

СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНІ ЗАХОДИ POKETBOOK ЩОДО ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЧИТАННЯ КНИГ В УКРАЇНІ

А. О. Бессараб

*Класичний приватний університет,
вул. Жуковського, 70 б, Запоріжжя, 69002, Україна*

У статті розглянуто соціальнокомунікаційні заходи компанії PocketBook, що представила світовому ринку понад 30 моделей електронних E Ink-рідерів та мультимедійних планшетів, більшість з яких стали новаціями у сфері електронного читання. Виявлено, що компанія PocketBook є не лише виробником e-book, а й активним суспільним діячем, одним із найвпливовіших суб'єктів формування читацької культури. Цей факт засвідчують її проекти KidRead, ReadRate, BookLand і численні конкурси та фестивалі, в яких вона виступає ініціатором або спонсором («Найкращий читач України», «Чарівна книга», «Читання в задоволення», «Діти в подорожі: Найкумедніші історії» тощо); престижні нагороди й премії, здобуті компанією, її активна діяльність у соціальних мережах.

Ключові слова: книга, конкурс, соціальна мережа, читання, PocketBook.

Постановка проблеми. Сьогодні ми є свідками чергової революції в читанні, пов'язаної з поширенням електронних видань і, відповідно, зміною культури читання та споживання книги. Представники видавничого ринку змушені шукати нові форми спілкування зі споживачем. С. Водолазька наголошує, що результатом таких пошуків стали інноваційні видавничі промоції (продакшн-плейсмент, брендування, буктрейлер, краудфандинг), інноваційні канали мережевої комунікації (універсальні та спеціалізовані соціальні мережі, інтернет-проекти, відеохостинги, блоги та мікроблоги, форуми, чати, соціальні сервіси) [1, с. 79]. Особливий інтерес становить діяльність компанії PocketBook у зазначеному напрямі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Маркетинговий етап редакційно-видавничого процесу у своїх публікаціях висвітлювали Я. Владарчик, Н. Еріашвілі, В. Маркова, З. Партико, Н. Рябініна, М. Тимошик, П. Форсайт та ін. Маркетингові комунікації в галузі видавничої справи розкрили у своїх працях Дж. Блайд, С. Водолазька, В. Теремко та ін. Питанням читання присвячені праці таких науковців, як: М. Адлер, Б.-І. Антонич, С. Вальдгард, Б. Дубін, М. Зубрицька, В. Ізер, Е. Огар, С. Поварнін, В. Сеньківський, А. Судин, В. Сурков та ін. Проте зміни в навколишньому світі, зокрема поширення електронних видань, вносять свої корективи в існуючі теорії й потребують подальших досліджень.

Мета статті — дослідити соціальнокомунікаційні заходи компанії PocketBook щодо популяризації читання книг в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Компанія PocketBook — один із найбільших за обсягом у світі виробників преміальних електронних рідерів на основі технології E Ink («електронний папір»), а також мультимедій-

них рідерів і планшетів на базі Android (детальніше про історію створення компанії можна почитати в: [2; 3]). Апаратну частину та програмне забезпечення пристроїв PocketBook розробляє компанія Obreey Products, що входить до групи компаній PocketBook. Виробляють пристрої на заводах Foxconn, Wisky і Yitoo. Як зазначено на офіційному сайті компанії PocketBook, її продукцію продають у більше ніж 30 країнах Європи, США, а також в Ізраїлі, Австралії, Новій Зеландії та інших країнах. Компанія має 130 сервісних партнерів, які здійснюють гарантійне та післягарантійне обслуговування пристроїв у всьому світі [4].

В Україні пристрої торгової марки PocketBook представлені в більшості IT-агрегаторів, онлайн і оффлайн магазинів і супермаркетів електроніки. На цей момент серед офіційних партнерів PocketBook такі, як: ALLO, COMFY, ELDORADO, Foxtrot, MoYo, Portativ, Technopolis, Мобілочка, Rozetka, Sokol. На компанію PocketBook припадає 49% ринку E Ink-пристроїв України в грошовому еквіваленті та 38% у реалізованих одиницях [5].

