МКУК «Межпоселенческая

централизованная библиотечная система

Никольского муниципального района»

Центральная районная библиотека

им. Г. Н. Потанина

Методический отдел

**Библиотечная выставка:**

**новые задачи и возможности**

*Методические рекомендации*

Никольск

2023

ББК 78.30

Б 59

Составитель: И.С. Большакова, заведующий методическим отделом ЦРБ им. Г.Н. Потанина МКУК «МЦБС Никольского района»

Библиотечная выставка: новые задачи и возможности: методические рекомендации / ЦРБ им. Г.Н. Потанина МКУК «МЦБС Никольского района», методический отдел; сост. И. С. Большакова. – Никольск, 2023. – 27 с.

**Библиотечная выставка** – это публичная демонстрация специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, рекомендуемых пользователям библиотеки для обозрения и ознакомления.

Первые выставки в России были организованы в середине XIX века. Местом их проведения была Императорская публичная библиотека (ныне Российская национальная библиотека). Выставки были немногочисленны и, как правило, носили музейный характер.

Сегодня выставочная деятельность – важное и актуальное направление библиотечной работы.

Выставки в библиотеках являются одним из самых традиционных и распространенных методов раскрытия библиотечных фондов, пропаганды лучших документов и информирования пользователей о новых поступлениях.

Выставки считаются мощным каналом распространения информации и рекламы деятельности библиотек, содействуют решению многих важных проблем.

В частности, к таким проблемам относятся:

* информирование – предоставление населению наиболее полной информации об оказываемых библиотекой услугах и производимой продукции;
* привлечение внимания широких слоёв потребителей к библиотечно - информационной сфере; ознакомление общественности с фактом существования библиотеки как современного мощного сервисного учреждения;
* выработка и закрепление положительного общественного мнения – выставки позволяют углубить однозначно позитивное отношение населения и приоритетных групп пользователей к деятельности библиотеки;
* создание привлекательного образа библиотеки;
* стимулирование потребления библиотечно-информационных услуг и продуктов.

**Основные виды и типы выставок**

Библиотечные выставки можно классифицировать по ряду признаков, а именно:  
**по статусу** – самостоятельные и сопровождающие массовое мероприятие;

по содержанию – выставки могут быть универсальными, отраслевыми и  
персональными;  
**по целевому назначению** – в помощь профессиональной и образовательной деятельности, для повышения культурного уровня и др.;

**по времени публикации и поступления в библиотеку представленных на них материалов** – новых поступлений, за разные годы, забытых изданий;

**по месту экспонирования** – организуемые в библиотеке и за ее пределами;

**по срокам функционирования** – постоянные, длительные, периодические, краткосрочные;

**по используемым ресурсам** – базирующиеся на фонде данной библиотеки или базирующиеся на фондах нескольких библиотек, библиотек и музеев, библиотек и любительских объединений, частных коллекций и т. д.;

**по видам изданий** – книжные, других видов изданий (журналы или газетные и др.), нескольких видов изданий одновременно (комплексные), новых носителей информации (CD-ROM, пластинки, микрофильмы, видеокассеты и др.);

**по конструкционным особенностям** – витринные, внутристеллажные, внутриполочные, выставки - «развалы» на столах, передвижные, «кольцевые» и др.;

**по основанию для проведения** – по инициативе библиотекарей, по предложениям читателей библиотеки, по заказу учреждений и предприятий;

**по степени доступности** – бесплатные (каковыми должны быть практически все) и платные (из личных собраний, частных музеев и т. д.);  
**по источникам финансирования** – бюджетные, внебюджетные.

**Выставка новых поступлений**

Цель этих выставок заключается в систематической наглядности информации о новых поступлениях в библиотеку произведений печати за тот или иной период.

Из всех очных библиотечных инструментов информирования пользователей о новых поступлениях, которыми являются библиографические обзоры, списки, картотеки и каталоги, выставки новых поступлений наиболее  
эффективны, особенно при открытом доступе читателей к экспонируемой литературе и при возможности сразу взять ее для чтения либо дать  
заявку на получение книги после смены экспозиции.

Важнейшими принципами организации выставок новых поступлений являются максимально возможная полнота показа всей литературы, поступающей в библиотеку, а также регулярность и оперативность показа новой литературы.

Для повышения оперативности литературу следует экспонировать сразу по выходу ее из отдела комплектования.

**Тематическая выставка**

Тематические выставки играют большую роль в раскрытии фондов, оказывают помощь библиотекарю при рекомендации книг.

Задача тематической выставки – показать наиболее ценные книги по актуальной теме, помочь читателю выбрать те, которые ему нужны для изучения вопроса.

По содержанию различают несколько видов тематических выставок.

- Выставки к памятным датам приурочиваются к трудовым праздникам, годовщинам исторических событий, юбилеям городов, учреждений.

- Выставки, посвященные жизни и деятельности выдающихся лиц, включают биографические материалы, критические работы и исследования о деятельности данного лица, а также его произведения (описания изобретений, монографии).

- Мемориальные выставки, посвященные жизни и деятельности лица, имя которого носит библиотека. Такие выставки носят музейный характер.

К тематическим выставкам близки **жанровые**, очень популярные среди читателей.

Своеобразны так называемые **«выставки забытых книг».** Их задача – напомнить о хороших художественных произведениях и научно-популярных книгах, которые по каким-то причинам не пользуются вниманием читателей даже при открытом доступе к фондам.

**Выставка может быть посвящена и одной книге.** Содержание такой книги нужно широко раскрыть с помощью справок об изданиях книги, статей и книг об авторе, иллюстраций и т. п. Такие выставки сопровождаются презентацией, на ней присутствует автор книги и его соратники, которые дискуссируют, обсуждают яркие и не очень моменты представляемой книги, тем самым делая выставку интересной, увлекательной.

