МИНЕСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛАРУССКИЙ ГОССУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

КУРСОВАЯ РАБОТА

**Печатные средства массовой информации Беларуси**

Подготовила студентка

3-го курса социологии

Попова И.В.

Руководитель: к.с.н,

доцент Черняк Ю.Г.

МИНСК 2009

**Введение**

Издательско-полиграфический комплекс Беларуси в его нынешнем виде сложился в 1990-е годы. Для него, как и для многих других отраслей и межотраслевых комплексов, характерна многоукладность: функционируют предприятия государственной, частной и смешанной форм собственности. Сегодня он удовлетворяет различные потребности предприятий и организацийнародного хозяйства и населения страны в ряде услуг и товаров в виде книг, журналов, газет, бланочной и другой продукции.

Распад СССР, приведший к разрушению многих устоявшихся связей между республиками, отраслями народного хозяйства, управленческими структурами, не стал гибельным для белорусского книгоиздания. Как и раньше, приоритет отдавался выпуску учебников, учебных пособий, методической литературы для средней и высшей школы, научной, научно-популярной, справочной литературе, книгам по истории Беларуси, литературе и искусству, краеведению. Значительное внимание уделялось тематике, увеличению объемов выпуска и полиграфическому исполнению книги. Активно работали книготорговые магазины, прорабатывались связи с потенциальными авторами книг.

Многие актуальные проблемы книгоиздательской деятельности обсуждаются на международных научно-практических конференциях, которые регулярно проводятся на факультете журналистики БГУ, освещаются в работах ученых факультета, ответственных работников Министерства информации Беларуси. В 2003 г. увидела свет монография С. Ничипоровича, М. Кулака, А. Неверова «Управление издательско - полиграфическим комплексом: организационно-экономические аспекты», в которой глубоко и аргументированно рассматриваются узловые вопросы книгоиздательской деятельности республики в рыночных условиях.

Цель и задачи, стоящие перед белорусскими государственными издательствами, изложены в Программе развития отрасли печати и средств массовой информации на 2006—2010 гг. Главные из них — раскрыть особенности функционирования белорусской печати, СМИ, выпуск качественной востребованной социально значимой литературы; коренная перестройка маркетинговой политики, направленная на перспективное планирование и оперативную реализацию выпущенной продукции; улучшение финансово-экономической ситуации в издательско-полиграфическом комплексе Беларуси. Перед журналистикой в не меньшей мере, чем перед другими сферами деятельности суверенного белорусского государства, время ставит совершенно конкретные задачи. Решение их наряду с электронными СМИ призвана обеспечить и печать Беларуси — старейший вид средств массовой информации, который имеет сложившуюся систему, огромный опыт работы с читательской аудиторией. Потому основное призвание национальных СМИ заключается в содействии активному участию граждан в решении жизненно важных для общества и государства проблем формирования прогрессивного общественного сознания.

Система печатных СМИ Беларуси не является раз и навсегда организованной структурой. Она, как живой организм, активно реагирует на происходящие в стране и мире социально-политические процессы. Неизменным остается одно — всестороннее и правдивое освещение действительности.

**История белорусской журналистики**

Издательская деятельность в республике регламентируется законами Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах», «О рекламе», Декретом Президента Республики Беларусь «О лицензировании отдельных видов издательской деятельности» и другими нормативными актами. Общее руководство осуществляет Министерство информации Республики Беларусь. Центром государственного статистического учета печатной продукции является Национальная книжная палата Беларуси, которая выполняет функции национального центра по стандартной нумерации книг и брошюр и присваивает идентификаторы издательствам и издателям. В 1993 г. Республика Беларусь зарегистрирована Международным агентством международной стандартной нумерации книг как независимое государство с самостоятельным идентификатором изданий.

Социально-экономические и политические преобразования, становление государственности, построение социально ориентированной рыночной экономики в Республике Беларусь состоялись в значительной степени благодаря средствам массовой информации (СМИ). Поэтому история демократизации в Беларуси — это во многом история белорусской журналистики. Ее путь за более чем десятилетний срок развития нашего государства и общества ознаменован непростыми процессами трансформации традиционных газет и журналов, созданием новых, формированием демократической философии информационной деятельности. Неизменным в редакционной политике национальных СМИ осталось внимание к людям труда.

За последнее десятилетие изменились не только идейные парадигмы и информационное поле, в соответствии с которыми осуществляется содержательная творческая деятельность белорусских журналистов, но и принципы организации средств информации, тенденции их развития. Информационный рынок страны прошел период становления и постоянно расширяется. Развитие масс-медийного пространства тесным образом связано с экономическим состоянием государства, доходами населения. Очевидна коммерциализация СМИ как следствие формирования рекламно-информационного рынка в условиях развития национальной экономической системы. Отечественный рынок СМИ стал сегментом общего товарного рынка, в котором действуют те же правила, что и в экономике в целом. Все больше белорусских изданий и телерадиоканалов работают в условиях самоокупаемости.

Претерпели радикальные преобразования социальные основания деятельности национальных масс-медиа. Это в первую очередь связано с возникновением новых собственников, социальных слоев, политических партий и движений. Все они, получая широкие возможности, заявляют о своих целях, проводят свои взгляды, отстаивают свои интересы, активно используя средства информации. Доля альтернативных СМИ в Беларуси составляет около 60%.

Основные принципы информационной политики государства реализуются, прежде всего, посредством ее правового обеспечения. В числе первых законодательных актов суверенной Беларуси был закон «О печати и других средствах массовой информации» (13 января 1995 г.), своевременность принятия которого послужила положительным фактором динамичного развития белорусских СМИ не только в первые годы развития страны, но и во все последующие. Объективно время требует совершенствования законодательной базы. Проект нового закона «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О печати и других средствах массовой информации» подготовлен по поручению Президента Республики Беларусь с участием депутатов Палаты представителей Национального собрания, государственных и общественных организаций с учетом богатого международного опыта правового регулирования в сфере средств массовой информации. Он обеспечивает законодательное регулирование взаимоотношений не только печатных, но и электронных СМИ.

