

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.