**«Тематические стеллажи» и «тематические полки».** Большое распространение получили выставки, организуемые в фонде – на простых открытых стендах, на боковых стенках стеллажей, а чаще на одной-двух полках стеллажей. Они обычно связаны с соответствующим отделом книжного фонда. Такие выставки невелики, всего 6-12 книг без цитат и иллюстраций. Они посвящаются либо одному вопросу, либо отражают новые поступления в какой-нибудь раздел книжного фонда, либо просто показывают лучшие книги данного раздела. Можно поместить на полке всего одну книгу – из числа новинок или популярных произведений. Эти малые выставки следует устраивать по целому ряду тем, размещая их по всему фонду, во всех стеллажах одновременно, тем более что сделать это легко. Одновременный и рассредоточенный показ большого количества книг служит полному раскрытию фонда и удовлетворению различных запросов читателей.

**Персональная выставка** Персональные экспозиции относятся к разряду тематических. Связаны они с жизнью и деятельностью определенной личности (персоны). Сегодня спрос на подобные выставки вырос в разы. Объясняется это тем, что для проведения подобной выставки привлекаются наиболее видные деятели, местные знаменитости. Это модное и перспективное направление развития выставочной деятельности в любой библиотеке.

Цель персональной выставки – привлечь внимание читателей к отдельной фигуре, личности, пробудить желание как можно больше узнать об этом человеке – художнике, писателе, композиторе, ученом, политике и  
т. д. Поэтому здесь обязательно наличие трех разделов:

1. Рассказ о жизни личности.

2. О творчестве, деятельности.

3. Представление произведений, трудов, творчества.

**Юбилейная выставка** Большой удельный вес среди тематических библиотечных экспозиций занимают выставки, приуроченные к юбилею известного деятеля или крупного исторического события. «Круглая дата» – это отличная возможность привлечь внимание публики к интересной личности, событию, явлению.

Разновидностью таких экспозиций выступают **выставки-персоналии.** Их композиция определяется целевым и читательским назначением. Наряду с принципом «от общего к частному» когда раскрывают сначала основные издания писателя и публикации о нем, применяют и хронологическую последовательность раскрытия темы.

**Краеведческая выставка**

В большинстве библиотек краеведение является одним из приоритетных направлений работы и поэтому такие выставки очень распространены.

Краеведческие выставки очень разнообразны по содержанию, читательскому назначению и т. д. Они могут быть постоянно действующие универсальные,  
тематические, новых поступлений, к знаменательным и памятным датам. По возможности литература о крае и местных изданиях также экспонируется в качестве самостоятельных разделов или в контексте общих документов на других выставках.

Краеведческие выставки обычно отличает максимальная полнота при отборе изданий. Здесь более широко, чем в других разновидностях выставок, отражены публикации из периодических изданий или их ксерокопии, копии архивных документов, открытки, значки и другие предметы из личных  
коллекций.  
Краеведческой тематике могут быть посвящены выставки-экскурсии, путешествия, турне. Такие выставки дополняют путеводители по краю или городу, фото местных достопримечательностей или интервью представителей администрации, руководителей учреждений города, знакомящих с историей малой родины.

В рамках знакомства посетителей с краеведческими выставками будет интересен фотоквест. Можно предложить читателям узнать городские достопримечательности по части фото, а также ответить на вопрос, в каком году они основаны или на какой улице располагаются. Маленьким посетителям выставки библиотекарь может предложить наклеить веселый смайлик рядом с тем местом на импровизированной карте города, где они любят бывать.

**Музейная выставка**

Музейная выставка – демонстрация коллекций, результатов их изучения, инструмент образовательной и воспитательной деятельности. Книга выступает как экспонат, посредник.

**Современные формы библиотечных выставок**

Бесспорный приоритет в продвижении чтения – оригинальные книжные выставки. Они способствуют максимальному раскрытию книжных фондов, а также расширению и обогащению круга чтения читателей.

ϖ Выставка-календарь представляет материалы и документы к юбилейным датам, сменяемые через определенные промежутки времени.

ϖ Выставка-словарь предполагает объяснение значения каких-либо терминов и понятий, а также представление дополнительной информации о них. Для выставки-словаря могут быть выбраны самые разные понятия и термины.

ϖ Выставки-витрины – на них демонстрируются предметные аксессуары и книжные материалы.

ϖ Выставки-викторины предполагают наличие вопросов викторины и экспозиции с отвечающей на эти вопросы литературой.

ϖ Говорящие выставки – это выставки, материалы которых озвучиваются, вниманию посетителей предлагаются записи обзоров литературы и другие аудио-, видеоматериалы, имеющиеся в библиотеке по данной теме.

ϖ Выставки-вернисажи предполагают демонстрацию картин и репродукций.  
Вернисаж сопровождается экспозицией литературы о художниках-авторах, творчестве местных художников, о данном направлении в искусстве. Сложность данной выставки – в разнообразии иллюстративного материала.  
ϖ Выставки-размышления по интересным для читателя остропроблемным темам с предоставлением двух и более различных точек зрения по данному вопросу и соответствующих групп литературы.

ϖ Выставка-презентация представляет собой презентацию новой книги, газеты, журнала с применением технологии рекламной деятельности. Часто это экспозиции, направленные на раскрытие информационных возможностей библиотеки.  
ϖ Выставки-коллажи привлекают внимание читателя и носят подчеркнутый  
рекламно-информационный характер.

ϖ Экспресс-выставки – внеплановые оперативные экспозиции, связанные с  
возникновением злободневных тем, появлением актуальных документов, социально значимых интересных публикаций, требующих общественного отклика.  
ϖ Выставки-кроссворды досугово-просветительного характера – в их основе  
небольшой кроссворд, ответы на который содержатся в представленной литературе.  
ϖ Выставки-диалоги – это диалог двух точек зрения, двух авторов. Представляется литература авторов с диаметрально противоположными точками зрения по данной теме, вопросу, проблеме. Читатели могут выразить свое мнение по данному вопросу с помощью карандаша и бумаги, которые располагаются рядом с выставкой.

ϖ Выставки-споры демонстрируют спор двух или более точек зрения по  
определенному вопросу с активным использованием цитат из представленной на выставке литературы, предложением читателям высказать свою точку зрения (с помощью карандаша и бумаги).

ϖ Выставки-портреты могут быть посвящены писателю или любому выдающемуся человеку. Они делают акцент на индивидуальности личности, представляя литературу о самом человеке. На выставках используются фотографии, иллюстрации, предметы, свидетельствующие о личной и профессиональной деятельности героя выставки.