Провозглашение информационной полусубъективности и свободы слова не привели сами по себе к утверждению новой цивилизованной белорусской журналистики. Этот процесс проходил болезненно и непросто. Вместе с тем подавляющее большинство белорусских журналистов понимают, что стабильность и согласие являются безусловным требованием времени. Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко, выступая на постоянно действующем семинаре руководящих работников республиканских и местных государственных органов управления – март 2003 г., сказал: «Глубоко убежден, журналистика — профессия государственная. В том смысле, что журналист, как никто другой из специалистов социальной сферы, может активнейшим образом влиять на процессы, происходящие в стране, формировать общественное мнение о событиях и явлениях нашей жизни. Этим обусловлена поистине государственная ответственность каждого, кто ведет разговор с читателем, слушателем, телезрителем».

Роль, которая отведена в белорусском обществе средствам массовой информации, огромна: они де-факто стали одной из властей. Но власть, естественно, предполагает ответственность. Именно ответственность придает СМИ уважение и влияние среди людей, помогает формировать и защищать те моральные устои, которые достались нам "т старших поколений. В своих многочисленных выступлениях перед журналистами президент акцентирует внимание на том, что картина нашей сегодняшней действительности — это и позитивные, и негативные стороны жизни. Преднамеренный акцент на одной из них — либо необоснованное восхваление, либо огульное охаивание — это неправильно, поскольку не имеет ничего общего с реальной действительностью. А если существуют недостатки, присущие всему нашему обществу, то надо честно признать, что не в последнюю очередь ответственность за это разделяют и журналисты.

**Издательская деятельность**

Издательская деятельность в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь относится к лицензируемым видам деятельности. Первая лицензия была выдана Государственным комитетом по печати 22 июня 1992 г. (всего за год выдано 240 лицензий).

До первой перерегистрации (июль1997 г.) выдано 1456 лицензий. Привлечение в издательскую сферу отрасли большого количества издающих организаций и предпринимателей, особенно в первые годы экономических реформ, было обусловлено достаточно высоким уровнем ее прибыльности. Со временем интерес к издательскому делу начал снижаться, что вызвано падением покупательского спроса на книжную продукцию, отсутствием опыта ведения книжного бизнеса, продукцию, отсутствием опыта ведения книжного бизнеса. Часть издательств и издающих организаций, в том числе и крупных, прекратили деятельность, остальные снизили объемы выпуска печатной продукции.

На 1 января 2006 г. Министерством информации выдано 540 лицензий на издательскую деятельность. Книги, брошюры, другую печатную продукцию в республике выпускают не только государственные издательства системы Министерства информации, но и другие государственные предприятия, различные издательские организации, министерства и ведомства, а также индивидуальные предприниматели. Таким образом, с развитием в Беларуси рыночных отношений становится очевидным формирование новой издательской системы, главной особенностью которой является превалирование в ее структуре негосударственного сектора.

Соответственно изменилась структура выпуска книжной продукции по видам издательств. В 1992 г. удельный вес книг и брошюр, выпущенных издательствами и издающими организациями государственной формы собственности, составлял 89% по наименованиям от общего количества изданных в республике и 52% от общего тиража, в 2005 г. эти показатели составили соответственно 5,3% и 9,6%.

Не все зарегистрированные издательские структуры одинаково активно участвуют в книгоиздательском бизнесе. В течение 2005 г. полученным в соответствии с выданными лицензиями правом издавать печатную продукцию воспользовалось 362 субъекта хозяйствования из 540, или 67%. Наряду с ростом числа издательств и их постоянной ротацией отчетливо проявляется тенденция концентрации книгопроизводства в одном либо нескольких крупных издательствах. Крупнейшим в республике по объемам производства является издательство «Харвест», работающее совместно с российскими издательствами и в основном на российский рынок. Удельный вес выпущенной этим издательством продукции как в ассортименте, так и в общем тираже постоянно растет — с 12% от общего количества выпущенных в республике наименований и 26% от общего тиража в 1998 г. до 22% и 42% соответственно в 2005 г.

**Социологические исследования**

В печати не раз поднимались вопросы, связанные с изданием беларусско - язычных книг, отмечались трудности в их распространении. На фоне книжного дефицита, обострившегося в Беларуси в начале 1980-х годов, это тема волновала общественность. Поэтому своевременным и актуальным стало социологическое исследование на тему «Белорусская книга в системе чтения населения республики», проведенное в 1989 г. Государственной книжной палатой БССР совместно с Республиканским правлением общества «Книга». В задачи исследования входило:

-выявить общие черты в содержании и направленности чтения книг на белорусском языке населением республики;

-определить особенности чтения и отношения к чтению белорусско-язычных книг различных социально-демографических групп населения;

-изучить основные факторы, влияющие на формирование потребностей в чтении белорусской национальной литературы;

-проанализировать состав выпускаи каналы распространения белорусской книги;

-установить причины оседания белорусской книги в книготорговой сети;

-выявить структуру перспективных потребностей различных групп населения в чтении книг на белорусском языке.

Объектом социологического опроса явились городские и сельские жители в возрасте от 16 лет и старше. В число участников опроса, а их было 1115 человек, вошли лица всех социальных слоев населения — служащие, рабочие, колхозники, учащиеся, студенты. В опросе приняли участие 832 женщины и 268 мужчин. При анализе рассматривались такие параметры, как объем беларусско - язычных книг в общем выпуске книжной продукции, структура выпуска книг на белорусском языке в разрезе разделов литературы, динамика выпуска белорусской художественной литературы, ее языковой и жанровый диапазоны, выявление наиболее широко издававшихся на национальном языке белорусских авторов.

Оказалось, что выпуск книг на белорусском языке в 1978—1988 гг. составлял по республике около 25%, что соответствовало в среднем 16%от общего тиража. В год выходило около 370 наименований книг и брошюр. Основной прирост пришелся на художественную и детскую литературу и составил соответственно по наименованиям 14,6% и 12,3%, по тиражам — 35,9% и 29,6%. В то же время сократился выпуск на белорусском языке учебной и отраслевой литературы — на 20,6% и 1,1% по наименованиям и на 15,3% и 36,4% — по тиражам. За 5 лет тиражи белорусско-язычной детской литературы снизились в 3 раза, художественной — на 50%, учебной на 42%. За 1978-1988 гг. выпуск белорусско - язычных книг на одного жителя республики снизился с 0,83% до 0,79%.

