

**BOOKS ADVERTISING ON THE RADIO:
FORMS AND RULES OF CREATION**

The main point and types of radio advertizing are characterized such as speeches of specialists, dramatization, dialogue and others. The main rules of creation and broadcast of radio advertising are presented.

Стаття надійшла 12.11.2010

УДК 021.4

Т. І. Микитин

Українська академія друкарства

**КНИЖКОВІ ВИСТАВКИ І ЯРМАРКИ В УКРАЇНІ
У СИСТЕМІ ПРОПАГУВАННЯ КНИГИ ТА ЧИТАННЯ**

Розглядається місце та значення книжкових виставково-ярмаркових заходів у системі пропагування книги та читання. На прикладі провідних українських представницьких заходів досліджуються основні форми й способи впливу на їх відвідувачів, як на потенційних читачів та покупців книги.

Книжкові виставки, ярмарки, пропагування книги, інформаційні матеріали, представницькі заходи, розважальні програми, суспільний резонанс

Попри те, що сьогодні фірми все частіше звертають увагу на виставково-ярмаркові заходи як на спосіб просування результату своєї діяльності, поняття виставки давно вийшло за межі його давнього визначення як демонстрації продукції певної категорії для фахівців та широкого кола відвідувачів. Відбулося злиття понять «виставка» і «ярмарок», у результаті чого під виставково-ярмарковим заходом починають розуміти комплекс заходів ринкового та комерційного характерів, що дозволяють експоненту використовувати всі маркетингові інструменти у процесі презентації результатів своєї діяльності.

Якщо говорити про книжкові виставки і ярмарки, то слід зауважити, що вони водночас мають також культурно-просвітницький характер, який проявляється через низку заходів, що відбуваються у межах цих представницьких заходів, у інформуванні видавців, авторів, перекладачів, ілюстраторів, про їх доробки та нові проекти, книжкові новинки; проведенні різноманітних заходів для вищеперелічених суб'єктів книжкового ринку; піднесенні престижу української книги в суспільстві та формуванні «моди» на читання, як альтернативи іншим способам вільного проведення часу тощо.

З-поміж півтора десятка книжкових виставок і ярмарків, які відбуваються щороку в Україні, варто виокремити кілька найбільших за кількістю задіяної виставкової площі і супутніх заходів та найпопулярніших серед експонентів і

відвідувачів, зокрема: національна книжкова виставка-ярмарок «Форум видавців у Львові», міжнародний книжковий ярмарок «Книжковий світ» (м. Київ), Весняний київський книжковий ярмарок та Міжнародний фестиваль видавців та книгорозповсюджувачів «Світ книги» (м. Харків). Саме на їх прикладі здійснюватиметься спроба виявити і проаналізувати основні форми й способи, спрямовані на пропаганду книги та читання в Україні.

Організатори книжкових виставок і ярмарків усвідомлюють, що інтерес фахівців до їх заходів не може зводитися лише до можливостей реалізувати продукцію, підтримувати контакти та підписувати угоди, тому якщо не завжди допомагають, то хоча б просто сприяють експонентам в організації та проведенні презентацій, виставок, майстер-класів, тренінгів, семінарів, конференцій, круглих столів. Учасники, зі свого боку, зацікавлені у тому, щоб привернути увагу до результатів своєї діяльності відвідувачів. Таким чином формується програма заходів, а їх кількість та якість, значущість та результативність залежать лише від масштабності представницького заходу.

Аналізуючи інформаційні матеріали — програми, прес-релізи, публікації у пресі та мережі Інтернет, вдалося виявити, що кількість представницьких заходів, які відбуваються у рамках книжкових виставок і ярмарків щороку не лише збільшується, але й урізноманітнюється внаслідок залучення відомих особистостей та поєднання різних культурно-мистецьких напрямів, наприклад: літератури з музикою, театром, живописом, кіно, а останнім часом навіть з модою і кулінарією.

Близько половини заявлених у програмах заходів — це презентації книг, видавництва та видавничих проєктів, а також періодичних видань. З кожним роком таких заходів, у «класичному» розумінні цього слова, меншає, натомість з'являються сучасні, модні та креативні дійства. Адже сучасного читача вже важко чимось здивувати: якщо це презентація, то обов'язково з екзотичною назвою, інтерактивними елементами або костюмованою інсценізацією; якщо майстер-клас, то з японської каліграфії, лиття паперу чи паперової магії, а також літературні спаринги, перфоменси, чемпіонат з шахів, футбольний матч тощо. Такі видавництва, як «Фоліо» (м. Харків), «Нора-друк», «Грані-Т», «Країна мрій» (м. Київ), «Теза» (м. Вінниця), «Навчальна книга — Богдан» (м. Тернопіль), Літературна агенція «Піраміда», «Видавництво Старого Лева» (м. Львів) проводять представницькі заходи у рамках найбільших вітчизняних книжкових виставок і ярмарків.

