*Ярмолинецька централізована бібліотечна система*

*Ярмолинецька центральна районна бібліотека*

*Методичний відділ*

# Організація книжкових виставок у сільських бібліотеках

***(методичні поради)***

Ярмолинці, 2014

**БК: 78.34 (4 УКР-ХМЕ)**

**О - 64**

**Організація книжкових виставок у бібліотеках-філіалах:** методичні поради / Ярмолинецька ЦРБ; укладач Слободян О.Л. – Ярмолинці, 2014. – 26 с: іл..

*Серед наочних форм популяризації документів найважливіше місце посідає книжкова виставка - традиційна форма роботи бібліотек, один із основних засобів впливу на інформаційну поведінку читача. Кожна бібліотека прагне до максимального розкриття змісту своїх ресурсів для користувачів . Важливим засобом формування читацької уваги є книжкова виставка. Книжкова діяльність завжди була складовою бібліотечного обслуговування, є засобом популяризації бібліотечних знань, інформування про нові надходження, висвітлення актуальних питань сьогодення. Даний матеріал стане у нагоді бібліотечним працівникам у підготовці книжкових виставок.*

*Як же зробити традиційні для бібліотеки книжкові виставки цікавими для читачів? Якими вони мають бути? Як сформувати і оформити книжково-ілюстративну експозицію, щоб розкрити фонди бібліотеки? Пропонуємо вашій увазі методичні поради, які допоможуть вам у вирішенні поставлених питань.*

Комп'ютерний набір: Слободян О.Л.

Відповідальна за випуск: Гриб М.А.

# Вступ

Книжкова виставка – це своєрідна візитна картка кожної бібліотеки, за якою оцінюють і якість фонду, і стиль її роботи. Книжкові виставки, як напрям бібліотечно-інформаційної діяльності, з'явились ще в середині XIX століття. Сьогодні це настільки обов'язкова форма популяризації літератури до якоїсь певної дати чи події в суспільстві, що книжкові виставки сприймаються просто як частина бібліотечного інтер'єру. Та в наш час є ряд обставин, які примушують по новому дивитись на організацію та використання книжкових експозицій. Це пов'язано з великою кількістю нової літератури, зайнятістю сьогоднішніх читачів, з пониженою увагою дітей до читання, з більш утилітарним підходом деяких читачів до вибору книг. Саме сьогодні створюється нова модель публічної бібліотеки, де особлива роль надається організації бібліотечного простору. Ведучи пошук інноваційних форм роботи з книгою, треба брати до уваги, що 80% інформації сприймається за допомогою зору. Тому нетрадиційно розставлені стелажі, тематичні полиці, яскрав, цікаві, актуальні виставкові композиції відіграють важливу роль в популяризації книги і читання. Сучасна книжкова виставка повинна бути – комфортна, доступна, актуальна, наочна, цікава та естетично оформлена.

Кожна книжкова виставка – це погляд на світ людини, що її підготувала, це передача світогляду, його життєвого досвіду, ставлення до людей і до себе. Виставка – це завжди творчість, своєрідна ікебана – мистецтво складання букету, тільки книжкового.

Характерною особливістю сучасного дизайну книжкових виставок є використання не "бібліотечних матеріалів" - карт, репродукцій, предметів побуту і прикладного мистецтва, зразків флори і фауни, продукції місцевих підприємств, листівок, малюнків, саморобок, іграшок тощо. Для створення привабливого, цілісного образу, значного пізнавального значення, крім книг, періодичних видань, доцільно розміщувати різноманітний ілюстративний матеріал, аксесуари, змістовно пов'язані з проблематикою і які доповнюють її у вигляді фону.

Використовуються також різні макети, моделі, муляжі.

Інтерес до виставки визначається не тільки кількістю представлених видань, а тим, як уміло вони подаються, наскільки

образно передається основна тема, вдало сполучаються документи, графічні, допоміжні матеріали. Тема, назва, ілюстровані елементи, оформлення мають викликати у читача бажання познайомитися з представленими книгами. При підготовці слід врахувати мету виставки і контингент читачів, на який вона розрахована. Бібліотечне обслуговування в умовах відкритого інформаційного простору передбачає організацію раціонального обміну інформацією, створення умов для ефективного інформаційного спілкування і ознайомлення користувачів з цінностями світової культури. Провідне місце у структурі бібліотечно-інформаційної діяльності займає виставкова робота. Саме книжкова виставка є засобом розкриття інформаційних ресурсів книгозбірні, її візитною карткою, відображаючи стиль бібліотеки і творчі можливості персоналу.

В сучасних умовах бібліотечна виставка стає активним помічником і читача, і бібліотекаря в організації читання; їй притаманні такі риси, як актуальність, динамізм, оперативність. Відсутність жорстких рамок в організації виставок сприяє розвитку творчості, збагаченню бібліотечного досвіду.

