

ФОРМУВАННЯ ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПРОСУВАННЯ КНИЖКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ “COSMOPOLITAN” (УКРАЇНА)

У статті розкрито особливості формування читацької культури та просування книжкової продукції на сторінках жіночого журналу “COSMOPOLITAN” (Україна).

Ключові слова: *просування книжкової продукції, жіночий журнал, книга, “COSMOPOLITAN” (Україна).*

I. Вступ

У зв'язку з втратою інтересу до читання книг останнім часом усі небайдужі, насамперед представники видавничого ринку, змушені шукати нові, ефективніші інструменти просування своєї продукції. Це зумовлює актуальність дослідження особливостей формування інтересу до книжок, зокрема на сторінках жіночого журналу.

Маркетинговий етап редакційно-видавничого процесу висвітлено в працях Н. Еріашвілі [9], З. Партика, Н. Рябіної, М. Тимошика та ін. Маркетингові комунікації в галузі видавничої справи розкрили у своїх працях Дж. Блайд [2], В. Теремко [6] та ін. Питання, пов'язані з аналізом рекламних жанрів, розглядали у своїх працях Л. Балабанова [1], А. Гольман, С. Лисовський, А. Назайкін, А. Платонова [3], Х. Прінгл [4], Д. Розенталь, Е. Ромат [5], У. Уеллс [7], В. Ученова, Г. Щепилова [8] та ін.

II. Постановка завдання

Мета дослідження – виявити особливості та формування читацької культури просування книжкової продукції на сторінках жіночого журналу “COSMOPOLITAN” (Україна).

III. Результати

А. Платонова, аналізуючи рекламу в кримських друкованих мас-медіа, доходять висновку, що основний обсяг реклами в них становлять матеріали таких жанрів: рекламна стаття, рекламне інтерв'ю та рекламна рецензія [3]. Г. Щепилова розділила всі жанри текстової реклами на дві групи: 1) жанри, які створені виключно для реклами та просування продукту (історія із життя, досвід користування тощо); 2) жанри журналістики, які використовують для реклами (замітка, звіт, репортаж, лист, інтерв'ю, кореспонденція, огляд, рецензія, замальовка тощо) [8]. В аналізованому нами журналі переважають жанри другої групи.

У номерах “COSMOPOLITAN” (Україна) за 2005 р. – вересень 2014 р. інформацію про нові видання подано в рубриці “Книги” – зазвичай три новинки та “книга місяця” з рекламною анотацією, після яких у дужках зазначе-

но видавництво та рік видання (“Ексмо”, “Азбука-классика”, “Амфора”, “Махаон”, “Фантом Пресс”, “АСТ”, “Иностранка”, “Гаятри” тощо), на кінець 2007 р. – ще й місто, у 2008 р. стали виділяти назву видавництва та рік товстим накресленням.

У 2010–2011 рр. у цій самій рубриці подавали статті із цікавою інформацією, пов'язаною зі світом літератури:

“Название” – про смішні літературні премії, зокрема британську Diagram, яку журнал “The Bookseller” надає за найдивнішу назву (липень, 2010, с. 22);

“Солдаты в юбках” – про німецьку письменницю та поетесу Герту Мюллер, яка здобула Нобелівську премію з літератури (січень, 2010, с. 22);

“В жанре электро” – про поширення електронних книг та їх переваги (червень, 2010, с. 20);

“Наука и жизнь” – про моду на книжки, зокрема нонфікшн (нехудожню літературу) (березень, 2011, с. 28);

“Поймать волну” – про літературні тренди (серпень, 2011, с. 24).

Випуски за 2010–2012 рр. відзначилися серією інтерв'ю “Суперблиц для...”:

Ірини Хакамади, яка написала чотири книги (грудень, 2010, с. 30);

Григорія Остера – автора книжок “Котенок по имени Гав”, “Вредные советы” та дитячого сайту (жовтень, 2011, с. 26);

Гретхен Рубін – авторки книги-бестселера про те, як стати щасливою (червень, 2011, с. 30);

Жана-Кристофера Гранже, якого називають французьким Стівеном Кінгом (квітень, 2011, с. 28);

Діни Рубіної – авторки книжок про кохання (лютий, 2011, с. 24);

Ю. Несе – автора детективів (січень, 2012, с. 26);

Майкла Каннінгема – лауреата Пулітцеровської премії (березень, 2012, с. 34);

Ніколя Фарга, який пише про людей, якими вони є (квітень, 2012, с. 30);

Давида Фонкіноса – автора романів “Сротичний потенціал моєї дружини”, “Ніжність” (березень, 2012, с. 30);

Мішеля Уельбека – автора роману “Карта і територія” (червень, 2012, с. 30);

Майкла Ондатже – канадського літератора, який здобув “Букер” за депресивний роман про війну “Англійський пацієнт” (липень, 2012, с. 19).