По данным Национальной книжной палаты Беларуси с момента выпуска до начала поименного учета белорусско - язычных книг, а это составляло 1—2 года, реализовалось полностью от 2% до 25% названий книг. Реализация русскоязычной литературы составляла около 50%. Особенно сложной была реализация собраний сочинений, избранных произведений белорусских писателей. Следует отметить, что значительное количество произведений белорусских авторов издавалось на русском и иностранных языках, отчего происходило снижение удельного веса изданий на белорусском языке.

В жанровой структуре выпуска национальной художественной и детской литературы до 50% занимала художественная проза, около 40% — поэзия, 2—3% драматургия, около 8% — белорусское народное творчество.

Наиболее читаемыми произведениями в 1990-е годы были книги А. Якимовича, А. Вольского, В. Зуенка, М. Танка, В. Быкова, Я. Коласа, Я. Купалы, Р. Бородулина, И. Шамякина, А. Кулешова, В. Короткевича, И. Мележа, Я. Брыля.

В последние годы отмечается некоторый рост выпуска белорусско-язычной литературы.В 2005 г. издано 992 наименования книг и брошюр тиражом 2,9 млн. экземпляров. По сравнению с предыдущим годом по наименованиям это больше на 8%, но на 20% меньше по тиражу. Литература на белорусском языке составляет 9,2% от общего количества наименований выпущенной в республике издательской продукции и 7,3%.

**Система периодичной печати в Белоруссии**

Современное поле печатных изданий Республики Беларусь претерпело большие изменения. Это объясняется, во-первых, переменами в социальной структуре белорусского общества, во-вторых, новыми технологиями, требующими изменений в типологии прессы не только в нашей стране, но и во всем мире.

Изменения вертикальной и партийной парадигмы в организации национальной системы СМИ обусловлены двумя причинами. Во-первых, это ликвидация монополии КПСС, определявшей основное содержание советской печати. Вместе с ней исчезла партийная печать, что послужило поводом для возникновения изданий, учредителями которых выступили органы государственного управления, политические партии, общественные организации, журналистские коллективы, частные лица. Во-вторых, распалась административно-командная система управления, определяющая основные элементы типологии белорусской печати. Исчезла вертикаль прессы от «Правды» до районных газет, вместо нее развивается горизонтальная система, в основе которой — функционирование самостоятельных, конкурирующих и одновременно взаимодействующих печатных изданий.

Географический принцип типологии — центральная, региональная и местная пресса — действует в нашей стране, но отсутствует вертикаль молодежной, профсоюзной прессы. Каждое издание выходит в границах своего региона, имеет не только полную экономическую самостоятельность, но и право выбора той или иной редакционной политики. В условиях региональности можно выделить 2 вида изданий — независимые и государственные. Поскольку в Беларуси, как и в большинстве стран на постсоветском пространстве, печать объективно не может отражать интересы всех слоев и групп населения, это становится поводом для некоторой поляризации прессы альтернативной и государственной. По тиражам альтернативных и государственных изданий можно судить о настроениях в обществе в том или ином регионе, о влиянии органов государственной власти на общественно-политические и экономические настроения аудитории.

Сегодня четко обозначилась тенденция доминирования региональной и местной прессы в конкретных районах Беларуси. Государство создает необходимые условия для развития этого вида изданий, однако, к сожалению, многие районные газеты не соответствуют современным стандартам информирования людей. Они замыкаются на местных вопросах, мало пишут об общегосударственных проблемах, тем более - международных. Такой подход ведет к информационной фрагментации страны, в значительной мере уменьшает возможности «районок».

Вместе с тем необходимо отметить тот факт, что в Беларуси, в отличие от России, самостоятельность и влиятельность печатных СМИ значительно выше. Это обусловлено отсутствием олигархического капитала, прозрачностью социально-экономической политики и, в конечном счете большей независимостью изданий всех типов. Региональная пресса Беларуси более самостоятельная, в меньшей мере зависит от позиции и настроений губернаторов, особенно в предвыборные периоды, более внимательно и объективно отражает чаяния и настроения людей.

Развитие социально-экономических процессов в стране требует все большей открытости государственной деятельности, своевременного и всестороннего информирования об ее итогах. Чем шире информационные возможности государства, тем более всесторонним будет индивидуальное поведение людей. В этой разносторонности, как правило, проявляются свои тенденции, за которыми стоят социально-политические отношения, что в свою очередь определяет направления развития СМИ. Сегодня без печатных СМИ не обходится практически никто: включенность людей в сферу информации стала всеобщей, особенно в период модернизации общества — аудитория белорусских изданий приближается к 100% граждан, которые в состоянии воспринимать массовую информацию. Динамика регистрации печатных СМИ Беларуси за пятилетку (1998—2002 гг.): на начало 1997г. Госкомпечати зарегистрировал 827 периодических изданий, в начале 1998, 1999, 2000, 2001 и 2002 гг. их количество составляло соответственно 1015, 1026, 1097, 1113 и 1121. Незначительный рост количества печатных периодических изданий объясняется аннулированием ряда удостоверений о регистрации тех изданий, которые не выходили на протяжении года.

На 1 января 1995 г. в стране было зарегистрировано 721 периодическое издание, на 1 июня 2006 г. — 1222. Сегодня в свет выходят 802 газеты, 403 журнала, 43 бюллетеня, каталога и альманаха. Пресса издается на белорусском, русском, немецком, английском, украинском, польском языках.

В Беларуси зарегистрировано 9 информационных агентств, 136 программ радиовещания, 54 — телевещания. В сфере кабельного телевидения по оказанию услуг населению лицензии имеют более 100 субъектов хозяйствования.

Горизонтальный принцип построения системы национальных печатных СМИ предполагает максимальное обеспечение запросов всех сегментов читательской аудитории. Эта система должна соответствовать следующим требованиям: сохранять целостный характер, несмотря на многообразие печатных изданий; формировать единое информационное пространство для всех членов общества; удовлетворять информационные потребности каждого человека, различных групп населения, общества в целом; издания должны быть организованной системой и выполнять свои функции в соответствии с деятельностью государства. Исходя из этих требований в Беларуси сложилась разноуровневая система печатных СМИ, и высший, республиканский, уровень выглядит следующим образом.

