

## ПРОВІДНІ МІЖНАРОДНІ КНИЖКОВІ ВИСТАВКИ ЯК КОМПЛЕКСНИЙ КАНАЛ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*У статті охарактеризовано виставки як комплексний канал професійної комунікації. Особлива увага зосереджена на аналізі комунікаційного потенціалу шести міжнародних книжкових виставок, статус яких підтверджено Міжнародною асоціацією виставкової індустрії (UFI).*

**Ключові слова:** міжнародні книжкові виставки, канали професійної комунікації, Міжнародна асоціація виставкової індустрії (UFI).

Виставкова діяльність є однією з найдинамічніших сфер сучасної світової економіки, оскільки відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, підвищенні міжнародного іміджу держави, розвитку внутрішньої і зовнішньої торгівлі, залученні інвестицій і кредитів, пропаганді нових технологій, нових видів продукції і послуг, стимулюванні і закріпленні позитивних структурних змін в економіці, сприянні науково-технічному і технологічному оновленню виробництва, розвитку ділового туризму тощо [7]. Міжнародна виставкова діяльність є одним із комунікаційних каналів сучасних підприємств у глобальній світовій економічній системі, забезпечує взаємозв'язок з економіками багатьох країн.

У сучасних умовах виставкова діяльність належить до істотних чинників, стимулюючих розвиток усіх галузей економіки.

Важливим і найстарішим сектором промислових виставок і ярмарків інформаційної сфери традиційно є книжкові виставки. Окрім економічних, політичних, інформаційних та соціальних аспектів, книжкові виставки і ярмарки носять також яскраво виражений культурно-просвітницький характер, який проявляється через низку івентів, що проходять у їх рамках, спрямованих, зокрема, на інформування видавців, авторів, перекладачів, ілюстраторів про новітні тенденції ринку, книжкові новинки та проекти; презентацію перелічених вище суб'єктів книжкового ринку; піднесення престижу книги в суспільстві та формуванні позитивного ставлення до читання як альтернативи іншим формам дозвілля тощо.

Сьогодні в Україні щорічно проводиться майже півтора десятка книжкових виставок і ярмарків, різних за кількістю задіяної виставкової площі, якістю супутніх заходів, популярністю серед експонентів і відвідувачів [1, 26-29].

В умовах прагнення до успішного просування власної продукції на світових ринках, гострої конкурентної боротьби для фахівців інформаційної сфери України вивчення можливостей провідних міжнародних книжкових виставок як комплексного каналу комунікації набуває особливої актуальності.

Проблеми виставкової діяльності активно вивчаються вітчизняними та зарубіжними дослідниками (Е. Гусев [2], Г. Карпова, Я.Р. Крітсотакіс, С. Міллер, Н. Нікітіна, В. Петелін, В. Прокудін, Л. Стровський, І. Філоненко, Ф.І Шарков [8]). Науковці і практики активно вивчають різні аспекти вітчизняної виставково-ярмаркової діяльності, книжкової зокрема (Б. Колесніков [3], Т. Микитин [4], Н.Ф. Овсянніков [5], В.О. Пекар [6], В.К. Солоненко [5]). Однак питання можливостей провідних міжнародних книжкових виставок як комплексного каналу професійної комунікації об'єктом окремої уваги не було.

Мета статті – проаналізувати професійно-комунікаційний потенціал провідних міжнародних книжкових виставок.

Сьогодні поняття «виставка» значно розширилося і розглядається як захід, пов'язаний з демонстрацією продукції, товарів та послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових

переговорів з метою укладення договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій [7].

На основі аналізу інформаційних, рекламних, довідкових матеріалів, як традиційних так і мережевих, встановлено, що сьогодні значно збільшується та урізноманітнюється програма івент-заходів, які проводяться в рамках міжнародних книжкових виставок і ярмарків. Зокрема, це презентації книг, періодичних видань, видавництв та видавничих проєктів; зустрічі з провідними фахівцями галузі та публічними особами; дискусії, семінари, тренінги, конференції, майстер-класи; вікторини, конкурси, благодійні акції, лотереї; урочисті церемонії нагородження переможців різноманітних премій тощо.