ϖ Выставки-музеи – на них собираются различные экспонаты, предметы культуры, техники, истории Отечества, региона и т. д.

ϖ Выставки-дискуссии представляют издания, где отражены разные точки зрения, «втягивающие» читателя в дискуссию, привлекающие внимание читателей к проблемным, дискуссионным моментам темы.

ϖ Жанровые выставки представляют произведения одного литературного жанра.

ϖ Выставки-советы книг (рекомендация) – даются советы специалистов по какой-нибудь интересной теме. Например, что читать начинающему кулинару, как ухаживать за огородом, как построить дом и т. д. Выставка должна сопровождаться списком литературы по данному вопросу.

ϖ Выставки-просмотры призваны знакомить читателей с новой литературой по определенному вопросу в условиях доступности, открытости, комфортности. Главной особенностью просмотров является максимальная полнота представленных документов, соответствующих целевому и читательскому назначению экспозиции.

ϖ Выставки-аукционы, выставки – книжные развалы, фотовыставки,  
предметные выставки (строятся вокруг какого-либо предмета).

ϖ Выставка-путешествие строится в форме экскурсии по родному краю или стране. В качестве обязательного элемента выставка включает разнообразный иллюстративный материал.

ϖ Выставка-сюрприз – это может быть выставка с маленькими, но приятными презентами, которые посетитель унесет с собой.

ϖ Выставка-хобби (увлечение, коллекция) – с согласия и с помощью читателей оформляется данная выставка, на которой представлены личные коллекции, сопровождающиеся рекомендуемыми книгами, цитатами, историей создания.

ϖ Выставка-досье представляет собой выставку документов, свидетельств,  
произведений по какому-либо делу или вопросу. С их помощью читателю предоставляется возможность самостоятельно определить свою позицию и оценку.  
ϖ Выставка-бенефис читателя – обычно представлены любимые книги читателя библиотеки, его портрет, автобиография, ксерокопия формуляра, ответы на вопросы анкеты, высказывания о роли книги и библиотеки в его жизни, а также отзывы, мнения, впечатления о прочитанных книгах, советы и рекомендации.  
ϖ Выставка-импульс должна побуждать к действию. Начинаться словами: «Остановись», «Берегись...», «Не навреди ...» и т. д. Материалы, представленные на выставке, должны также носить эмоциональный, яркий, неординарный характер.

ϖ Выставка-диорама – выделяющаяся часть из целого, это должно отражаться в названии и в оформлении. Например, «Сталинградская битва на фоне Великой Отечественной войны», «Наркомания – одна из трагедий ХХI века». В оформлении выставки должны соблюдаться следующие тенденции: либо сначала вы обозначаете в целом проблему, а затем берете узкую тему, обозначенную в названии, и раскрываете ее, либо это может быть оформлено

в обратном порядке.

ϖ Выставка-вопрос рекомендует книги, которые отвечают на вопрос, заданный в заглавии. Выставка-вопрос может называться «Спрашивай – отвечаем», «Почему так бывает?».

**Основные требования, предъявляемые к выставочной деятельности библиотек**

Основными требованиями, предъявляемыми к выставочной работе библиотек, являются комфортность, наглядность, доступность, оперативность.

**Комфортность** представляет собой совокупность условий, обеспечивающих наиболее благоприятные возможности для работы с книгой и одновременно отдыха читателей. Эти условия включают в себя и удобное расположение книг на выставке, и дополнительное освещение, и место для отдыха читателя.

Читателю необходим психологический комфорт при работе с выставкой: удобство получения книги с выставки, возможность ознакомления с книгами (документами) в спокойной обстановке, т. е. сама выставка должна функционировать в гармоничной библиотечной среде.

**Наглядность** необходимо отметить как наиболее действенный способ реализации выставки. Различают три вида наглядности:

– документ, представленный в фонде библиотеки в режиме открытого доступа;

– образ документа как элемент библиотечной выставки, плаката, рекомендательного списка литературы;

– библиографическое описание документа в каталогах, картотеках, списках и пр.

Конечная цель принципа наглядности – показать пользователю наличие документа в фонде и убедить в его доступности.

**Доступность** заключается в предоставлении читателям возможности изучения содержания демонстрируемых документов. Кроме того, проявлением доступности можно считать иные по сравнению с открытым доступом группировки литературы на тематических, проблемного характера выставках. Доступность библиотечных выставок считается выражением уважения, доверия к читателям.

**Оперативность** библиотечных выставок понимается двояко. Во-первых, как оперативность отражения нового документа, актуальной темы, проблемы.

Во-вторых, возможность ознакомления одновременно и с книгой, и с ее библиографическими данными.

Комплексное выполнение этих требований обеспечивает создание уникальной библиотечной среды.

**Основные этапы подготовки выставки**

Осмысленное формирование замысла библиотечной выставки, как и любая деятельность, складывается из определенных этапов.

1 этап связан с уточнением проблематики выставки. Вопрос, которому будет посвящена выставка, должен иметь проблемный характер, то есть требовать изучения, исследования. Она должна быть актуальна на сегодняшний день и интересна читателям.

2 этап – изучение содержания проблемы, которую необходимо раскрыть перед читателями. Здесь правилом должно стать условие, что ни одна книга, статья или другой материал не появятся на выставке, если содержание данного источника неизвестно библиотекарю, не ясна точка зрения автора. Библиотекарю также следует определить основные аспекты проблемы, представляющие собой возможные разделы выставки.

3 этап – разработка концепции выставки.

Концепция – система взглядов на что-либо, основная мысль, определяющая цели и задачи исследования и указывающая пути его ведения.

Библиотекарю следует тщательно обдумать и отобрать необходимые для экспозиции документы, придумать оформительские средства, с помощью которых он сможет воплотить общий замысел, передать необходимые идеи, образы. При этом все элементы выставки должны иметь предельно точное назначение, производить задуманное впечатление и подводить читателя к выводам, на которые рассчитывает библиотекарь.

