

КНИЖКОВІ ЯРМАРКИ – ОДНА ЗІ СКЛАДОВИХ МЕХАНІЗМУ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

За підрахунками вчених, нині в світі щороку проходить до півтисячі різноманітних книжкових ярмарків, 120 з яких мають статус міжнародних і національних, універсальних.

Особливого розмаху вони набули в період австро-угорського правління на Буковині наприкінці XIX – початку XX ст. У статті розкрито роль ярмарків у розповсюдженні друкованої продукції та процес їх перетворення на складову механізму масової комунікації.

Ключові слова: книжковий ярмарок, базар, книжкова виставка, комунікація, австрійський період, Петрівський ярмарок, Садогурський ярмарок, ринок, інформація, товар, зв'язки.

I. Вступ

Найпрестижнішими з ярмарків є щорічні Франкфуртський (жовтень), Лондонський (березень), Монреальський (листопад), Паризький (кінець березня), Єрусалимський (квітень), Женевський (травень).

В Україні щороку проходить близько 15-ти домик книжкових ярмарків. Знайомство покупців із книжковою виставкою, з видавництвом, організаторами ярмарків на Форумі видавців (з 1994 р.) у Львові, міжнародному фестивалі і ярмарку “Книжковий арсенал” (з 2011 р.), книжкових виставках “Київська весна”, ярмарках “Книжкові контракти” та “Книжковий Медвіна” (з 2005 р.) у Києві, “Зеленій хвилі” (з 1997 р.) в Одесі, “MERIDIAN CZERNOWITZ” (з 2010 р.), “Світ книги” (з 1995 р.) у Харкові перетворюється на яскраве шоу, що сприяє налагодженню і підтримці довготермінових відносин з представниками ЗМІ, громадськості. В Україні вже визначилися чотири центри таких виставок-ярмарків – у Києві, Львові, Одесі, Харкові.

II. Постановка завдання

Мета статті – визначити роль ярмарків у розповсюдженні друкованої продукції в австро-угорський період.

III. Результати

Відомий в Україні вчений Г. Грета зумів дослідити ще важливішу роль організації й проведення книжкових ярмарків, ніж вважалося дотепер. Так, за його словами, в організації функціонування книжкової виставки-ярмарку задіяні практично всі складові механізми комунікації, налагоджена ефективна системна інформація про товари та послуги видавництва через демонстрацію, консультації, рекомендації, відгуки. Книжкові виставки і ярмарки дають змогу досягти таких комунікативних цілей як забезпечення влучної та ефективної реклами, зміцнення контактів засобами масової інформації, налагодження зворотного зв'язку в спілкуванні з покупця-

ми. Завдяки проведенню ярмарків можна вивчити та проаналізувати ринок, розширити міжнародні й міжрегіональні зв'язки, спрогнозувати обсяги продажів, вивчити та визначити попит на перспективних ринках збуту видавничої продукції в країні, залучати, утримувати й повертати клієнтів. Ярмарки – унікальний засіб просування товарів. Отже, необхідність організації ярмарків була тісно пов'язана з утворенням і функціонуванням видавничих підприємств, друкарень. Про це йдеться й у працях таких дослідників, як В. Грябан, Т. Микитин, М. Никирса, І. Чеховський, Т. Юрій та ін.

Не стала винятком Буковина австрійського періоду. Серед архівних документів знаходимо чимало підтверджень проведення книжкових ярмарок. Особливо це помітно на прикладі видавців-євреїв. Саме вони зуміли якнайшвидше зрозуміти, що книжкові ярмарки, базари – одна з найважливіших складових їх бізнесу. Українські видавці розглядали ярмарки, насамперед, як різновид ідейно-просвітницької діяльності.