З 2013 р. в журналі подавали лише анотацію “книги місяця”, а з вересневого номера за 2014 р. рубрика “Книги” взагалі зникла. Це пов’язано зі зміною головного редактора, що супроводжується певними трансформаціями рубрик та художнього оформлення журналу.

Рубрика “Книги” містила рекламні анотації. Проте щодо читацької культури, то її формування здійснюється також за допомогою згадування авторів та назв книг з рекомендацією їх почитати, літературних героїв у статтях; наведення цитат з художніх та інших творів. Ці засоби використано і в статтях, і в інтерв’ю із зірками, і в листах читачів, і в коментарях психолога тощо. Наведемо приклади з номерів, підготовлених під керівництвом нового головного редактора – Анни Баздревіч зі старою рубрикацією (липень – серпень 2014 р.) та оновленою (вересень 2014 р.) (див. табл.).

Таблиця

**Засоби формування читацької культури,
використані в журналі “COSMOPOLITAN” (Україна)**

Засоби	Джерело	Цитата з тексту	Назва матеріалу	Наш коментар
1	2	3	4	5
Рекламна анотація	липень – серпень, 2014, с. 15	“Голодный город” – научно-популярная книга, которая читается увлекательнее, чем остросюжетный детектив	Книга месяца “Голодный город” Кэролин Стил	Відзначимо, що до уваги запропоновано науково-популярне видання. Є вказівка на назву видавництва та рік видання (Strelka Press, 2014)
Цитата з художнього твору	липень – серпень, 2014, с. 71	Понятие женской изюминки ввел в обиход Лев Толстой. Персонаж его пьесы “Живой труп” говорил: “Моя жена идеальная женщина была... Но что тебе сказать? Не было изюминки, – знаешь, в квасе изюминка? – не было игры в нашей жизни”	Изюмительная женщина	Позитивним є такий хід для ознайомлення читачів журналу з класичною літературою
Рекомендації, як і що читати	липень – серпень, 2014, с. 8	Лично я начала читать журнал в шестнадцать, ежемесячно жертвую обедом	Письмо редактора	Читати, звісно гарна справа, але щомісяця залишатися без обіду – небезпечно. Хіба що редактор мала на увазі “раз на місяць”. Проте головна думка полягає в тому, що читання цікавіше за їжу
	липень – серпень, 2014, с. 75	Поставить себе за правило раз в месяц читать одну (хотя бы) книжку, повышающую осознанность. Наш совет – начать с “В поисках счастья” Мартина Селигмана и продолжить бестселлером Михая Чиксентмихайи “Поток: психология оптимального переживания”	Веселый пессимист	Ми бачимо тут пряме спонукання до дії – читати хоча б одну книжку на місяць
	липень – серпень, 2014, с. 78	Литературно Чтобы не мучиться, сочиняй новый, не избитый маршрут, возьми любимую книгу, внимательно просмотри ее и составь карту будущего вояжа. Только представь, сколько нового ты откроешь в мире литературных персонажей и в описанной в книге реальности. Это будет очень личное, исполненное неожиданных открытий путешествие	Летние вакации: быть в теме	У цьому матеріалі запропоновано нетривіальний спосіб читання книги, який дає змогу зробити власне життя цікавішим, не просто подорожуючи світом, а й відкриваючи для себе біографію письменників та створені ними образи
	липень – серпень, 2014, с. 166	Или же попробоват самостоятельно библиотерапию – чтение и осмысление книг, например Энтони де Мелло, Ролло Мэя, Ирвина Ялома, Виктора Франка, да и просто ощущающих гармонию и спокойствие в обретенной самодостаточности, позволяющей чувствовать себя счастливыми как в совместной жизни с другими, так и без нее	Комментарии психолога	У цьому матеріалі запропоновано читати книги для досягнення душевної рівноваги, осмислюючи їх зміст
	вересень, 2014, с. 131	Помни одно: опыт, как и успех, не дается в процессе чтения книг, он достигается исключительно методом проб и ошибок	Начинают и выигрывают	Зроблено акцент на те, що читання не забезпечить досягнення успіху в житті