## Загальна характеристика

***Книжкова виставка*** – це публічна демонстрація спеціально підібраних і систематизованих творів друку і інших носіїв інформації, що рекомендуються користувачам бібліотеки для огляду, ознайомлення. Виставка передбачає безпосередній показ книг або матеріалів, що розкривають їх зміст у формі зручній для наочного сприйняття. Успіх виставкової діяльності підвищується, якщо вона реалізується у взаємозв'язку з іншими видами бібліотечного обслуговування – бібліографічного і фактографічного.

Існують деякі основні вимоги, які обов’язкові для підготовки, організації книжкових виставок.

***Завдання і мета виставки*** – максимально розкрити фонди бібліотеки, привернути до них як найбільше користувачів, а також надати найбільше інформації з тієї чи іншої теми.

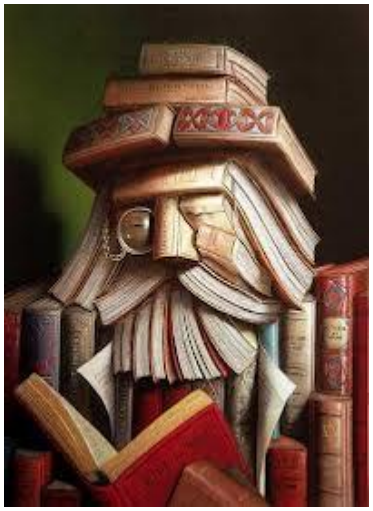
***Основні вимоги*** до бібліотечної виставки: комфортність, наочність, доступність, оперативність.

Під час підготовки книжкової виставки найголовніше – визначити її ***цільове призначення,*** тобто добре продумати, з якою метою і для якої категорії користувачів ми її створюємо.

## *Бібліотечні виставки підрозділяються на:*

- ❖ Виставки нових надходжень
- ❖ Ретроспективні виставки
- ❖ Тематичні (галузеві та універсальні)
- ❖ За тематикою представлених документів книжкові виставки можуть бути різноманітними:

- ❖ Універсальні виставки нових надходжень
- ❖ Тематичні виставки, присвячені міжнародним і внутрішнім подіям
- ❖ Тематичні виставки, присвячені знаменним датам
- ❖ Тематичні виставки соціальної проблематики
- ❖ Виставки краєзнавчого характеру
- ❖ Виставки, пов`язані з проведенням дозвілля, захопленнями, самодіяльною творчістю
- ❖ Галузеві виставки
- ❖ Виставки, пов`язані з рекламою бібліотеки та бібліотечних послуг



## Книжкова виставка: технології

Пропонуємо ознайомитися з алгоритмом дій по створенню виставки.

❖ Визначення, уточнення і узгодження теми, цільового та читацького призначення.

❖ Попереднє знайомство з темою, визначення напряму пошуку, кола джерел, структури виставки.

❖ Виявлення і перегляд методичних рекомендацій, бібліографічних покажчиків за темою виставки.

❖ Виявлення необхідних документів у ДБА бібліотеки, підбір документів у фонді бібліотеки.

❖ Перегляд, відбір та групування літератури у відповідності зі структурою виставки.

❖ Визначення назв розділів, підбір цитат, ілюстрацій, предметів.

❖ Оформлення виставки.

❖ Реклама виставки.

❖ Докомплектування виставки.

❖ Облік ефективності виставки.

## Книжкові виставки від А до Я

*Авторська виставка*– книжкова виставка, автором якої є працівник або користувач бібліотеки. Виставки можуть бути різноманітними за ознаками, видами, проблематикою, цільовим призначенням та художнім оформленням, але вони повинні доносити до глядачів оригінальну авторську ідею, емоційно залучаються у процес підготовки, стають співавторами виставки.

*Виставка-вікторина, виставка - кросворд*. Мета виставок – привернути увагу читачів до певної теми. Їх особливість полягає у тому, що бібліотекар складає питання, відповіді на які можна знайти у книгах, представлених на виставці. Ці питання оформляються на аркуші та розміщуються на виставці. Аналогічно оформлюється виставка – кросворд. Замість питань вікторини, складається кросворд, який користувачі розгадують за допомогою книг з книжкової виставки.

*Виставка - дискусія.* Її мета - викликати у читачів бажання подискутувати, висловити свою думку з якогось питання. На виставці повинна бути представлена література, яка висвітлює проблему з різних точок зору. Наприклад: «Іван Мазепа: хто він?». Виставка повинна викликати у користувачів бажання поміркувати про історичні події, особистість, її діяльність та долю.

*Виставка до знаменних та пам'ятних дат* інформує про якусь подію, свято, надає поради та рекомендації щодо відзначення пам'ятної дати. Цікаві виставки можна зробити до Дня Святого Валентина, Дня Матері, до Дня людей похилого віку.

*Виставка-діалог*– це заочна розмова читача та бібліотекаря. Читачі задають питання, бібліотекарі відповідають за допомогою книг. Організації виставки передує підготовча робота: збираються питання, які цікавлять читачів. Розділами виставки стають відібрані джерела, які відповідають на питання читачів.