Лідером за кількістю креативних заходів по праву можна назвати видавництво «Зелений пес» з м. Києва, керівники та ідейні натхненники якого — брати Капранови у своїх презентаціях полюбляють організувати змагання між командами, їздити на «горбатовому» запорожці та куварити. Культурно-розважальна програма «Книжка і кухня», під час якої вони разом з іншими відомими особистостями на виставці готували свої «фірмові» страви і роздавали на пробу гостям. Виставки відбувалися під час «Світу книги» у Києві за участі Даші Малахової, Ірени Карпи, Едвіна Задорожного та

«Київського Весняного книжкового ярмарку» за участі Наталки та Сашка Шевченків, Галини Вдовиченко, Максима Кідрука, Світлани Пиркало, Сергія Пантюка й Олеса Ільченка. Кулінарний поєдинок «Дельфіна і Русалки» — Дениса Силантьєва та Яни Клочкової відбувся на цьому ж ярмарку під час презентації книги для дітей, яку вони готували у «Видавництві Старого Лева». Свою першу книгу, випущену видавництвом «Ранок» під назвою «Готуємо разом. Сучасна українська кухня» презентувала Ольга Сумська на харківському фестивалі «Світ книги». Створюється враження, що автори та видавці вирішили здобути ще один фак на випадок, якщо в умовах кризи видавничо-книготорговельна справа почне занепадати.

Тематика заходів для дорослих часом тяжіє до містифікації, зокрема київське видавництво «Факт» у Львові організовувало «Ворожіння на текстах та матеріалізацію торгівельних знижок» за участі сучасних українських письменників, а Олена Бойцун — автор книги «В Оксфорді» провела «Чорнобілу дискусію з елементами чаклунства та здорового глузду» на тему «Повертатися чи залишатися: життя після навчання за кордоном».

Зовсім інший характер мають заходи, орієнтовані на дитячу і юнацьку аудиторію. Наприклад, редакція журналів «Ангелятко» та «Ангеляткова наука» з 2006 р. проводить під час Форуму видавців у Львові «Свято читання у Країні ангелят», під час якого працюють театральний, цирковий, спортивний, малювальний, танцювальний та інші майданчики, на яких професійні актори проводять різноманітні конкурси та забави.

Видавництво «Талант» з м. Харкова протягом останніх років черпає ідеї з відомих усім казкових сюжетів. Почалось усе зі стенду у вигляді замку, а злилось у дитячий конкурс краси «Міс «Світ книги – 2010», учасницям якого пропонували створити образ казкового персонажу (Попелюшка, Червона Шапочка, Баба-Яга). У Києві молодіжний журнал «Стіна» проводив презентації першого в Україні проекту «Літературна зачіска», під час якого відбувся показ колекції зачісок і галереї моделей, а також майстер-клас з мистецтва гриму від мімів театральної студії «Splash».

Важливу роль для популяризації книги відіграють заходи, які передбачають міжособистісне спілкування — автограф-сесії, літературні спаринги, авторські вечори та зустрічі з поетами, письменниками, перекладачами. Це можуть бути як одноразові акції, так і повторювані, наприклад, щодня, щодві години, а інколи у режимі нон-стоп. Дуже часто вони відбуваються у форматі «відео/поезія», наприклад «Wiz-Art VideoPoetry» у рамках Форуму видавців або «музика/поезія», наприклад літературно-музичний open-air «Зіркова PROZA.UA» у Харкові та «Ніч поезії і музики нон-стоп» у Львові.

Показовими у плані поєднання книги з різними видами мистецтва та сферами людської діяльності є традиційні розважальні програми «Весняного київського книжкового ярмарку», а саме: «Книжка і кіно», яка передбачає кінопокази за участі режисерів та письменників, «Книжка і музика» — концерти сучасних українських груп та бардів, «Книжка і театр» — театральні вистави

просто на ярмарку, і навіть «Книжка і кухня» та «Книжка і мода», приклади яких наводилися вище.