Рідер (читалка) — це пристрій, призначений, насамперед, для комфортно читання й здатний вмістити кілька тисяч книг, які можна скрізь носити з собою. На відміну від більшості пристроїв з екраном, цей не викликає дискомфорту та не псує зір, оскільки E Ink-дисплей висвітлюється відбитим світлом, як папір. Рідер потребує зарядки раз на місяць, що дуже зручно під час відпусток і відраджень. Найважливіше в читалці — розділ «Бібліотека». Розробники передбачили зручні способи групувати та сортувати книги. Експериментуючи, можна підібрати зручний режим відображення. Корисна функція «Бібліотеки» — це пошук за словом або фразою потрібної книги, точне місце розташування якої на флешці або у вбудованій пам'яті користувач забув. Переваги читалки PocketBook: підтримка великої кількості форматів електронних книг (табл. 1); продумана система навігації (гортати сторінки книги дуже зручно); система E-Ink; висока швидкість роботи; набір шрифтів для відображення книг текстових форматів; легкість налаштування бібліотеки; інтегровані словники від Lingvo [6].

Таблиця 1

Загальні вимоги до електронних книг у рідерах PocketBook [7]

Критерій	Характеристика	
1	2	
Формати	Засновані на XML	ePub, FictionBook, XHTML, XMDF
	Інші	BBеB, CBR/CBZ, LIT, Mobipocket/Kindle, PDF, Plain text
Читання	Програмне забезпечення	Adobe Acrobat, Adobe Digital Editions, Aldiko, Blio, Bluefire Reader, Bookglutton, Calibre, FBReader, Foxit, Reader, iBooks, Lexcycle Stanza, OverDrive Media Console, Sony Reader Library, STDU Viewer, Sumatra PDF
Редагування	Програмне забезпечення	Adobe InDesign, Aquafadas, Atlantis Word Processor, Calligra Author, Feedbooks, iBooks Author, LaTeX, Sigil

Продовження табл. 1

1	2	
Джерела	Безкоштовні	Aozora Bunko, Baen Free Library, Bookglutton, Feedbooks, Google Books, HathiTrust, Internet Archive, Issuu, Project Gutenberg, Smashwords, Wikibooks, Wikisource
	Платні	Amazon.com, Barnes & Noble, BooksOnBoard, Booktrack, Borders, Feedbooks, Fictionwise, Google Books, iBookstore, Kobo Bookstore, Smashwords, Sony Reader Store

Проте згадані переваги не матимуть жодного значення, якщо в суспільстві не буде прихильників читання як нагальної потреби, тому компанія приділяє багато уваги не лише вдосконаленню технічних характеристик своїх пристроїв, результатом чого є ряд премій і нагород (табл. 2), а й формуванню інтересу до книги та читання загалом, про що йтиметься далі.

Таблиця 2

Премії та нагороди PocketBook [9]

Рік	Країна	Номінація	Премія/ нагорода	Пристрій
1	2	3	4	5
2012	Франція	Топ-10 продаж Pixmania	Pixmania	PocketBook Pro 912, Basic 611, Touch
2012	Німеччина	Найкращий рідер у Європі	Computer Bild	PocketBook Touch
2012	Німеччина	Найкращий дизайн	Red Dot Design Award	PocketBook A10
2012	Німеччина	Переможець серед електронних рідерів з мульти-сенсорними дисплеями	Tablet PC	PocketBook Touch
2012	Польща	Переможець рейтингу електронних рідерів	PC Format	PocketBook Touch, PocketBook Basic, PocketBook Basic New
2012	Росія	Продукт року 2012 («Мобільні та цифрові пристрої»)	Consumer Electronics & Photo Expo	PocketBook A 10" 3G
2012	Росія	Росія. Кращі серед найкращих 2011 («Електронні книги»)	PC Magazine/RE	PocketBook Pro 612

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5
2013	Німеччина	Найкращий E Ink рідер	allosebook.de	PocketBook Touch Lux
2013	Німеччина	Найкращий E Ink рідер	Tablet PC	PocketBook Touch Lux

Як слушно зазначає В. Теремко, «проблема не в тому, який носій інформації людина використовує для читання, а з якою метою і як читає. Головне — культура читання у структурі особистості» [8, с. 227]. Діяльність компанії PocketBook свідчить про те, що її власники це розуміють, тож розглянемо докладніше її соціальнокомунікаційні заходи.