1	2	3	4	5
	вересень, 2014, с. 129	В любом книжном магазине – реальном или виртуальном – есть огромный раздел бизнес-литературы	Все на страт	Непряма порада відвідати книжковий магазин, де є відповідна література
	вересень, 2014, с. 22	Книга, которую я внесла в свой wish-list на первую строчку. Хочу!	О высоком	Поряд зображення обкладинки DIOR "THE LEGENDARY IMAGES/ GREAT PHOTOGRAPHERS AND DIOR". У цьому матеріалі книга є об'єктом бажання, хоча в тексті її назви немає. Зауважимо, що це фотovidання, де основну цінність становлять зображення
Звернення до зірок	липень – серпень, 2014, с. 58	Челси: Между прочим, я собираюсь написать книгу "Пей правильно, или Выбор алкоголя по типу крови"	Кэти в ответе (інтерв'ю актриси, телеведучої, письменниці Челсі Лендлер з Кеті Перрі)	Останнім часом стало модним бути автором книги. Багато зірок пробують себе в цій якості
	липень – серпень, 2014, с. 61	Кэти: ... Я – Эхарт Толе (<i>немецкий писатель, автор бестселлеров о важности умения жить настоящим моментом. – Прим. ред.</i>) Кэти: ... Я не профессор Хиггинс (<i>ученый, лингвист, персонаж пьесы Б. Шоу "Пигмалион". – Прим. ред.</i>)	Кэти в ответе (інтерв'ю актриси, телеведучої, письменниці Челсі Лендлер з Кеті Перрі)	Слід подякувати редакторів, який знайомить жінок з літературою таким способом. Наведені приклади свідчать про те, що зірки шоу-бізнесу читають. Це має стати гарним прикладом для наслідування
	вересень, 2014, с. 46	Любимая книга? "Изнутри" Хабиба Садеги	Прекрасная Пе (про Пнелопу Крус)	Оскільки зірки є прикладом до наслідування, то відповідь про улюблену книгу може викликати інтерес до відповідних письменників і бажання прочитати їх твори
Згадування в статті назви книги, авторів та літературних героїв	липень – серпень, 2014, с. 75	В культовом романе Эллинон Портер "Полианна" главная героиня во всем видит светлую сторону. И этому сильно поспособствовали квантовые сказки вроде "Секрета" Рондо Берн или "Кроличей норы"	Веселый пессимист	Вказано не лише назви творів, а й жанри
	липень – серпень, 2014, с. 67–68	Для начала предлагаю обратиться к базовому источнику – словарю. Итак, феминизм – это... В 1963 году выходит книга Бетти Фридан "Загадка женственности", в которой она имеет смелость отрицать ту незыблемую истину, что женщина должна реализовывать себя исключительно в сфере домашнего хозяйства. Помнишь, как в романе Майкла Каннингема "Часы" миссис Браун переживает по поводу испеченного торта, который совсем не похож на картинку из журнала по домоводству? В книге "Миф о красоте" американка Наоми Вульф доказывает, что современные высокие стандарты женской внешности играют ту же роль, что и "загадка женственности" в 50-е годы	Я – сама!	Подано імена й назви книг. Розуміючи, що не всі читали ці видання, автор статті переказує основні ідеї, важливі для розкриття теми
	липень – серпень, 2014, с. 82, 83	Классический пример – герой книги и одноименного романа "Американский психопат". Чего стоит пренебрежительно поднятая бровь, когда он узнает, что ты не читала "Закат Европы" Шопенгауэра	Интригующий тип	Автор матеріалу непрямо дає пораду: якщо хочеш зацікавити певний тип чоловіків, то мусиш бути начитаною

