



# Библиотечная выставка

- Публичная демонстрация специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, рекомендуемых пользователям библиотеки для обозрения и ознакомления.



# Задачи БВ

- Продвижение чтения
- Привлечение внимания к той или иной теме (проблеме)
- Создание единого информационного блока
- Облегчение поиска необходимой информации

# Требования к БВ

- Комфортность библиотечной среды
- Доступность
- Оперативность отражения информации
- Актуальность
- Наглядность

# Классификация БВ

- Хронологическая (текущая и ретроспективная)
- Содержательная (тематическая: универсальная и отраслевая)
- Количественная (большая, локальная, малая, одного документа)
- Адресная (стационарная, выездная, передвижная, кольцевая)
- Временная (регулярная, разовая)

# Классификация БВ


- Жанровая (смешанные, журнальные, сериальные, кино-, фото-, фонодокументов)
- Топографическая (закреплённые за определённым структурным подразделением)
- Организационная (самостоятельные и являющиеся составной частью комплексных мероприятий)
- Конструкционная (ординарные, планшеты, развалы, витрины)

# Классификация БВ

- По характеру (краеведческие, отраслевые, любительские: увлечение и досуг; выставка-презентация собственных библиотечно-библиографических услуг, оказываемых пользователям библиотек; одной книги; персоналий)
- Функциональная
- Инвариантная (использующая различные, в том числе электронные средства подачи информации)







***Алгоритм создания  
книжной выставки:  
этапы организации.***

## Шаг 1. Осмысление общей идеи

На этом этапе нужно определить основные аспекты проблемы, которые могут быть представлены как возможные разделы выставки

## Шаг 2. Разработка концепции выставки. Выбор темы

Концепция выставки включает в себе ответы на три основных вопроса:

- 1) Что хотите сказать?
- 2) Для чего и для кого создаете библиотечную выставку?
- 3) Каким образом предполагаете выразить основную мысль?

## Шаг 3. Выявление документов и методических материалов

Работа по выявлению документов делат на два этапа:

- 1) Работа со справочно- библиографическим аппаратом библиотеки
- 2) Работа непосредственно с изданиями.

## Шаг 4. Выбор названия выставки

Название призвано иметь социальную направленность, привлекать читателей, быть информационно емким, передающим суть.

ШИРОКАЯ  
МАСЛЕНИЦА

НЕДЕЛЮ  
ГУЛЯЕТ



## Шаг 5. Разработка структуры выставки, подбор цитат и иллюстративного материала

Структура обязана способствовать раскрытию содержания темы и акцентировать внимание на наиболее важных проблемах.

При этом возникает ряд вопросов:

- сколько разделов будет представлено;
- какие цитаты выбрать;
- сколько должно быть книг и т.д.

## Шаг 6. Формирование рабочей группы

Желательно, чтобы в рабочую группу входили не только библиотекари, но и художники, дизайнеры, программисты и т.д.

## Шаг 7. Выбор места выставки

Расположение выставки отражает ее организационную композицию.

## Шаг 8. Оформление выставки

При оформлении выставки используют законы:

- 1) закон «*Фигуры и фона*» – суть в ярком выделении одного объекта на фоне других
- 2) закон «*Уровня глаз*» – книги, расположенные на уровне глаз находятся в зоне повышенного внимания
- 3) *Закон зрительного восприятия цвета* – цвет оказывает на человека сильное эмоциональное воздействие
- 4) закон «*Мертвой зоны*» – взгляд человека реже всего останавливается на нижних полках стеллажей, а левый нижний угол является самым невыигрышным.

## Шаг 9. Составление и выпуск буклета

**Традиционный буклет** – это лист формата А4, поделенный на три равные части двойной фальцовкой.

Элементы основной части буклета: разделы выставки, указать представленную литературу, дать историческую справку.

Элементы, которые должен включать буклет на последней странице: режим работы выставки, место ее размещения, адрес библиотеки, контакты, адрес сайта, электронная почта.

**Каталог выставки** – издание, содержащее систематизированный перечень представленных на выставке экспонатов, издательств, книготоргующих организаций.



# Шаг 10. Реклама библиотечной выставки

## *Основные типы носителей рекламы:*

- 1) *Афиша* – графический рекламоноситель, печатается на плотной бумаге или картоне.
- 2) *Пресс-релиз* – PR-документ для работников печати, радио, телевидения, представляющий собой новостное сообщение, которое информирует о происходящем в организации общественном событии, мероприятии или другом информационном поводе, на основании которого готовятся публикации и сообщения в СМИ.
- 3) *Приглашение* – письмо, обращение с просьбой явиться куда-нибудь, принять участие в чем-нибудь.
- 4) *Сайт библиотеки*

Самые страшные книги





# ***Методика работы с выставкой***

# Обзор библиотечной ВЫСТАВКИ

- Обзор – средство пропаганды выставки, её реклама. Этапы такого обзора: обоснование темы выставки, её значимости, актуальности; определение читательского назначения и раскрытие структуры. Характеристика документов, экспонируемых на выставке, даётся по разделам. В каждом из них предлагаются наиболее важные, интересные. Применяется метод групповой характеристики документов. Обращают внимание на иллюстрации, цитаты, другие интересные элементы выставки.

# Встречи у выставки

- Чтобы привлечь внимание читателей к выставке, желательно выбрать такую форму подачи материала, чтобы представленные книги заинтересовали посетителей. Можно обратиться к самим читателям. Предложите им создать выставку из книг, которые бережно хранятся в их семьях, передаются из поколения в поколение. Представить издания на выставке они могут сами. Для разных возрастных категорий читателей можно создать различные тематические выставки.



# Заккрытие выставки

- Даже хорошо организованный показ малоэффективен, если он длится очень долго. Через некоторое время самая прекрасная выставка становится привычной частью библиотечного интерьера. Выставки должны периодически обновляться. Согласно практике, через неделю интерес к выставке начинает снижаться, а через 12-15 дней резко ослабевает и пропадает вообще. Для удержания внимания следует постоянно обновлять выставку, помещать на витрину новые книги по теме.

# Оценка эффективности книжной выставки.

- При определении эффективности выставки рекомендуется использовать такие методы, как наблюдение, анкетирование, интервьюирование (опрос), выборочный анализ читательских формуляров, количественный учёт выданной и просмотренной литературы. Эти данные позволят оценить степень действенности той или иной выставки, обобщить интересные методические приёмы подачи литературы.



# Количественный учёт

- Оценка эффективности библиотечных выставок обычно осуществляется путём подсчёта экспонируемых и выданных с выставки документов. В листе ежедневного статистического учёта, в дневнике учёта работы отмечаются документы, взятые читателями со стендов. В дневнике работы выделяется отдельная графа, в которую ежедневно заносится число документов выдачи с выставки. Соответствующие пометки делаются библиотекарем в формуляре читателя, взявшего книгу. После того как период экспонирования завершился, библиотекарь по дневнику подсчитывает, сколько всего изданий было выдано за период работы выставки.

Сравнив количество предоставленной и выданной литературы, можно вычислить коэффициент эффективности:  $K_{\text{эфф}} = M / N$

$M$  – число книговыдач,  $N$  – число единиц предоставленной литературы.

Анализируя эффективность выставочной деятельности, можно избежать ошибок в дальнейшей работе, делая каждую новую выставку яркой, содержательной, запоминающейся.