Наприкінці 2013 р. компанія презентувала три проекти, спрямовані на популяризацію читання:

1. KidRead — проект, який допомагає керувати часом, який дитина проводить з мобільним пристроєм. Унікальне програмне забезпечення створене для залучення дітей до читання, а також для контролю й тестування літературних знань дитини. Проект KidRead складається із сайта kidread.com та Android додатка для мультимедійних рідерів і планшетів.

2. ReadRate — пошуково-рекомендаційний сервіс, основна мета якого — допомогти у виборі літератури. На базі онлайн-платформи ReadRate можна отримати інформацію про найпопулярніші книги, познайомитися з книжковими рейтингами, літературними уподобаннями, відгуками та рецензіями інших користувачів.

На сайті ReadRate можна створити особисту сторінку читача, обговорити книгу, що сподобалась або, навпаки, зберегти цікаву цитату чи скласти список літератури, прочитання якої заплановано на найближче майбутнє. Якщо користувач не забуває відзначати на своїй сторінці улюблені твори і вподобаних авторів, то з часом система зможе запропонувати книги, які збігаються з його інтересами. Фактично кожен власник рідера PocketBook, у якого є можливість виходу в Інтернет, здатний стати членом «журі», яке дасть путівку в життя тій чи іншій книзі. Проект ReadRate пов'язаний із соціальними мережами Facebook, LinkedIn, Twitter, Вконтакте і Однокласники — увійти на сайт можна через акаунт в одній із цих популярних соціальних мереж [10].

3. BookLand — електронний майданчик PocketBook, мета якого — продаж художньої, навчальної, довідкової літератури, а також періодичних видань в електронному форматі. BookLand пропонує більше ніж 1,5 млн найменувань електронного контенту 17 мовами.

Компанія PocketBook є активним суспільним діячем та головним спонсором конкурсів, і це є однією зі складових їх внеску в розвиток культури суспільства. Назвемо деякі з них, проведені в Україні:

1. Конкурс дитячого читання «Найкращий читач України», організований спільно з Громадською організацією «Форум видавців», Національною бібліотекою України для дітей, Українською асоціацією працівників бібліотек

для дітей, Українською бібліотечною асоціацією та Українською асоціацією видавців та книгорозповсюджувачів [11].

2. Конкурс «Чарівна книга» від PocketBook, на який потрібно було запропонувати власний проект книги майбутнього, описавши вигляд і принцип користування нею [12].

3. Міжнародний літературний конкурс романів, п'єс, кіносценаріїв, пісенної лірики та творів для дітей «Коронація слова», у 2013 р. Компанія PocketBook традиційно стала партнером премії. У межах конкурсної програми почесне журі конкурсу вивчало літературні твори номінантів, використовуючи рідери PocketBook [13].

4. Конкурс «Читання в задоволення» з PocketBook [14].

5. Конкурс літературних критиків, організатором якого був книжковий портал «Буквоїд», а головним спонсором — PocketBook [15].

6. Літературний конкурс для всіх талановитих мам, які відчувають у собі сили і мають бажання написати книгу або оповідання для дітей, організований видавництвом Glowberry Books і компанією PocketBook International [16].

7. Конкурс «Діти в подорожі: Найкумедніші історії», організований National Geographic спільно з PocketBook [17].