**Основная документация выставки**

**Концепция выставки**

Грамотно продуманная концепция выставки должна отвечать на 3 вопроса:

О чем желаете рассказать? (Тема, содержание)

Кому адресована выставка? (Читательское предназначение)

Как подать экспонируемый материал? (Форма, способ предоставления информации)  
**Тематико-экспозиционный план (ТЭП)** выставки состоит из перечисления разделов выставки, также в нем размещаются все сведения, которые организатор собирается отразить в экспозиции: цитаты поэтов, писателей и критиков, определение основных терминов и понятий, необходимых для правильного восприятия экспонатов выставки, даты жизни и деятельности лиц, о которых повествуют выставка, этапы развития предмета выставки и многое другое.

**Тетрадь учета выставочной деятельности**

Необходимо вести «Тетрадь учета выставочной деятельности» для того, чтобы после окончания демонстрации выставки определить ее эффективность.

В тетради записываем:

– Тема выставки.

– Исполнитель.

– Место проведения.

– Продолжительность работы выставки.

– Сколько материалов на ней представлено.

– Какова ее посещаемость.

– Количество книговыдач с выставки.

– Количество просмотренных материалов.

– Отзывы, предложения по выставке.

– Коэффициент использования (Q).

Коэффициент использования высчитывается следующим образом: количество взятой (выданной) литературы делится на количество, представленной на выставке.

Если эффективность низкая, необходимо выяснить, почему выставка не пользовалась популярностью среди читателей. Для этого нужно проанализировать все этапы выставочной работы, начиная с выбора темы и заканчивая рекламой, и определить, где были допущены ошибки. Высокую эффективность также необходимо изучать, чтобы выявить причины успеха выставки у читателей.

В последние годы для изучения эффективности выставочной работы широко используются методы опроса читателей: беседы, интервью, анкетирование, которые помогают выявить интересы и потребности читателей, позволяют планировать выставочную работу в соответствии с читательскими ожиданиями.

После выставки оформляется **паспорт**, в котором представлена информация по отраслям знаний и книговыдаче.

**Оборудование для проведения выставок**

К выставочному оборудованию относятся: витрины, стеллажи, столы, подставки.

**Вертикальные витрины** должны быть полностью стеклянными или с одной непрозрачной стороной.

Витрины с непрозрачной задней стенкой располагаются вплотную к стене помещения, в котором выставлена экспозиция. Кроме того, витринами можно организовать специальное выставочное пространство в читальном зале или помещении с открытым доступом к книгам. Важно расположение выставочных витрин в наиболее посещаемых читателями местах.

Полностью прозрачные витрины необходимо размещать в открытом пространстве. Они позволяют рассмотреть книгу со всех сторон и подходят к экспонированию редких экземпляров изданий, богато иллюстрированных и красиво оформленных книг, то есть тех произведений печати, которые можно экспонировать как обложкой, так и внутренним оформлением, иллюстрацией. Необходимо помнить, что для экспонирования в таком виде необходимы специальные подставки.

**Горизонтальные выставочные витрины**. Они подобны столу, на котором располагаются книги. Причем стол накрывается специальной стеклянной крышкой, которая может быть, как откидной, так и полностью съемной. В подобные горизонтальные витрины размещаются особо ценные экспонаты выставки: рукописи, авторские экземпляры рисунков, редкие книги.

**Выставочные деревянные витрины** могут быть закрывающиеся и открытые. Как правило, деревянные витрины не требуют использования специальных книжных подставок: они уже снабжены небольшими полочками для размещения книг.

Часто выставочные витрины снабжаются автономными лампочками для подсветки экспозиции. Освещение для книг и других печатных материалов должно быть обязательно холодным. Это связано с тем, что от горячего света листы книг, газет, журналов могут деформироваться и прийти в негодность.

Для небольших экспозиций подойдут **стеллажи и столы**. Преимущество данного оборудования в приближенности экспонируемых изданий к посетителю. На стеллаже или столе удобно располагать предметный ряд выставки.

Выбор выставочного оборудования зависит от самой библиотеки, целей выставки, масштабов экспозиции.

**Дизайнерское оформление книжной выставки**

При оформлении выставок необходимо учитывать особенности визуального восприятия экспозиции. В зависимости от ряда обстоятельств: угла зрения, оформления задника, или его отсутствия, освещения и тому подобное – книга может быть «увидена» или не замечена вовсе.

Следует знать, что многоаспектные выставки рассчитаны на восприятие с небольшого расстояния. Близкие к читателю (зрителю) части экспозиции предполагают меньшие величины изображений, чем дальние, которые расположены выше уровня глаз. Последние требуют крупных иллюстраций, ярких красок и кратких текстов.

Помимо уже названных способов, хорошо маркировать отдельные книги с помощью цветных закладок, аннотаций, держателей-подставок.

Имеются и другие способы обратить внимание на конкретную книгу. Об одном из них можно найти упоминание в работах замечательного русского философа и ученого П. А. Флоренского – нужно развернуть книгу под определенным углом.

По замечанию П. А. Флоренского книгу с прямым изображением лица или фигуры целесообразно поставить под углом в три четверти. Такой поворот как бы приближает изображаемое лицо к зрителю, воплощает человечность, а на женских и детских портретах создает ощущение особой теплоты, интимности.

Соответственно, книгу с рисунком на обложке, где уже использован упоминаемый поворот, следует поставить прямо.

Особенности визуального восприятия прямого поворота организатор выставки использует тогда, когда хочет передать читателю (зрителю) ощущение цельности, силы героя книги и/или иллюстрации.

Изображение в профиль, по П. А. Флоренскому, также отражает силу, но при этом ассоциируется с большей выразительностью и четкостью. При этом мы не просто продвигаем то или иное литературное произведение, но вместе с автором иллюстрации создаем «образ книги» и образы ее героев, помогаем посетителям выставки воспринять их судьбу как реальный факт культуры или истории.

Представленный вместе с книгой предметный ряд по-своему подтверждает эту реальность.

На выставки библиотекари, помимо книг, периодики, помещают всевозможный иллюстративный материал, аксессуары, содержательно связанные с проблематикой и дополняющие ее в качестве фона.

Используются различные шрифты для заголовка, разделов и цитат, натуральные предметы, макеты, модели, бутафория.

