю работы которых они выпущены, на международных конгрессах и конференциях. Обычно про выход этой литературы и планируемые мероприятия заранее сообщается в газетах, журналах, реферативных сборниках.

Книжные ярмарки и клубы

Книжные выставки и ярмарки развиваются как живой организм. Только некоторые из них прочно занимают место в календаре постоянных событий. Их в разное время может быть и больше, и меньше. Среди наиболее посещаемых книжных ярмарок и форумов можно выделить Франкфуртскую и Лейпцигскую книжные ярмарки, Ярмарку детской книги в Болонье, Лондонскую ярмарку, Парижский книжный салон, а также Иерусалимскую книжную ярмарку. Пропаганда белорусской книги за рубежом проводилась на 10 международных книжных выставках-ярмарках, в которых приняли участие книгоиздатели, полиграфисты и распространители печатной продукции в Беларуси.

Каждый год белорусские издательства представляют свои книги в России. Как показывает статистика, наши книги не особо пользуются спросом и основная их часть передается в библиотеки и государственные организации. Также с каждым годом количество проданных книг уменьшается. Так, в 2022 г. на Московской международной книжной выставке-ярмарке было продано 412 экз. белорусской издательской продукции, в 2023 г. — 227, в 2024 г. количество проданных книг снизилось до 204 экз. Данные о сокращении тиражей книг приводит и официальная статистика. В соответствии с данными Национальной книжной палаты Беларуси, в I квартале 2022 г. тиражи упали по сравнению с аналогичным периодом 2023 г. на 31,5%. И хотя в Беларуси издается все меньше книг, продать их с каждым годом становится сложнее.

История проведения Минской международной книжной выставки-ярмарки начинается в 1994 г. К этому времени единое экономическое пространство бывшего Советского Союза окончательно распалось, в том числе и в области книготорговли. Именно для создания связей между издателями и книготорговцами теперь уже суверенных государств СНГ и стран Прибалтики,

а также европейских стран и задумывалась международная ярмарка в г. Минске.

Первая ярмарка проходила 19–23 января 1994 г. В ней приняли участие 315 фирм из 8 стран СНГ и Прибалтики. В рамках ярмарки состоялось учредительное собрание Белорусской ассоциации книгоиздателей и книгораспространителей — БелАКК. В 2016 г., с 10 по 14 февраля, прошла уже 23-я по счету Международная книжная ярмарка. В ней приняли участие 295 экспонентов из 30 стран, среди которых Армения, почетный гость мероприятия, Азербайджан, Великобритания, Венесуэла, Германия, Италия, Китай, Франция, Швейцария, США и др. Всего на выставке было проведено 237 мероприятий, количество посетителей за весь период составило 42 тыс. человек.

Не менее важной формой сбыта книжной продукции за рубеж являются **книжные клубы и общества**, которые по выгодной цене покупают в издательствах право на переиздание ранее выпущенных книг, а также книжные блоки без переплетов, бракованные экземпляры и реализуют их по более низким ценам. Их характерной особенностью является розничная продажа постоянным покупателям самими издательствами или через почтовых партнеров книг, включенных в рассылаемые каталоги. При этом лицам, постоянно покупающим книги из предлагаемого ассортимента, предоставляется определенная торговая скидка.

Книгораспространение через интернет

Розничные продажи книжных товаров осуществляются не только в форме непосредственного контакта продавца с покупателем. Контакт может быть опосредован различными средствами связи, которые обеспечивают доведение до покупателей информации о предлагаемых книготорговым предприятием книгах. Основными средствами передачи подобной информации с предложением товаров являются печатные и электронные каталоги. С печатными каталогами работают книжные клубы и почтово-посылочные отделения издательств, оптовых предприятий и книжных магазинов. С помощью электронного каталога, размещенного в интернете, осуществляют свою деятельность виртуальные книжные магазины (интернет-магазины).

Самым крупным и популярным интернет-магазином Беларуси является OZ.by (<http://oz.by>), который в 2013 г. был признан лучшим

среди конкурентов. Магазин специализируется на классической и популярной современной литературе, играх, DVD- и Blu-Ray-видео (видео высокой четкости), 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 (<https://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). В разделе «Акция недели» можно увидеть скидку на новые издания. Безусловным плюсом является то, что здесь можно найти довольно старую книгу, которая давно исчезла с прилавков магазинов.

Интернет-магазин Читатель.by (<https://chitatel.by>) работает под лозунгом «Для тех, кто любит читать!». Книги здесь подбирают очень тщательно, как взрослые, так и детские. На сайте магазина представлены следующие рубрики: «Новинки», «Скоро в продаже», «Новинки учебной литературы», «Лидер продаж», «Читаем в оригинале», «Мерч по книгам», «Топ-100 настольных игр», «Книжные новинки для детей», «Книги Беларуси», «Книжный сток», «Любить учиться» и др.

Площадка «MyBooks» (<https://mybooks.by>) изначально задумывалась как магазин интеллектуальных книг. Здесь представлены книги издательств «Текст», Ad Marginem, Corpus и Livebook, однако со временем ассортимент интернет-магазина расширился. Сейчас каталог продукции представлен следующими рубриками: «Философия. Социология», «Деловая литература», «Учебная литература», «Компьютерная литература», «Нехудожественная литература», «Новинка», «Художественная литература», «Психология, история», «УРРС, наука, юриспруденция», «Детям и родителям», «Искусство, культура», «Медицинская литература», «Гуманитарные издательства», «Домашний очаг», «Бестселлеры», «Эзотерика» и др. Из названий рубрик видно, что представленная в интернет-магазине издательская продукция готова удовлетворить самого требовательного читателя.

Книжный дискаунтер *Belka.by* (<https://belka.by>) специализируется на продаже печатной продукции отечественных и зарубежных издательств. Он постоянно расширяет ассортимент товаров, принцип работы — взаимосвязь непосредственно с издательствами, производителями или их представителями. Магазин обеспечивает современные виды доставки печатной продукции. Имеет большой опыт работы с учителями и родительскими комитетами в организации закупок учебной литературы. Здесь можно найти множество интересных книг самой различной тематики. Единственный недостаток — у многих книг на сайте нет фотографии, однако указывается основная и дополнительная информация об издании. Преимущество сайта в том, что здесь можно найти редкую хорошо иллюстрированную литературу.

Kim.by (<https://kim.by>) — это магазин специальной медицинской литературы. Магазин выделяет свои преимущества: быстрое выполнение заказов, большой выбор имеющейся в наличии литературы для врачей всех специальностей, многолетний успешный опыт сотрудничества со специалистами в различных областях медицины и медицинскими издательствами, регулярное участие в медицинских выставках, конференциях и других мероприятиях, что позволяет быть в курсе потребностей медицинских работников в специальной литературе, новинок, иметь в наличии достойный ассортимент и держать самые низкие цены в Беларуси на медицинские издания. Каталог магазина представлен существующим разнообразием медицинских специализаций.

Booklover (<https://booklover.by>) — универсальный книжный интернет-магазин для всей семьи, где каждый найдет для себя что-то занятное и нужное. Площадка располагает самым большим разделом, где можно увидеть российские и переводные издания. В наличии имеется детская, художественная, деловая, общественно-политическая, научно-популярная и научная, учебная и справочная, историческая литература, а также фотоальбомы, книги по искусству и подарочные издания. Магазин периодически проводит акции и розыгрыши, о которых можно узнать в социальных сетях.

«Азбука ума» (<https://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 уже потом выставляют в качестве товара. Все книги удобно рассортированы: их можно найти по издательству либо в разделе «по возрасту». Также есть методическая

литература, развивающие настольные игры для детей, канцелярские принадлежности, плакаты для изучения алфавита или предметов, подарки на праздник, а любителям уникальных игр будет интересно зайти в раздел «под заказ». Консультацию можно получить по обратной связи. Приветствуются рекомендации, рецензии на купленные товары, описание применения, использования их детьми.

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. В каталоге можно увидеть новинки, бестселлеры и проследить за интересными предложениями.

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>). Книги издательства не раз удостоивались высших наград на национальных и международных конкурсах книгоиздания. Среди духовно-просветительских книг, молитвословов и Библий в православном интернет-магазине есть раздел «Детская литература, художественная проза и поэзия», который поможет дать ребенку достойное религиозное воспитание. К сожалению, с 2023 г. православный интернет-магазин «Благовест» работает только через российских партнеров.

Читательские предпочтения населения Республики Беларусь (по результатам исследования ГНУ «Институт социологии Национальной академии наук Беларуси»)

Материал подготовлен по результатам телефонного опроса населения страны. В качестве респондентов выступили граждане в возрасте 18 лет и старше.

Опрос проводился в январе – феврале 2023 г. во всех областных городах и г. Минске, районных городах и сельских населенных пунктах.

Объем выборочной совокупности составил 900 респондентов. Ошибка выборки — $\pm 3\%$.

Как свидетельствуют результаты исследования, к категории читателей относит себя примерно каждый третий житель нашей страны — 30,5% всего массива опрошенных.

Для 38,2% читающих белорусов чтение книг является ежедневной практикой. 33,0% респондентов читают книги несколько раз в неделю. Примерно каждый пятый опрошенный (18,1%) проводит время за книгой несколько раз в месяц. И только 5,1% респондентов обращаются к чтению лишь несколько раз в год (рис. 76).



Рис. 76. Результаты ответа на вопрос «Как часто вы читаете книги?»

Исходя из данных, характеризующих интенсивность чтения, можно сделать вывод о том, что в целом чтение занимает значительную часть повседневного досуга респондентов.

В ходе опроса его участникам предлагалось назвать число книг, которое они прочитывают в среднем за один календарный год. Ответы были сгруппированы в интервалы, отображенные на рис. 77.

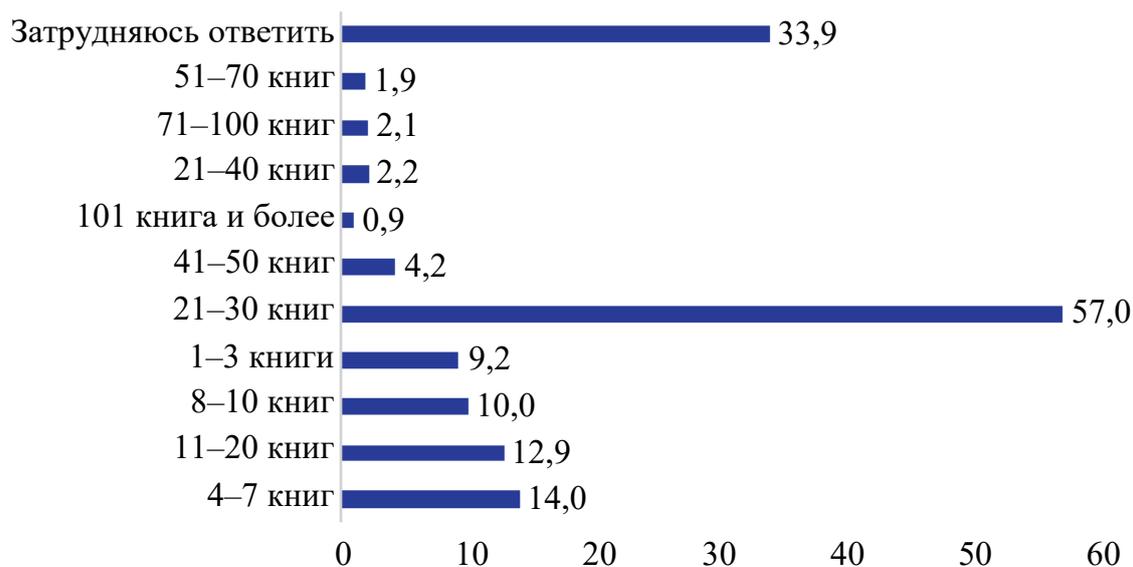


Рис. 77. Результаты ответа на вопрос «Сколько книг вы читаете в среднем в год?»

Результаты исследования отражают существенную разницу в количестве книг, которое прочитывают респонденты в течение года: 14,0% опрошенных читают от 4 до 7 в год; 12,9% — от 11 до 20; 10,0% — от 8 до 10 книг. Примерно столько же читающих белорусов (9,2%) за год прочитывают всего 1–3 книги.