Аналогично строится горизонталь системы национальных печатных СМИ и в регионах. В цепочку областных СМИ включаются областные и городские общественно-политические издания, деловая, информационная, детская печать, журналыразных направлений, рекламные еженедельники. Что касается районных газет, то они, как правило, относятся к категории региональных, и органично встроены в эту горизонталь.

**Заключение**

Функционирование и развитие издательского дела в Беларуси получает современное научное обеспечение. Исследования в этой области ведутся, по разным направлениям. Национальная книжная палата Беларуси готовит и издает статистический сборник «Печать Беларуси», Национальная библиотека Беларуси — бюллетень «Новые книги», регулярно проводит книговедческие чтения. Специалистов для издательской отрасли готовят БГУ, Минский полиграфический колледж.

Большую поддержку развитию книгоиздательского дела в Беларуси оказывает государство. Частично или полностью им финансируется выпуск отдельных социально значимых изданий, предоставляется ряд льгот и преференций налогового и иного характера. В числе изданных финансовой помощью государства — книги различных тематических направлений на белорусском и русском языках, издания, выпускаемые в рамках государственных программ, одобренных Советом Министров Беларуси, издания представительского характера, литература для пополнения фондов публичных библиотек.

В последние 5 лет количество социально значимых изданий, выпущенных для государственных нужд, колебалось от 400 до 600 наименований в год.

В течение 1996—2002 гг. государственными издательствами по инициативе Министерства информации осуществлялся выпуск книг серии «Школьная библиотека». Увидели свет произведения белорусских, русских и зарубежных писателей, изучаемые в школах в рамках утвержденных программ и рекомендуемые для внеклассного чтения. Выпуск книг этой серии и доставка их в школьные библиотеки республики полностью финансировались государством. Всего за 7 лет вышло 336 наименований книг общим тиражом более 6 млн. экземпляров. Государственная поддержка этого проекта составила более 4 млн. долларов.

Благодаря поддержке государства увидели свет произведения А.С. Пушкина «Евгений Онегин» на русском и белорусском языках, Адама Мицкевича «Пан Тадеуш» на белорусском, русском и польском языках. К 120-летию со дня рождения Якуба Коласа и Янки Купалы изданы великолепно оформленные книги «Новая зямля» и «Санеты».

На протяжении многих лет государство предоставляло издательствам, выпускающим литературу на белорусском языке, льготы в виде освобождения от уплаты налога на прибыль; детская литература освобождалась от налога на добавленную стоимость.

С 1 января 2002 г. для национального книгоиздания Беларуси все льготы по налогам отменены. В России же предусмотрена пониженная ставка налога на добавленную стоимость (НДС) в размере 10% при реализации всей книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, за исключением книжной продукции рекламного и эротического характера. Более льготные, по сравнению с Россией, условия в сфере книгоиздания предусмотрены в Украине, где вступил в силу закон «О государственной поддержке книгоиздательского дела на Украине», предусматривающий на период до 1 января 2008 г. освобождение от таможенных пошлин и НДС полиграфических материалов и оборудования, операций по выполнению работ и предоставлению услуг в издательской деятельности и распространении книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, а также освобождения от налога на прибыль издательств и полиграф - предприятий.

Отсутствие перечисленных выше льгот дестабилизирует работу издательско-полиграфической отрасли Беларуси, создает серьезные препятствия для продвижения белорусской книги на внешние книжные рынки.

Сохранить завоеванные позиции помогают накопленный опыт редакторов, полиграфистов, высокое качество выпускаемой продукции. Министерство информации, отдельные ведомства по мере возможности помогают издательствам в выпуске социально значимой литературы. В 2005 г. на эти цели из бюджета выделено 2735 млн. руб. Финансовая помощь оказана государственным издательствам «Беларусь», «Беларуская энцыклапедыя 1мя Петруся Броуки», «Вышэйшая школа», «Народная асвета», «Издательский дом «Белорусская наука», а также издательским отделам государственных структур — РИУ «Литература и Искусство», РУП «Международный центр интеграционной информации. Общественный пресс-центр Дома прессы», БЕЛТА, Минской фабрике цветной печати, типографии «Победа». Их усилиями выпущено 169 социально значимых изданий, в том числе 154 — государственными издательствами и 15 — издательскими центрами государственных структур.

По количеству наименований выпущенных книг, приходящихся на миллион жителей, Беларусь опережает Россию, Украину, Японию, США.

Еще 15 лет назад издания улучшенного качества, особенно фото- альбомы, книги изобразительного жанра могли претендовать на премии только тогда, когда печатались в типографиях Испании, Югославии, Австрии. Сегодня наивысшие награды — дипломы имени Ивана Федорова, Франциска Скорины присуждаются книгам, отпечатанным на отечественных полиграф - комбинатах.

**Современное состояние СМИ**

Большинство действующих в республике издательских организаций составляют средние и преимущественно мелкие предприятия, что отражает общую тенденцию развития современного предпринимательства в сфере книжного дела не только в Беларуси. Во всем мире совершается переход от массового маркетинга, ориентированного на усредненный и безличностный спрос, к групповому и индивидуальному.

От 100 до 300 наименований печатной продукции выпустили в 2006 г. 22 издательских предприятия, в том числе два государственных издательства. Заметно активизировался выпуск печатной продукции, в основном учебного профиля, государственными высшими учебными заведениями (БГУ, БГПУ, БГМУ, БГЭУ). 120 зарегистрированных предприятий выпустили в свет от 10 до 100 наименований, 220 издающих организаций — от 1 до 10 единиц издательской продукции.

Лидерами белорусских негосударственных книжных издательств являются «Аверсэв», «Белый ветер», «Попурри», «Книжный дом», «Амалфея», выпускающие в год от 70 до 300 книг и брошюр (таблица 1).