Представницькі заходи книжкових виставок і ярмарків останнім часом суттєво урізноманітнюються за рахунок сучасних креативних дійств, перфомансів, поєднання різних культурно-мистецьких напрямів, наприклад, літератури, музики, театру, живопису, кіно, навіть моди, кулінарії.

Окремої уваги заслуговує практика запрошення почесного гостя, яким може бути як окрема країна, так і конкретна особа. У ролі почесного гостя книжкові виставки і ярмарки відвідують відомі письменники, зірки шоу-бізнесу, телебачення та ін.

Важливу роль у процесі комунікації, і професійної також, відіграють традиційні та електронні ЗМІ, які всебічно освітлюють перебіг подій на виставках. Кількість журналістів, акредитованих, зокрема, дирекціями книжкових виставок та ярмарків України, з кожним роком збільшується, урізноманітнюється тематика та стилі їх репортажів і публікацій.

Також позитивно впливають на процеси комунікації численні зразки друкованої продукції рекламного характеру (листівки, буклети, плакати, заклади, флаєри, календарі тощо) та сувеніри (ручки, пакети, папки, іграшки, брелоки тощо).

Таким чином, у практиці проведення сучасних книжкових виставок і ярмарків формується широка програма івент-заходів, а їх кількість та якість, значущість та результативність залежать від масштабності представницького заходу.

Всі ці заходи яскраво характеризують комунікаційний потенціал виставкового заходу.

Комунікаційний аспекти виставки має декілька вимірів: маркетинговий, соціальний (масова, міжособова комунікація), політичний [6, 124]. Виставка є комплексним каналом комунікації: з одного боку, вона є каналом маркетингової, міжособової, масової соціальної та інших типів комунікації; з іншого боку, виставка використовує різноманітні види каналів комунікації: візуальний, вербальний, перфомансний.

Для ефективної виставкової діяльності підприємства необхідно враховувати, що кожна конкретна виставка має свої характеристики й особливості (місце й терміни проведення, характеристика числа учасників, відвідувачів, рейтинг тощо), які з огляду на стратегію підприємства важливо враховувати при плануванні маркетингової стратегії.

Важливою характеристикою виставки є її статус.

У світовій виставковій індустрії одним з найавторитетніших міжнародних фахових об'єднань є Міжнародна асоціація виставкової індустрії (UFI). Одним із основних напрямів її діяльності є оцінювання якості виставкових заходів різних галузей економіки у всьому світі і надання цим заходам спеціального статусу. Цей статус – «Схвалено UFI» – загальновізнана емблема, яка є своєрідним показником якості, посвідчуючи про найвищі стандарти виставкового обслуговування, а саме: сучасне виставкове обладнання, розвинену інфраструктуру, повний перелік товарів і послуг, виходячи з потреб ринку країни, економіки регіону [10].

У рамках UFI розроблені спеціальні критерії, яким повинна відповідати виставка, що претендує на отримання цього поважного статусу.

Зупинимося на них детальніше.

1. Виставка повинна відбутися щонайменше двічі до моменту подання заяви для проведення фахівцями UFI відповідного аудиту. Статистичний аудит проводиться на основі даних останнього заходу.

2. Виставка повинна бути міжнародною. За правилами UFI таким вважається захід, у якому брали участь як мінімум 10% іноземних експонентів і який відвідали як мінімум 5% іноземців.

3. Дані щодо виставкової площі, учасників (експонентів) та відвідувачів мають бути підтверджені незалежним аудитом виставкової статистики відповідно до стандартів UFI, а саме:

- UFI вимагає від організаторів виставок вказувати в якості кількості учасників виставки лише кількість прямих учасників (у тому числі співучасників);
- при підрахунку кількості відвідувачів кожен відвідувач враховується лише один раз;
- UFI вимагає від організаторів виставок чітко вказувати значення цифр, які вони наводять учасникам виставок і ЗМІ – чи це загальна кількість відвідувачів, чи загальна кількість візитів, чи загальна аудиторія всіх присутніх;
- UFI вимагає від організаторів виставок вказувати лише чисту площу виставок [11].

Такий аудит проводиться спеціалізованою аудиторською організацією або незалежною аудиторською компанією; аудит має проводитися щонайменше раз на два роки (для виставок, що проводяться раз на три або більше років, аудит проводиться кожного разу); виставка, яка вперше подає заявку на визнання, має проводити аудит також і наступного року.

