

КНИЖКОВІ ВИСТАВКИ І ЯРМАРКИ ЯК ПОКАЗНИК КНИЖКОВОЇ КУЛЬТУРИ (на прикладі Форуму видавців у Львові)

Про рівень книжкової культури свідчить не лише кількість та якість друкованих видань, їх тематика та рівень видавничо-поліграфічного виконання, а й ситуація у навкололітературних та видавничо-книготорговельних колах. Саме книжкові виставки і ярмарки є віддзеркаленням стану і тенденцій на книжковому ринку України. Лише країни з розвинутою ринковою економікою можуть похвалитись виставково-ярмарковими заходами міжнародного масштабу.

Пропозицію книг з питань виставково-ярмаркової діяльності складають перекладні з європейських мов¹ та російські видання², але їх є дуже мало, тому здебільшого читачі змушені задовольняти свої інформаційні потреби окремими розділами³ чи статтями у збірниках наукових праць⁴. Лише у 2008 р. вийшла монографія, у якій, базуючись на вперше проведеному багатоаспектному дослідженні 30-літньої історії Московської міжнародної книжкової виставки-ярмарку та аналізі результатів інших виставок і ярмарків в регіонах Росії та близькому зарубіжжі, автори продемонстрували можливість не лише оцінити тенденції формування книжкового ринку, але й книговидання в цілому⁵.

Серед періодичних видань загальноекономічної тематики, виставково-ярмаркова діяльність висвітлювалась найчастіше на шпальтах журналів “Маркетинг і реклама” (м. Київ), “Маркетинг в Україні” (м. Київ), “Рекламист” (м. Харків), а серед книгознавчої періодики — у журналах “Книжковий клуб +” (м. Київ), “Книжковий огляд” (м. Київ), “Палітра

¹ Успешное участие в выставках Made in Germany / Комитет германской экономики по делам торговых ярмарок и выставок (АУМА).— 3-е изд.— Кельн, 1997.— 120 с.

² Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб. пособие для вузов / Под ред. Л. Е. Стровского.— Москва: Юнити-Дана, 2005.— 288 с.

³ Влодарчик Я. Маркетинг у видавничій справі — фантазія чи дійсність? / Пер. з пол. О. Гірного.— Львів: Кальварія, 2002.— С. 103-105.

⁴ Мельникович О. М., Бугрімова Т. В. Виставковий бізнес в Україні: стан, проблеми та тенденції розвитку // Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. наук. пр.— Київ: Київ. нац. торгово-економічний ун-т, 2004.— 297 с.

⁵ Овсянников Н. Ф., Солоненко В. К. Развитие книгоиздания в контексте ярмарочной деятельности: к 30-летию Московской международной книжной выставкой-ярмарки.— Москва: Наука, 2008.— 271 с.

друку” (м. Львів), “Вісник книжкової палати” (м. Київ), у газеті “Книжник-review”.

Популярним засобом поширення інформації про виставково-ярмаркові заходи є мережа Інтернет, а наявність власної електронної інтернет-сторінки (веб-сайту) — питання престижу для їх організаторів. Аналіз книжкових виставок-ярмарків засвідчив, що з десяти існуючих в Україні представницьких заходів власні сторінки в Інтернеті мають лише п’ять — “Форум видавців у Львові”, харківський фестиваль “Світ книги”, а також організатори “Книжкового світу” у Києві — виставкова компанія “Медвін”, дніпропетровської “Буквиці” — експоцентр “Метеор” та одеської “Зеленої хвилі” — “ЕкспоЮгСервіс”. Загалом функціональність та інформативна наповненість їх сторінок є задовільною⁶.

Фахівцями виставково-ярмаркового бізнесу уже давно розроблені класифікації представницьких заходів, розглянуті їх основні функції, завдання та складові, однак у жодному з цих джерел виставково-ярмарковий захід як показник книжкової культури не розглядається.