Одним із перших і найбільших ярмарків на Буковині, що зумів проіснувати до наших днів, є Петрівський. Він починався 11 липня (на св. Петра) і тривав щонайменше 2 тижні. Сюди з'їжджалися торговці з багатьох провінцій імперії Габсбургів, Німеччини, Туреччини, Молдавії, Бессарабії, України, збуваючи й купуючи різноманітні товари. Ще один щорічний ярмарок, про який варто згадати, діяв у Садогурі. У рішенні Придворної канцелярії від 7 грудня 1801 р. про повернення цьому населенню міського статусу зазначено, що в Садогурі мають проводитися чотири щорічних ярмарки в установлені дні: перший – 25 січня, другий – у понеділок після Вербної неділі, третій – у понеділок після Пасхи, четвертий – 18 жовтня за юліанським календарем. Коли перший та четвертий ярмарки припадають на неділю і свята, то вони переносяться на наступні дні. Декретом від 15 грудня 1810 р. в Садогурі визначено влаш-

тувати вісім щорічних ярмарків: перший – 17 січня (29 січня за новим стилем), другий – у середу в середині Великого посту, третій – 26 (7) червня, четвертий – 12 (24) червня, п'ятий – 27 липня (8 серпня), шостий – 29 серпня (10 вересня), сьомий – 28 жовтня (9 листопада), восьмий – 6 (18) грудня. Однак поступово значення ярмарків у Садогурі та Чернівцях помітно зменшується, оскільки з'являються нові більш організовані форми торгівлі: біржа, торгові компанії, мережа магазинів, торгівля в кредит, також розвивається залізниця. Тому Садогурський ярмарок, так само як і Петрівський, зійшов до рівня звичайного щотижневого базару. Тим часом на перше місце виступає Буковинська торгово-промислова палата, заснована 25 червня 1850 р. Вона регулювала торговельні відносини, сприяла відкриттю нових ярмарків і базарів, видавала дозволи на заняття торгівлею й ремеслом, брала дорадчу участь у виробленні тарифної та митної політики, укладенні міжнародних торговельних угод.

Під час Першої світової війни ярмарки в місті не відбувалися.

Про ярмарки знаходимо чимало інформації, однак науковці практично не бралися за дослідження щотижневих базарів, які в австрійський період розвивалися дуже добре. Спочатку базарним днем у місті був лише понеділок. Пізніше для Чернівців було збільшено число базарних днів у тижні. Крім понеділка, на ринках стали торгувати також у середу та п'ятницю. Як зазначено у "Свідченнях та переписці з крайовими управліннями про ринки на Буковині та їхнє управління", вже у 1817 р. в Чернівцях проводили тижневі базари в понеділок, середу та п'ятницю. Серед торгових майданів Чернівців були Старий міський ринок, так званий *Alten Markt*, який розташовувався на нинішній вулиці Шолом-Алейхема, Сагайдачного, в бік вулиці Руської, площі Фонтанній.

Центральну площу міста (*Ringplatz*) як базарну стали використовувати ще в 1790 р. За твердженням буковинського науковця І. Чеховського, "саме торжище, яке з'явилося до впорядкування площі в кінці XVIII ст., визначало характер майдану впродовж усього австрійського періоду й аж до початку 1920-х років" [9, с. 6].

У 1885 р. базари в Чернівцях тривали 3 дні. Ярмарки та базари були вигідними не лише для продавців, а й для міської казни, адже грошові збори від них наповнювали міський бюджет. Значною мірою завдяки цим зборам у середині 90-х рр. XIX ст. у Чернівцях прокладено водогін і каналізацію, трамвайну лінію, електрифіковано місто. З 1801 р. проводили також щотижневий базар, у Садогурі він відбувався щочетверга.

З переходом Чернівців у 1918 р. від Австро-Угорщини до Румунського королівства старі міські ринки продовжували існувати, щоправда, деякі зникали.

На міських базарах торгували зазвичай з наметів, прилавків, а то й із розтягнутої на землі мішковини чи з рук. У 20-х рр. румунська влада в Чернівцях вирішила спорудити кілька критих ринків.

Варто додати, що в усі роки продавці вирушали на ринок дуже рано. Про це згадував мешканець Роші Богдан Григоращук.