4. Виставка повинна проходити у придатних спеціально обладнаних приміщеннях, де мають бути забезпечені відповідні послуги для експонентів і відвідувачів (стенди реєстрації відвідувачів, наявність асистентів); повинні надаватися друковані матеріали виставки (реєстраційні форми, рекламні матеріали, у тому числі каталог, тощо), обов'язковою умовою є їх видання щонайменше однією іноземною мовою, бажано англійською.

5. Виставка повинна мати регулярний характер і тривати не більше трьох тижнів [10].

Станом на 2012 р. UFI схвалив 916 виставкових заходів у всьому світі. Серед майже 200 секторів економіки, за якими в UFI класифікуються виставкові заходи, виокремлено сектор «Книги». У 2012 р. статус «Схвалено UFI» отримали шість книжкових виставок і ярмарків, які і є об'єктом нашої уваги.

Один з найстаріших виставкових заходів, який цього року відзначив 50 річницю, – Болонський ярмарок дитячої книги «Fiera del Libro per Ragazzi» (м. Болонья, Італія) – міжнародний форум фахівців, залучених у сферу дитячої книги (письменників, видавців, літературних агентів, ілюстраторів, редакторів, критиків, перекладачів, бібліотекарів, книготорговців та книгорозповсюджувачів, друкарів).

Болонський ярмарок дитячої книги – найважливіший міжнародний захід, присвячений виданню традиційної та цифрової дитячої книги, який сприяє продажу та популяризації найкращих дитячих видань, мультимедійної продукції, створює нові бізнесові можливості та допомагає налагоджувати професійні контакти.

Цього року виставку відвідали біля 1200 експонентів із 66 країн світу, серед яких чотири фірми представляли Україну. Захід викликає високу зацікавленість громадськості: більше 600 журналістів з провідних видань 70 країн світу акредитуються для висвітлення подій, що проходять у рамках виставки.

Болонський ярмарок дитячої книги 2013 р. включав низку івентів, а саме: презентації, зустрічі, обговорення, лекції, семінари з ліцензійних питань та проблем авторського права, церемонії нагородження найкращих редакторів та дизайнерів; засідання Італійської асоціації дитячих письменників; історична ретроспектива видання дитячої книги в 1960-70-х рр.; презентація інтерактивної дитячої бібліотеки. Особливі заходи були організовані з приводу висвітлення досвіду інтеграції італійських видавців дитячої книги на російський ринок; презентації сучасних шведських та хорватських ілюстраторів дитячої книги, південноамериканських видавців.

Ці заходи значно пожвавляють ділову атмосферу виставки, надаючи можливість отримати інформацію про актуальні події найновіших тенденцій світового книжкового бізнесу, розширити особисті та професійні комунікації у сфері видання дитячої книги.

25 річницю цього року відзначатиме Міжнародне шоу з догляду за немовлятами та дітьми «Cero A Cuatro» (м. Валенсія, Іспанія). Виставка позиціонується як захід, що об'єднує представників різних галузей промисловості, які обслуговують споживачів віком «від 0 до чотирьох» років. Завданням виставки є пропозиція товарів, що сприяють вихованню всебічно розвиненої дитини. Світ дитинства представлений такими секторами: дитяча та юнацька мода, взуття, текстиль та тканини, ковдри та постіль, косметичні та санітарно-гігієнічні товари, посуд, посаг немовлят, меблі, іграшки, подарунки та ювелірні прикраси, дитячий транспорт, книги тощо.

Окрім залучення найвідоміших спеціалістів, важливою особливістю іспанської виставки є підтримка майбутніх фахівців галузі – сьогоденних студентів, для презентації робіт яких організована низка проектів «See me».

2011 р. у виставці взяла участь рекордна кількість експонентів – представники з 50 країн світу, що свідчить про широку інтернаціоналізацію заходу.

Вже вісім років щорічно проходить у м. Пекіні (Китай) Китайський (Пекінський) міжнародний ярмарок культурних індустрій, який об'єднав представників різних підприємств галузі. Цей захід є справжнім торговим форумом китайських культурних проектів, просуваючи на світовому ринку китайську культурну індустрію, активно пропагуючи глобалізацію китайської продукції.

Масштабність заходу підтверджують такі статистичні дані: за роки існування площа заходу збільшилася від 43130 кв. м до 105000 кв. м, а кількість експонентів зросла від 700 до 1928.