У цьому контексті російськими колегами упродовж кількох останніх років систематично, глибоко і цілеспрямовано розробляються питання книжкової культури. У 2001 р. Президією РАН створений Науковий центр досліджень історії книжкової культури⁷. Важливим напрямком науково-дослідної роботи центру є дослідження у галузі теорії та історії книжкової культури як наукового напрямку вітчизняної історії, історії культури і книгознавства, а також підготовка та видання праць з історії вітчизняної книги і книжкової культури різних історичних епох. Вирішенню цих проблем присвячений цикл статей і монографія члена-кореспондента РАН В. І. Васильєва “Історія книжкової культури: Теоретико-методологічні аспекти”⁸, матеріали наукової міжнародної конференції “Роль книговидання у розвитку міжнародних наукових та культурних контактів”⁹ та збірник, підготований за матеріалами міжнародних наукових конференцій з питань книгознавства “Книжкова

⁶ *Микитин Т. І.* Інтернет-сторінка як онлайн-офіс організатора книжкової виставки-ярмарку: з українського досвіду // Тези науково-технічної конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і аспірантів УАД (5-8 лют. 2007 р.).— Львів: УАД, 2007.— С. 143.

⁷ Развитие науки о книге. К пятилетию научного центра исследований истории книжной культуры // Книга: исслед. и материалы.— Москва: Наука, 2007.— Сб. 87, ч. 2.— С. 72-84.

⁸ *Васильев В. И.* История книжной культуры: Теоретико-методологические аспекты.— Москва: Наука, 2004.— 112 с.

⁹ Роль книгоиздания в развитии международных научных и культурных контактов: Материалы междунар. научн. конф. (Москва, 21-23 сент. 2005 г.) / Сост.: *В. И. Васильев, М. А. Ермолаева, А. Ю. Самарин.*— Москва: Наука, 2005.— 336 с.

культура у працях вчених країн СНД”¹⁰. Міжнародна наукова конференція “Книжкова та рукописна культура Західної України: історія, методологія, джерельна база” дає можливість пересвідчитись, що подібні проблеми хвилюють дослідників книгознавства та джерелознавства в Україні (Львів, 27-28 берез. 2008 р., Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаника НАН України).

Мета цієї публікації полягає у спробі дослідити книжкові виставки і ярмарки як елемент книжкової культури на прикладі конкретного заходу — Форуму видавців у Львові — найбільшої, найстаршої та найпопулярнішої в Україні книжкової виставки-ярмарку.

Форум видавців позиціонується як унікальний комплекс виставкових та ярмаркових заходів, мистецьких та культурних акцій, скерованих, перш за все, на сприяння творенню в Україні цивілізованого книжкового ринку та піднесення престижу української книги в суспільстві¹¹.

Починалося все у 1994 р.¹², коли було скасовано пільги для організацій, які видавали й реалізовували літературу українською мовою та мовами національних меншин, приватизовано значну кількість підприємств книжкової торгівлі, розвинулися приватні видавничі та книготорговельні структури, виникли нові форми гуртової та роздрібної книжкової торгівлі. Основною метою Форуму видавців у Львові було знайти вихід, яким чином вивести з кризової ситуації, котра склалась на той час, книжковий ринок України. Від самого початку планувалось, що на Форумі не лише продаватимуть друковану продукцію, але й проводитимуть семінари, презентації, круглі столи, конкурс на краще видання. До речі, це доволі поширена практика для усіх виставок та ярмарків, які проводяться у світі, а їх кількість та якість, значущість та результативність залежать лише від масштабності представницького заходу.