В ходе формирования новой издательской системы одновременно произошла смена модели книжного вьпуска. Количественная модель, характерная для 1970—1980-х годов, когда число наименований выпускаемых книг и брошюр было практически неизменным, а рост издательской продукции шел главным образом за счет увеличения тиража, уступила место качественной модели, при которой развитие книгоиздания осуществляется преимущественно путем тематики. Это повышает возможность выбора для отдельных граждан и социальных групп в растущем многообразии изданий. В 1992 г. в республике издано 2364 наименования книг и брошюр, в 2006 г. — 11569 (в 4,5 раза больше). В то же время общий тираж снизился с 71,9 млн. экземпляров в 1992 г. до 52,0 млн. экземпляров в 2006 г. На одного жителя республики в 2006 г. издано 5,3 книги. Средний тираж одной книги, выпущенной в Беларуси, уменьшился с 30,4 до 4,5 тыс. экземпляров. Это можно объяснить наличием общего с Россией информационного пространства, способствующего насыщению книжного рынка республики широким ассортиментом импортируемой книжной продукции по различным отраслям знаний (до 90%), а также развитием альтернативных источников информации (телевидение, Интернет).

Наблюдаются реальные изменения и в структуре современного книжного выпуска с точки зрения тематики и целевого назначения изданий. Если в середине 1990-х годов лидером читательского агроса были литературно-художественные произведения, в основном любовные романы, фантастика и детектив, то к концу десятилетия наблюдался рост количества социально значимых видов литературы. Количество учебных изданий, занимавших, например, в 1995 г. в общем количестве изданий 16%, к 2005 г. увеличилось до 40%. Количество литературно-художественных изданий уменьшилось за это время с 32%) до 13%. Издания научной, учебной, учебно-методической и справочной тематики в 2005 г. составили 58% от всех выпущенных книг и брошюр.

В 2006 г. государственными издательствами республики выпущено 827 наименований книг и брошюр тиражом 4,56 маи. экземпляров, что по сравнению с предыдущим годом меньше на 16,6% по наименованиям, но на 57% больше по тиражу.

Преобразования в области издательского дела, начавшиеся в Беларуси с 1990-х годов, содействовали формированию в республике новой издательской системы, главной особенностью которой явилось превалирование в ее структуре негосударственного книгоиздания. Книги, брошюры, другую печатную продукцию стали выпускать различные издательские организации, фирмы, индивидуальные предприниматели, министерства и ведомства. Удельный вес государственных издательств в выпуске книг и брошюр снизился с 42,8% в 1991 г. до 5,3% в 2005 г. Это снижение можно объяснить тем, что в 2002 г. путем объединения были реорганизованы издательства: «Беларусь», «Ураджай» и «Полымя» (ныне «Беларусь»); «Вышэйшая школа» и «Ушверсгтэцкае» (ныне «Вышэйшая школа»); «Мастацкая лггаратура» и «Юнацтва» (ныне «Мастацкая лггаратура»).

В последние годы произошли изменения в структуре тематики и целевом назначении изданий. Возросло количество социально значимых видов литературы. Вышли работы к 60-летию Победы советского народа в Великой Отечественной войне, книги о Беларуси на белорусском и иностранных языках, издания краеведческой, экологической тематики, произведения классиков национальной литературы Янки Купалы, Якуба Коласа, И. Мележа, И. Шамякина, К. Крапивы, В. Короткевича, М. Танка, В. Быкова. В 2005 г. завершен многотомный уникальный издательский проект по выпуску историко-документалъ-ных хроник городов и районов Беларуси «Памяць». Увидели свет тома шеститомной энциклопедии «Рэсиублша Беларусь», изданы энциклопедии «Вял1кае княства Лггоускае», «Беларуси фальклор», продолжался выпуск книг в сериях «Жыццё знакамггых людзей», «Беларуская проза XX стагоддзя», «Беларуская паэз!я XX стагоддзя», серия «Дэбют» знакомила с творчеством молодых талантливых поэтов и писателей. Белорусские книги, фотоальбомы не раз становились победителями и призерами на республиканских и международных конкурсах. На III Международном конкурсе «Искусство книги стран СНГ», проходившем в сентябре 2006 г. в Москве, белорусские книги получили 7 дипломов.

Основу полиграфической промышленности Беларуси составляют 48 предприятий государственного сектора, подведомственных Министерству информации, в том числе 8 предприятий республиканского подчинения (ОАО «Полиграфический комбинат имени Якуба Коласа», ОАО «Красная Звезда», УП «Минская фабрика цветной печати», РУП «Типография «Победа», ОАО «Полеспечать», РУП «Барановичская укрупненная типография», РУП «Бобруйская укрупненная типография имени А.Т. Неногодина», ПРУПП «Наследие Ф. Скорины») и 37 типографий областного подчинения, а также РУП «Издательство «Белорусский дом печати», Гомельское КИПУП «Сож», Минская фабрика Госзнака. В 2005 г. ими совместно с управлениями идеологической работы облисполкомов выпущено 1558,7 млн. краско-оттисков и 963,8 млн. листов-оттисковпечатной продукции (за исключением газет) на сумму39075 млн. руб. По сравнению с 2004 г. объем товарной продукции вырос на 10,4%.

Ежегодно в рамках книжной выставки-ярмарки проводится республиканский конкурс «Искусство книги». В конкурсе «Искусство книги — 2006» приняло участие 51 издательство и полиграфическое предприятие. На суд жюри было представлено 350 изданий. Высшая награда — диплом имени Франциска Скорины и знак-символ «Золотой фолиант» — вручена издательству «Мастацкая лггаратура» за двухтомник «Победа: 1418 дней Великой Отечественной войны», «Память со слезами на глазах», отпечатанный на Минской фабрике цветной печати. В номинации Лучшее полиграфическое исполнение» «Золотой фо шант» присужден ООО «Полпграфкомбинат имени Якуба Коласа». Этой премии удостоеныкниги издательств «Мастацкая лггаратура» (Владимир Короткевич «Быу. Ёсць. Буду»), «Беларуская энцыклапедыя 1мя Петруся Броум» («Красная книга Белоруссии. Растения»), «Вышэйшая школа» (лучшее учебное издание — серии развивающих учебных пособий для детей от 3 до 5 лет), «Беларуская навука» (1-й том четырехтомного издания «Архитектура Беларус! IX—XIV стст.»). В числе претендентов на получение диплома были книги негосударственных издательств («Книжный долю, «Белфак-сиздатгруппа», «Харвест», «Юнипресс»). С этими и другими книгами белорусских издательств смогли познакомиться посетители XI Минской международной выставки-ярмарки 2006 г., Дней белорусской письменности в Поставах (сентябрь 2006 г.), проходивших в 2006 г. международных книжных ярмарок в Москве, Варшаве, Франкфурте-на-Майне, Львове, Белграде).