Сравнив количество книг, которое респонденты обычно прочитывают в настоящее время, с тем числом книг, которое они читали ранее (5–10 лет назад, в так называемый «допандемийный» период), можно сделать следующие выводы (рис. 78).

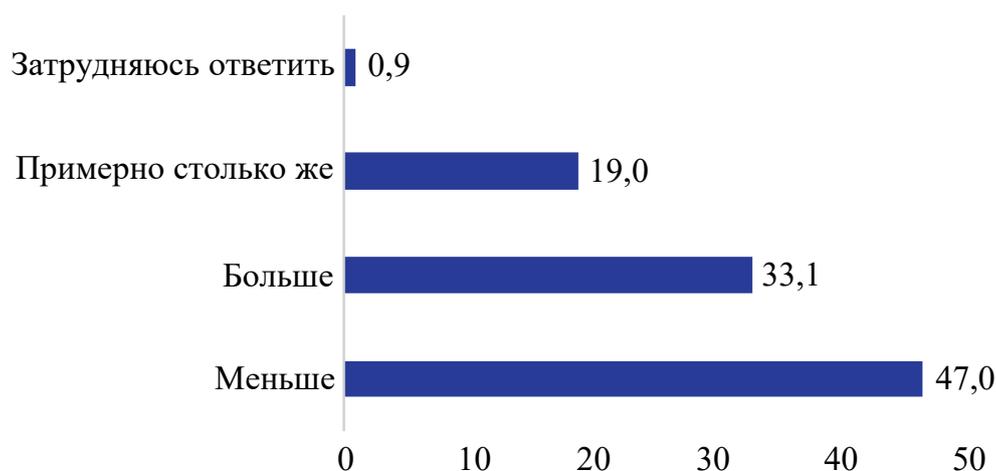


Рис. 78. Результаты ответа на вопрос «По сравнению с тем, сколько книг вы читали 5–10 лет назад, сейчас вы читаете...?»

Почти половина опрошенных (47,0%) стала читать меньше. В то же время 33,1% респондентов отметили, что стали читать больше, чем раньше. Каждый пятый участник опроса (19,0%) уверен, что интенсивность чтения не изменилась.

Пандемия COVID-19 не отразилась на читательских предпочтениях: оценивая интенсивность своего чтения в период пандемии, 67,4% участников опроса указали на то, что количество прочитанных книг осталось прежним.

На вопрос, читают ли респонденты книги на белорусском языке, ответы распределились практически поровну (49,1% — «да» и 50,1% — «нет»), т. е. сделать однозначные выводы о литературных языковых предпочтениях не представляется возможным (рис. 79).

Примерно две трети опрошенных (62,8%) отметили, что они читают произведения отечественных авторов (рис. 80). Не читают 37,2% респондентов. Такое распределение свидетельствует о достаточно высоком уровне востребованности произведений

белорусских авторов, что является важным аспектом формирования национального самосознания сквозь призму интереса к белорусской литературе. При этом белорусы в основном читают художественную (81,1%) и историческую (40,2%) литературу.

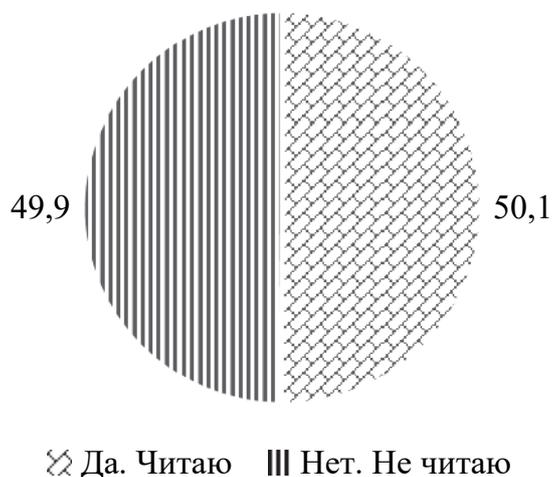


Рис. 79. Результаты ответа на вопрос «Читаете ли вы книги на белорусском языке?»

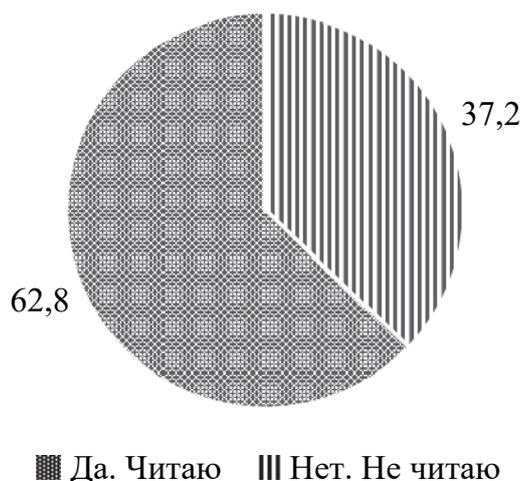


Рис. 80. Результаты ответа на вопрос «Читаете ли вы произведения белорусских писателей?»

Абсолютное большинство читающих белорусов предпочитает книги в печатном формате: об этом заявили 87,0% опрошенных (рис. 81). Такие актуальные способы цифрового чтения, как электронные и аудиокниги, используют всего лишь 8,4 и 2,4% респондентов соответственно. Это свидетельствует о превалировании традиционных установок относительно читательских практик.



Рис. 81. Результаты ответа на вопрос «Книги какого формата вы предпочитаете?»

Подтверждением тезиса об установке преимущественной части населения на традиционные читательские практики служит распределение ответов на вопрос о возможности замены печатных книг электронными. Отрицательно об этой тенденции высказываются 59,9% опрошенных белорусов, 27,9% считают это возможным, 12,2% участников опроса затруднились с ответом (рис. 82).

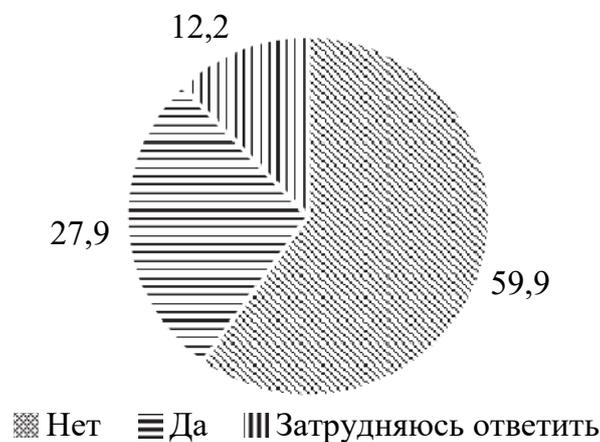


Рис. 82. Результаты ответа на вопрос «Как вы считаете, со временем электронные книги могут полностью заменить печатные?»

Распределение ответов на вопрос о том, где белорусы чаще всего приобретают книги, показывает следующее (рис. 83). Основным таким местом остаются традиционные книжные магазины, которые не теряют актуальности почти для половины читательской

аудитории (45,7%). В интернет-магазины обращается каждый пятый покупатель книг (20,1%). Различные сервисы типа досок объявлений и сайтов интернет-продаж с рук используют лишь 6,1% респондентов. Аукционы и торговые площадки посещают 3,6% ответивших. Вариант, предполагающий иные способы приобретения книг, выбрали 7,7% опрошенных. При этом 38,8% белорусов заявляют, что книги не приобретают.



Рис. 83. Результаты ответа на вопрос «Где вы приобретаете книги?»

Результаты исследования свидетельствуют о востребованности у читающего населения страны фондов широкой сети библиотек. Каждый второй участник опроса (51,3%) обозначил, что в течение последнего года посещал библиотеки (рис. 84). При этом информацию о книжных новинках опрошенные получают преимущественно из интернета (38,7%), ориентируются на вкусы знакомых и друзей 21,9%, а стенды библиотек привлекают 17,0% опрошенных.

Наиболее интересными для себя авторами респонденты считают А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, Ф. М. Достоевского, назвав такие их произведения, как «Война и мир», «Идиот», «Анна Каренина», «Преступление и наказание». При этом каких-либо конкретных произведений А. С. Пушкина читающие белорусы на момент проведения опроса назвать не смогли.

Тройку наиболее популярных белорусских авторов возглавил И. Шамякин. Далее расположились В. Быков и Я. Колас. Среди наиболее интересных произведений указанных авторов читающие

белорусы назвали «Сердце на ладони», а также «Дикую охоту короля Стаха», «Колосья под серпом твоим» В. Короткевича.

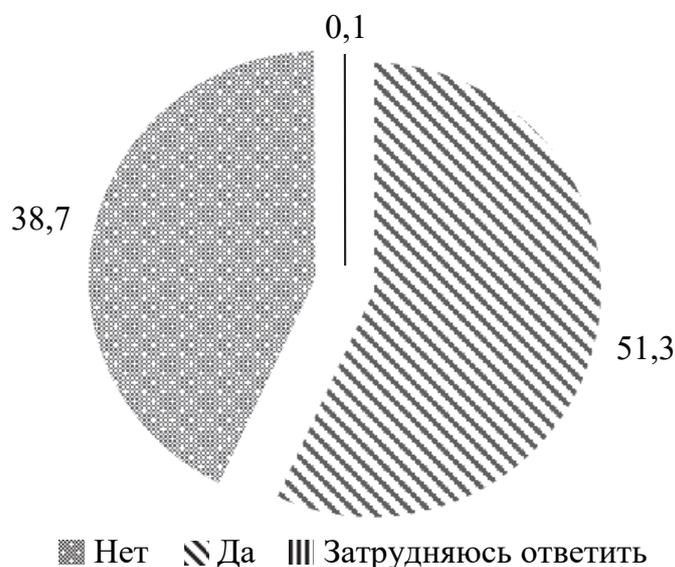


Рис. 84. Результаты ответа на вопрос «Посещали ли вы библиотеку в течение последних 12 месяцев?»

При этом традиционно слились в своем единстве две такие знаковые фигуры белорусской литературы, как Я. Купала и Я. Колас, т. е. разграничить произведения этих авторов для респондентов оказалось затруднительно.

Регистрация в Государственном реестре

По состоянию на 1 января 2024 г. в Государственном реестре издателей, изготовителей и распространителей печатных изданий в качестве распространителей зарегистрировано 2138 субъектов хозяйствования, 72 из них зарегистрировано в 2023 г.

Среди зарегистрированных: 157 (7,3% от общего числа) — предприятия государственной формы собственности; 1981 (92,7% от общего числа) — организации негосударственной формы собственности. Из указанных 2138 субъектов 1129 — юридические лица, 1009 — индивидуальные предприниматели (52,8 и 47,2% от общего числа соответственно).

947 субъектов находятся в г. Минске (44,3% от общего числа зарегистрированных в реестре), 1191 субъект (55,7%) осуществляют деятельность по распространению книжной и иной печатной продукции в областях.

Динамика регистрации в Государственном реестре в 2013–2023 гг. показывала увеличение числа распространителей из регионов, начиная с 2017 г. наблюдается более активное вхождение на книжный рынок республики столичных предпринимателей.

В регионах подавляющее число распространителей — индивидуальные предприниматели, имеющие небольшие по размерам торговые объекты — места на рынках, павильоны, киоски, палатки, лотки, имеющиеся магазины чаще всего небольшого размера, где реализация книги используется с целью расширения ассортиментного перечня для привлечения дополнительных покупателей.

Столичные распространители для реализации печатной продукции чаще применяют магазинный формат торговли.

В настоящее время 164 распространителя печатных изданий (7,7% от общего числа) реализуют книжную и иную печатную продукцию, используя глобальную компьютерную сеть Интернет.

Среди наиболее крупных распространителей, имеющих собственную розничную сеть, следует отметить ОАО «Белкнига», РУП «Белсоюзпечать», торговые структуры потребкооперации, сеть книжных магазинов «OZ».

В настоящее время ОАО «Белкнига» насчитывает 89 торговых объектов — 82 магазина, 4 павильона, 3 киоска.

Из общего количества указанных торговых объектов 53 расположены в г. Минске и пяти областных центрах, 36 — в районных городах и поселках городского типа.