*Виставка з актуальних проблем*– найбільш популярна у бібліотеках. Її мета – привернути увагу користувачів до конкретної теми, проблеми. Завдання бібліотекаря – вибрати цікаву, «гарячу» тему. Важливо пам'ятати: чим конкретніше визначена тема, тим цікавішою може бути виставка.

*Виставка-інсталяція* – виставка, яка представляє собою просторову композицію, створену з різноманітних елементів – побутових предметів, промислових виробів та матеріалів, природних об'єктів, фрагментів текстової й візуальної інформації.

*Виставка-конкурс* не тільки стимулює інтерес до читання, але й виховує культуру читання. Як правило, конкурс складається із декількох етапів. Перший – порівняно простий, наступні завдання ускладнюються, набувають творчого характеру. Роботи переможців (або учасників) експонуються при підведенні підсумків.

*Виставка нових надходжень*. Мета виставки – інформація читачів про нові документи – книги, диски, періодичні видання, відеоматеріали, які надійшли до бібліотеки. Частіше ці виставки універсальні за змістом, тому порядок розміщення документів може бути систематичним (за ББК). Наприклад: «Новинки з книжкової полиці».

*Виставка однієї книги (журналу, газети, публікації)* зацікавлює користувача конкретним документом через створення експозиції, яка містить інформацію, наприклад, про автора книги, його життя та творчість; про історію створення книги; про прототипів героїв твору, їх долю; літературний аналіз твору, розповіді про нього видатних людей; про екранізацію твору, розповіді режисерів та акторів про роботу над фільмом. Дуже важливо для такої виставки правильно вибрати відповідний документ: він повинен бути змістовним, цікавим, мати багатоаспектний вимір.

*Виставка – рейтинг* основана на оцінці книг читачами. Наприклад: «Рейтинг читацьких пріоритетів», «Найкращий детектив» тощо.

*Виставка-словник* пояснює значення будь-яких термінів та понять, представляє додаткову інформацію про них. Така виставка може бути циклічною. Назвами розділів виставки стають поняття та їх визначення, поряд розміщуються книги, статті періодичних видань, які мають докладну інформацію про поняття. Наприклад: інаугурація, імпічмент.

*Виставка-хобі.* Бібліотекар завжди із задоволенням допоможе читачеві знайти додаткову інформацію про його захоплення, але з читачем можна зробити і спільну виставку. Наприклад, на виставці «Бісерна казка» представити не тільки книги і статті про історію та технологію бісероплетіння, але й вироби читачки, її поради початківцям.

*Виставка-експозиція*– це синтез бібліотечної та музейної виставки.

*Віртуальна виставка*– синтез традиційного (документного) та електронного подання інформації.

*Жанрова виставка* привертає увагу користувачів до літератури певного жанру, зацікавлює, заохочує до читання. Один з варіантів – представити на виставці не тільки твори зазначеного жанру, але й матеріали про його виникнення і засновників, цікаві та маловідомі факти.

*Персональна виставка* привертає увагу користувачів до особистості, спонукає якнайбільше дізнатися про людину. Традиційно персональна виставка містить розділи, в яких йдеться про життя особистості, її діяльність, творчий доробок.

Проте творчість і фантазія бібліотекарів безмежні і зараз віднайдено чимало видів виставок, що не вписуються в цю схему. Після аналізу публікацій і практичного досвіду бібліотек представляється можливим виділити наступні види виставок:

- ***виставка-запитання***: для оформлення такої виставки потрібно підібрати цікаві запитання за визначеною тематикою. На виставці розміщуються тексти запитань і книги, періодика, де можна знайти відповіді на них. Наприклад: “А у нас сьогодні гість” (про етикет);
- ***озвучена виставка***: передбачається музичне оформлення, наявність аудіо- чи відеосупроводу. Наприклад: “Який птах як співає?”;
- ***виставка-тест:*** на подібній виставці для читачів підліткового віку і старшокласників передбачається наявність тестів і літератури, де можна знайти які-небудь поради і рекомендації з отриманих результатів тестування;
- ***виставка одного портрета***: на виставці обов’язкова наявність портрета чи репродукції і літератури про цю людину. Наприклад: “Але красу її Боровиковський врятував...” (про М.І.Лопухіну);
- ***виставка-бенефіс читача***: наприклад, “Кращий читач року”. Мета такої виставки - привернення уваги до книг через близькі інтереси однолітків. Обов’язкові елементи: формуляр читача, фотографія, аналіз читання (відвідування, улюблені автори, жанри, кількість прочитаних книг з різних галузей знань), звертання до інших читачів;
- ***виставка-гербарій*** припускає наявність власне гербарію і книг, періодичних видань про ці рослини. Наприклад: “Лікарські рослини району”;
- ***виставка-рекомендація і виставка-порада.*** Між ними великих розходжень немає. Подаються поради фахівців з будь-якої проблеми, наприклад, рекомендації “Як розвинути пам’ять”. Фактографічна інформація супроводжується списком літератури, що рекомендується для самоосвіти з даного питання. Список літератури складає бібліотекар, як і саму добірку для виставки;
- ***виставка-чайнворд***: обов’язкова наявність чайнворда за темою виставки, оформлення його крупним планом і представлення літератури, де можна знайти відповіді. Виставка-чайнворд, виставка-кросворд, виставка-конкурс - усе це виставки одного ряду, близькі за формою. І хоча вони стимулюють та розвивають допитливість, підштовхують до більш уважного прочитання представлених на