Компанія організовує конкурси для людей, які мають різні таланти: письменника, критика, художника, винахідника і, звичайно, читача. PocketBook бере участь і в міжнародних конкурсах, і у всеукраїнських, і менш масштабних, наприклад, у межах одного міста. Так, компанія стала ініціатором флешмобу з популяризації читання 6 березня 2015 р. в Києві, закликавши на своїх сторінках у соціальних мережах прийти зі своїм рідером до входу на станцію метро «Політехнічний інститут» і приєднатися до книжкового руху ескалатором. На тих, хто приніс із собою рідери PocketBook, очікували заохочувальні подарунки.

Компанія PocketBook представлена в різних соціальних мережах: Facebook, Twitter, YouTube, RSS, Вконтакте тощо. За допомогою них вона проводить власні конкурси за різноманітними напрямками, але найбільше з них присвячено саме читанню електронних книжок. Характерною особливістю соціальних мереж є об'єднання в них людей за інтересами, що дає можливість для підтримання діалогу та отримання зворотного зв'язку, реагування на потреби й запити. В. Теремко наголошує, що «інтернет-просування суттєво збагачує, підсилює рекламну діяльність... позитивно позначається на продажах книг» [18, с. 229].

Звернення до зірок. Чимало людей довіряє авторитетним, значущим для них особистостям. Існує велика кількість свідчень на користь того, що публіка практично одразу реагує на рекомендації, що йдуть від того, кого вона поважає [19, с. 382–383]. Відомі актори є зразком для наслідування, тож підбірка фото «Актори за читанням», запропонована в соціальних мережах на сторінках PocketBook 18 листопада 2014 р., також слугує меті популяризації читання книг.

Ряд повідомлень супроводжує *зображення екрана рідера PocketBook із цитатою відомої особи* (зазвичай письменника), наприклад:

«Влучні слова письменника Томаса Вортона. А коли ви туди вирушаєте? «Навіть година читання — час, проведений у раю» (26 лютого 2015 р.)¹;

«Фантаст Ніл Гейман точно знає, як втілити свої задуми в життя. «Книги — мрії, яких можна торкнутися» (27 лютого 2015 р.);

«Едмунд Уїлсон, відомий критик і близький друг Фіцджеральда, влучив у самісіньку точку! «Не буває двох однакових прочитань однієї книги» (2 лютого 2015 р.);

«Мабуть, влучніше за Еліс Хоффман і не скажеш. Все ж таки, щось знають про життя дитячі письменники: «Книжки — єдина існуюча магія» (13 лютого 2015 р.);

«Джексон Холбрук знайшов спосіб дізнаватися всю правду про будь-яку людину в цілому світі. «Твоя бібліотека — твій портрет» (16 лютого 2015 р.).

Як зазначає О. В. Овруцький, «візуальні елементи образу виконують специфічні функції емоційного впливу. Вербальні елементи — інформаційну функцію, мотиваційну функцію, а також системоутворювальну (позиціонування). Ідентифікаційна функція є універсальною для вербальних і візуальних елементів рекламного образу» [20, с. 180]. У наведених прикладах використано і візуальний (екран рідера PocketBook), і вербальний (цитата) елементи.

Організатори викладають на своїх сторінках *цікаві фрази, мотивуючи учасників групи до читання й шанобливого ставлення до книги*, наприклад:

«Є книжки, які можна розпізнати лише за декількома словами» (14 жовтня 2014 р.);

«Нічого немає прекраснішого за книжки в книжковому магазині. Магія написаних слів» (14 листопада 2014 р.);

«Коли чуєш, як твій малюк сам читає, дивиєшся, що він так швидко став дорослим. Правда ж? » (23 січня 2015 р.);

«Навіть на самісінькому краю світу книга ніколи не залишить вас на самоті» (30 січня 2015 р.);

«Найдорожче в читанні не розв'язка, а насолода від плину розповіді» (9 лютого 2015 р.);

«Цікава книга — своєрідна чарівна паличка, що може зробити будь-які меблі найзручнішими в світі» (23 лютого 2015 р.);

«Не дивуйтеся, коли читання буде викликати незвичні фізичні відчуття — це ростуть ваші крила» (2 березня 2015 р.);

«Той, хто читає, може прожити тисячі життів разом з героями книг. І в цьому — велике щастя читання» (6 березня 2015 р.);

«Людина з таким самим рідером, як і у вас, викликає симпатію. А коли бачиш на екрані улюбену книгу, розумієш — зустрів друга на все життя!» (9 березня 2015 р.);

¹ Тут і далі в дужках подано дату появи інформації на сторінках PocketBook у соціальних мережах.