Щороку кількість заходів, які відбуваються у рамках книжкових виставок, не лише збільшується, але й урізноманітнюється за рахунок поєднання різних культурно-мистецьких напрямів, наприклад: літератури з музикою, театром чи живописом, залучення нових дієвих осіб, в тому числі відомих особистостей. Аналізуючи інформаційні матеріали — програми, прес-релізи, нам вдалося виявити, що кількість представницьких заходів у рамках Форуму щороку збільшується: у 2000 р. їх було 32, у 2001 р. — 80, у 2002 р. — 74, у 2003 р. — 97, у 2004 р. — 192, у 2005 р. — 208, у 2006 р. — 237, у 2007 р. — 324, у 2008 р. — 263.

¹⁰ Книжная культура в трудах ученых стран СНГ / Сост. В. И. Васильев. — Москва: Наука, 2006. — 272 с.

¹¹ www.bookforum.com.ua

¹² Афанасенко О. Сучасний книжковий ринок України як об’єкт професійного дослідження // Вісник книжкової палати. — 2004. — № 3. — С. 28-30.

Небайдужість до проблем видавців, книгорозповсюджувачів та бібліотекарів спонукала організаторів Форуму до проведення прес-конференцій, круглих столів, дискусій, бізнес-форумів за участю представників влади, де неодноразово обговорювалась ситуація в галузі, аналізувались зміни, що відбулися за рік, вимальовувались перспективи розвитку.

Найпомітнішими і масштабними були круглі столи “Державна підтримка книговидавничої справи в Україні” (2004) під головуванням В. Г. Шевченка — на той час першого заступника голови Комітету з телебачення та радіомовлення України, “Український підручник: джерела фінансування та проблеми забезпечення шкіл” (2001), організований Міністерством освіти і науки України спільно з Управлінням освіти м. Львова і видавництвом “Шкільний світ” (м. Київ) та “Освіта інвалідів і спецпідручник” (2006), який проводили Благодійний фонд допомоги вченим-інвалідам по зору “Візаві”, Всеукраїнська ГО “Наукове товариство інвалідів”, Інститут соціальної політики та Всеукраїнська благодійна організація пенсіонерів та інвалідів “Обличчям до істини”. На окрему увагу заслуговує бізнес-форум керівників видавничих та книготорговельних компаній, експертів ринку, народних депутатів України, керівників органів державної влади і представників ЗМІ (2008). Якщо попередні заходи мали значний суспільний резонанс, то наступні — професійний: круглий стіл “Проблеми підготовки кадрів для видавничо-книготорговельної галузі в Україні” (2005), організований Українською академією друкарства (м. Львів), дискусія “Дитяча книга: між соціальною відповідальністю та комерційним успіхом” (2006) за участю відомих авторів, видавців, критиків, науковців, дискусія “Навіщо потрібні літературні премії?” за участю організаторів та лауреатів відомих українських та російських літературних премій (2008) та низка семінарів на тему авторського законодавства та правового регулювання видавничої діяльності, які проводили представники “Українського агентства авторських та суміжних прав” (2002) та “Агенції захисту інтелектуальної власності” (2004).

Не всі круглі столи та семінари були результативними, хоч і актуальними. Але, на наш погляд, рекламно-пропагандистські заходи та культурно-мистецькі акції є більш показовим елементом книжкової культури, тому далі зупинимось на них докладніше.

Серед заявлених у програмах Форуму заходів — презентації книг, видавництв та видавничих проектів, а також періодичних видань. Останнім часом організуються класичного характеру презентації, майстер-класи, відкриті лекції, різноманітні мистецькі дійства. Наприклад, видавництво “Зелений пес” (м. Київ) під час презентації книжок Сінкен Гопп