Виставка представляє дизайн, кінематографію, телебачення, видавничу справу, ЗМІ, мультимедіа, нематеріальну культурну спадщину, образотворче мистецтво та каліграфію, мистецькі та ремісничі вироби, культурний туризм, видовищні мистецтва та розваги тощо. Акценти цього річного виставки, на якій планується представити більше 100 тис. категорій культурної продукції та більше 3 тис. культурних проектів від учасників з 90 країн, стосуються таких аспектів: культура та творчий потенціал, культура та технологія, культура та туризм, культура та фінанси.

У жовтні 2013 р. в м. Мадриді (Іспанія) пройде найбільший іспанський Міжнародний книжковий ярмарок «Libeg», який має потужні традиції тридцятилітньої історії. Основним завданням ярмарку є розширення комерційних та культурних зв'язків у найпріоритетнішому для Іспанії південноамериканському напрямі, а також у Мексиці та США. Почесний гість цього річного ярмарку – Чилі. Ярмарок розрахований на професіоналів галузі, а саме: авторів, видавців, літературних агентів, графічних дизайнерів, представників галузевих професійних асоціацій, перекладачів, книготорговців, книгорозповсюджувачів, бібліотекарів, вчителів.

Статус головної бізнес-платформи для іспаномовного видавничого сектору і одного з найважливіших міжнародних зібрань підтверджують статистичні дані: 2011 р. на ярмарку були представлені більше 700 видавців з 16 країн, його відвідали більше 12 тис. чоловік з 62 країн світу (що на 8% більше, порівняно з 2009 р.); у рамках ярмарку було проведено більше 50 івент-заходів (круглі столи, семінари, колоквиуми, презентації, конференції, присвячені проблемам впровадження новітніх технологій та поширення електронних книг, вивчення поточного стану освіти та читання, логістики та книгорозповсюдження та ін.).

Особливістю даного заходу є дуже широкий спектр додаткових послуг для відвідувачів, які надає організатор ярмарку – компанія «Feria de Madrid»: електронний інформаційний пункт, Wi-Fi, колл-центр, автопарк, ресторани і бари, автобусні перевезення, магазини, бутіки флористики, пошта, таксі, банківські, туристичні, медичні пуги тощо.

Міжнародна спеціалізована виставка-ярмарок «Санкт-Петербурзький міжнародний книжковий салон» є визначною подією, яка добре відома і популярна як серед фахівців галузі, так і серед споживачів, як у Росії, так і за її межами. 25-28 квітня 2013 р. відбувся VIII

міжнародний книжковий салон, який цього року проводився в історичному центрі Санкт-Петербургу – у Центральному виставковому залі «Манеж», що надало виставковому заходу істинно петербурзького стилю і зробило його більш доступним для відвідування жителями міста та гостями. Основними темами салону 2013 р. були 400-ліття дома Романових та Фантастичний світ братів Стругацьких. Крім того, в рамках виставки проводились дні книги та авторського права; Міжнародний письменницький форум-2013; дитячий та сімейний дні, насичені різноманітними івентами; заходи, спрямовані на навчання та саморозвиток тощо. Цьогорічним почесним гостем виставки була Німеччина. Особливістю Міжнародної спеціалізованої виставки-ярмарку «Санкт-Петербурзький міжнародний книжковий салон» є безкоштовний вхід для відвідувачів.

На жаль, дуже мало інформації про щорічну Міжнародну арабську книжкову виставку, яка проходить у м. Кувейт (Кувейт) представлено її організатором Kuwait International Fair Co. (навіть на веб-сайті UFI відсутня будь-яка статистична інформація). Виставка, спрямована на сприяння розвитку книжкової індустрії, представляє книги, періодичні видання, навчальні видання, освітні проекти, тренінги та бібліотечні послуги і розрахована на професіоналів галузі (книготорговців, літературних агентів, бібліотекарів, власників книжкових магазинів різного профілю).

Отже, міжнародні книжкові виставки є потужним соціокультурним феноменом та каналом професійної комунікації, який дозволяє налагоджувати контакти між суб'єктами книжкового ринку – видавцями, поліграфістами, ілюстраторами, перекладачами, книгорозповсюджувачами, бібліотекарями та авторами, покупцями книги; підвищувати якість підготовки та поліграфічного виконання книги; формувати якісно новий рівень представлення книги на ринку, доведення її до читача; пропагувати культуру читання серед дітей і дорослих.