«Подорожі в просторі й часі можливі! Це доведе кожен, хто любить читати!» (16 березня 2015 р.);

«Книжкова йога — особливі пози для читання, які допомагають сховатися від зайвого клопоту» (20 березня 2015 р.).

Усі тексти супроводжуються відповідними зображеннями. Хоча компанія зацікавлена, насамперед, у просуванні електронних книжок, ми бачимо теплі слова на адресу книжкового магазину. Навряд чи лікарі схвалять «книжкову йогу», але акцент зроблено на тому, що читати можна в будь-якій зручній позі. Усі наведені вислови спрямовані на формування сприйняття книги як постійного супутника в житті, що робить його насиченішим і яскравішим.

Ряд постів рекомендує дозвілля, пов'язане із сюжетом книг:

«Бажання бути оригінальними виділяє книголюбів серед інших. Наприклад, на Хелловін кожен другий одягнеться Дракулою, привидом чи відьмою. А ви ж зможете виділитися, ставши на вечір персонажем однієї з сучасних страшилок. ReadRate підготував вам список» (24 жовтня 2014 р.);

«Дизайнер та письменник Діана Фрід готує страви, які фігурують в класичній літературі, наприклад, в «Убити пересмішника» Харпера Лі або «Великий Гетсбі» Фіцджеральда. А ви відразу здогадалися, які твори на фото?» (3 листопада 2014 р.);

«У підвалі музею Михаїла Булгакова, що на Андріївському узвозі, відкрився Книжковий клуб «Булгаковський» (<https://www.facebook.com/bulgakov.book.club>). Це ідеальне місце для книголюбів: тут можна усамітнитися і почитати або обговорити останні книжкові новинки за чашкою чаю. Також щотижня відбуваються кінопокази, лекції, літературні читання та камерні музичні заходи» (8 листопада 2014 р.);

«Музей казок Junibacken у Стокгольмі. Це наскільки круте місце, що відвідати його буде цікаво не тільки дітям, а й дорослим. У музеї змодельовані місця з різноманітних дитячих творів шведських письменників, які можна не тільки оглянути, але й погратися. А головним бонусом є казковий поїзд, на якому відвідувачі подорожують сценами із книжок Астрід Ліндгрен» (25 листопада 2014 р.).

Чимало матеріалів, викладених на сторінках у соціальних мережах, містить *поради щодо ознайомлення з творчістю володарів престижних літературних премій та інших нагород або спонукають записами, присвяченими певним подіям, до прочитання конкретної книги чи автора:*

«Новий роман Дейва Еггерса «Сфера» — обов'язкова для прочитання книга цього тижня. Автор майстерно змальовує підводні камені новітніх медіа та наслідки відвертості у мережі. Хочете підготуватися до завтра — читайте і запам'ятовуйте!» (28 січня 2015 р.);

«Цього тижня RocketBook радить прочитати біографію великого Чарлі Чапліна від блискучого Пітера Акройда, в якій він докладно розповів про зйомки «Золотої лихоманки» та стосунки маестро зі своєю другою дружиною Літою. Книга, яка обов'язково сподобається і закоханим у літературу, і поціновувачам кіно» (4 лютого 2015 р.);

«Зустрічайте найкращу українську книгу 2014 року за версією Книга Року BBC — роман «Фелікс Австрія» талановитої Софії Андрухович. В середині неймовірна історія двох жінок в декораціях Станіслава-Франківська початку XX століття» (11 лютого 2015 р.);

«Чорніше чорного» — роман одного з найцікавіших авторів Англії, лауреата Букерівської премії, Хіларі Мантелл. Драматична, захоплююча розповідь про інший бік сучасного спиритичного світу Англії, де головні герої — провидиця, яка весь час бачить духів, та її асистентка... Must-read усіх прихильників містичного реалізму!» (18 лютого 2015 р.);