виставці джерел, зловживати ними не треба: адже одноманітності не люблять ні дорослі, ні діти, ні малята, ні підлітки;

- ***виставка-хоббі***: поруч із книгами, що рекомендуються, експонуються предмети, виготовлені за порадами, рецептами, кресленнями, викройками з цих книг, а також предмети праці, за допомогою яких виготовлені ці вироби. Наприклад: “Макраме - це просто...”, “Наші руки не для нудьги” та ін.;

- ***жива виставка.*** Тут експонуються не тільки книги, статті з журналів і газет, ілюстративні матеріали, але також передбачається присутність живих істот. Це можуть бути рибки в акваріумі, морська свинка, хом’ячок і т.д.;

- ***виставка-знайомство.*** Вона організується для того, щоб познайомити читачів з будь-якою цікавою людиною (місцевий діяч, відома людина і т.д.);

- ***виставка-презентація (реклама, прем’єра).*** Це може бути презентація нової книги, журналу, газети чи незвичайне розкриття їхнього змісту з застосуванням технології рекламної діяльності, наприклад, через заголовок-наказ “Дівчатка, нова книга для вас: прочитайте!”;

- ***виставка-ікебана***. Якщо є бажання додати інтер’єру бібліотеки художньо виразний вигляд, підсилити естетичну ауру, то треба виявити фантазію й обов’язково оформляти такі виставки. На них представляються книги з даної тематики, і обов’язкова наявність композицій із квітів;

- ***виставка-настрій***: читачам пропонується самим поставити книги на виставку і дати відгук на них*: “Я читаю цю книгу, коли мені весело...”, “Я читаю цю книгу, коли мені сумно...”* і т.д. Приверне увагу тема: *“Як вірно сказано...не мною...про мене”*, цю виставку може організувати бібліотекар за творами класиків. Розділи виставки: “Герої сумують”, “Герої щасливі” і т.п.;

- ***виставка одного жанру***. Представляючи книги одного жанру - детектив, фентезі, авантюрний роман, історичний роман і т.д. - можна не тільки задовольнити читацькі потреби, але й допомогти довідатися про нові книги з тією ж жанровою специфікою;

- ***виставка одного автора,*** як правило, організується до ювілеїв письменників, але може бути і постійно діючою, якщо бібліотеці привласнене ім'я письменника. Звичайно, на ній повинні бути представлені не тільки книги, але і матеріали про письменника. Читацька адреса виставки може бути різноманітною, у залежності від того, які книги, якого автора і з якою метою демонструються: первинне ознайомлення з творчістю чи поглиблення знань про творчість письменника;

- ***виставка-полеміка.*** Вона влаштовується з метою допомоги читачеві у формуванні світогляду, повідомлення його про цікавий, актуальний дискусійний матеріал. Обов'язкова наявність полемічного матеріалу, відгуків на нього, що відбивають різні точки зору. Наприклад: "Звідки беруться злочини і підлітки-злочинці?";

- ***виставка-досьє***: створення виставки припускає збір фактичних даних про що-небудь. Наприклад: "Родовід прапора, герба, гімну України";

- ***виставка-експозиція,*** наприклад: "Так, були люди в наш час". На виставці розміщуються репродукції картин із зображенням батальних подій, біографічні довідки, історичні повісті, розповіді і поетичні твори про учасників Вітчизняної війни;

- ***виставка-конфлікт***. Це ще один з різновидів "психологічних виставок". Необхідність таких виставок відчувають працівники бібліотек для дорослих. Основна мета виставки - допомога читачеві у вирішенні будь-якої конфліктної ситуації, допомога у пошуку можливих шляхів виходу з неї;

- ***виставка книг-ювілярів.*** На виставці розташовуються книги, яким відзначаються ювілейні дати;

- ***виставка книжкових ілюстрацій***. На виставці розташовуються розкриті ілюстровані книги на будь-яку тему, але

акцент робиться на ілюстрації. Будуть цікавими виставки ілюстрацій одного художника, до книг одного жанру, з однієї теми, наприклад "Мороз і сонце" (зимові пейзажі). Виставка розвиває погляд на книгу як художню цінність, де синтез тексту й ілюстрацій створюють неповторний вигляд;