В условиях формирования рыночных отношений, разгосударствления и приватизации актуальной проблемой остается реализация выпущенной литературы.

С 1999 г. по июль 2006 г. количество книжных магазинов в республике сократилось более чем в 2 раза. Начиная с 1991 г. ликвидировано 53 книжных магазина по различным причинам, в том числе и в результате непродуманной приватизации и их последующего перепрофилирования. В 2006 г. книготорговая сеть Министерства информации насчитывала 86 книжных магазинов. 56 из них расположены в Минске и областных центрах, 30 — в 18 районных центрах, 1 — в поселке городского типа. Существующая форма расчетов книготоргующих организаций с издательствами не оправдывает себя: 90-дневные сроки расчетов не выдерживаются ни «Белкнигой», ни унитарными предприятиями «Бресткнига», «Витебсккнига», «Гомелышига», «Гроднокнига», «Могилевкнига».

Издательства, предоставляя этим унитарным предприятиям беспроцентный кредит в виде отпущенной им литературы, не уверены, что в указанные сроки нереализованный книжный товар не будет возвращен обратно. Большие потери несут издательства и от хранения книг на складах «Белкниги» и подведомственных ей организаций. Нет отлаженной системы в работе издательств и книжных магазинов, общественных распространителей.

Решению многих проблем, стоящих перед белорусскими книжными издательствами, особенно в деле повышения тиражности книг и их распространения, мог бы помочь опыт работы зарубежных издательств, в частности немецких. | Главное внимание там уделяется созданию небольших мобильных издательств, в которых до минимума сокращено количество управленческого аппарата, бухгалтеров экономистов. Как итог, на каждого работающего независимо от профиля его работы, приходится от пяти до десяти выпущенных книг. Ведется активный поиск своей ниши, которая позволила бы избежать дублирования, способствовала бы налаживанию надежного партнерства с книжными магазинами и авторами, контактов с покупателями книг задолго до их выхода в свет. Для достижения этих целей часто меняется направление работы издательства, его структура, формируются гибкие тематические планы, подчас с потерей части прибыли. Такое бывает в случаях*,* когда книжные магазины, чтобы не потерять своих постоянных клиентов, просят издателей выпустить заведомо не тиражную книгу. В будущем эти потери, как правило, покрываются новыми заказами. В последние годы в Германии доказали свою жизнеспособность 3 типа издательств с различной структурой и организацией: специализированные, ориентированные на широкого читателя; специализированные, ориентированные на профессионального читателя; издательства массовой литературы (универсальные).

Управленческая структура немецких издательств изменена. Ранее каждое из них возглавлял директор, который до деталей определял идеологическую, хозяйственную, кадровую политику, поведение на рынке распространения книг. Часто это сковывало инициативу сотрудников, являлось тормозом для дальнейшего развития предприятия. Командировки, болезни, отсутствие но разным причинам руководителя на рабочем месте приводили к отрицательным итогам. На смену единоначалия пришли менеджерские принципы руководства: четкое распределение обязанностей, задач и ответственности между отделами, редакциями и внутри них; участие всех сотрудников в принятии решений; расширение состава редакционных советов издательств, привлечение к работе в них руководителей различных подразделений. Отсутствует единоначалие и в коллективном издательстве. Каждый сотрудник отвечает за свой участок работы, принимает участие в принятии определенного решения. Идее коллективности соответствует и оплата работы. Исходная ставка (обычно она не ниже средней в отрасли) у всех равная. Исключение делается только для тех, у кого большая семья, кто имеет потребность в приобретении квартиры, лечении. Эта «уравниловка» не касается гонорара — творческий процесс оплачивается здесь соответствующим образом.

Отличительной чертой немецкого книгоиздания является полная свобода в выборе структуры издательства, принятии решений. Все вопросы издательство решает самостоятельно, в зависимости от направлений деятельности, возможностей и поставленных задач. Главное — обеспечить все слои населения нужной литературой, быть конкурентоспособным па книжном рынке. Заслуживает внимания опыт сотрудничества немецких издателей с торговыми партнерами. Задолго до выхода книги издательства заключают договоры с книжными магазинами на реализацию своей продукции (цена, способ и срок доставки). Поскольку в последнее время в Германии, как и в других странах, растет количество специализированных книжных магазинов (в нашей республике наблюдается обратная тенденция), издатели изучают специфику каждого из них, стараются познакомиться с постоянными покупателями этих торговых учреждений. Изучается контингент пассажиров в аэропортах, па железнодорожных и автобусных вокзалах. С учетом этого подбирается специальная литература, которую издательства поставляют в торговые киоски, которые, как правило, являются филиалами книжных магазинов. Аналогичная работа проводится в крупных магазинах и супермаркетах. Букинистические магазины помогают издательствам реализовывать продукцию, на которую нет твердой цены или оставшуюся от прежних выпусков.

Отрицательно сказывается на распространении белорусской книги отсутствие услуг «книга — почтой», «международная книга». В Германии такие виды услуг широко применяются, как и услуга «от двери к двери» (книгоноши собирают от своих клиентов заказы на определенную литературу и получают ее в издательствах).

Важной формой сбыта книжной продукции являются книжные клубы и общества, которые но выгодной пене покупают в издательствах прав на переиздание ранее выпущенных книг, а также книжные блоки без переплетов, бракованные экземпляры и реализуют их по более низким ценам.

Фирмы-распространители, как правило, занимаются сбытом и выполняют транспортпо-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 конгрессах, конференциях. Обычно про выход этой литературы и планируемые мероприятия заранее сообщается в газетах, журналах, реферативных сборниках.

Для удовлетворения разных вкусов покупателей издательства часто обмениваются литературой с конкурентами, покупают у них часть тиражей и продают их своим постоянным клиентам. Большинство издательств массовой универсальной литературы, как и издательств, ориентированных на профессионального читателя, находят свое место на рынке с помощью социологического изучения читательской аудитории, рекламы авторов и их произведений, что помогает быстрее и дороже продать книгу.