«До сонячної погоди обираємо такі самі книжки — «Смак свіжої малини» польської письменниці Ізабелі Сови. Сповнене гумору романтичне оповідання про пошуки жіночого щастя — саме те, що треба на початку весни!» (11 березня 2015 р.);

«В пам'ять про Террі Пратчетта перечитуємо його блискучий «Плаский світ». Який би з романів чи оповідань серії ви не обрали, на вас чекає фантастика найвищого гатунку, приправлена англійським гумором» (18 березня 2015 р.);

«Сьогодні поетеса Ліна Костенко святкує ювілей — 85 років! Дякуємо вам, Ліно Василівно, що надихаєте кожним словом!» (19 березня 2015 р.);

«Цього тижня згадуємо письменницький дебют Андрія Кузьменка «Я, «Победа» і Берлін». В ній Кузьма опублікував не тільки тексти найкращих пісень Скрябіна, але й дві повісті, написані у пізнаваному стилі Андрія — гумористичному та надзвичайно життєрадістному» (25 березня 2015 р.).

Отже, враховано інтереси українських читачів, адже постать Ліни Костенко є знаковою для нашої літератури. Смерть відомого співака Андрія Кузьменка вразила всіх, тож згадка про нього на сторінках PocketBook (і рідера, і в соціальних мережах) є доречною.

Є також *посилання на статті, у яких показано, як рідер полегшує життя:*

«Колеги з gadget.com провели тест-драйв флагманського рідера Sense зі стильною обкладинкою Kenzo. Про особливості адаптивної підсвітки та зручність роботи з Dropbox читайте за посиланням: <http://bit.ly/1z2314l>» (31 січня 2015 р.);

«Дивовижна Анна Сарапін, авторка блогу Capsule, замість важелезних книжок взяла у відпустку PocketBook Ultra. Що з того вийшло — дізнайтеся в блозі: <http://bit.ly/1wAuNQV>. Спойлер: виявилось, що Ultra — незамінна річ у подорожах Дякуємо за відгук!» (15 лютого 2015 р.);

«Відправили InkPad на пари: RootNation затестив, як рідер полегшує життя студента. Що вийшло — читайте за посиланням: <http://bit.ly/1z2id2H>» (21 лютого 2015 р.).

Як бачимо, на сторінках у соціальних мережах PocketBook ненав'язливо пропонує свої рідери, рекомендуючи матеріали про продукцію, одночасно формуючи читацьку культуру цільової аудиторії.

Висновки. На сьогодні компанія PocketBook представила світовому ринку понад 30 моделей електронних E Ink-рідерів та мультимедійних план-

шетів, більшість з яких стали новаціями у сфері електронного читання й здобули престижні міжнародні нагороди. Її рідери мають простий інтерфейс і підтримують практично всі популярні текстові формати. Компанія PocketBook є не лише виробником e-book, а й активним суспільним діячем. Займаючи провідні позиції на ринку, вона є одним із найвпливовіших суб'єктів формування читацької культури. Цей факт засвідчують її проекти KidRead, ReadRate, BookLand і численні конкурси та фестивалі, в яких вона виступає ініціатором або спонсором; престижні нагороди й премії, здобуті компанією; її активна діяльність у соціальних мережах; створення власних проєктів, що популяризують книгу серед сучасного покоління інтернет-споживачів.

На сторінках у соціальних мережах постійно поширюються особливо актуальні, унікальні відомості (зокрема, про ініційовані компанією заходи), спонукання до зворотного зв'язку. PocketBook ненав'язливо пропонує свої рідери, рекомендує матеріали про свою продукцію, одночасно формуючи читацьку культуру цільової аудиторії за допомогою звернення до зірок, зображення екрана рідера PocketBook із цитатою відомої особи (зазвичай письменника), цікавих фраз, мотивуючи учасників групи до читання й шанобливого ставлення до книги, рекомендацій способу дозвілля, пов'язаного із сюжетом книг, порад щодо ознайомлення з творчістю володарів престижних літературних премій та інших нагород, записів, присвячених певним подіям, посилань на статті, у яких показано, як рідер полегшує життя.