“Диво крейда” та “Юн і Софус” (2007) провело змагання між двома командами дітей молодшого шкільного віку, під час якої представники видавництва розповідали про книги і дарували їх переможцям. Семінар “Плавники, хутро, пір’я” (2006) для ілюстраторів і любителів ілюстрованих видань для дітей, а також видавців та перекладачів проводила автор дитячих ілюстрованих книг Надя Будде (Німеччина). Для дорослих кївське видавництво “Факт” організувало інсценізоване читання-презентацію перекладу п’єси Торнтон Вайлдера “...шкірою наших зубів” (2004) і “Ворожіння на текстах та матеріалізацію торговельних знижок” (2007) за участю сучасних українських письменників, а львівське видавництво “Свросвіт” організувало відкритий чемпіонат України зі швидких шахів серед письменників та видавців пам’яті Степана Попеля, у рамках якого презентували книгу “Романтик шахів та його епоха. Степан Попель” (2008). Суть таких презентацій полягає перш за все у просуванні товару на ринок, хоча також пропагується читання, навіть у таких креативних проявах.

Не обмежується також місце проведення презентацій — вони влаштовуються на стендах учасників, у спеціально відведених для цього залах Палацу мистецтв та палацу Потоцьких, на площах, у бібліотеках, навчальних закладах, театрах і навіть кав’ярнях. Під час проведення Форуму фактично увесь центр міста стає його територією, насиченою спілкуванням про книгу.

Друге місце за кількістю організованих акцій та їх ефективністю посідають заходи, які передбачають міжособистісне спілкування — автограф-сесії, літературні спаринги, авторські вечори та зустрічі з письменниками. Це можуть бути як одноразові акції, так і такі, що повторюються, наприклад, щодня, що дві години, а іноді і в безперервному режимі. У цьому плані кілька років поспіль розважають учасників та відвідувачів Форуму видавництва “Фоліо” (м. Харків), “Нора-друк” (м. Київ), “Геза” (м. Вінниця), а також “Грані-Т” (м. Київ), Літературна агенція “Піраміда” (м. Львів) та ін.

Для заохочення придбати книгу та її переглянути 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, публічні читання або проводити лотереї. Тому особливе місце в арсеналі заходів займають конкурс “Книга Форуму”, конкурс дитячого читання “Книгоманія” та Літературний фестиваль, які уже давно стали традиційними, тому зупинимось на них докладніше.

Насамперед, про найцікавіше та найважливіше — конкурс “Книга Форуму” (проводиться з 1995 р.)¹³, у рамках якого компетентне журі у складі Академічної та Літературно-мистецької ради за певними критеріями обирає переможців у різних номінаціях та володаря Гран-прі. Номінації, у яких змагаються видання, щороку змінюються, як і кількість спеціальних відзнак. Так, на початках проведення конкурсу їх налічувалося 5, від 2005 р. — 10, а 2008 р. — було відзначено 15 книжок-переможців на честь 15-ї річниці “Форуму видавців у Львові”. Це пояснюється прагненням організаторів знайти оптимальний варіант, враховуючи реальну пропозицію на книжковому ринку. Завдання конкурсу полягає у тому, щоб не залишити поза увагою вартісні книжки і не створювати дисбалансу між номінаціями. При оцінюванні визначальними критеріями є: цілісність та новизна концепції; відповідність оформлення (концепції) та виконання жанрові; актуальність та суспільний резонанс; якість видавничого та поліграфічного виконання.

Слід зазначити, що конкурси на краще видання організуються також дирекціями харківського фестивалю “Світ книги”, одеської “Зеленої хвилі”, київського “Книжкового світу”, але нагороди Форуму мають чи не найбільшу вагу. Про це свідчить кількість видань (не менше 500 щороку), яка надсилається на конкурс. Часом на перевиданнях книг-переможців можна побачити зображення грамоти, якими вони були відзначені. Нагородження переможців протягом багатьох років відбувається на урочистій церемонії відкриття у Львівському національному театрі опери та балету ім. Соломії Крушельницької.