Важнейшим направлением деятельности ОАО «Белкнига» является реализация задач государственной информационной политики в части формирования национального книжного рынка в строгом соответствии с законодательством, общественно-политическими приоритетами, традиционными ценностями белорусского народа.

Предприятие проводит последовательную работу по реализации продукции государственных издательств, в том числе социально значимой литературы.

Ведется постоянная работа по активизации реализации бумажно-беловой продукции организаций Мининформа.

Все более востребованным становится интернет-магазин ОАО «Белкнига». С целью повышения конкурентоспособности книг, реализуемых посредством интернет-торговли, действует скидка в размере 10% к сформированной розничной цене.

Особое внимание уделяется продвижению книжной продукции государственных издательств в социальных сетях. Для этого

создается рекламный контент, используются современные инструменты продвижения. С учетом специфики аудитории разных каналов (сайт, Instagram, Telegram) регулярно публикуется информация об акциях и мероприятиях, проводимых ОАО «Белкнига».

По состоянию на 1 января 2024 г. РУП «Белсоюзпечать» насчитывает 808 торговых объектов, в число которых входит 261 павильон, 28 магазинов, 462 киоска, а также 57 торговых объектов, расположенных в административных зданиях.

В 2023 г. торговая сеть предприятия пополнилась 28 многофункциональными нестационарными торговыми объектами как в г. Минске, так и в областных филиалах предприятия (3 — г. Минск, 4 — Минская область, 11 — г. Могилев, 1 — г. Брест, 6 — г. Гомель, 3 — г. Витебск).

Во всех объектах предприятия широко представлен ассортимент бумажно-беловой продукции, товаров с государственной символикой, а также периодических изданий и книжной продукции ведущих редакций и издательств Республики Беларусь.

В 2023 г. предприятие сместило акцент с маркетинговой стратегии на рекламную деятельность за счет установки дополнительных рекламных конструкций (в том числе мультимедийных). В 2023 г. приобретены и установлены 10 видеомониторов (Минск — 6 шт., Брест — 2 шт., Витебск — 2 шт.) и 12 лайтпостеров (Минск — 10 шт., Брест — 2 шт.).

Практическая часть

Упражнение 20

Исследуйте сайт книжного магазина, проведите анализ его структуры, функциональности и контента с целью определения его качества и удобства для пользователей.

Ссылки на сайты книжных магазинов Республики Беларусь

Allbook.by – <https://allbook.by>

BestBooks – <http://books.shop.by>

Biblio.by – <https://biblio.by>

Booklover – <https://mybooks.by>

LikBez.by – <https://www.likbez.by>

Mybooks – <https://mybooks.by>

OZ.by – <http://oz.by>

Академическая книга – <http://www.akademkniga.by>

Белкнига – <https://belkniga.by>

БукваЕшка – <https://bukvaeshka.by>

Буквариум – <https://bookvarium.by>

Читатель.by – <https://chitatel.by>

Читай-мечтай – <https://chitai-mechtai.by>

Ссылки на сайты книжных магазинов Российской Федерации

Альпина книги – <https://alpinabook.ru>

Буквоед – <https://www.bookvoed.ru>

Подписные издания – <https://www.podpisnie.ru>

Республика – <https://www.respublica.ru>

Читай-город – <https://www.chitai-gorod.ru>

Этапы выполнения работы.

1. Сбор общей информации о сайте книжного магазина: краткая характеристика назначения сайта, его цели, адрес в интернете, наличие сведений о контактных данных магазина, страницах в социальных сетях, информации о категориях товаров.

2. Анализ структуры сайта: наименование страниц сайта, их характеристика и логическая последовательность, доступность всех элементов сайта, удобство навигации.

3. Оценка функциональности сайта: возможность выбора товара по категориям, поиск по ключевым словам, сравнение товаров, добавление товаров в корзину (в избранное), оформление заказа, возможность оплаты и доставки, оценка удобства использования сайта на различных устройствах и разрешениях экрана.

4. Характеристика контента сайта: полнота и качество информации о товарах, наличие отзывов и рейтингов, актуальность данных о стоимости продукции, предлагаемых акциях и скидках, использование рекламы.

5. Исследование дизайна сайта: анализ логотипа, цветового решения, шрифтового оформления и других элементов фирменного стиля, наглядность иллюстрационного сопровождения, анимационного обеспечения.

6. Обобщение результатов анализа сайта, определение его достоинств и недостатков, разработка рекомендаций по улучшению функциональности, структуры и контента сайта для повышения эффективности работы книжного магазина.

Результаты работы представьте в Microsoft Word с фактическим подтверждением результатов анализа.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ВЫПУСКЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ. ТЕМАТИЧЕСКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Теоретическая часть

Классификация изданий по видам

Виды изданий по периодичности (ГОСТ 7.60–2021 «Издания. Основные виды. Термины и определения»).

Непериодическое издание — издание, выходящее однократно, не имеющее продолжения.

Сериальное издание — издание, выходящее в течение времени, продолжительность которого заранее не установлена, как правило, нумерованными и (или) датированными выпусками (томами), имеющими одинаковое заглавие.

Периодическое издание — сериальное издание, выходящее через определенные промежутки времени, как правило, с постоянным для каждого года числом номеров, не повторяющимися по содержанию, однотипно оформленными, нумерованными и (или) датированными выпусками, имеющими одинаковое заглавие.

Периодические издания могут быть ежедневными, еженедельными, ежемесячными, ежеквартальными, ежегодными.

Продолжающееся издание — сериальное издание, выходящее через неопределенные промежутки времени, по мере накопления материала, не повторяющимися по содержанию, однотипно оформленными, нумерованными и (или) датированными выпусками, имеющими общее заглавие.

Виды периодических и продолжающихся изданий

Газета — периодическое газетное издание, выходящее через непродолжительные интервалы времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу.

По месту выпуска и распространения различают: международную, общероссийскую, республиканскую, в том числе автономных областей, краевую, областную, городскую, районную, низовую газеты.

Газета может также выпускаться в течение короткого времени, ограниченного определенным мероприятием.

Газета может иметь приложение (приложения).

Общеполитическая газета — газета, систематически освещающая вопросы внутренней и внешней политики страны, а также международную жизнь.

Специализированная газета — газета, систематически освещающая отдельные проблемы общественной жизни, науки, техники, культуры и других областей деятельности и адресованная определенным категориям читателей.

Журнал — периодическое журнальное издание, имеющее постоянную рубрику и содержащее статьи или рефераты по различным вопросам и/или другие виды публикаций.

Классификация журналов по видам:

- *литературно-художественный журнал* — журнал, содержащий произведения художественной литературы, а также публицистические и критические статьи и материалы;

- *общественно-политический журнал* — журнал, содержащий статьи и материалы актуальной общественно-политической тематики, предназначенный для широких кругов читателей;

- *научный журнал* — журнал, содержащий статьи и материалы о теоретических исследованиях, а также статьи и материалы прикладного характера, предназначенные для научных работников. В зависимости от целевого назначения научные журналы подразделяют на научно-теоретические, научно-практические и научно-методические;

- *научно-популярный журнал* — журнал, содержащий статьи и материалы об основах наук, о теоретических и/или экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и практической деятельности, служащий распространению знаний и самообразованию;

- *производственно-практический журнал* — журнал, содержащий статьи и материалы по технологии, технике, экономике, организации производства или практической деятельности, методические разработки, предназначенный для работников определенной отрасли;

- *популярный журнал* — журнал, содержащий статьи и материалы по различным вопросам и предназначенный для широких кругов читателей;

• *реферативный журнал* — периодическое реферативное издание, официально зарегистрированное в качестве журнала.

Бюллетень — периодическое или продолжающееся издание, выходящее оперативно, содержащее краткие официальные материалы по вопросам, входящим в круг ведения выпускающей его организации.

Периодические бюллетени имеют, как правило, постоянную рубрику.

В отдельных случаях бюллетени могут выпускаться в течение короткого времени, ограниченного определенным мероприятием.

По целевому назначению бюллетени подразделяются на нормативные, рекламные, справочные.

Календарь — периодическое справочное издание, содержащее последовательный перечень дней, недель, месяцев данного года.

Календари могут быть ежегодниками, ежемесячниками, еженедельниками, могут содержать дополнительные сведения.

Календарь знаменательных дат — календарь-ежегодник, ежеквартальник, ежемесячник, еженедельник, включающий выборочный перечень дней года, связанных с памятными событиями и сведениями об этих событиях.

Календарь книжного типа — календарь-ежегодник, выходящий в виде книжного издания, содержащий материалы, подобранные в соответствии с определенной тематикой и/или читательским адресом.

Отрывной/перекидной календарь — календарь-ежегодник настенной или настольной формы, в котором на каждый день (неделю, месяц) отведены отдельные отрываемые/перекидываемые листки.

Табель-календарь — календарь-ежегодник в виде листового издания, содержащий перечень дней года, расположенных по месяцам в форме таблицы.

Современные тенденции в выпуске периодических СМИ

На 1 февраля 2024 г. в Республике Беларусь в Государственном реестре СМИ зарегистрировано 916 печатных СМИ. Из них газеты — 368 наименований, журналы — 533 наименования, бюллетени — 14 наименований, каталог — 1 наименование. При этом государственные виды печатной продукции составляют

400 наименований (199 — газеты, 191 — журналы и 10 — бюллетени) и негосударственные представлены 516 наименованиями (169 — газеты, 342 — журналы, 4 — бюллетени и 1 — каталог).

Представляет интерес также ситуация на рынке региональных интернет-СМИ Республики Беларусь. В стране зарегистрировано 199 государственных печатных СМИ (177 районных, 10 областных, 12 городских газет), учредителями которых являются местные органы власти. По состоянию на 1 января 2024 г. общий разовый тираж государственной региональной прессы составил 864,7 тыс. экз., что незначительно ниже уровня предыдущих лет.

В сегменте печатных СМИ Республики Беларусь в последние годы произошли кардинальные структурные изменения. На базе газет «Советская Белоруссия» и «Звезда» созданы укрупненные информационные структуры. Это позволило консолидировать организационно-ресурсный, финансовый потенциал, снизить издержки, оптимизировать редакционно-издательские процессы. Приоритетным трендом развития медиасистемы стало появление СМИ, «обладающих свойствами мультиканальной дистрибуции, мультиплатформенного производства и мультимедийного контента».

Учреждение Администрации Президента Республики Беларусь «Издательский дом «Беларусь сегодня» представляет собой крупный медиахолдинг, в состав которого входят газеты «СБ. Беларусь сегодня», «Народная газета», «Рэспубліка», «Сельская газета», «Знамя юности», «Голас Радзімы», «The Minsk Times», журналы «Спецназ» и «Belarus». В структуре объединенной редакции также есть интернет-телевидение «Твое сегодня» и радиостанция «Альфа Радио».

Количество посетителей интернет-портала «СБ. Беларусь сегодня» (<https://sb.by>) составляет до 50–60 тыс. в день. Создано мобильное приложение для планшетов и смартфонов на базе платформы Android. Общее количество подписчиков портала в социальных сетях превышает 20 тыс. Тираж печатного издания составляет более 400 тыс. экз., это самая тиражная газета в стране. В роли авторов блогов, которые публикуются на сайте sb.by, часто выступают журналисты газеты. Число просмотров материалов портала «СБ» на YouTube превышает 1 млн. В управлении интернет-проектов работает шесть журналистов.

В состав «Издательского дома «Звезда» входят периодические издания: газета «Звезда», еженедельник «Літаратура і мастацтва», литературно-художественные журналы «Полымя», «Маладосць»,

«Нёман», «Бярозка», сатирический журнал «Вожык», экологический журнал «Родная прырода», женский журнал «Алеся», а также книжное издательство.

Создана новая версия портала газеты «Звязда» (<https://zviazda.by>), которая отличается использованием современных технологий визуализации (фотогалереи, видеосюжеты, инфографика). Это единственная ежедневная белорусскоязычная газета в стране. Тираж «Звезды» составляет около 20 тыс. экз. Посещаемость сайта — около 1,5–2 тыс. уникальных посетителей в сутки.