Не обмежується також місце проведення представницьких заходів — вони влаштовуються на стендах учасників, у спеціально відведених для цього залах, на площах, у бібліотеках, музеях, навчальних закладах, театрах і навіть кав'ярнях. Цікаве вирішення придумали в Одесі, де кілька останніх років міжнародний книжковий ярмарок «Зелена хвиля» відбувається як міське свято книги під відкритим небом на Дерибасівській.

Це пов'язано, насамперед, з наявністю вільних площ, придатних для проведення презентаційних заходів. Хоча є й інша причина, яку можна пояснити, перефразовуючи відоме прислів'я, якщо читач не йде до Книги, то Книга йде до читача. Тобто автори і видавці прагнуть поспілкуватися з потенційними читачами у тому середовищі, яке є для них — читачів — максимально близьким і комфортним.

Для того, щоб спонукати до придбання книги та її перегляду, цього могло би бути достатньо, але для формування стабільного інтересу до читання подібних заходів замало. Цей інтерес необхідно стимулювати, як на вербальному рівні, так і матеріально, наприклад: запровадити «моду» на ту чи іншу книгу, організувати конкурси, благодійні акції або проводити лотереї.

Конкурси на краще видання організовуються дирекціями більшості з діючих на сьогодні книжкових виставок і ярмарків — у Києві, Харкові, Одесі, Дніпропетровську, Херсоні та Львові (засновано у 1995 р.). Упродовж років змінювалися кількість і назви номінацій, а також склад журі, що пояснюється прагненням організаторів знайти оптимальний варіант, враховуючи реальну пропозицію на книжковому ринку, «моду» на книги та їх авторів. Наприклад, упродовж кількох років кращі книги Форуму видавців обирали Академічна та Літературно-мистецька ради, а книгу року харківського ярмарку — доросле і дитяче журі, обране за результатами голосування на загальних зборах Оргкомітету фестивалю «Світ книги» та Експертної ради благодійного фонду «Народна книга». Визначальними критеріями при оцінюванні книг будь-яким журі традиційно є якість видавничого та поліграфічного виконання, новизна книги, актуальність та суспільний резонанс. Інша річ, що не всі ці конкурси є знаковими з огляду на кількість поданих книг, репрезентативність журі й інформаційний резонанс довкола книг-переможців. І навіть попри заяви багатьох видавців про те, що рішення журі часто є суб'єктивними, участь у конкурсі завжди є добрим інформаційним приводом, навіть якщо книга не отримала жодної відзнаки. Однак грамоту, якою вона була відзначена, можна побачити на інформаційних матеріалах видавництва і навіть на перевиданнях цієї книги.

Особливе місце в арсеналі заходів, призначених для популяризації книги та читання займає організований «Форумом видавців» Всеукраїнський фестиваль дитячого читання «Книгоманія» — з 2002 р. як підсумковий етап конкурсу дитячого читання, а з 2005 р. — Всеукраїнського конкурсу

«Найкращий читач України», в якому беруть участь школярі з усіх областей України та АР Крим. У програмі фестивалю: урочиста церемонія нагородження переможців, зустрічі з дитячими письменниками, дискусії, майстер-класи, літературні вікторини, конкурси, розваги, благодійна акція «Подаруй дитині книжку!» та акція «Книжка від зірки». З 2008 р. організатори перенесли термін проведення Фестивалю дитячого читання «Книгоманія» з вересневого Форуму на весняний «Форум видавців — дітям», який також відбувається у Львові.

На окрему увагу заслуговує практика — запрошення почесного гостя, яким може бути як окрема країна (наприклад, як свого часу були Росія та Польща), так і конкретна особа. Як почесні гості, українські книжкові виставки і ярмарки відвідували відомі письменники, зірки шоу-бізнесу та телебачення, наприклад: Пауло Коельо, Януш Леон Вишневський, Михайло Жванецький, Роман Віктюк, Віталій Кличко, Людмила Гурченко, Святослав Вакарчук та багато інших. Цей список можна продовжувати і доповнювати учасниками літературних десантів за участі вітчизняних та зарубіжних авторів, чия чисельність налічується сотнями осіб, а географія — десятками країн (Німеччина, Австрія, Польща, Росія, Литва, Латвія, Сербія, Болгарія, Хорватія, Білорусь, Швеція, Швейцарія, Грузія, Бразилія, Каталонія, Ізраїль, Великобританія, Чехія). Однак лідером за кількістю «зоряних» гостей по праву вважається Форум видавців у Львові, у рамках якого з 2006 р. проводиться Міжнародний літературний фестиваль.