Починаючи з 2002 р., проводиться Фестиваль дитячого читання “Книгоманія”¹⁴ — одна з головних подій Форуму, у рамках якого відбуваються: підведення підсумків Всеукраїнського конкурсу “Найкращий читач року”, збір книжок для дитячих будинків та сільських бібліотек; масові читання за участю відомих осіб; літературні вікторини та конкурси; зустрічі з улюбленими авторами дитячих книжок; ігри, розваги, забави, співи і танці, “book-crossing” та ін. Ще одним важливим заходом Форуму є акція “Подаруй дитині книжку!”, у рамках якої усі бажаючі передають безкоштовно книжки для сільських бібліотек, дитячих будинків та шкіл-інтернатів.

Якщо на початках конкурс “Найкращий читач року” проводився лише серед львівських школярів, то під час останнього у конкурсі взяли

¹³ Микитин Т. Критерії оцінки книг на конкурсах у рамках виставково-ярмаркових заходів в Україні / Тези доп. І Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, магістрантів, аспірантів “Квалілогія книги” (18-19 груд. 2006 р.); Українська академія друкарства. — Львів, 2006. — С. 8-10.

¹⁴ www.bookforum.com.ua

участь близько 200 тисяч дітей з усіх областей України, АР Крим віком від 12 до 13 років. І лише 3 найкращі читачі з кожної області отримують запрошення на пригодницько-літературний фестиваль, який проходить в рамках Форуму видавців у Львові. З 2008 р. організатори перенесли термін проведення Фестивалю дитячого читання “Книгоманія” з вересневого Форуму на весняний “Форум видавців-дітям”, який також відбувається у Львові.

Книжкова виставка-ярмарок дає також можливість презентувати інші заходи, спрямовані на пропаганду читання серед учнівської молоді. Наприклад, Кафедра книгознавства та комерційної діяльності Української академії друкарства спільно з Управлінням освіти Департаменту гуманітарної політики Львівської міської ради, презентуючи результати конкурсу “Книга у моєму житті” (у 2007 р. взяли участь близько 800 учнів 4-х і 8-х класів), ознайомили всіх бажаючих з результатами анкетування про читацькі уподобання школярів і творчого конкурсу, організували зустріч з переможцями. Цей захід — яскравий приклад того, як можна через культуру читання формувати культуру юного читача.

Таким чином, видавцям та книгорозповсюджувачам спільно з бібліотечними установами та навчальними закладами вдається не лише впливати на процес популяризації книги та читання, а й формувати свідомість дітей та юнацтва, підвищувати культурний рівень нації.

Почесне місце у програмі Форуму посідають літературні фестивалі (проводяться з 1997 р. і надзвичайно популярні серед студентської молоді), наприклад: “СКРИПТИ/INSCRIPTIS”, Фестиваль польської літератури, Міжнародний літературний фестиваль, який проводиться в Театрі “Воскресіння”, Театрі Леся Курбаса, галереї “Музей ідей”, у культових “Дзизі” та “Ляльці”, акція “Ніч поезії та музики non-stop” та ін. Учасниками цих заходів є відомі українські і зарубіжні письменники та поети: Інго Шульце, Томас Бруссіг, Марсель Байер, Дженні Ерпенбек, Крістіан Шиллер, Бас Бетхер (Німеччина); Мартін Поллак, Роза Пок-Артманн, Петер Вотергаус (Австрія); Кеннет Клементс (Швеція); Міхал Вітковський, Дорота Масловська, Марек Краєвський, Катажина Грохоля, Богдан Задура, Даніель Одія (Польща); Марюс Івашкявічюс, Агне Білюнайте, Юлюс Жекас, Габріеле Лабанаускайте, Марселіус Мартінайтіс (Литва); Сергей Тімофеев (Латвія); Сава Дам’янов, Михайло Пантич, Горан Петрович (Сербія); Алек Попов (Болгарія); Зоран Ферич, Ренато Баретич, (Хорватія); Андрей Хадановіч, Наталка Бабіна (Білорусь); Давід-Дефі Гогібедашвілі (Грузія); Віктор Єрофеев, Тімур Кібіров, Макс Фрай (Людмила Петрушевська), Лев Рубінштейн, Олександра Марініна, Владімір Сорокін (Росія); Пауло Коельо (Бразилія) та багато інших. А українську сторону представляють: Юрій Андрухович, Сергій Жадан, Ірен

Роздобудько, Андрій Курков, Оксана Забужко, Марія Матіос та ще кілька десятків відомих у літературних колах осіб, багато з яких є постійними гостями Форуму.