**Аксессуары** можно подразделить на:

**знаковые** – цитаты, аннотации, текстовые рубрики, заголовки разделов; **художественные** – картины и репродукции картин, коллажи, иллюстрации, фотографии, плакаты;

**предметные** – предметы и вещи, помогающие создать образ человека или эпохи (веер, бинокль, свеча, солдатский котелок, воздушный шарик, игрушки, макеты, муляжи и др.);

**декоративные** – цветы, драпировки, вышитые полотенца, природный материал (шишки, ракушки, камни, причудливые корни, ветки) и поделки из него;

**конструкционные** – различные средства оргтехники, канцелярские принадлежности (подставки из дерева, металла, папки, коробки, зажимы, прищепки, закладки и т. п.).

На краеведческих выставках стало традицией представлять подлинные предметы труда и быта, декоративно-прикладного искусства жителей данной местности.

Чтобы разместить такую насыщенную экспонатами выставку, к стеллажу с книжно-иллюстративным рядом приставляют стол или витрину. Тогда экспозиция получается в двух плоскостях.

Одно из главных условий эффективности выставки – соразмерность представленных на ней книг, предметов и иллюстраций. Все они должны производить впечатление единого ансамбля. Его создают лаконичными средствами, не перегружая количественно, расставляя эмоциональные акценты, например, с помощью подсветки, вазы, цветка, колосьев или букета, а также драпировки. Именно эти неявные средства коммуникации, связанные с подсознанием, создают своеобразный контекст визуального сообщения.

Однако, какой бы не была выставка, не стоит забывать, что в центре внимания все же должна оставаться книга, а вся атрибутика является лишь ее дополнением. Главная задача выставки – представить книги и другие виды документов. Хорошее оформление, различные материалы и аксессуары – это не цель, а лишь средство, помогающее решить поставленную задачу. Поэтому они должны не заслонить книгу, а наоборот, привлечь к ней внимание.

**Оформление заголовков**

Существует определенный ряд требований к заголовку библиотечной выставки:

– Объем заголовка не превышает пяти слов. Заголовок служит привлечению читателя к выставке, создает мотив обращения к книгам, представленным в экспозиции. Если заголовок многословный, например, стихотворная цитата, то, несмотря на узнаваемость текста, его актуальность, такой  
заголовок не привлечет внимания читателя. Поэтому даже стихотворные цитаты необходимо выбирать короткие или, при необходимости, «обрезать» их;  
– Выбор заголовка для библиотечной выставки осуществляется после того, как определяется основная идея и подобрана литература. Поиск цитат и названий для планируемых выставок впрок нецелесообразен, т. к. в процессе подбора литературы может измениться концепция выставки, и заголовок перестанет отвечать содержанию;

–Оригинальность заголовка, отсутствие заимствований, собственная фантазия автора выставки позволяют наиболее полно отразить и жизненную позицию библиотекаря, и его видение проблемы, которой посвящена выставка;  
– Заголовки и цитаты желательно оформлять выразительно и нетрадиционно, используя в разнообразных сочетаниях форму свитков, овалов, изображенных раскрытых книг и др. В некоторых случаях можно фигурно обрезать край цитаты, что в сочетании с цветным фоном может вызвать необычный зрительный эффект.

**Цитаты**

Для цитирования на выставке отбираются материалы, обладающие экспрессивностью в выражении мыслей, чувств, переживаний:

• яркие или парадоксальные высказывания авторов, героев произведений;

• эпизоды объяснений в любви, проявлений различных чувств, захватывающих сцен;

• элементы сюжета, содержащие тайну, интригу;

• описания детских переживаний, подкупающие своей искренностью;

• выдержки из писем и дневников авторов.

Существуют композиционные методы, позволяющие добиться большей выразительности текстовой части выставки.

1. Увеличение/уменьшение объекта. Изменение масштаба заставляет по-новому взглянуть на привычное. Этот прием используется обычно для воспроизведения иллюстрации или ее части. В тоже время не следует увлекаться уменьшением – масштабная картина, уменьшенная до размеров почтовой марки, плохо воспринимается.

2. Фрагментирование. Выделение одного из элементов композиции (рисунка,  
коллажа, слова заголовка и т. д.) позволяет придать ему обособленность и самоценность.  
3. Монтаж. Сочетание элементов однородного происхождения, разнородных компонентов, добавление зеркального отображения. Этот прием используется, если необходимо подчеркнуть сопоставление материала, представленного в разных разделах.

4. Изменение фактуры: создание иллюзорной рельефности, изменение цвета,  
направления штриховки; горизонтальное или вертикальное растягивание объекта.

**Цветовое и световое решение**

Наукой о цвете – цветоведением, накоплены сведения, весьма полезные дизайнеру, художнику и библиотекарю, занимающемуся организацией библиотечных выставок.

Различные тела по-разному излучают или отражают свет. От белых предметов любой цветной свет отражается в равной мере. Черные отражают свет меньше всех остальных. Серый тон при различном освещении может быть до бесконечности разнообразен и при оформлении представляет большие возможности по его использованию. В частности,  
бумагу или материю серых тонов целесообразно использовать для драпировок. Все прочие цветные предметы по-разному отражают различный свет. Так, красные предметы под красным освещением выглядят очень яркими, а под зеленым – почти черными.

При искусственном освещении (а в библиотеках именно таково  
преобладающее освещение) белые, серые и зеленые цвета предметов желтеют, синие сильно темнеют, фиолетовые темнеют и краснеют, тени предметов резко очерчены, предметы, находящиеся в тени, плохо различимы по цвету. Эти особенности цветовосприятия необходимо учитывать при организации как витринных экспозиций, так и выставок на стеллажах.

Наиболее распространенными считаются следующие типы цветовых композиций: двухцветная однотонная, например, синее с голубым; двухцветная контрастная – черно-белое; трехцветная однотонная, например, бежевое, коричневое и красное; трехцветная однотонно-контрастная (белый, синий, голубой) и, как исключение, четырехцветная.

В более многоцветных композициях случайные цвета могут вызвать пестроту, беспокойность и нарушение единства композиции.