Продовження таблиці

1	2	3	4	5
	липень – серпень, 2014, с. 85	С ней солидарны авторы книги “Правила. Как выйти замуж за Мужчину своей мечты” Эллен Фейн и Шерри Шнейдер	Шаг навстречу	Є вказівка на джерело інформації, поданої в статті. Тож, якщо тема цікавить, можна з нею детальніше ознайомитись
	липень – серпень, 2014, с. 85	Современные французские парни удивительным образом сочетают в себе двух знаменитых литературных персонажей – д’Артаньяна и Гобсека	Поедем, красота, кататься	Автор передбачає, що читачі журнали знайомі з творчістю О. Дюма та Оноре де Бальзака
	липень – серпень, 2014, с. 113	Моя мама в юности зачитывалась пушкинской поэмой-сказкой “Руслан и Людмила” и назвала нас с братом в честь ее героев	“Я не сомневалась, что стану чемпионкой!”	Спостерігаємо прямий вплив захоплення конкретним художнім твором на життя, а саме на вибір імен для своїх дітей
	липень – серпень, 2014, с. 164	То есть мне интересен, например, Нотр-Дам де Пари, но не из-за его архитектурной ценности, а из-за романа Гюго. А благодаря Ремарку я обожаю отель “Ритц” в Париже	Письмо месяца Море	Відзначено, що захоплення літературою викликає інтерес і до конкретних місць: Нотр-Даму де Парі, готелю “Рітц”
	вересень, 2014, с. 59	Самый важный навык в бизнесе (и не только) – умение строить отношения. Так считает автор книги “Никогда не ешьте в одиночку” Кейт Феррацци. По его словам, сегодня связи решают если не все, то почти все	В ритме города	Є вказівка на джерело інформації, поданої в статті. Тож, якщо тема цікавить, можна з нею детальніше ознайомитись
	вересень, 2014, с. 102	Первым зависимость между гиперсексуальностью и пассионарностью обнаружил Наполеон Хилл, автор бессмертного бестселлера “Думай и богатей”	С шилом по жизни	Є вказівка на джерело інформації, поданої в статті. Тож, якщо тема цікавить, можна з нею детальніше ознайомитись
	вересень, 2014, с. 117	Так считает американка Патти Бриттон, автор книги The art of sex	Это что-то новенькое	Є вказівка на джерело інформації, поданої в статті. Тож, якщо тема цікавить, можна з нею детальніше ознайомитись. Проте, на наш погляд, назву книги варто було подати мовою журналу – російською

Аналіз таблиці дає змогу зробити висновок, що в журналі “COSMOPOLITAN” (Україна) формування читацької культури здійснюється за допомогою рекомендацій, як і що читати, викладених у редакційних матеріалах (статтях, інтерв’ю, коментарях психолога тощо) із зазначенням авторів книг, жанрів їх творів та імен головних героїв, поданням основних ідей або змісту; звернення до зірок, які називають улюблених авторів або пропонують до уваги власні видання. У разі потреби редактор дає відповідну інформаційну довідку у внутрішньотекстових примітках. Тексти можуть супроводжувати зображення з обкладинками згаданих видань. Відмінність між аналізованими номерами з погляду формування читацької культури полягає лише в тому, що у вересні зникла рубрика “Книги”, яка презентувала видавничі новинки, проте інформація про нову книгу є в рубриці “Планета Cosmo”.

IV. Висновки

Глянцевий журнал здатний створити відповідні ціннісні орієнтири в масовій свідомості. На сторінках жіночого журналу “COSMOPOLITAN” (Україна) просування книжкової продукції здійснюється шляхом ознайомлення своєї аудиторії з творами та їх авторами (зазвичай це художня та науково-популярна психологічна література), звернення до зірок,

рекомендацій, що і як читати. Якщо раніше інформацію про книги було подано в спеціальній рубриці, то зараз вона присутня лише в редакційних матеріалах, переважно статтях. Проте згадується зазвичай література, яка допомагає жінці побудувати особисті стосунки та знайти своє кохання, досягти успіхів у кар’єрі й розбагатіти. На наш погляд, позитивним є те, що автори не просто передають викладені в книгах ідеї, а й знайомлять своїх читачів з іменами науковців та літераторів, вказують назви їх творів, жанр і викладають основний зміст, дають поради, що та в яких життєвих ситуаціях почитати, як зробити цікавішим своє життя за допомогою книги (складання маршруту подорожі за книгою, бібліотерапія тощо).

Вдалою була ідея подавати в рубриці “Книги” цікаву інформацію: про смішні літературні премії, про володарів премій з літератури, про поширення електронних книг та їх переваги, про моду на книги, зокрема нон-фікшн, про літературні тренди. Усе це було лише в номерах за 2010–2011 рр. і сприяло формуванню читацької культури. Вдалим редакційним вирішенням була серія інтерв’ю “Супербліц для...” у номерах за 2010–2012 рр. На сьогодні спостерігається тенденція до зменшення уваги до світу книги в журналі “COSMOPOLITAN” (Україна),

тоді як інші жіночі журнали, навпаки, публікують статті про життя письменників, розгорнуті рецензії на нові видання, уривки з художніх творів для формування інтересу до книжкових новинок тощо, ознайомлюючи своїх читачів з подіями у світі літератури та просуваючи ідею, що читати – це модно.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у виявленні особливостей формування читацької культури та просування книжкової продукції на сторінках інших жіночих журналів і їх порівняльному аналізі.