Аналізуючи книжкові виставки та ярмарки загалом і Форум видавців зокрема, варто звернути увагу на всеохопність та мультикультурність не лише представницьких заходів, а й самої експозиції. Наприклад, Форум дає можливість з'ясувати тенденції на вітчизняному та зарубіжному книжкових ринках, вивчити досвід видавців та книготорговців. З 1999 р. участь у виставці-ярмарку беруть представники з усіх областей України від поліграфічних підприємств, видавництв, гуртових і роздрібних книгорозповсюджувачів, бібліотек, навчальних закладів та виробників аудіо й відеопродукції, а також приватні особи, що займаються книжковим бізнесом.

Щороку в експозиції можна побачити доробок польських, російських, британських і німецьких видавців, періодично до них долучаються видавці та поліграфісти з Франції, Словаччини, США та Ізраїлю. Кожна з цих країн має власний досвід та традиції — у формуванні видавничого репертуару, у процесі підготовки, оформлення та поліграфічного виконання видання. Тому Форум запровадив ще одну культурну традицію, популярну у закордонних виставкових компаніях — організація національного стенду країни-почесного гостя Форуму. Так, протягом кількох останніх років колективні експозиції на Форумі представляли: Варшавський міжнародний книжковий ярмарок, Франкфуртський книжковий ярмарок, Британська Рада, Дім Америки та Інформаційне Агентство Посольства США, Посольство Королівства Норвегія, Посольство Франції, Інститут книжки (м. Краків), єврейський благодійний фонд Хесед Ар'є, Ізраїльський культурний центр, газета “Кніжне обозреніє” (м. Москва) та ін.

Але на цьому роль Форуму видавців у формуванні та підтримці культури книговидання і книгорозповсюдження не обмежується. Книжкова виставка-ярмарок — це, насамперед, комерційний захід, де спілкуються з потенційними партнерами та покупцями, укладають угоди, продають і купують товар, тобто книги, права на їх видання, а, отже, невід'ємним елементом є культура ділового спілкування та обслуговування.

Значимо, що українські книжкові заходи, в тому числі і Форум видавців, суттєво відрізняються від аналогічних закордонних. Насамперед тому, що поєднують у собі ознаки ярмарку прав, виставки, роздрібно-ярмарку і бізнес-форуму. Це накладає певний відбиток на організацію та проведення заходу і, як результат, на перший план виходить роздрібний продаж друкованої продукції.

Яткова торгівля під час Форуму (це, до речі, характерна риса усіх вітчизняних виставок і ярмарків), хоч і викликана ринковими умовами,

але, окрім матеріального збагачення поодиноких підприємців, практично не приносить користі. З невідомих причин експоненти забувають, що книжкова виставка-ярмарок включає в себе усі сучасні механізми торгівлі та інструменти маркетингу, гармонійне планування і застосування яких забезпечить максимальний ефект від участі. Навпаки, експоненти приділяють менше уваги організації роботи власного стенду, не відвідують семінари, круглі столи, не займаються рекламою та просуванням власної продукції, зводячи тим самим нанівець основну місію заходу. Питання виставкового маркетингу є не менш важливими і заслуговують окремого дослідження, тому розглянемо їх лише поверхово.