Композиции, выполненные в контрастных сочетаниях красного и зеленого, оранжевого и синего, желтого и фиолетового цветов, сами по себе броские, как правило, не используются в сочетании с крупным шрифтом заголовка.  
Наиболее четко воспринимаются следующие контрастные сочетания: черный – на желтом фоне, зеленый – на белом, красный – на белом, черный – на белом, желтый – на черном.

Цвет оказывает значительное влияние на ощущение пространства, температуры внешней среды и эмоционального состояния. В применении к выставочной деятельности нас интересуют первый и последний параметры. Красный цвет создает ощущение близости предмета и вызывает беспокойство. Оранжевый цвет также передает ощущение близости, но вызывает воодушевление. Желтый цвет создает ощущение близости и внушает состояние бодрости. Зеленый цвет отдаляет предмет и вызывает спокойствие. Синий и фиолетовый цвета, как и зеленый, отдаляют предметы, но если синий цвет несет успокоение, то фиолетовый вызывает утомление или агрессивность.

Дизайнеры предлагают использовать и такое свойство сочетаний цветов: два контрастных цвета, расположенных рядом, взаимно усиливают друг друга; родственные цвета – ослабляют. Так, зеленый цвет кажется ярче в сочетании с красным.

**Шрифтовое оформление**

Выбор шрифта, которым выполняются заголовки и цитаты к выставке, обусловлен целевым назначением и содержанием выставки.

При составлении шрифтовой композиции учитывается цвет, масштабные отношения букв, их плотность и характер рисунка. Большое значение имеет также выразительность шрифта, его эмоциональное воздействие на зрителей.

Шрифт лучше всего воспринимается зрителем, когда тот находится на расстоянии, пропорциональном его размеру. Чем крупнее шрифт, тем, соответственно, больше должно быть удаление от него зрителя. Естественно, это расстояние зависит не только от размеров, но и от конфигурации шрифтов. Варьируя размеры и начертания шрифтов, можно поставить читателя в такую точку пространства, откуда его взору предстанет именно тот фрагмент экспозиции, который автор хотел бы предъявить для формирования первого впечатления.

Шрифтовая композиция заголовка или цитаты может быть: симметричная (ориентированная по центру); блочная (когда все строки текста вписываются в прямоугольник, независимо от количества букв в каждой строке); фланговая (выровненная по левому или правому краю).

Применение компьютерных технологий в оформительских работах позволяет, во-первых, автору экспозиции самому подбирать необходимые выразительные средства: шрифты, зрительные эффекты; во-вторых, использовать довольно качественные по исполнению аксессуары. Для этого существует достаточно большое число разнообразных графических редакторов.

**Типичные ошибки в выставочной деятельности библиотеки при экспонировании**

В рамках организации выставочной деятельности библиотеки наиболее часто встречаются следующие ошибки:

- перенасыщенность витрин;

- перенасыщенность информации;

- чрезмерное количество аксессуаров, в том числе не относящихся к теме;

- отсутствие сопроводительного материала;

-использование неразборчивых, нечитаемых шрифтов в структурных элементах выставки;

- ошибки композиции;

- небрежное оформление;

- отсутствие специальных держателей книг;

- повреждение книг скрепками, клеем, скотчем;

- расположение рядом с водой, попадание солнечных лучей;

- наличие на полках ветхих, неопрятных книг;

- искаженный иллюстративный материал;

- экспонирование книг одна на другой;

- орфографические ошибки, кривое расположение текста заголовка, разделов, цитат;

- размещение книг делает их недоступными для читателя;

-книги расположены небезопасно, стеллажи не закреплены.

**Реклама выставки**

Как и любая форма деятельности, библиотечная выставка нуждается в рекламно-информационной поддержке – прежде всего это создание рекламных сообщений и публикаций, причем к первому предъявляются свои требования: новая информация должна убеждать в полезности выставки, отражать ее специфику, учитывая возрастные особенности аудитории. Рекламное сообщение может быть внутренним (для пользователей  
библиотеки) и внешним (для потенциальных пользователей – баннеры, СМИ).

Наиболее распространенные традиционные формы рекламных сообщений – плакаты-объявления и индивидуальные приглашения для читателей.

Самое главное здесь – правильно составить рекламный текст.

Основными элементами любого рекламного текста являются:

 краткий рекламный лозунг;

 небольшой текст, раскрывающий основную мысль;

 информационный блок и аргументы;

 справочные сведения.

Рекламный текст должен: привлечь внимание; заставить запомнить основную мысль; убедить в необходимости воспользоваться вашим предложением и посетить библиотеку.

Афиша или анонс выставки также является рекламным сообщением. Особенность этой формы заключается в ее образности, краткости, эмоциональном воздействии.

Можно рассказать о выставке в индивидуальной беседе одному читателю или сразу нескольким, кратко представить лучшие издания или дать подробный рекомендательный обзор всех документов.

Проведение конкурса на самого внимательного читателя, проведение викторины будет способствовать оживлению читательской активности.

Самая интересная и эффективная, но при этом самая сложная и трудоемкая форма представления книжной выставки – это премьера. Ее можно превратить в праздник для читателей с участием писателей, героев книг, редакторов, издателей, представителей прессы и пр.

Следует отличать выставку как форму информационно-просветительной деятельности от презентации.

Выставка книг в библиотеке – это информационная основа для работы.  
Презентация библиотечной выставки – комплексное мероприятие, когда на выставку – информационную основу «нанизывается» библиографический обзор, устный журнал, встреча с писателем.

Презентация библиотечной выставки может включать литературно-музыкальную композицию, отрывки из фильмов, викторины, конкурсы.

Еще одним средством распространения рекламы библиотечных выставок, ориентированным как на потенциальных, так и активных читателей, является сайт библиотеки или библиотечные группы, страницы в социальных сетях.

Говоря языком маркетинга, выставка – это один из «товаров»  
библиотеки. И она должна быть «продана», замечена, востребована.  
В выставочном деле, как правило, используются инструменты маркетинга – почтовые рассылки рекламных проспектов, информирование населения через печатные и телевизионные средства массовой информации, проведение книжных презентаций и конкурсов и многие другие.