Сьогодні лише в Чернівцях – понад два десятки ринків і базарів. Найвідоміший і найпотужніший – Калинівський, який виник 19 червня 1990 р., займає 35 гектарів, має майже 9 тисяч торгових місць.

IV. Висновки

Наприкінці XIX – початку XX ст. на Буковині використовували найрізноманітніші форми й методи розповсюдження друкованої продукції. На першому місці, як правило, були книгарні. Юридичною основою на право відкриття книжкового магазину, лавки, кіоску був дозвіл міської управи.

Одним із найвідоміших і найбільших за розмірами торговельних центрів того часу був магазин Генріха Пардіні.

Досліджуючи проблеми книгарень, мусимо констатувати, що процедура їх відкриття, дозвільна система, заборонні заходи велися досить прозоро, відкрито, доступно. Починаючи з 1854 р. крайове управління Буковини у Чернівцях регулярно друкує список власників друкарень і книжкових магазинів. Саме завдяки такому списку можна встановити, скільки книгарень було в цей час у Чернівцях, кому вони належали, місце знаходження. Отже, як бачимо, книгарні були найпоширенішою формою донесення до читача газетно-журнальної й книжкової інформації. Саме в книгарнях розпочиналося перше знайомство освічених буковинців з друкованою продукцією. Завдяки книгарням наші краяни мали змогу придбати найновіші видання того часу. Дослідивши книжкову торгівлю австрійського періоду на Буковині, маємо підстави стверджувати, що вже в ті часи провінційна книжкова торгівля мала ряд особливостей: по-перше, торгівля книжковою продукцією була вигідним і прибутковим ремеслом, джерелом статків багатьох єврейських і німецьких сімей; по-друге, книжкова продукція стала рушійною силою для поширення української ідеї, різновидом просвітницької діяльності, особливо з боку громадських організацій, окремих політичних об'єднань українського спрямування; по-третє, провінційні книгарні досить швидко утверджувалися як важлива ланка в системі розповсюдження друкованих видань в Аст-

рійській імперії; по-четверте, найголовніше – в Австрійській імперії, на відміну від Російської чи Румунської імперій, були значно кращі умови для розвитку книготорговельної справи, не було жорсткої цензури, конкуренції.

Прогресивним явищем того часу, однією із найбільш популярних форм поширення інформації про нові видання стало відкриття перших сільських читалень. “Першопрохідцем” у цій важливій справі став Ю. Федькович, який разом з однодумцем Левицьким організував у Путилові одну з перших читалень. Масово українські читальні виникають з початку 80-х рр. XIX ст. завдяки ініціативі буковинського товариства “Руська бесіда” та галицької “Просвіти”. Читальні були цінними тим, що саме тут навчали грамоти, читання багатьох неписьменних, азів агрокультури на селі; організовували колективні читання художніх творів, газет, журналів. А ще – саме завдяки читальням чимало буковинців того часу брали участь у відзначенні пам’ятних дат та ювілеїв, зокрема Т. Шевченка, Ю. Федьковича, І. Франка, Лесі Українки, О. Кобилянської та ін.

Незважаючи на всі перепони, кількість читалень у краї щороку зростала: 8 – у 1886 р. і 83 – в 1906 р.

Кількість книжок у кожній читальні становила не більше ніж 350 примірників. Найбільш читабельними й розповсюдженими в читальнях серед газет були: “Буковина”, “Хлібороб”, “Земля і воля”.

Не менш важливу роль у розповсюдженні друкованої продукції на Буковині австрійського періоду відіграли ярмарки, на яких реалізовували книги, газети, журнали; відбувалося знайомство й спілкування авторів з читачами, друкарень із замовниками. З позиції нинішнього уявлення про книжкові ярмарки без перебільшення можемо стверджувати, що в їх організації та проведенні задіяні практично всі складові механізми комунікації, налагоджена ефективна система інформація про товари та послуги видавництва через демонстрацію, консультації, рекомендації, відгуки. Завдяки книжко-

вим ярмаркам не лише реалізується друкована продукція, а й зміцнюються зв’язки видавництва, читачів і засобів масової інформації.