Незважаючи на наявні здобутки, подальших досліджень потребують соціальнокомунікаційні заходи щодо популяризації читання книг і їх упровадження як на державному рівні, так і на рівні приватних осіб.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Водозазька С. А. Інновації у видавничій галузі східноєвропейського регіону: прогностичні оцінки / С. А. Водозазька // Актуальні питання масової комунікації. — 2013. — Вип. 14. — С. 76–80.
2. Гончарук Н. Правдивая история PocketBook [Електронний ресурс] / Н. Гончарук, Р. Судолський. — Режим доступу : <http://minfin.com.ua/2013/05/22/760691/>
3. Нечай О. Евгений Милица (PocketBook) о будущем книгочиталок / О. Нечай // Компьютерра [Електронний ресурс]. — 2012. — 23 июля. — Режим доступу : <http://www.computerra.ru/interactiv/695693>.
4. PocketBook International [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.pocketbook-int.com/ua>.
5. Pravdivaja istorija PocketBook [Електронний ресурс] // Forbes Україна. — Режим доступу : <http://forbes.ua/magazine/forbes/1350311-pravdivaya-istoriya-pocketbook>.
6. Український клуб любителів електронних книг [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ebook-ua.org/content/oghliad-chitalki-pocketbook>.
7. PocketBook International [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/PocketBook_International.
8. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : моногр. / В. Теремко. — К. : Академ-видав, 2012. — 328 с.
9. PocketBook International [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/PocketBook_International.

10. ReadRate — офіційний сайт [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://readrate.com/rus/collections>.
11. Конкурс дитячого читання «Найкращий читач України» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://labinlib.org.ua/images/news/-1.pdf>.
12. Конкурс «Чарівна книга» від PocketBook [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://4pda.ru/forum/index.php?showtopic=591466>.
13. Літературний конкурс «Коронація слова» за підтримки PocketBook [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.pocketbook-int.com/ua/uk/news/pocketbook_koronaciya_slova.
14. Конкурс «Читання в задоволення» з PocketBook [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.svyaznoy.ru/news/?ID=1932290>.
15. Конкурс літературних критиків [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://news.meta.ua/archive/23.05.10/cluster:16900956-Bukvojid-nazvav-peremozhtsia-ta-diplomantiv-konkursu-literaturnikh-kritikov>.
16. Glowberry Books оголосило літературний конкурс для мам [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://vsiknygy.net.ua/news/17325>.
17. Конкурс «Діти в подорожі: найкумедніші історії» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zaprizami.ru/?p=2390>.
18. Теремко В. І. Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В. І. Теремко. — К. : Академ-видав, 2009. — 272 с.
19. Прингл Х. Звезды в рекламе / Х. Прингл ; [пер. с англ.]. — М. : Эксмо, 2007. — 432 с.
20. Овруцкий А. В. Соотношение визуального и вербального в рекламном образе / А. В. Овруцкий // Визуальные коммуникации и реклама в дизайне. — Х. : Гуманитарный центр, 2011. — С. 170–194.