Ну, а если издательство все же окажется в кризисной ситуации? Известные немецкие теоретики области книгоиздания Хелъгер Беем и Габриель Хаард, Герман Шульц и Иохан Вернер (авторы коллективной монографии «Маркетинг и управление в книгоиздании») утверждают, что кризис легче преодолеет тот, кто не ожидает, пока беда постучит в дверь, а постоянно анализирует крепкие и слабые стороны деятельности своего коллектива, совершенствует программы финансового и тематического планирования, сбыта продукции, рекламы, работы с прессой, поощряет опыт своих лучших сотрудников, привлекает к решению проблем каждого члена коллектива. По мнению авторов монографии, «участвовать — это значит создавать основу для мотивации, которая является движущей силой творческого труда». При необходимости не следует бояться кадровых перестановок, привлечения к сотрудничеству специалистов других отраслей, в первую очередь экономистов, разработчиков программ, менеджеров.

Технология выпуска книг на современном этапе в различных странах очень схожая, как и причины ошибок, просчетов, мешающих успешной работе коллектива. Немецкие издатели считают, что наиболее частыми 1гросчетами в управлении и организации являются: завышение тиража, что ведет к залежам нереализованной продукции; недостаточная насыщенность рекламы информацией, раскрывающей сущность книги; погоня(за количеством торговых партнеров вместо того, чтобы иметь дело с самыми крупными, известными книжными магазинами; игнорирование правил, что получить большие кредиты — не означает остаться на плаву (деньги следует отдавать в строго определенное время, да еще с процентами, а сделать это можно только тогда, когда хорошо реализуешь продукцию); непорядочные отношения с авторами и партнерами по рынку; ошибки в выборе времени выхода продукции (в последние месяцы года сложно реализовать школьные учебники, календари, книги по садоводству и огородничеству); незатребованные поставки книг в магазины с гарантией возвращения нереализованной продукции; несогласованность цепы на книжную продукцию между издательством и книжной точкой в случаях, когда она окажется выше, чем оговаривалось ранее; слабая подготовка к книжным ярмаркам (следует заранее разработать концепцию, с кем в первую очередь провести переговоры, предложить, что приобрести, что продать, пригласить партнеров на свой стенд, организовать брифинг, фуршет, презентацию лучших книг, подготовить необходимые документы для подписания контрактов и т.д.).

Не следует забывать и о повышении авторитета, солидности фирмы, ее сотрудников. Не надо увлекаться скидками на цену собственной продукции, бесплатной раздачей экземпляров предлагаемых для реализации книг, другой издательской продукции, рекламы.

Практика работы немецких издателей выработала и другие подходы к планированию, выпуску, реализации книг. Ознакомление с этим опытом поможет белорусским издательствам не только выжить в сложных рыночных условиях, по и более уверенно наращивать свой творческий потенциал. В течение 2005 г. программы белорусского телевидения «Добрай ранщы, Беларусь!», «Наше утро», «Панорама», «Дела семейные», «Контуры», «Наши новости» и другие организовали свыше 70 информационных выпусков, в которых также освещались такие знаковые события в книгоиздательской сфере, как торжественная церемония передачи на вечное хранение в Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны 146 томов историко-документальных хроник «Памяць», завершение выпуска 18-томной «Беларускай энцыклапедьп», издание книг, приуроченных к 60-летию Великой Победы, проведение и участие в конкурсах «Искусство книги», международных книжных выставках п т.д.

Активно использовались такие электронные каналы передачи информации, как сайт Посольства Республики Беларусь в Российской Федерации, с целью информирования и популяризации белорусской книги за рубежом.

В 2005 г. радиостанции «Беларусь», «Сталгца», Первый национальный канал Белорусского радио, канал «Культура», «Маяк», в программах «Адкрытая пляцоука», «Радиофакт», «Книгомания», «Радио-1» и другие осуществили свыше 120 выходов в эфир с информацией об изданных и планируемых к выходу книгах различной тематики, а также выступлениями работников издательств, писателей, авторов книг.

В газетах «Беларусь сегодня», «Рэспублжа», «7 дней», «Знамя юности», «Звязда», «Настаунщкая газета», «Вечерний Минск», еженедельнике «Л1М», журналах «Полымя», «Маладосць», «Неман», «Вясёлка», «Беларуская думка» и ряде специализированных изданий было опубликовано более 300 заметок, статей, интервью, аннотаций аналогичного характера. Пропаганда белорусской книги за рубежом проводилась на 10 международных книжных выставках-ярмарках, в которых приняли участие книгоиздатели, полиграфисты и распространители печатной продукции в Беларуси.

Новое звучание получила белорусская книга на проведенных в 2005—2006 гг. в городах Каменец Брестской области и Поставы Витебской области Днях белорусской письменности.

Однако, несмотря определенные успехи рекламы отечественной книги, в этом деле много узких мест. Активизируется работа, как правило, накануне международных книжных выставок-ярмарок, проведения Дней письменности, других мероприятий. Многие руководители СМИ о-прежнему считают аннотации, рецензии рекламой и, ссылаясь на закон о рекламе, требуют оплат)' за опубликование подобных материалов. Собственного печатного органа у книгоиздателей нет. Газета «Книжный мир», которая знакомила читателей с новыми книгами, прекратила существование из-за отсутствия финансирования. Журнал «Журналист» выходит раз в квартал и вряд ли сможет уделять много места новинкам литературы. Назрела необходимость создания нового печатного органа для освещения работы издателей, полиграфистов, книгораспространителей, знакомства с деятельностью министерств и ведомств в вопросах книгоиздания. Несомненно, что читателями такого издания станут те, кому небезразлична судьба книги.

**Региональная печать.** В последние годы активно укрепляются позиции региональной прессы на информационном рынке страны. В начале 1990-х годов общий тираж областных, городских и районных газет значительно уступал тиражу7 республиканских общественно-политических изданий, в настоящее время они практически сравнялись и составили соответственно 971 тыс. экземпляров и 850 тыс. экземпляров.

На 2006 г. в Министерстве информации Республики Беларусь зарегистрировано 135 государственных изданий, учредителями которых выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты. Издается 9 областных, 8 городских и 118 районных и объединенных газет. В Брестской области издается 19, Витебской — 25, Гомельской — 23, Гродненской — 18, Минской — 25, Могилевской — 25 газет. Самый большой тираж имеет Витебская городская газета «Витьбичи» — около 50 тыс. экземпляров.