Участь вітчизняних фахівців книжкової індустрії у провідних міжнародних галузевих виставках та ярмарках повинна розглядатися як пріоритетний напрям їх розвитку.

Таблиця 1

**Основні відомості про міжнародні книжкові виставки і ярмарки,  
які мають статус «Схвалено UFI»**

Назва виставки, адреса веб-сайта	Бізнесовий сектор	Місце проведення	Час проведення / періодичність	Загальна площа (кв. м)	Експоненти		Відвідувачі (чол.)	
					загальна кількість	з них зарубіжних (%)	загальна кількість	з них зарубіжних (%)
Болонський ярмарок дитячої книги «Fiera del Libro per Ragazzi» <a href="http://www.bookfair.bolognafiare.it">http://www.bookfair.bolognafiare.it</a> (стат. дані UFI 2011 р. [12])	книги	м. Болонья, Італія	березень / щорічно	16772	918	87,8	16580	29,5
Міжнародне шоу з догляду за немовлятами та дітьми «Cero A Cuatro» <a href="http://www.feriavalencia.com/puericultura">http://www.feriavalencia.com/puericultura</a> (стат. дані CENTREX 2011 р. [9])	здоров'я, товари для догляду за дітьми, іграшки, меблі, книги	м. Валенсія, Іспанія	січень / щорічно	12267	302	60,9	8148	7,4
Китайський (Пекінський) міжнародний ярмарок культурних індустрій <a href="http://www.cnific.com">http://www.cnific.com</a> (стат. дані UFI 2012 р. [12])	друк, фільми, книги, ремісничі, спортивні товари	м. Пекін, Китай	квітень-травень / щорічно	52875	489	1,63	24579	15,59
Міжнародна арабська книжкова виставка <a href="http://www.kif.net">http://www.kif.net</a>	книги	м. Кувейт, Кувейт	восени / щорічно	інформація відсутня				
Міжнародний книжковий ярмарок «Liber» <a href="http://www.liber.ifema.es">http://www.liber.ifema.es</a> (стат. дані CENTREX 2011 р. [9])	книги	м. Мадрид, Іспанія	жовтень / бієнале	4900	249	10	5690	21,4
Санкт-Петербурзький міжнародний книжковий салон <a href="http://www.bookunion.spb.ru">http://www.bookunion.spb.ru</a> (стат. дані UFI 2011 р. [12])	книги	м. Санкт-Петербург, Росія	квітень / щорічно	2043	312	13,15	38998	1,12

**Інформація про організаторів міжнародних книжкових виставок і ярмарків,  
які мають статус «Схвалено UFI»**

Назва виставки, адреса веб-сайта	Місце проведення	Інформація про організатора			
		назва	рік засну вання	рік вступу в UFI	адреса веб-сайта
Болонський ярмарок дитячої книги «Fiera del Libro per Ragazzi»	м. Болонья, Італія	BolognaFiere S.p.a.	1947	1985	www.bolognafiere.it
Міжнародне шоу з догляду за немовлятами та дітьми «Cero A Cuatro»	м.Валенсія, Іспанія	Feria Valencia	1917	1925	www.feriavalencia.Com
Китайський (Пекінський) міжнародний ярмарок культурних індустрій	м. Пекін, Китай	Shenzhen International Cultural Industry Fair Co., Ltd.	2005	2006	www.cnci.gov.cn
Міжнародна арабська книжкова виставка	м. Кувейт, Кувейт	Kuwait International Fair Co.	1971	1983	www.kif.net
Міжнародний книжковий ярмарок «Liber»	м. Мадрид, Іспанія	Feria de Madrid	1980	1988	www.ifema.es
Санкт-Петербурзький міжнародний книжковий салон	м. Санкт-Петербург, Росія	ExpoForum JSC	2008	2011	www.expoforum.ru