Интернет-отдел газеты работает 16 часов. В обязанности отдела входит наполнение новостной ленты (новости страны и мира, которые планируются до 22.00 включительно), размещение материалов журналистов, подготовленных специально для интернет-версии, продвижение газеты в социальных сетях, размещение PDF-версии.

На новом сайте zviazda.by появились также разделы «Видео» и «Инфографика». Регулярно размещаются видеорепортажи с «круглых столов», которые проводятся в редакции. Также сотрудники интернет-отдела самостоятельно создают инфографику. Это, например, советы о том, как справиться с простудой. Общее количество просмотров этой публикации составило около 1450. Самой же популярной (по просмотрам) стоит считать инфографику, приуроченную к вручению премии «Оскар». Она собрала более 1600 просмотров и вошла в топ-10 самых читаемых материалов сайта.

Таким образом, белорусские издательские холдинги предпринимают массу усилий по оптимизации и модернизации медиапроизводства, нередко успешные. В частности, они широко используют мультимедийные технологии создания и распространения контента печатных СМИ, что придает им привлекательность у аудитории и рекламодателей. В то же время продолжается тенденция снижения тиражей у большинства печатных СМИ. Так, общий разовый тираж газеты «Рэспубліка» за прошлый год уменьшился с 30,3 до 26,4 тыс. экз., «Народной газеты» — с 26,6 до 26,2 тыс. экз., газеты «Звязда» — с 22,8 до 20,1 тыс. экз., «Сельской газеты» — с 25,8 до 22,5 тыс. экз. Среднегодовое снижение тиражей республиканских массово-политических печатных СМИ составляет 5–10%, у некоторых изданий — до 15%.

При рассмотрении эффективности интернет-СМИ надо ориентироваться на несколько другие показатели, чем тираж. Это количество уникальных посетителей сайта, цитируемость, частота

обновления, структура трафика из различных источников, количество просмотренных страниц, время пребывания на сайте, позиции в рейтингах («Акавита», LiveInternet, Mail.ru), наличие профилей в социальных сетях; удобство просмотра на мобильных устройствах.

В областной газете «Гомельская праўда» создана интегрированная интернет-редакция. Необходимость менять редакционную модель была вызвана усилением конкуренции со стороны новых медиа. Сайт <https://gp.by> стал информационным порталом «Правда Гомель». Согласно сервису статистики «Яндекс.Метрика», ежедневно его посещает более 8 тыс. человек. В структуре трафика 35% занимают переходы из социальных сетей, 29% — из поисковых систем, 25% — прямые заходы. С персональных компьютеров сайт посещает 52% аудитории, 42% заходит со смартфонов и только 5% с планшетов. Глубина просмотра составляет 2,04 страницы, а среднее время, проведенное посетителями на сайте, составляет 2,5 минуты. Это достаточно неплохие показатели.

Сайт gp.by имеет на главной странице крупные визуальные блоки, посвященные главным материалам. О приоритете сайта и вторичности газеты свидетельствует и значительное усиление позиций в социальных медиа. Портал «Правда Гомель» завел аккаунты в четырех социальных сетях, где у него в общей сложности более 25 тыс. подписчиков. Основной акцент газета делает на продвижении во «ВКонтакте», где организуются различные конкурсы. Редакция заботится о воспитании лояльной читательской аудитории. Значительную конкуренцию порталу газеты «Гомельская праўда» составляет частный сайт «Сильные Новости» (<https://gomeltoday.by>). В среднем просматривается 100 тыс. страниц в сутки, количество уникальных посетителей за 24 часа достигает 35 тыс. У сайта более 85 тыс. подписчиков в социальных сетях.

В Брестской области самые успешные сайты (от 600 до 3500 посетителей в сутки) имеют газеты «Наш край», «Полесская правда», «Раенныя будні». Средние показатели посещаемости (от 200 до 500 посетителей) отмечены на сайтах газет «Савецкае Палессе», «Драгічынскі веснік», «Кобрынскі веснік», «Пінскі веснік», «Навіны Палесся». В качестве наиболее удачного примера того, как внедряются в местных газетах новые цифровые технологии, какими темпами идут процессы медиаконвергенции и насколько они соответствуют тенденциям развития современных СМИ, мы можем привести сайт барановичской объединенной газеты «Наш край».

Доменное имя nashkraj.by было зарегистрировано в 2009 г., тогда же был создан сайт газеты. До января 2015 г. он представлял собой электронную версию печатного издания, после чего был кардинально переделан. Сегодня сайт ежедневно посещает около 3 тыс. человек. Поменялись как дизайн и верстка, так и сама организация выпуска интернет-СМИ. Печатное издание уже не выкладывается полностью на сайт, как раньше. Существует самостоятельная интернет-версия. На сайте размещается мультимедийный контент (фото- и видеоматериалы). Журналисты сами готовят публикации для интернета. Заголовки и тексты адаптируются для размещения на сайте. Активнее ведется работа по наращиванию лояльной аудитории в социальных сетях «ВКонтакте» (более 4200 подписчиков), «Одноклассники» (около 2400 подписчиков) и Facebook (около 200 подписчиков).

Добавим, что газета «Наш край» работает в конкурентной среде. В Барановичах выходит частная газета «Intex-Press», и ее сайт (<https://intex-press.by>) ежедневно посещают более 7 тыс. человек. Редакция позиционирует веб-ресурс как барановичский новостной портал. Значительное внимание уделяется визуализации, на сайте имеется постоянно обновляемый раздел «Мультимедиа». Редакция активно наращивает присутствие в социальных сервисах, среди которых также Twitter, YouTube, Instagram. В целом можно отметить, что присутствие на медиарынке столь сильного игрока пошло на пользу газете «Наш край».

Сайт районного издания часто становится площадкой для дискуссий по актуальным проблемам. Практикуются опросы и обсуждение проблем на сайтах, интернет-опросы. Интернет-ресурсы отличаются от традиционных средств массовой информации тем, что там не только содержатся журналистские материалы, но и публикуются комментарии пользователей. Анализ качества обратной связи на сайтах региональных газет Брестской области показал, что активность аудитории в ряде случаев весьма высокая. В частности, на сайте газеты «Раенныя будні» (<https://budni.by>), начиная с января 2010 г., оставлено более 7000 комментариев, причем они публикуются без предварительной модерации. Площадкой для дискуссий стали и некоторые другие веб-ресурсы газет.

При этом отметим, что с 1 января 2015 г. вступила в силу новая редакция Закона Республики Беларусь «О средствах массовой информации». Принципиальной и основной новацией является

распространение его действия на информационные ресурсы, размещенные в глобальной компьютерной сети Интернет. Никаких разрешительных процедур, в том числе государственной регистрации для этих ресурсов не требуется. Вместе с тем новый Закон наделил интернет-ресурсы правами и обязанностями средств массовой информации. Это означает, что интернет-ресурсы теперь несут ответственность за размещенную в сети информацию. Более того, их владельцы отвечают и за комментарии на сайте. Закон предусматривает ограничение доступа к продукции интернет-СМИ в случае вынесения его владельцу в течение года двух и более письменных предупреждений.

Понятно, что задачи тех сотрудников редакции, которые отвечают за выпуск СМИ, в новых условиях не только меняются, но и значительно усложняются. Организация конвергентной редакции требует перестройки редакционной структуры. При появлении новых форматов возникает необходимость в таких специалистах, как мобильный журналист, редактор инфографики, редактор социальных медиа, мультимедийный продюсер и др. В содружестве с журналистами они создают новые форматы подачи контента (мультимедийная статья, таймлайн, тест, коллаж, коуб, информационная карта, текстовая трансляция, видеосюжет, аудиоподкаст, анимация и др.).

На современном этапе ключевая задача отрасли состоит в обеспечении медиасферы страны квалифицированными специалистами в области современных интернет-коммуникаций. В общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Профессии рабочих и должности служащих» в 2011 г. введена должность «Редактор интернет-ресурса». В то же время она имеется не во всех редакциях региональных СМИ из-за отсутствия необходимых ставок. До сих пор многие сайты представляют собой «клоны» газет. Ряд региональных СМИ просто копирует на своих сайтах материалы «родительских» изданий. Посещаемость таких веб-ресурсов остается невысокой. За их функционирование, как правило, отвечают технические редакторы, не имеющие журналистского образования и соответствующей подготовки в сфере веб-журналистики.

Довольно значимая тенденция, на которую хотелось бы обратить внимание, — это стремительный рост количества пользователей мобильного интернета. Смартфоны стали ключевой точкой входа в интернет, российская и зарубежная статистика подтверждает этот факт. Крупные зарубежные сайты, такие как The Guardian

и The New York Times, уже генерируют основной трафик с мобильных устройств. Пока что новости в Республике Беларусь читают в основном с экранов стационарных компьютеров и ноутбуков, однако новый тренд уверенно набирает силу.

Рассмотрим подробнее особенности поведения мобильной аудитории на примере ряда сайтов, входящих в топ-30 рейтинга LiveInternet в категории «Новости и СМИ». Так, у сайта газеты «Комсомольская правда» в Беларуси» (<https://www.belarus.kp.ru>) доля мобильного трафика в марте 2023 г. составила 23,3% (Android — 17,6%, iOS iPhone — 3,4%, OS iPad — 2,3%). На сайт газеты «Аргументы и факты» в Беларуси» (<https://aif.by>) с мобильных устройств заходили 30,3% читателей. Доля мобильной аудитории сайта издания «Наш край» (<https://nashkraj.by>), находящегося на 25 месте в рейтинге, в сентябре достигла 33,2%.

Присутствие интернет-СМИ в мобильном веб-пространстве возможно в нескольких форматах. Первый — неадаптированный сайт. Есть мнение, что пользователи будут меньше посещать его, если он не приспособлен для мобильных устройств. Второй — сайт с адаптивным дизайном. В этом случае сайт корректно отображается на различных устройствах и динамически подстраивается под заданные размеры окна браузера. Третий — отдельная мобильная версия сайта с перенаправлением мобильных пользователей на специальный поддомен. Четвертый формат — мобильное приложение для одной из основных платформ (Android, iOS и их вариаций).

Перспективной платформой для развития интернет-СМИ можно назвать мобильные приложения на базе основных платформ Android, iOS. Однако этот рынок в Республике Беларусь до сих пор остается малоразвитым. Лишь некоторые интернет-издания разработали свои приложения. Это, в частности, Kraj.by, Vborisove.by. Среди печатных СМИ приложения создали «СБ. Беларусь сегодня», журнал «Большой» и газета «Аргументы и факты» в Беларуси». В сегменте аудиовизуальных СМИ отметим «Радио Мир», «Unistar», «Новое радио», «Радио Aplus». Безусловно, мобильные приложения можно отнести к новому формату СМИ, однако их потенциал в Беларуси пока остается раскрытым не в полной мере.

Переход аудитории со стационарных компьютеров на планшеты и смартфоны не только привел к появлению новых форматов сайтов и приложений, но и оказал влияние на принципы создания журналистских материалов. Сегментированный и компактный

текст воспринимается лучше. Становятся популярными форматы, нацеленные на активное взаимодействие с аудиторией, в частности мультимедийные тесты. Использование специального сервиса Playbuzz позволяет СМИ создавать интерактивный контент, например тесты или викторины.

Таким образом, системные характеристики СМИ Республики Беларусь меняются под воздействием технологических факторов. Газеты значительно уменьшили свои тиражи, и эта тенденция сохраняется. Журналисты учатся выстраивать текст в зависимости от канала информации, представлять контент в соответствии с требованиями новых медиа.

Исследование зафиксировало существенные изменения в работе журналистов в условиях новых технологических реалий. В региональных печатных изданиях Республики Беларусь активно идут конвергентные процессы. В этой связи используются новые возможности для совершенствования содержательно-тематической модели сайтов газет и поиска современных форм взаимодействия с аудиторией. Кроссмедийные компетенции журналистов обусловлены умением выстраивать текст в зависимости от возможности канала информации, представлять контент в соответствии с техниками новых медиа, работать с технологической инфраструктурой. Успешное освоение медиасферы интернета взаимосвязано с совершенствованием финансовой, экономико-правовой, содержательной, композиционно-графической, творчески-организационной моделей редакций. Недостаточные темпы внедрения в практику работы интернет-СМИ конвергентных решений обусловлены экономическими проблемами редакций, неэффективным менеджментом, недостаточной обеспеченностью квалифицированными кадрами.