Список використаної літератури

1. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент: підручник / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. – Київ: ЦНЛ, 2013. – 392 с.
2. Блайд Дж. Маркетинговые коммуникации: Что? Как? И почему? / Дж. Блайд; пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. – 368 с.
3. Платонова А. Жанри реклами як чинник обсягу рекламної інформації у рейтингових друкованих мас-медіа Криму / Айше Платонова // Стиль і текст. – Київ, 2012. – Вип. 13. – С. 174–181.
4. Прингл Х. Звезды в рекламе / Х. Прингл; [пер. с англ.]. – Москва: Эксмо, 2007. – 432 с.
5. Ромат Е. В. Реклама: учебник для вузов / Е. В. Ромат. – 7-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 512 с.
6. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. / В. І. Теремко. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.
7. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориарти, Дж. Бернетт; пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой. – 7-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 736 с.
8. Щепилова Г. Г. Реклама в СМІ: принципы классификации [Электронный ресурс] / Г. Г. Щепилова. – Режим доступа: <http://www-mediascope.ru/node/625>.
9. Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учеб. пособ. / Н. Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 351 с.

Стаття надійшла до редакції 16.09.2014

Бессараб А. А. Формирование читательской культуры и продвижение книжной продукции на страницах журнала “COSMOPOLITAN” (Украина)

В статье раскрываются особенности формирования читательской культуры и продвижения книжной продукции на страницах женского журнала “COSMOPOLITAN” (Украина).

Ключевые слова: продвижение книжной продукции, женский журнал, книга, “COSMOPOLITAN” (Украина).

Bessarab A. Readers Culture Formation and Book Products Promotion on COSMOPOLITAN (Ukraine) Magazine Pages

Decrement of interest to books reading is observed all over the world recently, so the representatives of a publishing market forced to look for new, more effective tools for their products promotion. Within the article features of formation an interest in books on COSMOPOLITAN (Ukraine) women magazine pages are under consideration.

The research aim is to disclose the features of book products promotion and readers culture formation on COSMOPOLITAN (Ukraine) women magazine pages.

In the COSMOPOLITAN (Ukraine) issues within 2005 – September of 2014 information about the new publications is given in the “Knyhy” (Books) section – usually it’s three novelties and a book of the month with advertisement summary, after which the publishing house and year of publication are designated (“Eksmo”, “Azbukaklassika”, “Amfora”, “Makhaon”, “Fantom Press”, “AST”, “Inostranka”, “Hayatry” etc.), in the end of 2007 – a city too, since 2008 the publishing house name and year are marked with bold font.

During 2010-2011 in the same section the articles with interesting information connector with the literature world were given: about the funny literary awards, in particular about the “Diagram” British award, which “The bookseller” magazine gives for the strangest title (July, 2010, page 22); about Herta Muller, German writer and poetess, who won the Nobel in literature (January, 2010, page 20); about the spreading of e-books and its advantages (June, 2012, page 20); about the books fashion, in particular nonfiction literature (March, 2011, page 28); about the literature trends (August, 2011, page 24).

The issues of 2010-2012 are notable for the “Superblitz dlya” (Super blitz for...) interview series of Iryna Khakamada, Grygoriy Oster, Gretchen Rubin, Jean-Christophe Grange, Dina Rubina, Y. Nese, Michael Cunningnam, Nicolas Fargues, David Foenkinos, Michel Houellebecq, Michael Ondaatje.

Since 2013 just the annotation of “Book of the month” was given, and in the issue dated September 2014 there is no “Books” section at all. This is due to the replacement of a head editor what is accompanied by some transformations of sections and artistic design of the magazine.

“Books” section contents the advertisement summaries. However, in the COSMOPOLITAN (Ukraine) magazine the readers culture formation is realized with the help of recommendations how and what to read, presented in the editorial materials (articles, psychologist comments etc.) with an indication of books authors, their works’ genres and main characters names, including general concepts or content; address to celebrities who listed their favorite authors or offered own publications. In a case of need an editor gives the corresponding summary of information in the in-cut note. Those texts can be accompanied by pictures illustrated the covers of mentioned publications.

Key words: book products promotion, women magazine, book, COSMOPOLITAN (Ukraine).