- ***виставка-календар***. Можна оформити календар народних прикмет, календар професійних свят, календар літературних дат, дитячих свят у світі і т.п. Читацька адреса буде залежати від теми виставки і її матеріалів;

- ***виставка-осуд, антивиставка***. На такій виставці можуть бути представлені книги зіпсовані і не повернуті читачами (білий аркуш із муляжем каталожної картки на ньому). Може бути організована виставка як засіб боротьби з читацькою заборгованістю;

- ***виставка-вернісаж***: на виставці розташовуються книги і репродукції картин за визначеною тематикою, але акцент робиться на

репродукціях. Оформляється з метою розвитку естетичного смаку у читачів;

- ***виставка-щоденник*** - це можуть бути щоденники великих людей, письменників, приватних осіб, які можна розглядати як документи епохи. За бажанням читачі бібліотеки можуть представити і свої щоденники;

- ***виставки-імена***. Бажано, щоб це був цикл виставок "Олександр", "Катерина", "Володимир" і т.д. Їхня мета - познайомити користувачів бібліотеки з історичними особистостями з такими іменами, поетами і письменниками, літературними і біблійними героями. Виставка забезпечить розвиток кругозору сьогоднішнім Ганнам, Володимирам, Тетянам, Борисам і всім іншим - адже для кожного його ім'я - особливий знак. Ці виставки доцільно організовувати до ювілейних дат, днів народження і днів ангела.

Характерним прикладом створення ***виставки-образу*** може служити експозиція *"Мистецтво театру"* .

***Виставка одного жанру - "Фентезі"*** - пояснювала читачам, що це за жанр, оформлені у виді замку заголовки розділів запрошували вибрати книгу, ефектно образ виставки доповнював макет замку, виконаний читачами.

На новорічній виставці-гороскопі читачі можуть знайти пророкування і багато іншого.

***Виставки "забутих" книг***

Популяризують здебільшого художню літературу. Такі виставки нагадують читачам про цікаві художні твори, які мало відомі широким колам читачів. Ці виставки збагачують уяву читача про літературу, їхня ефективність в ряді випадків навіть більша, ніж виставок новинок.

Сюди також можна віднести і книжкову виставку, яка зацікавить читачів. Це *"Лавка букініста"*, для участі в якій необхідно запросити книголюбів, які демонструватимуть свої книги, поділяться своїми захопленнями.

***Виставки*** з назвою ***"Книги, що заслуговують на увагу"*** теж привернуть увагу читачів. На таку виставку підбираються книги, які

деякий час не видавалися. Як правило, ці виставки включають 20-25 книг і відрізняються різноманітністю тем і авторів. Організація подібного роду виставок практикується в американських публічних бібліотеках досить широко.

Усього після аналізу публікацій і звітів про роботу бібліотеки було виділено 73 види виставок. Іншими видами виставок є: адресна, вітрина, гороскоп, декорація, інформація, колізія, макет, мінімузей, нетрадиційних носіїв інформації, пам'ять, плакат, свято, предмет, попередження, вітання, заклик, перегляд, протест, подорож, міркування, реквієм, реклама, стенд, творчий проект, покажчик, фантазія, фотоконкурс, фоторепортаж, хронологія.

## Книжкова виставка в комплексі маркетингу і PR - заходів бібліотеки

Добре організована виставкова робота є важливим інструментом комерційного і некомерційного маркетингу, оскільки відображає становище як у ринковому сегменті читацьких потреб, так і на ринку продукції для поповнення фонду (включаючи програмне забезпечення). Виставка сприймається як емоційна подія, що стимулює прийняття користувачем рішення про вибір видання або послуги.

Значення книжкових виставок для бібліотеки безпосередньо пов'язане з їх мультифункціональністю: через виставки можна одночасно досягти декількох маркетингових цілей, реалізувати декілька завдань, що відповідають різним елементам маркетингового комплексу. Не треба забувати, що книжкові виставки, особливо нестаціонарні, виїзні, є потужним каналом поширення інформації і реклами про діяльність бібліотек, вони сприяють вирішенню багатьох важливих комерційних і некомерційних проблем.

До таких проблем належать:

1) інформування - надання населенню вичерпної нформації про бібліотечні ресурси та послуги, їх властивості, якість тощо;
2) привернення уваги споживачів до бібліотечно-інформаційної сфери - фіксація інтересу користувачів на певних послугах певних бібліотек, ознайомлення громадськості з фактом існування бібліотеки як сучасного, динамічного і потужного сервісного закладу;
3) формування і закріплення позитивної громадської думки – виставки дозволяють поглибити позитивне ставлення населення і пріоритетних груп користувачів до діяльності бібліотеки, створюють основу репутації для подальшого зміцнення довіри до неї;
4) створення привабливого образу - на презентаціях книжкових виставок бібліотека здебільшого пов'язується з позитивними емоціями, приємними враженнями і т. д.;
5) стимулювання до використання бібліотечно-інформаційних послуг і продуктів – під час виставок персонал виважено наводить відповідні аргументи.