В то же время выставка сама является средством библиотечной рекламы, она  
способствует продвижению библиотеки, её сервисов и услуг, формирует  
положительный имидж и создает неповторимый и запоминающийся образ  
библиотеки.

**Виртуальная выставка**

Виртуальная выставка – это публичная демонстрация в сети Интернет с помощью средств веб-технологий виртуальных образов специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, а также общедоступных электронных ресурсов, рекомендуемых удаленным пользователям библиотеки для обозрения, ознакомления и использования.

Такая выставка мобильна, компактна, содержательна и является актуальным проводником в обширном потоке информации.

По месту размещения различают три вида виртуальных экспозиций:

• виртуальные выставки, размещенные на сайтах библиотек;

• виртуальные выставки как отдельный ресурс, например, созданный с помощью программы презентаций Microsoft PowerPoint;

• виртуальные выставки в режиме онлайн. Такие выставки используются на

мероприятиях (конференциях) с тем, чтобы провести виртуальную экскурсию по экспозициям из музея или из другой библиотеки.

Виртуальные выставки, размещенные на библиотечных сайтах, имеют дополнительные возможности и преимущества: компьютерные технологии делают виртуальную выставку живой и динамичной; интернет позволяет знакомиться с выставкой дистанционно; на выставке может быть представлено большее количество книг; виртуальные выставки привлекают внимание к библиотечному сайту и дают возможность воспользоваться услугами библиотеки неограниченному количеству пользователей интернета; они способствуют привлечению в библиотеку новых пользователей.

Виртуальные выставки могут длиться бесконечно долго, пополняться и  
изменяться, храниться в архиве. На виртуальной выставке можно разместить  
текстовую и графическую информацию, фотографии, аудио- и  
видеопродукцию, ссылки на коллекции, библиотечную рекламу.

Подходы к организации виртуальных выставок весьма разнообразны:  
от уже ставшей традиционной, консервативной формы – изображение  
обложек книг и аннотаций к ним до 3D-анимационного путешествия с подробной информацией об авторах, о художниках, где представлен  
разнообразный иллюстративный, (аудио-) видеоматериал и др.

Виртуальные выставки могут быть представлены и в виде каталога,  
иметь гиперссылки по разделам, могут быть насыщены конкурсами, играми,  
викторинами. Они все чаще не дублируют традиционные выставки, а  
создаются специально для интерактивной среды, где широко используются  
возможности виртуального пространства – включение оцифрованных  
фрагментов, иллюстраций, отзывов, рецензий и интерактивных ссылок.

**Виды и формы виртуальных выставок книг:**

• Выставки одной книги;

• Выставки коллекции книг;

• Презентация обложек и кратких аннотаций к книгам с музыкальным  
сопровождением;

• Видеообзор с рекомендациями библиотекаря;

• Коллекция буктрейлеров;

• Коллекция аудиозаписей;

• Выставка книг в виде интерактивного плаката;

• Выставка книг в виде карты ума;

•Выставка книг какого-либо автора в виде ленты времени;  
• Выставка книг в виде 3D-книги.

**Алгоритм подготовки и организации виртуальной выставки**

I. Разработка модели виртуальной выставки:

• Выберите тему;

• Проанализируйте необходимый материал;

• Подберите необходимые книги и иллюстрации;

• Составьте схему выставки.

II. Техническая подготовка проекта:

• Сканировании иллюстраций, подготовка текстов.

III. Оформление работ в формате Power Point или каком-либо другом, используя многочисленные сервисы.

IV. Проведение презентации проекта в Интернет.

Среди **выразительных средств**, применяемых при создании виртуальной выставки, можно выделить следующие: цвет, шрифт, иллюстрация, анимация, звук. Их использование способствует глубокому раскрытию содержания, выделению информационно значимых фрагментов, созданию необходимого эмоционального настроя, а также они делают просмотр выставки комфортным и визуально привлекательным.

**Иллюстрация**. Иллюстрация должна соответствовать содержанию выставки,  
обеспечивать наглядное раскрытие содержания, привлекать внимание посетителей выставки к тому или иному выставленному объекту.

Иллюстрации можно разделить на информативные и декоративные.

Информативные иллюстрации (фотографии деятелей и исторических мест,  
репродукции картин художников, обложки книг, карты и др.) позволяют пользователю глубже понять излагаемые материалы, повысить интерес к освещаемой проблеме, побуждают его к дальнейшему знакомству с литературой по данной теме, позволяют логично систематизировать полученные знания, повышают скорость усвоения материала.

Декоративные иллюстрации выполняет только эстетическую функцию.

Ошибки при работе с изображениями: нарушение пропорций, использование некачественных изображений, бессвязное заполнение пустого пространства (каждый элемент должен быть визуально связан с другими элементами).

**Анимация.** Рекомендовано использовать не более трех типов анимационных эффектов на всю выставку. Избыток анимированных объектов, их излишняя динамичность или наоборот слишком медленное появление может испортить все впечатление от выставки.

**Звук.** Для детских выставок или выставок для людей с ограниченными возможностями можно добавить голосовое дублирование текстовой информации, содержащейся на слайде.

Музыкальные звуки и шумы (музыкальные произведения, шум природы и пр.) позволяют создать необходимый эмоциональный фон выставки, настроить пользователя на восприятие информации. Речевые звуки (голос писателя, литературного героя или составителя выставки) усиливают смысловое содержание выставки.

Таким образом, виртуальная выставка – новый многофункциональный  
информационный ресурс. Синтезируя различные виды информации в один мультимедийный продукт, виртуальная выставка приобретает новые универсальные свойства, что позволяет использовать ее в различных сферах деятельности.

Виртуальная выставка предоставляет широкому кругу пользователей возможность повысить эффективность поиска информации и расширить круг необходимых материалов (графики, видео, аудио).

В настоящее время **библиотечная выставка** – это не только отбор и систематизация специально подобранных произведений печати и других носителей информации, рекомендуемых для обозрения пользователям библиотеки. Но это и своеобразная визитная карточка библиотеки, наряду с характеристикой библиотечного фонда, предоставляющая информацию о стиле работы библиотеки в целом (творческом или формальном).