Газеты «Звезда» и «СБ. Беларусь сегодня», старейшие и крупнейшие периодические печатные издания в нашей стране, в своем развитии отражают тенденции, характерные для современного состояния печатного рынка периодических изданий Республики Беларусь в целом. К основным из них можно отнести создание медиахолдингов. Экономические процессы и явления, затрагивающие современную медиаиндустрию по всему миру, способствуют концентрации СМИ, позволяя тем самым усовершенствовать процесс производства и распространения продукции, концентрировать творческий потенциал и оптимизировать техническую

составляющую функционирования периодики, перераспределять доходы, позволяя менее прибыльным изданиям выживать за счет более крупных и стабильных, а в данном случае и обеспечить экономии бюджетных средств, поскольку оба холдинга являются государственными структурами. В Республике Беларусь существует несколько организаций, объединяющих различные типы СМИ (Белтелерадиоккомпания, холдинг БелТА, УП «Агентство «Минск-новости» и др.), однако «Звезда» и «СБ. Беларусь сегодня» представляют собой структуры, в состав которых входят непосредственно периодические издания.

Деятельность «Издательского дома «Звезда» ориентирована на популяризацию культурологической и краеведческой тематики, выпуск художественной, детской и научно-популярной литературы.

Большинство русскоязычных ежедневных общественно-политических республиканских газет составляют структуру холдинга «Беларусь сегодня», основанного в 2013 г. («СБ. Беларусь сегодня», «Рэспубліка», «Народная газета», «Сельская газета»). Также холдинг выпускает еженедельники «Знамя юности», «Голас Радзімы», «The Minsk Times», «Вести потребительской кооперации», журналы «Спецназ» и «Беларусь», спецпроекты «Союз» и «Союзное вече» (новости Беларуси и России в рамках Союзного государства, выходят в виде приложений к «СБ. Беларусь сегодня»).

В процессе создания обоих медиахолдингов были сохранены бренды всех газет, некоторые из перечисленных изданий функционируют в белорусском информационном пространстве не одно десятилетие.

Еще одна тенденция в современном положении периодических изданий — это переход в мультимедийный формат и формирование нового типа журналистской деятельности — конвергентных редакций.

Активное развитие интернет-технологий кардинальным образом изменяет медийное пространство, способствуя изменению и самого характера журналистского труда, и организации редакционной деятельности. От традиционного корреспондента сейчас требуется не только собрать информацию и написать материал, но и визуализировать контент информационного продукта, представить как печатную, так и онлайн-версию события, уметь создавать текст, читабельный в сети и способный получать комментарии и отзывы на сайте и в соцсетях. Интернет-подписка, представление

версии номера в PDF-формате, новостные инфоблоки, структурированная система подачи информации на сайте, возможность поиска в архивных материалах, продвижение в соцсетях — все эти функции достаточно активно используются обеими медиаструктурами для успешного конкурентирования собственного информационного продукта не только на традиционном рынке, но и в интернет-пространстве.

Отдельно можно выделить такую современную особенность состояния периодической печати, как жанровая трансформация современной прессы.

Основу современной периодики составляют новости. Количество и объем инфоповодов и источников их представления зачастую дезориентируют современного читателя (слушателя, зрителя), вырабатывая фрагментарное восприятие действительности. В то же время технологии позволяют практически каждому активному пользователю интернета создавать собственный информационный контент, а зачастую и выступать в роли журналиста-любителя. Авторская журналистика в целом либо исчезает со страниц периодики, либо вынуждена трансформироваться. Одним из примеров такого рода изменений является ведение профессиональными журналистами блогов на сайтах изданий и уход в колумнистику как форму авторского комментария и осмысления событий и процессов. Стоит отметить активное использование такого рода форм журналистами «СБ. Беларусь сегодня» (колонки Т. Азанович, М. Северьяновой, В. Волчкова, М. Друк, А. Захарова, А. Микула; весьма близкие по формату к колонкам, хотя и представленные разными авторами ежедневные рубрики «В мире» «В стране» «Во мне»; итоговая рубрика «5 событий недели глазами...») и «Звезды» (рубрики Е. Левкович, С. Бусько, С. Яскевич). Хотелось бы, однако, более активной представленности авторских блогов журналистов «Звезды» на сайте газеты.

Еще одной тенденцией на рынке периодических изданий выступает рубрикация и тематическая дифференциация контента.

Большинство ежедневных изданий сегодня придерживается принципа планирования и выпуска тематических приложений по дням недели. В «СБ. Беларусь сегодня» это «Союз Беларусь — Россия» в четверг, «Субботний собеседник», «Дамский клуб» по средам, в «Звезде» — многочисленные приложения социальной и культурологической тематики («Мясцовае самакіраванне», «Союз

Евразия», «Фарпост спакою», «Карані і کرونا», «Краіна здароўя», «Алімпіец», «Сямейная газета», «Чырвоная змена», «Жырандоля», «Ігуменскі тракт» и др.), которые также структурированы по времени выхода. Четкая композиционно-графическая модель значительно упрощает поиск необходимых, актуальных и просто любопытных читателю сведений. Наиболее популярными у аудитории чаще всего являются итоговые номера недели.

Результаты социологических исследований, проведенные Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь в 2022 г., свидетельствуют: «Покупать или выписывать еженедельники предпочитают более половины читающих газеты граждан (54,6%). Издания, которые выходят практически ежедневно (не реже пяти раз в неделю), приобретают 27,1% респондентов». Согласно данным этого же опроса, «еженедельные издания наиболее популярны среди молодежи до 30 лет и респондентов 50–59 лет (в среднем по 61,8%), менее всего они интересны читателям в возрасте 60 лет и старше (44,4%). Женщины обращаются к ним несколько чаще, чем мужчины (57,6 и 50,4% соответственно), горожане чаще, чем сельчане (58,2 и 44,0%). Наибольшим спросом они пользуются у граждан с образованием не ниже среднего (в среднем по 55,9%), наименьшим — среди тех, кто получил неполное среднее образование (44,6%). Ежедневную прессу в большей степени читают респонденты 40–49 лет и от 60 лет (в среднем по 35,0%), в меньшей — молодежь (14,7%). Сельские жители чаще, чем городские, входят в ее аудиторию (45,2 и 21,0%). В зависимости от уровня образования различий не выявлено». Таким образом, остается актуальным вопрос о целесообразности существования печатной версии изданий в формате выхода 5 раз в неделю и переходе к еженедельникам как более востребованному типу газеты.

Краткая характеристика презентаций

Компьютерная презентация представляет собой набор слайдов (электронных страниц), последовательность показа которых может меняться в процессе демонстрации презентации. Презентация является мультимедийным документом; каждый слайд может включать в себя различные формы представления информации (текст, таблицы, диаграммы, изображения, звук, видео), а также анимацию появления объектов на слайде и анимацию смены слайдов.

Презентации обычно используются при выступлениях на конференциях и семинарах, при объяснении нового материала на занятиях, в качестве наглядного сопровождения результатов дипломного исследования, они могут выступать также в качестве самостоятельных электронных документов.

Для этих целей могут использоваться документы разных программ, например Word или FrontPage, которые изначально применяются в других областях, тогда как существует специализированная программа — PowerPoint.

Наиболее распространенные причины неэффективного использования слайдов в процессе презентационного показа заключаются в неправильной структуре и оформлении.

Общие рекомендации для составления слайдов презентации

При создании презентации необходимо учитывать общие рекомендации, которые должны соблюдаться при составлении слайдов любой разновидности. Следующие рекомендации, сформулированные на основе анализа и обобщения материалов теоретических и эмпирических исследований, а также практических руководств по составлению слайдов, могут значительно улучшить практику проведения презентационного показа.

1. Каждый слайд должен быть необходим. На слайд выносится та информация, которая без зрительной опоры воспринимается хуже.

2. Слайды должны дополнять или обобщать содержание выступления или его частей, а не дублировать его. Другими словами, текст или изображения, выносимые на слайд, должны не буквально повторять содержание какой-либо части выступления, а обобщать, структурировать или иллюстрировать ее.

3. Аудитория должна четко представлять, к какой именно части выступления относится слайд, поэтому каждый слайд должен иметь заголовок. Заголовок должен отражать основное содержание слайда, а не структурную часть презентации, и состоять из 3–5 слов, причем эти слова должны составлять не законченное предложение с подлежащим и сказуемым, а фразу.

4. Информация на слайдах должна быть изложена кратко, четко и хорошо структурирована.

5. Нельзя перегружать слайд информацией, поэтому сложные схемы и списки целесообразнее разбить на несколько слайдов, при

этом на втором слайде необходимо повторить заголовок первого с пометкой «продолжение» или пронумеровать эти два слайда.

6. Текст списков должен состоять из однородных грамматических структур: так, если главное слово первого подпункта списка — существительное, то остальные подпункты лучше построить так же.

Существует два основных типа слайдов, обычно используемых при презентационном показе: текстовые слайды и слайды данных (таблицы, кривые, различные виды диаграмм и т. д.), поэтому при составлении слайдов каждого типа необходимо учитывать их особенности.

Текстовые слайды. Как становится понятно из их названия, текстовые слайды содержат текст, как правило, в виде списков. При составлении слайдов этого типа рекомендуется соблюдать следующие правила:

- на слайдах следует использовать не полные предложения, а словосочетания;
- оптимальное количество строк на слайде — 4–5, и в любом случае не больше 7 строк, включая заголовок;
- количество слов в строке не должно превышать 7;
- допускается вынесение на слайды полных предложений, если это цитаты или определения, без которых нельзя обойтись для полного раскрытия темы, но они не должны быть слишком длинными, так как их чтение отнимет у аудитории и без того ограниченное время, и слишком сложно построенными. Рекомендуется, чтобы таких слайдов было не больше одного в течение 5–7-минутной презентации и двух в течение 12–15-минутной.

Слайды данных. На слайдах нельзя использовать сложные таблицы с множеством колонок и строк, и вообще не рекомендуется использовать таблицы. Таблицы, приводимые в научной работе, в устной презентации лучше заменять на схемы, которые более точно и четко отражают связи между объектами исследования. Если без них все-таки нельзя обойтись, то количество колонок и строк в таблице не должно превышать четыре, величина пробелов между колонками должна быть примерно равна величине колонок, чтобы текст зрительно не сливался. В противном случае содержание этой таблицы перестает восприниматься слушателями презентации. К наиболее часто используемым типам схем относятся: столбиковые диаграммы, круговые диаграммы, точечные диаграммы (диаграммы рассеивания) и кривые.

Для привлечения и удержания внимания аудитории целесообразно применять комбинацию обоих типов слайдов, если материал это позволяет.

Каждую из перечисленных выше разновидностей слайдов нужно применять в определенных случаях:

- текстовые слайды используются для отражения классификаций и списков. Они удобнее, если на слайды нужно вынести содержание презентации, цели исследования, использованные методы, возможные результаты, выводы и т. д.;
- при отображении процентных соотношений лучше использовать круговые диаграммы;
- столбиковые диаграммы (вертикальные или горизонтальные) хорошо иллюстрируют сравнения, изменения во времени или частоту;
- вертикальные столбиковые диаграммы и диаграммы рассеивания (точечные диаграммы) идеальны для демонстрации соотношения;
- кривые хорошо иллюстрируют изменения во времени.

Выделяют следующие общие рекомендации к оформлению слайдов.

1. Слайды должны быть ориентированы горизонтально; при вертикальной ориентации место на слайде используется неэффективно.

2. Необходимо использовать более крупный размер шрифта для заголовков и более мелкий — для текста слайдов, причем шрифт в заголовках и тексте слайдов должен быть один.

3. Для выделения следует использовать жирный шрифт или цвет, а не курсив, подчеркивание или набор слов заглавными буквами, поскольку они значительно хуже воспринимаются. Заглавные буквы можно использовать для заголовков или если нужно выделить одно слово в тексте слайда.