В організації функціонування книжкової виставки задіяні практично всі складові механізму комунікації, налагоджена ефективна системна інформація про документи та бібліотечні послуги через демонстрацію, консультації, рекомендації, відгуки та ін.

Потрібно пам'ятати про те, що виставки - це досить складний інструмент маркетингу, який дозволяє поєднувати телемаркетинг, рекламні оголошення, конкурси, свята, інші прийоми популяризації бібліотечного фонду та послуг бібліотек.

Демонстрація книжкових виставок дозволяє досягти наступних комунікативних цілей: забезпечити влучну й ефективну рекламу, зміцнити контакти із засобами масової інформації, налагодити зворотній зв'язок у спілкуванні з користувачами. Знайомство користувачів з книжковою виставкою, з бібліотекою можна перетворити на яскраве шоу, що, поза сумнівом, сприятиме налагодженню і підтримці довгострокових стосунків з представниками ЗМІ, громадськості.

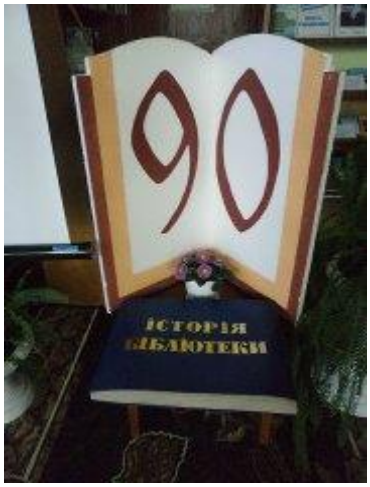
Відкриття книжкової виставки взагалі є подією, сприятливою для зустрічей адміністрації і працівників бібліотеки з представниками владних структур, бізнесу, вирішення окремих ділових проблем, налагодженнями контактів з майбутніми спонсорами і друзями бібліотеки.

Виставка є підставою створити позитивний імідж керівнику бібліотеки. Фахівцям з PR або маркетологу у своїх персональних контактах (з журналістами, партнерами тощо) слід посилатися на керівництво, наводити їх вислови з різних професійних і загальнокультурних питань, пропонувати коментарі від імені директора, зміцнювати таким чином престиж бібліотечного закладу. Адже чим цікавіша перша особа в бібліотеці за своїми професійними і особистісними якостями, тим привабливішими для аудиторії є бібліотечні заходи (директор може бути ведучим, головою конкурсної комісії, експертом тощо).

Оскільки книжкова виставка - це реклама, є доцільним нагадати ознаки окремих видів реклами, які можуть ефективно використовуватися у бібліотечних закладах.

*Інформаційна* реклама містить якнайповніший набір відомостей про рекламований об'єкт - опис і характеристики нових бібліотечно-інформаційних послуг. Основною метою такої реклами, незалежно від того, де вона розміщена - в друкованих або електронних виданнях - є збільшення обсягів безкоштовних та платних послуг бібліотеки.

На відміну від інформаційної в *рекламі, що нагадує*, наводяться обмежені дані про рекламований предмет (наприклад, лише реквізити бібліотеки), які впливають на сприйняття бібліотеки, її послуг. Поширені форми реклами, що нагадує, - короткі пам'ятки, пластикові пакети, візитівки працівників, оголошення з планом заходів бібліотеки тощо.

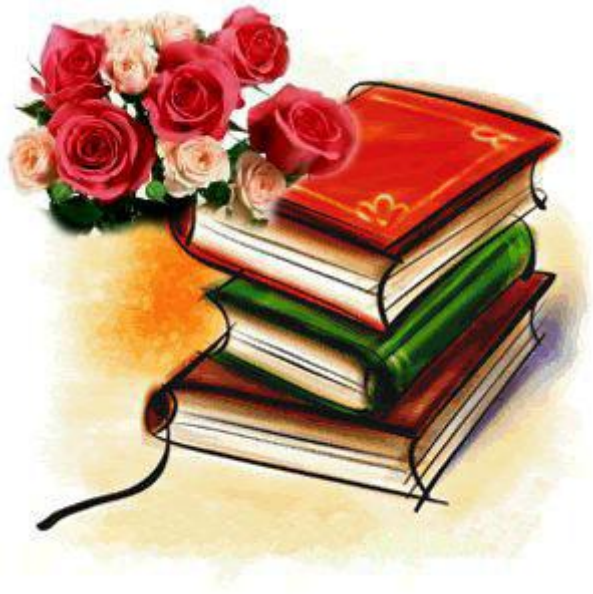



*Іміджева* реклама спрямована на створення позитивного образу бібліотеки через організацію презентацій, в т.ч. книжкових виставок, прес-конференцій, розміщення в ЗМІ інформації про діяльність бібліотеки тощо.