Каждая библиотека выстраивает свою модель выставочной деятельности, которая обусловлена профилем деятельности. На нее влияют многие факторы, как объективные (состав населения, качество книжного фонда), так и субъективные: информационные потребности читателей, уровень знаний и творческий потенциал сотрудников библиотеки.

Современный библиотекарь должен обладать особым даром, чтобы создавать привлекательные, вызывающие живой интерес у пользователей выставки.

Собственная фантазия автора выставки, отход от стереотипов, оригинальная форма представления материала, необычное оформление позволяют наиболее полно отразить позицию библиотекаря, его мировоззрение, видение проблемы, которой посвящена выставка

Выигрышным моментом в выставочной деятельности является наличие интерактивности – «взаимодействия», «включения» пользователей в выставочный процесс, подразумевающий какую-либо активность со стороны пользователей, превращающую их из зрителей-созерцателей в соучастников-творцов.

**Приложение**

**15 «золотых» правил выставочной деятельности**

1. Приступая к организации выставки, необходимо уделить особое внимание  
концепции выставки. Грамотно продуманная концепция выставки должна отвечать на 3 вопроса: О чём желаем рассказать? (тема, содержание), Кому адресована выставка? (читательское предназначение), Как подать экспонируемый материал? (форма, способ предоставления информации).  
2. Выставка не может быть «слепой», она должна быть зримой, видимой. Она  
не должна теряться, а должна выделяться.

3. При работе над выставкой надо помнить, что она – это ваш взгляд на мир,  
выражение вашего мировоззрения, жизненного опыта, отношения к людям и себе, проявление общей культуры и эрудиции. Только тогда, когда присутствует личностное начало, выставка будет иметь успех.

4. Обеспечьте необычность исполнения, оригинальность идеи, название,  
которое «цепляет» и не дает пройти мимо. Успех выставки зависит от того,

насколько интересно, «вкусно» вы её «подадите».

5. Создавайте выставки в соответствии с направлениями деятельности вашей  
библиотеки.

6. Чем уже и конкретнее тема, тем интереснее получается выставка.  
7. Название выставки должно обязательно привлечь внимание читателей,  
вызвать удивление, любопытство, а иногда и недоумение.

8. Структура выставки должна рассматриваться как рассказ, который следует  
изложить понятно и доходчиво.

9. При разработке структуры учитывайте также, что большинство людей  
осматривает разделы по «часовой стрелке». То есть, при взгляде на выставку читатель в первую очередь обратит внимание на левый верхний угол, затем, по мнению специалистов, его взгляд упадёт на правый нижний угол и середину нижней полки.

10. Хорошо продумайте читательский адрес выставки.  
11. Обращайте внимание на те материалы, которые удивляют вас, кажутся  
непривычными, по-новому открывают для вас тему – то, что поражает вас,  
произведёт впечатление и на других. Интерес вызывают и контрастные  
материалы, отражающие разные подходы, противоречивые точки зрения.  
12. Используйте предметные аксессуары – натуральные предметы, детали,  
модели, макеты, муляжи. Они могут помочь создать образ человека или времени; художественные аксессуары – это картины, иллюстрации, фотографии, коллажи, плакаты.

13. Не перегружайте выставку, избыточность информации снижает эффект  
визуального воздействия вплоть до полного неприятия – «Лучше меньше, да  
лучше».  
14. Необходимо подбирать книги и иллюстрации разного формата, при  
возможности использовать книги, на обложках которых изображены движущиеся объекты (поезд, бегущие дети и т.п.).

15. Выставка должна обладать яркостью и образностью, но не раздражать  
излишней пестротой и «крикливостью». Поэтому желательно использовать при оформлении не более трёх цветов.

**Литература**

1. Книжная выставка в современной библиотеке: основные требования и правила создания : методическое пособие / Иркут. обл. гос. универс. науч. б-ки им. И. И. Молчанова-Сибирского ; составители: Н. А. Владимирова, Ю. Н. Потапова. – Иркутск: ИОГУНБ, 2020. – 45 с. – Текст: электронный // URL:

[https://irklib.ru/nmo/metod recomend/Из%20РИО%20Книжная%20выставка%20в%20современной%20библиотеке%20основные%20требования%20и%20правила%20создания.pdf](https://irklib.ru/nmo/metod%20recomend/Из%20РИО%20Книжная%20выставка%20в%20современной%20библиотеке%20основные%20требования%20и%20правила%20создания.pdf) (дата обращения 02.03.2023)

2. Новые тенденции в выставочной деятельности библиотек: консультация / Библиотеки Комсомольска МУК «Городская централизованная библиотека». – Текст: электронный // URL: <https://www.kmslib.ru/kollegam/metodicheskie-materialy/vystavochnaya-deyatelnost> (дата обращения 02.03.2023)

3.Современная выставочная деятельность библиотеки: новые задачи и возможности: методическая консультация / БУК «ОГОНБ им. А. С. Пушкина»; составитель: О.С. Помыткина. – Текст: электронный // URL:

<https://omsklib.ru/files/news/our_izdania/metod-konsyltacii/2.pdf?ysclid=ldvkp9yq1n946891730> (дата обращения 02.03.2023)

Содержание

Введение……………………………………………………………………….. 3

Основные виды и типы выставок……………………………………………...3

Современные формы библиотечных выставок………………………………7

Основные требования, предъявляемые к выставочной деятельности библиотек……………………………………………………………………….10

Основные этапы подготовки выставки……………………………………….11

Основная документация выставки…………………………………………….11

Оборудование для проведения выставок…………………………………….13

Дизайнерское оформление книжной выставки……………………………….14

Оформление заголовков……………………………………………………….16

Цветовое и световое решение………………………………………………….17

Шрифтовое оформление……………………………………………………….18

Типичные ошибки в выставочной деятельности библиотеки при экспонировании…………………………………………………………………19

Реклама выставки……………………………………………………………….20

Виртуальная выставка………………………………………………………….21

Заключение ……………………………………………………………………..24

Приложение «15 «золотых» правил выставочной деятельности»………...25

Литература ……………………………………………………………………..26

Содержание ……………………………………………………………………..27