В административных районах крупных городов (Минск, Брест, Могилев) возникли «городские районки». Поддерживаемые администрациями районов, эти издания эффективно работают уже несколько лет. Их основные функции — информационные (о событиях в районе), про-пагандистско-агитационные (во время крупных политических кампаний) и рекламные (реклама местных производителей). Частично эти газеты распространяются бесплатно через почтовые ящики жителей района. В Минске пример таких газет — «Вести Московского района», «Вести Заводского района» и т.д.

Завершающим звеном региональной печати является низовая пресса (пресса трудовых коллективов, учебных заведений или так называемая многотиражная). Несмотря на многочисленные прогнозы о ее полной бесперспективности в условиях информационного рынка, она продолжает выходить. Эти газеты стали своего рода информационным центром предприятий или учебных заведений. Там, где городская печать теряет свое значение, роль информационного координатора берут на себя многотиражные газеты. Для многих людей, и прежде всего пенсионного возраста, многотиражка часто становится той единственной нитью, которая связывает человека с заводом, которому он отдал всю свою жизнь.

В начале 1990-х годов практически вся региональная пресса был.1, убыточной, в 2006 г. Министерство информации констатировало резкое увеличение числа прибыльных изданий. В 2000 г. с прибылью работали 10, в 2001 г. — И, в 2002 г. — 21, в 2006 г. — 30 редакционных коллективов.

Региональные газеты и журналы являются важнейшим звеном информационного поля страны. Как свидетельствуют социологические исследования, по популярности у сельских читателей местные издания занимают второе место после электронных СМИ, опережая центральную прессу.

Районная печать приближена к своему читателю, люди, как правило, хорошо знают большинство героев журналистских публикаций. Газетная информация носит прикладной характер, позволяет ориентироваться в вопросах повседневной жизни. Такое положение «районок» накладывает на журналистские коллективы особую ответственность.

К сожалению, у региональных изданий есть и много недостатков. Пожалуй, главный из них — это фрагментарная, бессистемная публикация материалов о республиканских и международных событиях. Читатель не получает полной информации из своей районной газеты, а она, порой, единственная, которую выписывает крестьянская семья. В результате людичасто отказываются от «районки», делают выбор в пользу областных и республиканских изданий. Средний тираж городских и районных газет по республике составляет около 5 тыс. экземпляров.

За последние годы значительно улучшилось качество региональной прессы, ее техническое оснащение. Почти половина газет переведены на двухцветную и полноцветную печать, практически все редакции имеют современные настолько-издательские комплексы, автомобили. В большинстве случаев изданиям помогают учредители, а также Министерство информации. Только за 3 последних года за его счет приобретена компьютерная и оргтехника для Смолевичской, Слонимской, Жодинской, Борисовской и Ляховичской районных газет.

Наряду с государственными в регионах выходит почти 60 общественно-политических альтернативных (негосударственных) изданий. Абсолютное большинство этих газет по тиражам значительно уступает государственным, их качество и содержание оставляют желать лучшего. Вместе с тем этот сегмент периодики развивается достаточно динамично. Во многом это происходит благодаря значительной финансовой поддержке со стороны различных общественных;: коммерческих структур, в том числе и зарубежных. Редакции получают:ранты, им поставляется компьютерная и оргтехника, сотрудники имеют возможность проходить стажировки и участвовать в обучающих семинарах за рубежом.

В настоящее время больным вопросом для печатных изданий Беларуси, в том числе и региональных, является обеспечение газетной бумагой. Сегодня она закупается по коммерческим ценам в Российской Федерации з городах Кандапога, Балахна). Вопрос решается на государственном уровне, начато строительство комбината по производству газетной бумаги в Шилове. Производственные мощности этого предприятия через 2 года позволят полностью обеспечить отечественные периодические издания качественной бумагой, значительную часть ее реализовывать за пределы Беларуси.

В новых условиях происходит адаптация газет соседнего государства на белорусском медиа-рынке, которая проявляется прежде всего в выпуске белорусских приложений к конкретной газете. Сегодня их имеют «Труд», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты» и др. Благодаря размещению под традиционными логотипами белорусской информации эти приложения к массовым российским изданиям привлекли значительную часть местной аудитории.

Анализ белорусских приложений российских газет, которые распространяются на белорусском информационном рынке, свидетельствует, что по ряду позиций белорусские варианты имеют признаки «материнских» изданий. Основными темами, которые должны были заинтересовывать белорусского читателя, стали местные программы передач, местная реклама и информация. Опыт адаптации белорусских приложений к условиям нашей страны показывает, что еще и сегодня они не соответствуют уровню материалов «материнского» издания.

Динамическое развитие рынка белорусских печатных СМИ привело к жесткой конкуренции среди отечественных и российских газет. У последних сложилась своя система, что, естественно, в значительной мере дополняет и обогащает общенациональную структуру печатных изданий. В итоге возрос интерес к современным технологиям рыночного поведения СМИ как коммерческих структур.

**Печать Союзного государства.** В любом государстве должны быть свои государственные средства массовой информации. Союзное государство Беларуси и России только начинает строиться, потому становление союзных СМИ находится на начальном этапе.

Финансирование интеграционной периодики осуществляется за счет бюджета Союзного государства. В настоящее время учреждены и распространяются на территории двух государств четыре издания: «Союзное вече» (учредитель — Парламентское собрание Союза Беларуси иРоссии; приложение к газетам «Труд» (Российская Федерация) и «Народная газета»); «Союз Беларусь — Россия» (учредитель — Совет Министров Союзного государства; вкладыш в «Российскую газету» и газету «СБ. Беларусь сегодня»); «Лад» (совместное издание «Литературной газеты» и Постоянного комитета Союзного государства; вкладыш в «Литературную газет)7»); Информационный бюллетень Парламентского собрания Союза Беларуси и России (учредитель — Парламентское собрание Союза Беларуси и России).

Социологическое изучение деятельности этого вида периодики, предпринятое как в Беларуси, так и в России, свидетельствует, что издания ориентируются в основном на исполнение заданий своих учредителей, при этом недостаточно учитывают интересы аудитории. Ее они воспринимают как объект воздействия, а не равноправного партнера.