4. Количество различных шрифтов не должно быть больше двух, размер должен быть одинаковым на всех слайдах.

5. Текст на слайдах следует выравнивать по левому краю, оставляя правый край рваным; доказано, что это ускоряет его восприятие.

6. Рекомендуемый стандартный размер шрифта текста слайдов — 22–24, и он ни в коем случае не должен быть меньше. При выборе некоторых типов шрифта и в заголовках приходится применять больший размер (оптимальный размер для заголовков 30–40).

Чтобы точно определить размер шрифта, нужно провести «репетицию» презентации, так как то, что выглядит достаточно разборчиво на экране компьютера, может оказаться слишком мелким на большом экране.

7. Рекомендуемый межстрочный интервал — 1–3.

8. На слайдах не должна использоваться пунктуация в конце фразы или предложения, так как знак препинания заставляет читателя подсознательно сосредоточивать внимание на нем, что отвлекает.

9. При оформлении списков на текстовых слайдах предпочтительно использовать жирные точки, а не цифры, если только список не отражает жесткую последовательность; в последнем случае предпочтительнее цифры.

10. Количество строк на текстовых слайдах не должно превышать 7 вместе с заголовком, количество слов в строке не должно быть более 7, а в заголовке — 5.

11. В столбиковых диаграммах количество столбиков и количество секторов в круговых диаграммах не должно быть больше 7.

12. Предпочтителен единый дизайн на всех слайдах, это дает возможность аудитории сосредоточиться на содержании.

13. Отрезки текста, расположенные на небольшом расстоянии друг от друга, воспринимаются как единое целое, расположенные на большом расстоянии — как принадлежащие к разным смысловым группам.

14. В цветовом оформлении следует использовать контраст и закономерности сочетания цветов. Цвет текста должен резко контрастировать с цветом фона. Стандартное сочетание черного текста на белом или другом очень светлом фоне идеально для хорошо освещенной аудитории, если же аудитория затемнена, лучше использовать светлый текст на черном фоне, например белый на синем или желтый на темно-зеленом. Следует избегать красного цвета в больших количествах — он раздражает глаз, и сочетания красный — зеленый, доказано, что эти цвета не воспринимаются многими людьми.

15. Слайд не должен быть перегружен графическими изображениями и текстом, свободное поле слайда должно быть достаточно большим.

16. Цветовая гамма всех слайдов должна быть единой.

17. Не следует перегружать слайды различными элементами оформления.

18. Не рекомендуется включать в состав слайдов изображения, не несущие смысловой нагрузки. Если аудитория устала, ее целесообразнее «разбудить» не забавной, но неинформативной картинкой или анимацией, а каким-либо другим способом.

19. Прежде чем приступить к разработке слайдов, необходимо выработать их общий дизайн, который будет применяться в качестве шаблона.

20. Полезно использовать следующий алгоритм: оценка аудитории и цели презентации, определение цвета фона и дизайна фона, выбор шрифта, выбор размера и цвета шрифта для заголовка и различных иерархических подуровней текста или подрисуночных надписей, выбор цветового решения различных уровней иерархического деления (например, точки, выделяющие различные подуровни в списке, могут быть разных цветов).

21. При выборе размера шрифта и графических изображений необходимо учитывать размеры комнаты так, чтобы текст хорошо читался из последнего ряда.

22. Связь между картинками на слайдах и его содержанием должна быть легко распознаваемой и не требовать «дешифровки».

23. Слайд не должен содержать грамматических, лексических и орфографических ошибок, поэтому его необходимо тщательно проверить не только с помощью компьютерной программы проверки правописания, которая распознает не все ошибки, но и «вручную».

Особенности оформления слайдов презентации результатов исследования

1. Для представления результатов научного (дипломного) исследования применяется общий порядок слайдов.

Перед началом вашего доклада необходимо поприветствовать всех присутствующих в аудитории словами: «Уважаемые члены Государственной экзаменационной комиссии, уважаемые коллеги, разрешите представить вашему вниманию доклад на тему...». Первый слайд рекомендуется выполнять как титульный слайд, содержащий название темы, имя автора работы и организацию (кафедру), которую представляет выступающий.

Введение. В этой части нужно обосновать необходимость проведения научной (дипломной) работы и ее актуальность. Определить объект и предмет исследования.

План презентации (максимум 5–6 пунктов).

Основная часть (не более 10 слайдов).

Заключения (выводы).

«Спасибо за внимание».

2. На слайды нельзя переносить таблицы, графики, схемы и диаграммы, взятые из письменных источников, их нужно обязательно адаптировать в соответствии с требованиями к слайдам.

3. На слайдах рекомендуются шрифты Verdana или Arial, на раздаточном материале — Times New Roman.

4. Поскольку слайды чаще всего сопровождают выступления на конференциях и симпозиумах, где присутствуют представители различных организаций и учреждений, желательно, чтобы на слайдах присутствовал нижний колонтитул, содержащий название презентации, название организации, номер слайда и дату выступления, — это упрощает последующие обсуждения докладов.

5. Не следует размещать текст на нижних 10% площади слайда — его не будет видно из последних рядов.

6. Графическое оформление слайдов должно быть строгим, анимационные, графические эффекты (картинки Clipart) следует свести к минимуму или исключить их, цветовое решение слайдов не должно включать более 3–4 цветов вместе с цветом фона (исключение составляют диаграммы, где применение большего количества цветов может быть необходимо для понимания), все цвета, кроме цвета букв и линий диаграмм, должны быть не «кричащими» и хорошо сочетаться друг с другом.

7. Не рекомендуется использовать неоднородный цветной фон.

8. Диаграммы и графики не следует усложнять: лучше сделать две простые столбиковые диаграммы, чем одну сложную.

9. Линии графиков и схем должны быть четкими и достаточно толстыми. Расшифровка графиков должна приводиться не в легенде, а на самих кривых.

10. Графики не должны содержать больше трех кривых, и их хорошо выполнять в разных цветах, причем если одни и те же соотношения показываются на разных графиках, то цвета линий кривых нужно сохранять.

11. Диаграммы и графики необходимо подробно комментировать, например: «На этом графике показывается изменение А и В за период с ... по Желтая линия показывает изменение А, а зеленая — изменение В».

12. Один слайд не должен содержать больше двух круговых диаграмм.

13. Если по той или иной причине в ходе презентации нужно дважды показать один слайд, лучше сделать два одинаковых слайда, так как возвращение к одному слайду отнимет много времени.

14. Не следует увлекаться спецэффектами, цветовыми и графическими решениями шаблонов программ по созданию слайдов — они могут быть неграмотно выполненными.

15. Следует помнить, что оформление должно быть очень простым и не демонстрировать аудитории компьютерные навыки выступающего, а помогать аудитории усвоить материал презентации.

16. Нельзя использовать обывательский или профессиональный жаргон.

17. Нельзя использовать аббревиатуры без расшифровки

18. Включать звуковое сопровождение или фильмы можно, но только в том случае, если они необходимы с точки зрения раскрытия содержания и в минимальном объеме.

Использование слайдов

Ключ к эффективному использованию слайдов заключается в понимании того, что они должны производить максимальное воздействие на аудиторию. Отсюда следуют несколько общих практических рекомендаций по демонстрации слайдов.

1. Слайды должны упрощать и облегчать понимание информации, а не дублировать ее.

2. Презентацию не следует начинать с показа слайдов, поскольку внимание аудитории должно быть сконцентрировано на докладчике; каждый слайд нужно представлять своевременно, комментируя его место в презентации, и оперативно менять на следующий.

3. Аудитории нужно дать время на осмысление информации слайда.

4. Объяснение содержания слайдов должно быть четким, понятным и выдержано в достаточно медленном темпе.

5. Стоять предпочтительно лицом к залу или повернувшись к залу вполоборота, так как одной из основных задач при демонстрации слайдов остается поддержание контакта с аудиторией.

6. При демонстрации слайда целесообразно соблюдать следующую последовательность действий: назвать слайд, обрисовать

место отраженного на слайде содержания в структуре презентации, дать слушателям время осмыслить информацию, и только затем начать комментировать слайд.

7. Речь и слайды не должны совпадать, тогда презентация станет «объемной». Речь должна быть более популярна и образна. Слайды должны содержать больше технических подробностей: формулы, схемы, таблицы, графики.

8. Читать текст со слайдов нельзя, тем более что правильно составленный слайд содержит только фразы, обозначающие подтемы выступления, а не весь текст его части.

9. Если выступающий говорит, опираясь на конкретную часть текста или изображения, ему следует пользоваться указкой или специальными функциями компьютерных программ, выделяющими одну часть текста и затемняющими остальные.

10. Если в процессе презентации выступающий замечает, что на слайде допущена ошибка или он недостаточно правильно оформлен, не следует извиняться — это отнимет время, и ошибку заметят все.

11. Последняя «репетиция» должна обязательно включать показ слайдов в окончательном варианте.

12. Слайды в среднем можно показывать с интервалом в 1–2 минуты, и только если это иллюстрация, для восприятия которой не нужно много времени, интервал нужно уменьшить.

13. «Необычные», забавные слайды могут «разбудить» аудиторию, но снижают уровень усвоения материала.

Практическая часть

Упражнение 21

Соберите данные журнального издания (на выбор), проведите анализ его статистических показателей выпуска, определив его функциональное назначение, оцените уровень организации контента.

Для проведения комплексного анализа журнальных изданий можно использовать как электронные, так и печатные варианты журналов.

Ссылка для поиска журналов: <https://all-journals.com>.

Этапы выполнения работы.

1. Сбор данных. В отдельном журнальном издании определите следующие данные:

- тираж журнала (количество экземпляров печатного издания одного названия);
- периодичность выхода;
- целевая аудитория (возраст, пол, географическое положение);
- контент журнала (рубрикация, тематика статей, их объем и размещение в журнале);
- объем (количество страниц);
- отзывы читателей (обратная связь от читателей о качестве контента, дизайне и удобстве использования журнала);
- издания-конкуренты (журнальные издания схожей тематики);
- рекламные материалы (рекламные объявления, графические рекламные блоки, рекламные статьи).

2. Осуществите анализ данных в следующем порядке:

- определение основных тем и направлений публикаций;
- анализ заголовков;
- соответствие иллюстраций заявленным темам;
- оценка качества дизайна и оформления журнального издания (анализ обложки, внутреннего дизайна, типографики, цветовой гаммы, иллюстраций, фотографий).

3. Разработайте предложения по улучшению журнального издания и оптимизации контента для привлечения и удержания читательской аудитории. Это могут быть предложения по изменению формата издания, его содержания или дизайна.

4. Сформулируйте вывод о влиянии различных факторов на статистику печати журнальных изданий, их конкурентоспособность на рынке.

Результаты работы наглядно отразите в презентации, созданной в PowerPoint.

Пример выполнения работы

ДЕТСКИЙ ЖУРНАЛ «МАМИНО СОЛНЫШКО»

1. Сбор данных:

- тираж журнала в Республике Беларусь: ≈25 000 экз.
- периодичность выхода: 1 раз в месяц;
- целевая аудитория: для детей от 2 до 5 лет и их родителей;
- контент журнала: детский журнал «Мамино солнышко» содержит задания с возрастной градацией сложности от 2 до 5, 3 до 5, 4 до 5. Все упражнения подобраны и сбалансированы психологами

и педагогами в игровой форме со сценарием и подсказкой для родителей. Журнал содержит множество ярких и красочных иллюстраций, которые порадуют как самых маленьких, так и взрослых читателей. Постоянные рубрики журнала: упражнения для развития мышления, внимания, памяти, мелкой моторики рук, стихи и сказки, занимательные раскраски, самоделки, игрушки-шнуровки, логические игры, творческие и логические аппликации, полезная страничка для родителей;

– объем журнала: 28 страниц;

– отзывы читателей: журнал «Мамино солнышко» является популярным изданием среди родителей и тех, кто интересуется вопросами воспитания детей, развития детского творчества и здоровья. «Мамино солнышко» имеет высокий рейтинг на различных сайтах с отзывами (рис. 85), пользуется популярностью у широкой аудитории благодаря своей актуальности, интересным материалам и доступному языку. Он помогает родителям развивать своих детей, находить новые идеи для занятий и совместного времяпрепровождения. Читатели оставляют развернутые отзывы о различных номерах журнала, отмечают их доступность, полезность, информативность и позитивный подход к вопросам воспитания и развития детей.