Внутрішній імідж формується в рамках фірмового стилю бібліотеки, що знаходить вираз у фірмових ручках, олівцях, блокнотах, бейсболках, футболках, сумках, парасольках, льодяниках та ін., і всьому тому, що так люблять отримувати відвідувачі бібліотеки як сувенір. Для книжкових виставок характерним є доповнення їх шорт-листами, рекламними виданнями, нагадуваннями, світлинами, різними формами малої бібліографії, артефактами. Внутрішній імідж справляє значний вплив на імідж зовнішній.

До, під час та після функціонування книжкової виставки для висвітлення важливих фактів застосовуються різні інструменти роботи з пресою. Це може бути створення прес-релізу, проведення прес-клубу, прес-конференції та інтерв'ю з представниками ЗМІ.

Книжкові виставки вирішують ще одне важливе завдання – вони сприяють підвищенню кваліфікації працівників бібліотек, адже під



час організації та функціонування виставки відбувається інтенсивний обмін досвідом. Компетентний персонал бібліотеки не тільки підтримує коло постійних користувачів, але й залучає нових. Отже, книжкові виставки є основою для зростання авторитету бібліотеки та її персоналу.

## Оформлення бібліотечної виставки

Оформлення бібліотечної виставки – один з найцікавіших напрямків бібліотечного дизайну. Оскільки дизайн має свої правила, то, дотримуючись їх, можна зробити виставки привабливими та цікавими.

Пам'ятаючи про те, що дизайн - це, насамперед, мистецтво «спілкування» з деталями, можна досягти хороших результатів. Перш за все, книжкова виставка повинна сприйматися як єдине ціле. Це досягається спеціальними композиційними методами, кольоровими рішеннями та логічними зв'язками між її структурними підрозділами. Розглянемо деякі вимоги до особливостей оформлення книжкових виставок.

***Мова та заголовок бібліотечної виставки***. В основі бібліотечної виставки, яка формує свій візуально-текстовий простір, лежить особлива знакова система. Це комбінація специфічних для бібліотеки знаків:

- вербальна мова документів;
- мова графічних побудов – шрифти, схеми, карти тощо;
- документи звукозапису;
- мова навчаючих маніпуляцій (ігрові, інтерактивні моменти).

Мова бібліотечної виставки допускає визначену послідовність викладу.

Основна ідея виставки міститься у заголовку.

Існує низка вимог до заголовка бібліотечної виставки:

1. Обсяг заголовка не повинен перевищувати п'яти слів. Заголовок привертає увагу читачів до виставки, спонукає звернутися до книг, представлених в експозиції.
2. Заголовок виставки опосередковано відображає цільове і читацьке призначення виставки.
3. Заголовок не може бути багатозначним. У цьому випадку доцільно вводити підзаголовок. Інколи можливе використання рекламних прийомів: інтригуючий заголовок виставки приверне увагу користувача.

***Композиційна побудова*** вимагає цілісного використання всіх елементів. Композиційні методи забезпечують виразність експозиції: збільшення або зменшення об'єкту, фрагментація (виділення одного з елементів композиції); монтаж (можливість підкреслити співставлення матеріалів); зміна фактури (створення ілюзорної рельєфності, зміна кольору, горизонтальне або вертикальне розтягування об'єкту).

Фахівці виділяють сім основних принципів побудови композиції.

1. Вибір характерних елементів експозиції: об'єднання за однорідними ознаками, виявлення найбільш важливої однорідності, включення в композицію контрастів (таким контрастом може бути розміщення старовинного фоліанта і сучасного оптичного диска).
2. Дотримання закону обмеження (не більше трьох) у матеріалі, деталях, кольорі, формі.
3. Основа статичної композиції – симетрія. Наприклад, колірні плями доцільно повторити три рази. Крім того, симетрія передбачає наявність певного композиційного центру виставки - цитата, ілюстрація, предмет, колаж тощо.
4. Забезпечення вільного простору між угрупуваннями елементів.
5. Підкреслення субординації між угрупуваннями. Взаємозв'язок розділів забезпечується їх логічною послідовністю і частковою повторюваністю.

6. Дотримання оптичної рівноваги шляхом правильного розміщення великих, важких, темних форм відносно малих, легких і світлих.
7. Об'ємність, стереоскопічність, перспектива досягаються за допомогою кольору, розмірів, динаміки форми. Так, чорний фон-підкладка на стелажі зорово заглиблює книгу, а блакитний наближає. Ілюстрація, яку розрізали або змістили частини, підкреслює об’єм. Ефекти просвічування, вітражності при оформленні оживляють візуальний простір книжкової виставки.

***Кольорове рішення виставки*.** Велике значення має підбір кольору і кольорових поєднань. Бажано використовувати при оформленні не більше трьох кольорів, інакше виставка стане не яскравою, а строкатою. У багатоколірних композиціях випадкові кольори можуть викликати неспокій і порушення єдності композиції. Виняток становлять виставки, де строкатість виправдана назвою («Різноколірні сторінки», «Строкаті фантазії», «Новорічний калейдоскоп», «Весела мозаїка»).