Важливе значення має також оформлення виставкових площ учасників. Звичайно, не кожен експонент має можливість замовити дизайн за індивідуальним проектом, однак не варто забувати про привабливість стенду, оформлення його декоративними елементами, фірмовою символікою, власною рекламною продукцією, плакатами із зображенням новинок і/або видань, які користуються найбільшим попитом тощо. Традиційно яскраві та добре продумані стенди мають зарубіжні учасники, а серед українських видавців варто відзначити видавництва “Ранок”, “Талант” та “Фоліо” (м. Харків), “Махаон-Україна” та “Книжковий супермаркет” (м. Київ), “Видавництво Старого Лева” (м. Львів).

Привабити відвідувачів до стенду допоможуть також правильна і продумана викладка товару — на стендах, столиках, спеціальних стійках і навіть великоформатних дизайнерських конструкціях. Варто згадати книгу “Єгиптологія” київського видавництва “Махаон”, для якої було споруджено півтораметрову пластикову піраміду з підсвітленням, чи роман братів Капранових “Розмір має значення”, який продавали на площі перед Палацом мистецтв з “горбатого” запорожця.

Але, як показує досвід, потужна рекламна кампанія не завжди вказує на літературну цінність чи поліграфічну якість видання, прикладом цього служить та ж книга Капранових. І, навпаки, дуже часто справді варті уваги та потрібні суспільству книги через свій непривабливий зовнішній вигляд і відсутність елементарних зусиль з боку видавців чи книгорозповсюджувачів залишаються непоміченими, а відтак не мають попиту серед читачів.

Робота експонентів визначається не лише кількістю проведених та відвіданих заходів, креативними ідеями для реклами та просування видань, оформленням виставкової площі та наявним асортиментом, а й обов’язково високою культурною діловою спілкування. На жаль, формування і підготовка делегацій для участі у виставково-ярмаркових заходах відбувається безсистемно, доволі поверхнево. Якщо топ-менеджери фірми ще орієнтовані на виконання поставлених перед ними конкретних цілей, то решта членів команди експонента дуже часто не мають жодного

поняття про особливості роботи стендистів. А наймати спеціально навчений персонал, як це роблять за кордоном, або на потужних промислових українських виставках, вітчизняні видавці та книгорозповсюджувачі не мають коштів.

Тому потенційним експонентам рекомендується приділяти більше уваги підготовці та навчанню персоналу, який працюватиме на виставці. Також слід чітко визначити мету відвідування заходу, бо від цього залежить, які форми і методи реклами використовувати, і який результат вони принесуть.

Виставково-ярмаркові заходи мають як прямий результат (зростання обсягів продажу, укладення нових угод та інших комерційних результатів), так і непрямий, тобто не пов'язаний з виставковою діяльністю, але який стосується цієї проблеми. Ідеться про збільшення обсягів міської торгівлі, громадського харчування, готельного господарства, закладів культури та дозвілля за рахунок напливу учасників, гостей та відвідувачів виставки, а відтак — про поповнення бюджету міста, створення його привабливого іміджу як туристичного та культурного центру. Тому роль держави у процесі будівництва сучасних виставково-ярмаркових комплексів та всебічному сприянні організаторам представницьких заходів є очевидною.

Зі свого боку організатори виставки-ярмарку повинні створювати максимально сприятливі умови для роботи експонентів: організувати необхідну інфраструктуру під час проведення заходу, налагоджувати ділові контакти та обмін досвідом, пропонувати максимально насичену та цікаву програму для всіх учасників. За умов тісної співпраці організаторів, експонентів та представників засобів масової інформації можна забезпечити максимальну кількість відвідувачів виставки-ярмарку. Лише за таких умов вдасться створити в Україні цивілізований книжковий ринок і підвищити рівень культури книговидання, книгорозповсюдження та книгоспоживання.

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 ознакою навколо книги, формує сприятливе середовище. Завдяки Форуму вдається: налагоджувати контакти між суб'єктами книжкового ринку — видавцями, поліграфістами, книгорозповсюджувачами, бібліотекарями та авторами; 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 їх спілкування з книгою загалом.

Тетяна Микитин