Список використаної літератури

1. Бібліографія. II. Нові книжки // Літературно-науковий вісник. – Р. XI. Т. XLIV. – 1908. – С. 710–717.
2. Грябан В. Ринки та ярмарки буковинської столиці: науково-популярний нарис / В. Грябан, М. Чучко. – Чернівці: Поліграф-сервіс, 2009. – 152 с.
3. Кайндль Р. Буковина. Загальне краєзнавство / Р. Кайндль; наук. ред. д.і.н., професор В. М. Ботушанський, к.і.н.; доц. О. М. Масан, к.ф.н., доц. В. Ю. Іванюк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2004. – 487 с.
4. Микитин Т. Еволюція книжкових ярмарок в Україні: від кількості до якості / Тетяна Микитин // Książka, biblioteka, informacja. Między podziatami a wspólnota / pod red. Jolanty Dzienniak owskiej, Izadbeli Krasinskiej, Moniki Olczak-Kordas. – Kielce: Uniwersytet Yana Kochanowskiego, 2011. – С. 63–69.
5. Миронюк Д. Інформаційний простір Буковини на початку третього тисячоліття / упоряд. Д. І. Миронюк. – Чернівці: Букрек, 2012. – 300 с.
6. Никирса М. Чернівці: документальні нариси з історії вулиць і площ / Марія Никирса. – Чернівці: Золоті литаври, 2008. – 452 с.
7. Никирса М. Зниклі Чернівецькі площі / М. Никирса // Чернівці. – 2006. – 8 грудня.
8. Никифорак М. Австрійська військова адміністрація на Буковині (1774–1786 рр.) / М. Никифорак // Науковий вісник Чернівецького державного університету. Серія правознавство. – Чернівці, 1996. – Вип. 4–6. – С. 118–131.
9. Чеховський І. Майдан Ринок – серце міста / І. Чеховський // Вечірні Чернівці. – 2007. – 10 травня. – С. 6.
10. Юрій Т. Ярмарок танцював і співав / Т. Юрій // Доба. – 2002. – 9 липня.

Стаття надійшла до редакції 03.11.2015.

Миронюк Н. Д. Книжные ярмарки – одна из составных механизма массовой коммуникации

По подсчетам ученых, в настоящее время в мире проводится ежегодно до полутысячи различных книжных ярмарок, 120 из которых имеют статус международных и национальных, универсальных. Особенный размах они приобрели в период австро-венгерского правления на Буковине в конце XIX – начале XX в. В статье раскрывается роль ярмарок в распространении печатной продукции, процесс их преобразования в составную часть механизма массовой коммуникации.

Ключевые слова: книжная ярмарка, базар, книжная выставка, коммуникация, австрийский период, Петровская ярмарка, Садогурская ярмарка, рынок, информация, товар, связи.

Myroniuk N. Book Fairs are one of the Components of the Mass Communication's Mechanism

According to the scholars' estimate annually up to five hundred of various book fairs are held in the world today, 120 of which have status of international and national, as well as universal fairs.

They got a special scale during the Austro-Hungarian rule in Bukovina late XIX – early XX century. The article deals with the role of fairs in the proliferation of printed products and process of their transformation into the part of the mass communication's mechanism.

After having explore the book trade of Austrian period in Bukovina we have a reason to claim that back then the provincial book trade had a number of features: first, the book products' trade was a profitable and lucrative business, a source of wealth for many Jewish and German families; second, book products became a motive force for the spread of Ukrainian idea, a kind of outreach activities, especially on the part of non-governmental organizations, some political associations of Ukrainian focus area; third, the provincial bookstores quite quickly strengthened their position as an important link in the system of printed products' distribution in Austrian Empire; fourth, the most important, that in the Austrian Empire, unlike Romanian or Russian empires, the conditions for the development of book-selling business were much better, there were no strict censorship and competition.

Key words: *book fair, market, book exhibition, communication, Austrian period, Petrivka fair, Sadohura fair, information, goods, connections.*