Існують три основні кольори: червоний, синій, жовтий, - і додаткові: зелений, помаранчевий, фіолетовий, які служать для виділення основних кольорів. Найвдаліше поєднуються:

• білий на синьому;

• білий на червоному;
• білий на зеленому;
• червоний-біло-синій;
• чорний з жовтим;
• чорний з помаранчевим;
• чорний із золотим;
• чорний з срібним.

Колір може створити певний настрій. Відомо, що зелений і синій кольори заспокоюють, червоний і жовтий – збуджують, темно-фіолетовий – пригноблює. А ще сприйняття кольору залежить від віку. Підлітки, наприклад, віддають перевагу контрастним поєднанням – синій і помаранчевий, червоний і зелений, жовтий і

фіолетовий. Люди літні, навпаки, частіше вибирають гамму приглушених тонів. Є кольори, які здатні зорово наближати предмети. Якщо для фону вибрати холодні відтінки, а для об'єктів, розташованих на передньому плані - теплі, то можна досягти ефекту «наближення» важливої інформації. Якщо необхідно виділити або «наблизити» певну книгу або статтю, можна помістити її на підставку червоного, помаранчевого або охристо-жовтого кольору. Дизайнери пропонують використовувати і таку властивість поєднання кольорів: два контрастні кольори, розташовані поруч, взаємно підсилюють один одного; родинні кольори – ослабляють. Так, зелений колір здається яскравішим у поєднанні з червоним.

При штучному освітленні (а в бібліотеках воно переважає) білі, сірі і зелені кольори предметів жовтішають, сині дуже темнішають, фіолетові темнішають та червоніють, тіні предметів різко обкреслені. Предмети, які знаходяться у тіні, погано помітні про світлі.

Дуже важливо при оформленні виставки правильно підібрати *шрифт* для заголовка і розділів. Шрифт є істотним елементом стилю. Він повинен відповідати змісту виставки. Наприклад, якщо виставка присвячена історії України або усній народній творчості (казкам, прислів'ям, приказкам, загадкам), то краще заголовок написати шрифтом, стилізованим під старослов'янський. Якщо виставка пропонує матеріал про середньовіччя, про феодалів, про лицарів, то можна для її оформлення вибрати готичний шрифт. На виставці про війну, буде доречний строгий рубаний шрифт, а на виставках, присвячених поезії або жанру любовного роману, - легкий вензельний.

Шрифт краще всього сприймається глядачем, коли той знаходиться на відстані, пропорційному його розміру. Чим більший шрифт, тим, відповідно, більше має бути віддалення від нього глядача. Сьогодні використання комп'ютерів в оформлювальних роботах дозволяє авторові експозиції самому підбирати необхідні виразні засоби: шрифти, зорові ефекти; використовувати досить якісно виконані аксесуари. Дуже ефективним для створення

привабливої книжкової виставки є використання різноманітних предметів, так званих айс-стоперів, які перетворюють книжкові-виставки у виставки-інсталяції. При цьому важливо пам’ятати: в оформленні не повинно бути жодного випадкового предмета і всі вони разом не повинні затуляти книгу. Такі виставки цікаві тим, що бібліотекар може використовувати особисті листи, світлини читачів. Таким чином читачі емоційно залучаються у процес підготовки, стають співавторами виставки.

СЛОК
У СІМ'Ї
РОСТЕ ДИТИНА

ЛІТЕРАТУРА

БІБЛІОТЕКА
ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО

# Список використаної літератури


1. Авторська книжкова виставка: творчість, задоволення подія. – Запоріжжя, 2007. – 19 с.
2. Бондаренко Я. Мрії збуваються // Світ дитячих бібліотек. – 2010. – №1. – С. 6-9.
3. Дупляк Т., Ткаченко Т. Інтернет технології у виставковій діяльності // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3. – С. 26-29.
4. Кудря Л. Віртуальна книжкова виставка – нова форма популяризації документів // Бібліотечна планета. – 2009. – №1. – С. 37-39.
5. Кузнецова Е. Б. Выставочная работа библиотек в вопросах и ответах. – М. : Моісєєва С. Віртуальні виставки // http://www.library.lg.ua/rus/virtual_books.php
6. Сміхова Л. В. Книжкова виставка – одна з форм популяризації книги // Шкільна бібліотека. – 2009. – №3. – С.43-46.
7. Ткачук Л. Віртуальна виставка: нова послуга бібліотеки // Вісник книжкової палати. – 2007. – С. 36-38.

# Зміст

Вступ……3

Загальна характеристика……..4

Книжкова виставка: технології……6

Книжкова виставка від А до Я……7

Книжкова виставка в комплексі маркетингу і PR-заходів бібліотеки……15

Оформлення бібліотечної виставки……..18

Список використаної літератури……..24

## Для нотаток