*Список використаних джерел:*

1. *Виставкова діяльність* [Текст] : стат. бюл. / відп. за вип. В.І. Калачова ; Держ. служба статистики. – К., 2013. – 52 с.
2. *Гусев, Э.Б. Виставочная деятельность в России и за рубежом* [Текст]: учеб.-метод. пособие / И.Б. Гусев, В.А. Прокудин, А.Г. Салашенко; под ред. Н.П. Лаверова; Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. – М., 2005. – 513 с.
3. *Колесніков, Б.П. Виставкова діяльність в умовах європейської економічної інтеграції України* [Текст]: монографія / Б.П. Колесніков, О.І. Падашуля; Донец. держ. ун-т упр., Дніпропетр. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – 101 с.
4. *Микитин, Т. Книжкові виставки і ярмарки як показник книжкової культури (на прикладі Форуму видавців у Львові)* [Текст] / Т. Микитин // Зап. Львів. Наук. б-ки ім. В. Стефаника / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника ; [редкол.: М. М. Романюк (відп. ред.) та ін.]. – Львів, 2008. – Вип. 1 (16). – С. 612-621.
5. *Овсянников, Н.Ф. Развитие книгоиздания в контексте ярмарочной деятельности : к 30-летию Московской международной книжной выставки-ярмарки* [Текст] / Н.Ф. Овсянников, В.К. Солоненко. – М.: Наука, 2008. – 271 с.

6. Пекар, В.О. Основи виставкової діяльності [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.О. Пекар; ВНЗ «Ін-т реклами», Вища шк. виставк. менеджм. – К.: Євроіндекс, 2009. – 348 с.

7. *Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні* [Текст] : Постанова Каб. Міністрів України від 22 серп. 2007 р. N 1065 // Офіц. вісн. України. – 2007. - №65. – С. 15, ст. 2517. – (Поточ. ред. від 21.10.2011, підстава 1041-2011-п).

8. Шарков, Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями) [Текст] / Ф.И. Шарков, Международ. акад. бизнеса и упр. – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 256 с.

9. *Euro Fair Statistics 2011* [Text] : Audited Key Figures of Exhibitions in Europe. – [S. l.], [2012]. - 77 p.

10. *UFI approved events* [Electronic resource] / UFI: The Global Association of Exhibition Industry. – Electronic data. – [S. l.], [s. n.]. – Mode of access: World Wide Web: URL: [http://www.ufi.org/Pages/ufimembers/presentation\\_full\\_members.aspx?SubRubriqueSelected=3](http://www.ufi.org/Pages/ufimembers/presentation_full_members.aspx?SubRubriqueSelected=3). – Eng. – Title from the screen. – Bibliogr. description based on 11.05.2013.

11. *UFI's Auditing Rules* [Electronic resource] / UFI: The Global Association of Exhibition Industry. – Electronic data. – [S. l.], [s. n.]. – 12 p. – Mode of access: World Wide Web: URL: [http://www.ufi.org/medias/pdf/whatisufi/auditing/auditing\\_rules\\_for\\_ufi.pdf](http://www.ufi.org/medias/pdf/whatisufi/auditing/auditing_rules_for_ufi.pdf). – (UFI Calculation Standards and Definitions). – Eng. – Title from the screen. – Bibliogr. description based on 23.03.2013.

12. *UFI Statistics and Transparency of Trade Fairs/Exhibitions Committee* [Electronic resource] / UFI: Global Association of Exhibition Industry. – Electronic data. – [S. l.], [s. n.]. – Mode of access: World Wide Web: URL: [http://www.ufi.org/Pages/whatisufi/structure\\_decision.aspx?Section=4&SubRubriqueSelected=3](http://www.ufi.org/Pages/whatisufi/structure_decision.aspx?Section=4&SubRubriqueSelected=3). – Eng. – Title from the screen. – Bibliogr. description based on 18.04.2013.

*В статье охарактеризованы выставки как комплексный канал профессиональной коммуникации. Особенное внимание сосредоточено на анализе коммуникационного потенциала шести международных книжных выставок, статус которых подтвержден Международной ассоциацией выставочной индустрии (UFI).*

**Ключевые слова:** международные книжные выставки, каналы профессиональной коммуникации, Международная ассоциация выставочной индустрии (UFI).

*The fair is defined as a complex channel of professional communication. Special attention is given to the analysis of communication potential of six international book fairs, which have status as «UFI Approved» (approved by The Global Association of the Exhibition Industry).*

**Key words:** international book fairs, channels of professional communication, The Global Association of the Exhibition Industry (UFI).