*«Очень понравился. Жалею, что не встретила его раньше»
«Сколько счастья от маленького детского журнальчика»
«Журнал, который действительно понравился»
«С удовольствием читаем вместе с ребенком»
«Замечательный! Даже меня способен увлечь»* и др.;

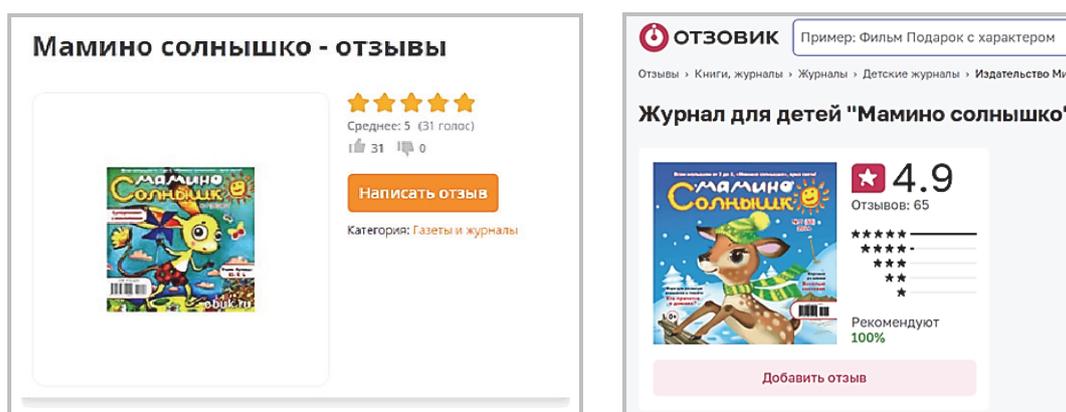


Рис. 85. Сайты с отзывами «Irecommend.ru», «Отзовик»

– издания-конкуренты (аналоги): «Играю с мамой», «Топта», «Мишуткины прописи», «Зайкина школа», «Сказки на ночь» (рис. 86) и др.;



Рис. 86. Издания-аналоги

– рекламные материалы: в некоторых выпусках журнала «Мамино солнышко» размещается рекламная информация о детском журнале «Сказки на ночь» и о других выпусках журнала «Мамино солнышко» (рис. 87). В журналах присутствуют QR-коды, которые позволяют перейти на страницу сайта «Мамино солнышко».



Рис. 87. Реклама в журнале «Мамино солнышко»

2. Анализ данных

Журнал издается необычным форматом, который нравится и детям, и взрослым. Объем — 24 страницы + 4 страницы плотной обложки, из которой получают замечательные игрушки.

Каждый номер разбит на разделы. Разделы и содержание номера, как правило, указываются на обложке.

Журнал «Мамино солнышко» развивает логику, мышление, мелкую моторику, речь, память, осуществляет подготовку руки к письму.

Задания в основных рубриках журнала точно соответствуют им.

Рубрика «Аппликации» (рис. 88) содержит различные творческие и развивающие задания для детей, связанные с созданием изображений из бумажных материалов. В ней дети могут научиться создавать красивые композиции. Подробные инструкции заинтересуют детей и помогут в создании необычных поделок.

В журналах содержатся логические и творческие игры-аппликации.



Рис. 88. Рубрика «Аппликации»

Рубрика «Сказка» (рис. 89) включает разнообразные сказки, рассказы и стихотворения для детей. Она позволяет юным читателям погрузиться в мир фантазий, развить воображение, эмоциональную сферу и литературный вкус. Сказки учат детей доброте, справедливости, уважению к окружающему миру и помогают формировать ценностные ориентации.



Рис. 89. Рубрика «Сказка»

Рубрика «Подготовка руки к письму» (рис. 90) содержит разнообразные упражнения, игры и советы, направленные на развитие мелкой моторики у детей. Она помогает подготовить руку к

письму, улучшить координацию движений и развить навыки, необходимые для успешного обучения письму.



Рис. 90. Рубрика «Подготовка руки к письму»

Таким образом, каждая рубрика в детском журнале играет свою роль в развитии ребенка и предоставляет ему возможность узнавать новое, творить, учиться и развиваться в различных аспектах жизни. Разнообразие рубрик позволяет детям раскрыть свой потенциал, обогатить свой опыт и стать комплексно развитыми личностями.

Журнал «Мамино солнышко» отличается высоким качеством дизайна и полиграфического исполнения. Он обладает рядом уникальных особенностей, которые делают его узнаваемым для целевой аудитории:

– *яркий и привлекательный дизайн обложки:* оформление журнала отличается яркостью цветов и насыщенностью красок, которые привлекают внимание потенциальных читателей. Качественно выполненные обложки полностью соответствуют тематике изданий. Совокупность всех элементов (логотип, иллюстрации, шрифтовая гарнитура) обложки журнала «Мамино солнышко» делает ее запоминающейся и выделяющейся среди прочей продукции (рис. 91);



Рис. 91. Оформление обложек журнала «Мамино солнышко»

– *удобство расположения и читабельность текста:* в журнале используются четкие и легко читаемыми шрифты без засечек, которые хорошо воспринимаются детьми. Качественный подход к выбору шрифтов помогает создать уникальный и привлекательный дизайн детского журнала (рис. 92);



Рис. 92. Шрифтовое оформление журнала «Мамино солнышко»

– *интересный и разнообразный макет страниц:* многообразие заданий, предлагаемых журналом, предполагает наличие различных вариантов оформления полос издания (рис. 93). Это позволяет сделать чтение журнала более увлекательным и интересным;

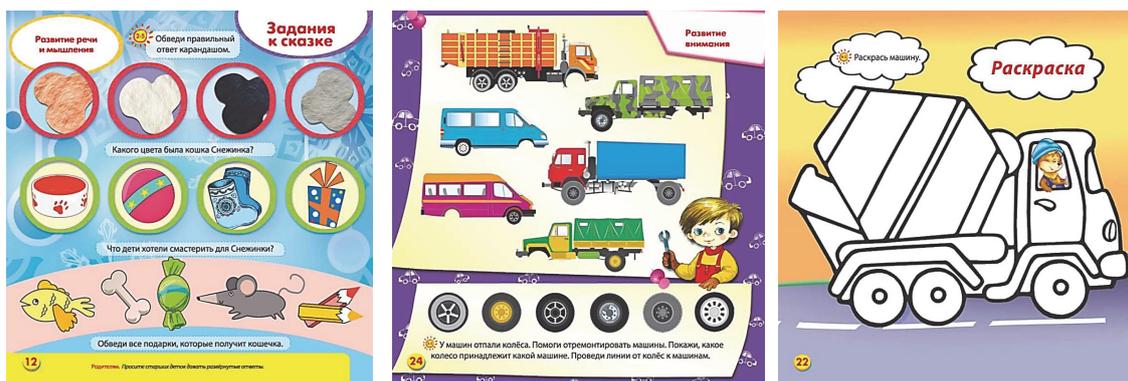


Рис. 93. Макеты страниц журнала «Мамино солнышко»

– *качественные иллюстрации и фотографии:* журнал «Мамино солнышко» содержит красивые иллюстрации и фотографии, которые дополняют текстовую составляющую журнала и делают ее более доступной для маленьких читателей (рис. 94);

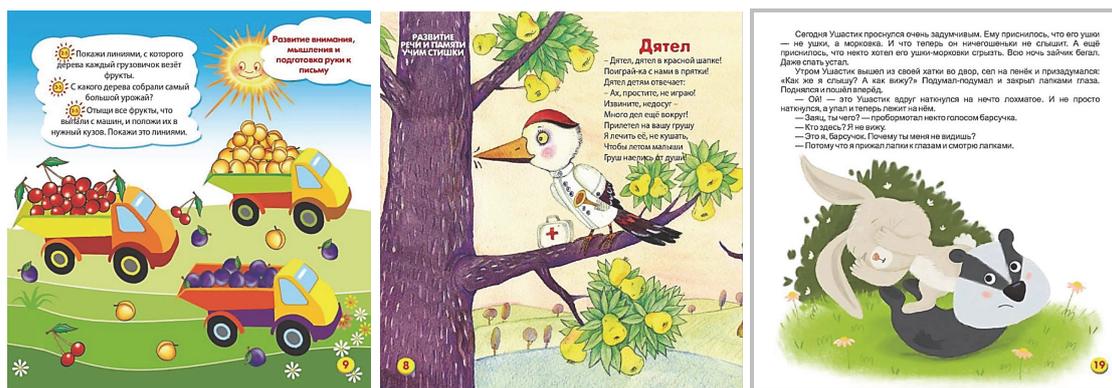


Рис. 94. Иллюстрационное сопровождение журнала «Мамино солнышко»

– *полнота, актуальность и соответствие информации заявленным темам:* журнал «Мамино солнышко» стремится предоставлять своим читателям полезную, структурированную и доступную информацию, которая позволяет разнообразить досуг ребенка, сделать его увлекательным и запоминающимся;

– *ценовая доступность:* журнал «Мамино солнышко» имеет невысокую стоимость, что является важным фактором для привлечения аудитории, поддержания лояльности читателей и конкурентного преимущества на рынке изданий для детей и их родителей.

Формат журнала — 90×90/16. Подобранный формат является удобным для использования маленькими детьми. Для оформления журнала используются качественные полиграфические материалы, обеспечивающие его надежность и длительность эксплуатации. Элементы полиграфического оформления журнала «Мамино солнышко» помогают создать особую атмосферу тепла и заботы в каждом выпуске.

3. Предложения по совершенствованию журнала

С целью увеличения популярности и конкурентноспособности на современном рынке детской периодики журнала «Мамино солнышко» можно порекомендовать:

– *сотрудничество с известными авторами:* привлечение авторов детской литературы или экспертов по воспитанию детей для создания специальных материалов для журнала. Это повысит авторитетность издания;

– *организацию конкурсов и мероприятий:* проведение конкурсов, мероприятий и акций для читателей журнала позволит укрепить сообщество вокруг издания, а также привлечь новых читателей;

– *партнерство с брендами*: сотрудничество с брендами, подходящими по тематике журнала, может быть выгодно как для журнала, так и для бренда. Коллаборации с популярными брендами будут способствовать привлечению новых читателей, обогащению контента журнала и повышению его репутации.

4. Вывод

Детский журнал «Мамино солнышко» является высококачественным продуктом для занятий с детьми. С его помощью юные читатели могут как познакомиться с новой информацией, так и проявить уже имеющиеся умственные способности и творческие навыки.

Дизайн, понимание целевой аудитории, грамотная и лаконичная подача информации, удачно подобранный формат, оптимальная цена — все это является составляющими успеха в продаже журнала «Мамино солнышко».