REFERENCES

1. Vodolaz'ka S. (2013), «Innovatsiyi u vydavnychiy haluzi skhidnoyevropeys'koho rehionu: prohnostychni otsinky», Aktual'ni pytannya masovoyi komunikatsiyi», Vol. 14, pp. 76–80.
2. Honcharuk N., Sudov'skij R. (2013), «Pravdyvaya ystoryya PocketBook», av ailable at : <http://minfin.com.ua/2013/05/22/760691/> (accessent at 27 February 2015).
3. Nechaj O. (2012), «Evgenij Milica (PocketBook) o budushhem knigochitalok», av ailable at : www.computerra.ru/interactiv/695693 (accessent at 27 February 2015).
4. «PocketBook International», av ailable at : <http://pocketbook-int.com/ua> (accessent at 27 February 2015).
5. «Pravdivaja istorija PocketBook», av ailable at : <http://forbes.ua/magazine/-forbes/1350311-pravdivaya-istoriya-pocketbook> (accessent at 27 February 2015).
6. «Ukrayins'kyy klub lyubyteliv elektronnykh knyh», av ailable at : www.ebook-ua.org/content/oghliad-chitalki-pocketbook (accessent at 27 February 2015).
7. «PocketBook International», av ailable at : http://uk.wikipedia.org/wiki/PocketBook_International (accessent at 27 February 2015).
8. Teremko V. (2012), «Vydavnytstvo-KhKhI. Vyklyky i stratehiyi», Akademvydav, Kyiv, 2012.
9. «PocketBook International», av ailable at : http://uk.wikipedia.org/wiki/Pocket-Book_International (accessent at 27 February 2015).
10. «ReadRate», av ailable at : <http://readrate.com/rus/collections> (accessent at 27 February 2015).

11. «Konkurs dytyachoho chytannya Naykrashchyy chytach Ukrainy», av ailable at : <http://laginlib.org.ua/images/news/1.pdf> (accessent at 27 February 2015).
12. «Konkurs Charivna Knyha vid PocketBook», av ailable at : <http://4pda.ru/-forum/index.php?showtopic=591466> (accessent at 27 February 2015).
13. «Literaturnyy konkurs Koronatsiya Slova za pidtrymky PocketBook», av ailable at : www.pocketbook-int.com/ua/uk/news/pocketbook_koronaciya_slova (accessent at 27 February 2015).
14. «Konkurs Chytannya v Zadovolennya z PocketBook», av ailable at : www.svyaznoy.ru/news/?ID=1932290 (accessent at 27 February 2015).
15. «Konkurs literaturnykh krytykiv», av ailable at : <http://news.-meta.ua/archive/23.05.10/cluster:16900956-Bukvojid-nazvav-peremozhtsia-ta-diplomantiv-konkursu-literaturnikh-krytykiv> (accessent at 27 February 2015).
16. «Glowberry Books oholosylo literaturnyy konkurs dlya mam», av ailable at : <http://vsiknygy.net.ua/news/17325> (accessent at 27 February 2015).
17. «Konkurs Dity v Podorozhi: Naykumednishi Istoriyi», av ailable at : <http://zaprizami.ru/?p=2390> (accessent at 27 February 2015).
18. Teremko V. (2009), «Vydavnychyy marketynh», Akademyvdav, Kyiv, 2009.
19. Pringl H. (2007), «Zvezdy v reklame», Jeksmo, Moskva, 2007.
20. Ovruckij A. (2011), «Sootnoshenie vizual'nogo i verbal'nogo v reklamnom obraze» (Ed. V. Pigulevskij), Vizual'nye kommunikacii i reklama v dizajne, Gumanitarnyj centr, Har'kov, p. 170–194.

SOCIAL AND COMMUNICATIONAL «POCKETBOOK» EVENTS FOR THE POPULARIZATION OF BOOK READING IN UKRAINE

A. A. Bessarab

*Classical Private University,
70 b, Zhukovskoho St., Zaporizhya, 69002, Ukraine
staicy@ukr.net*

The article deals with the social and communication events of PocketBook company, which introduced to the world market more than 30 models of electronic E Ink readers and multimedia tablets, most part of which became innovations in the electronic reading sphere. It was found that PocketBook company is not only the manufacturer of e-book, but the active public figure, one of the most affluent subjects of the readers' culture formation. It's confirmed by its projects as KidRead, ReadRate and BookLand, as well as numerous competitions and festivals, in which the company is acting as an initiator or sponsor (The Best Reader of Ukraine, Magic book, Reading for Pleasure, Children in a Journey: the Most Funny Stories etc.); prestige prizes and awards, gained by the company, its vigorous activity in the social media.

Keywords: *book, contest, social media, reading, PocketBook.*

Стаття надійшла до редакції 15.12.2014.

Received 15.12.2014.