Натомість своєрідною візитівкою Київського весняного книжкового ярмарку є традиційні та популярні Міжнародна асамблея фантастики «Портал» (2004), почесними президентами якої є Марина та Сергій Дяченки та Київський міжнародний фестиваль християнської книги (2007). Загалом це самостійні імпрези, що мають власну історію, традиції та гармонійно доповнюють програму заходів львівського і київського книжкових ярмарків.

На що тільки не здатні видавці, щоб привабити потенційних читачів — дивувати, зацікавлювати, дезінформувати і навіть шокувати, аби тільки привернути увагу потенційного читача. Звичайно, не всі розрекламовані книги варті уваги, але такі заходи формують у людей насамперед бажання погортати, а потім придбати книгу. Тут спрацьовує ще й чинник масовості, притаманний виставкам і ярмаркам, якщо «не придбати» або «не прочитати» книгу стає ознакою «дурного тону». Позитивно вплинути на процес купівлі книг допомагають численні зразки друкованої продукції рекламного характеру (листівки, буклети, плакати, заклади, флаєри, календарики) та сувеніри (ручки, пакети, папки, іграшки, брелки), що тисячами розповсюджуються на стендах учасників, у холах та приміщеннях, де відбуваються різноманітні заходи.

Свою роль у процесі популяризації книги та читання відіграють також засоби масової інформації — газети, телеканали, радіостанції і навіть інтернет-портали, які всебічно освітлюють перебіг подій на книжкових ярмарках. Кількість журналістів, акредитованих дирекціями книжкових ярмарків щороку

збільшується, урізноманітнюється тематика та стилі їх репортажів і публікацій, а їх об'єктом дуже часто стають відомі автори та видавці, які презентують новинки, розповідають про книги-лідери продажів, діляться своїми ідеями.

Підсумовуючи, зазначимо, що книжкові виставки-ярмарки, і Форум видавців зокрема, є потужним соціокультурним феноменом, який дозволяє об'єднувати всі верстви населення за віковою, освітньою та професійною ознаками навколо книги, формує сприятливе середовище. Завдяки Форуму вдається налагоджувати контакти між суб'єктами книжкового ринку — видавцями, поліграфістами, книготорговцями, 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 та їхнє спілкування з книгою загалом.

1. АртВертеп — найбільший on-line центр сучасної культури України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.artvertep.dp.ua.
2. Друг читача [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.vsikluby.net.ua.
3. Книжкова палата України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.ukrbook.net.
4. Медвін [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.medvin.kiev.ua.
5. Микитин Т. Книжкові виставки і ярмарки як показник книжкової культури (на прикладі Форуму видавців у Львові) / Т. Микитин // Записки Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника. — Львів, 2008. — Вип. 1 (16). — С. 612–621.
6. Овсянников Н. Ф. Развитие книгоиздания в контексте ярмарочной деятельности: к 30-летию Московской международной книжной выставки-ярмарки / Н. Ф. Овсянников, В. К. Солоненко. — М. : Наука, 2008. — 271 с.
7. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учеб. пособие для вузов / под ред. Л. Е. Стровского. — М. : Юнити-Дана, 2005. — 288 с. (с. 56).
8. Портал української книжкової індустрії, новини та події книжкового ринку, книги, видавництва та книжкові магазини України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.uabooks.info.
9. Фестиваль «Мир книги» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.bookfestival.edem.kharkov.ua.
10. Форум видавців [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.bookforum.com.ua.

КНИЖНЫЕ ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ В УКРАИНЕ В СИСТЕМЕ ПРОПАГАНДИРОВАНИЯ КНИГИ И ЧТЕНИЯ

Рассматривается место и значение книжных выставочно-ярмарочных мероприятий в системе пропагандирования книги и чтения. На примере ведущих украинских представительских мероприятий исследуются основные формы и способы влияния на их посетителей, как на потенциальных читателей и покупателей книги.

BOOK FAIRS AND BOOK EXHIBITIONS IN UKRAINE IN THE SYSTEM OF BOOKS PROPAGANDA AND READING

Place and importance of book fairs and exhibitions in the system of book popularization and reading are examined. On the example of the leading Ukrainian representative measures basic forms and methods of influence on their visitors, as on the potential readers and buyers of the books are investigated.

Стаття надійшла 11.10.2010