**ВЫПУСК КНИГ И БРОШЮР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
ПО ТЕМАТИЧЕСКИМ РАЗДЕЛАМ В 2013–2023 ГГ.**

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																				
1. Общий раздел																						
Официальное	6	1	5	2	2	4	1	0	3	2	3	1	3	1	1	0	3	3	0	0	2	0
Научное	49	15	79	20	75	23	89	27	78	19	58	14	91	20	87	18	115	22	113	18	142	22
Научно-популярное	13	45	11	49	11	38	5	18	10	35	10	27	20	105	24	91	23	73	16	34	19	40
Производственно-практическое	12	14	25	37	27	50	22	22	33	45	11	8	35	47	33	43	34	24	29	19	29	18
Нормативно производственно-практическое	2	4	4	1	1	0	2	1	1	0	0	0	4	1	0	0	1	0	3	1	2	1
Учебное	37	70	61	45	77	54	97	96	103	99	88	122	131	143	120	134	83	69	69	30	83	36
Учебно-методическое	17	26	28	6	34	7	37	8	46	14	54	17	61	16	68	16	79	16	38	11	73	14
Справочное	42	421	43	298	49	303	27	161	24	167	35	216	44	131	29	52	56	69	24	43	21	27
Издание для досуга	2	19	1	10	0	0	4	35	3	40	2	25	5	52	2	124	4	299	5	158	2	135
Рекламное	6	25	5	28	6	14	6	16	6	8	5	3	10	55	8	10	1	1	1	1	1	1

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																				
Издание для детей и юношества	264	5939	224	3450	234	2456	119	1239	149	1169	213	1713	184	1376	208	1570	295	1845	280	2121	375	2368
Информационное	53	92	44	91	47	75	66	113	45	88	64	79	57	91	51	81	48	75	68	106	73	97
Религиозное	0	0	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Философские науки. Психология																						
Научное	44	117	26	19	26	55	31	36	31	40	28	8	28	19	28	12	31	6	20	3	35	12
Научно-популярное	98	753	110	856	179	1415	142	969	252	1719	269	1689	305	1615	239	1668	242	1357	131	602	108	477
Производственно-практическое	4	2	2	1	1	0	5	10	7	19	7	20	7	16	9	13	4	6	3	1	4	8
Учебное	34	54	47	68	55	92	66	74	75	86	63	56	55	55	71	128	61	76	50	55	42	32
Учебно-методическое	15	9	21	13	26	6	47	12	38	10	61	16	46	10	46	13	37	9	50	16	36	9
Справочное	11	65	3	11	8	38	4	25	11	89	15	82	23	114	7	55	9	27	7	32	5	13
Издание для досуга	39	693	45	340	63	573	53	626	53	460	97	864	99	711	76	542	35	227	23	130	10	46
Информационное	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	0	0	1	1	0	0	0	0
3. Религия. Геология																						
Официальное	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Научное	8	10	7	5	10	2	4	1	9	4	10	2	11	7	12	9	18	7	13	2	13	3
Научно-популярное	13	68	21	575	43	833	40	262	46	457	59	320	25	168	20	73	36	92	20	45	21	37

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																				
Учебное	5	10	6	17	6	9	13	16	12	20	9	27	9	19	12	27	6	5	9	26	6	5
Учебно-методическое	0	0	12	15	4	1	6	2	2	0	10	3	18	7	5	1	13	3	11	3	5	1
Справочное	2	3	3	6	9	31	7	14	7	31	6	39	9	14	6	14	3	5	3	7	4	3
Издание для досуга	14	155	14	121	23	683	27	265	18	118	34	269	4	29	1	5	1	5	0	0	0	0
Религиозное	100	740	97	868	82	640	83	462	130	906	85	525	89	524	100	638	120	654	109	473	144	631
4. Общественные науки																						
Официальное	84	523	37	138	84	213	155	221	164	191	168	311	192	328	173	260	167	349	136	247	93	194
Научное	318	132	294	115	367	113	411	101	451	99	386	86	335	81	354	71	485	97	422	77	453	74
Научно-популярное	85	420	106	580	158	1065	100	510	136	679	146	914	151	812	146	880	198	950	137	584	135	557
Производственно-практическое	107	202	91	207	103	162	88	141	175	153	172	164	254	249	301	290	273	209	175	141	181	106
Нормативно-производственно-практическое	25	63	35	28	31	30	31	30	39	30	31	18	34	23	23	12	30	16	28	25	9	4
Учебное	981	13931	1061	11899	1223	11474	1328	10436	1478	11024	1567	15177	1571	13010	1627	14506	1855	1737	1675	13615	1719	11709
Учебно-методическое	527	1805	600	1752	724	2479	899	2396	1000	2505	1036	3321	1183	2948	1038	2324	1116	3060	999	2737	888	1568
Справочное	142	310	153	402	167	256	158	317	197	398	224	380	263	517	294	611	280	580	236	515	236	356

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																				
Издание для досуга	7	36	9	76	7	98	29	238	24	172	42	277	85	545	74	567	40	245	17	92	18	56
Рекламное	5	2	8	6	8	20	13	13	32	65	40	71	31	91	24	69	26	73	19	44	17	44
Информационное	8	8	7	1	23	10	18	12	30	24	27	33	34	26	23	30	42	28	30	19	40	31
Массово-политическое	25	244	12	33	24	73	15	12	32	59	30	80	14	23	12	48	1	0	4	5	5	4
5. Математика и естественные науки																						
Официальное	0	0	1	1	0	0	1	1	9	4	6	4	7	4	3	1	1	1	0	0	2	2
Научное	85	21	77	17	83	21	113	26	127	31	103	22	115	21	120	29	161	29	108	19	140	22
Научно-популярное	6	36	9	21	4	11	9	9	16	25	14	32	21	44	16	47	15	33	15	35	28	35
Производственно-практическое	3	1	2	5	3	2	3	1	8	5	8	10	6	2	15	6	8	2	8	5	20	7
Нормативно производственно-практическое	10	8	5	4	4	2	4	2	3	1	1	0	0	0	4	1	0	0	4	0	4	1
Учебное	116	193	114	125	178	171	166	96	181	96	181	203	207	157	224	111	192	87	171	84	188	81
Учебно-методическое	24	13	37	10	44	13	47	15	75	28	77	29	101	28	102	29	95	26	104	21	125	34
Справочное	11	34	16	97	12	32	15	23	30	73	25	48	17	29	28	52	22	20	16	29	19	17
Издание для досуга	1	5	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																				
Рекламное	0	0	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4	21	0	0	0	0	0	0
Информационное	1	1	2	1	18	7	25	32	3	1	3	2	9	5	1	2	2	1	4	2	9	3
Массово-политическое	2	1	0	0	0	0	1	1	3	1	2	1	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0
6. Прикладные науки. Медицина. Техника																						
Официальное	5	20	6	4	11	12	14	12	8	3	13	45	9	12	18	16	6	8	9	20	10	9
Научное	249	73	224	70	220	71	267	73	335	74	263	58	278	68	283	66	337	66	310	50	337	54
Научно-популярное	176	1435	163	1271	249	2268	178	1496	281	2040	318	2279	240	1858	293	1893	296	1784	193	1472	168	852
Производственно-практическое	131	300	126	197	132	337	172	187	218	273	259	222	293	350	322	343	271	238	245	194	263	194
Нормативно производственно-практическое	59	275	104	513	160	2413	136	219	159	452	168	1093	168	681	172	500	242	309	228	234	201	450
Учебное	348	631	263	385	365	459	394	309	480	371	446	399	494	340	593	462	434	363	397	283	474	328
Учебно-методическое	82	19	76	23	102	27	159	42	258	55	362	94	390	87	482	102	363	174	317	101	372	86
Справочное	186	1148	155	859	197	919	146	506	171	614	237	739	296	1071	347	1170	359	1076	300	791	282	607
Издание для досуга	187	1917	143	1157	195	1722	183	1397	276	1805	300	2014	324	2048	251	1391	216	1322	169	1699	196	1106
Рекламное	35	46	22	44	32	33	35	53	56	50	50	70	69	129	48	64	31	35	4	11	17	21

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																				
Информационное	6	3	30	8	26	10	30	17	15	8	27	57	24	20	12	12	15	15	19	18	26	25
Массово-политическое	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0
7. Искусство. Фотография. Игры. Спорт																						
Официальное	0	0	0	0	2	1	1	0	1	0	1	2	1	1	4	1	1	0	0	0	1	0
Научное	18	11	24	7	31	6	38	10	61	14	25	6	45	16	48	13	44	7	39	8	36	7
Научно-популярное	29	173	52	284	41	186	33	127	39	125	32	91	58	217	62	243	55	128	43	92	39	66
Производственно-практическое	10	63	12	44	9	12	8	9	16	29	15	29	23	23	39	33	13	25	24	10	15	5
Нормативно производственно-практическое	0	0	0	0	2	1	0	0	1	1	1	3	0	0	6	4	5	4	9	2	4	1
Учебное	46	171	79	418	96	428	63	237	87	303	142	564	103	323	109	391	141	419	100	261	68	134
Учебно-методическое	16	10	23	5	12	4	22	4	39	14	30	5	36	8	47	8	63	10	51	8	34	7
Справочное	24	86	32	149	42	114	15	91	28	73	38	85	41	233	60	121	37	69	41	97	22	36
Издание для досуга	30	323	18	113	47	397	37	272	41	246	108	741	64	390	37	238	43	235	60	436	81	515
Рекламное	2	1	1	0	0	0	0	0	8	3	12	20	9	10	8	10	2	3	3	2	5	3
Информационное	0	0	0	0	2	1	1	1	3	1	2	1	2	0	6	5	5	3	2	1	2	1

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																					
8. Языкознание. Лингвистика. Художественная литература																							
Официальное	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	20	2	4	5	26	2	5
Научное	80	21	73	39	96	38	26	95	124	22	58	11	88	18	102	18	140	20	115	23	110	14	14
Научно-популярное	9	13	12	26	15	57	11	54	11	13	15	44	21	41	22	35	17	26	15	13	18	27	27
Производственно-практическое	2	0	0	0	0	0	2	0	3	3	0	0	1	0	2	3	3	2	1	2	0	0	0
Учебное	148	316	169	306	193	308	186	245	238	277	235	355	204	304	222	329	252	263	169	149	193	156	156
Учебно-методическое	65	21	76	30	80	17	108	23	127	39	153	32	151	38	138	29	167	32	122	23	155	35	35
Справочное	76	504	67	354	131	694	59	233	117	492	129	501	104	518	133	581	113	423	81	302	78	207	207
Литературно-художественное	1649	12547	1502	9981	1638	9785	476	1924	1400	7578	1701	11336	1894	10735	2338	1654	11735	11999	1362	8480	1249	5805	5805
Издание для детей и юношества	546	6598	398	4666	388	3777	404	4493	401	3375	556	3297	783	5402	730	4611	710	4683	876	5131	713	4254	4254
9. География. Биология. История																							
Научное	69	68	49	50	50	58	75	29	70	27	80	20	72	32	73	33	105	26	90	18	81	22	22
Научно-популярное	126	654	150	571	118	430	99	220	159	347	86	256	125	269	176	565	165	366	142	254	154	306	306
Производственно-практическое	2	0	0	0	1	0	2	1	3	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	0	2	0	0

Окончание приложения

Вид издания	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Количество	Тираж (тыс. экз.)																				
Нормативно про- изводственно-пра- ктическое	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	5	1	2	0	0	0	0	0	0
Учебное	18	53	32	53	36	40	30	17	41	59	28	38	37	31	24	25	39	28	14	9	20	13
Учебно-методиче- ское	9	7	7	1	15	3	15	3	25	10	11	2	20	5	23	5	21	6	15	5	21	7
Справочное	26	93	22	90	20	46	51	101	65	115	73	146	86	185	101	204	65	103	65	85	50	39
Издание для досуга	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0
Массово-полити- ческое	15	53	11	38	12	34	18	53	3	13	1	5	1	5	1	1	0	0	0	0	0	0

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	3
Возможности табличного редактора Excel для накопления, хранения и использования статистических данных.....	4
Понятия, формы выражения и виды статистических показателей. Организация вычислений. Формулы и их запись....	22
Систематизация статистических данных	27
Графическое изображение статистических данных.....	36
Связывание объектов, представленных в виде статистических данных выпуска изданий в программах Excel и Word.....	45
Изучение динамики социально-экономических явлений в издательском деле.....	47
Современное состояние книгоиздания Беларуси. Программные возможности в издательском деле	58
Издательское дело как направление отрасли. Базы данных как средство хранения и обработки статистической информации	95
Специальные вопросы издательского дела.....	112
Современные тенденции в выпуске периодических изданий. Тематическая презентация.....	137
Приложение	166

Учебное издание

Шишкина Надежда Игоревна

**СОВРЕМЕННОЕ ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО
И СТАТИСТИКА ПЕЧАТИ**

Учебно-методическое пособие

Редактор *О. П. Приходько*
Компьютерная верстка *О. П. Приходько*
Дизайн обложки *Д. А. Полешова*
Корректор *О. П. Приходько*

Подписано в печать 06.12.2024. Формат 60×84¹/₁₆.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать ризографическая.
Усл. печ. л. 10,2. Уч.-изд. л. 10,5.
Тираж 50 экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
УО «Белорусский государственный технологический университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/227 от 20.03.2014.
Ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск.