

# Как создать книжную выставку

## *Методические рекомендации*

Выставка – один из основных методов наглядной пропаганды литературы, предоставляющей читателям возможность получения дополнительных знаний, формирования и расширения интереса к представленной теме.

Наша задача – сделать выставку яркой, интересной, нестандартной. Выставки должны не только привлекать внимание к представленным изданиям, но и активизировать познавательную деятельность читателей, вызывать всплеск эмоций и побуждать читателя взять книгу.

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.

Существует определенный порядок разработки и оформления книжной выставки, состоящий из следующих этапов:

### ➤ **ВЫБОР ТЕМЫ**

Тема должна быть актуальной, тщательно продуманной и интересной читателям. Если мы оформляем выставку для сопровождения массового мероприятия, она должна чётко соответствовать теме мероприятия и дополнять его.

### ➤ **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОГО И ЧИТАТЕЛЬСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ**

Выставка должна иметь четкий читательский адрес, для кого вы оформляете выставку: для детей младшего или старшего возраста, либо для взрослых читателей или молодежи. Книжные выставки для детской аудитории отличаются от выставок, создаваемых для взрослых. Они обязательно должны быть яркими, бросающимися в глаза, чему помогут: яркие издания, игрушки, поделки из бумаги и природного материала. Выставки для детей могут содержать элементы игры (ребусы, загадки, кроссворды).

## ➤ **ВЫЯВЛЕНИЕ И ОТБОР ДОКУМЕНТОВ**

С помощью справочно-библиографического аппарата библиотеки: каталогов, картотек, используя методические рекомендации, пособия, библиографические указатели выявить все источники – книги, статьи из периодики, иллюстрации, фотодокументы, какие имеются в библиотеке по данной теме. Затем ознакомится с ними и отобрать те, которые соответствуют цели и читательскому адресу. Предпочтение отдается документам, содержащим новую информацию и имеющие привлекательный внешний вид.

## ➤ **РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ ВЫСТАВКИ**

Сколько разделов? Всегда ли нужна цитата, обращение к читателю, сколько книг должно быть на выставке? Все ответы на эти вопросы зависят от объема и количества фонда, от того, где будет расположена выставка, размера выставочного стеллажа. И очень важно соблюсти чувство меры, выставка не должна быть перегруженной, заваленной. Каждый документ должен быть хорошо обозрим. С разработкой структуры выставки тесно связан другой вопрос – какая это будет выставка – выставка-викторина, выставка одной книги, выставка-экспозиция и т.д.

## ➤ **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАГОЛОВКА, НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛОВ, ПОДБОР ЦИТАТ, ИЛЛЮСТРАЦИЙ, ПРЕДМЕТОВ**

После того как вы определились со структурой выставки, переходим к выбору заголовка выставки, определению названий разделов, подбору цитат, иллюстраций, предметов.

Название обязательно должно привлекать внимание, быть броским, и информационно емким, точно передавать суть. Оно должно быть достаточно коротким, не более 4-5 слов, часто в качестве названия используют афоризмы, крылатые фразы, пословицы, строчки из стихов, песен.

Название разделов должно поэтапно раскрывать тему выставки и дополнять заголовок.

Для оформления выставки можно использовать самые разнообразные предметы и аксессуары: портреты, иллюстрации, плакаты, репродукции

картин, фотографии, декоративные элементы, природный материал, рисунки, поделки, отзывы на книги, мини сочинения, эссе, различные вещи, предметы, помогающие воссоздать образ эпохи или человека.

Также, с приходом в нашу жизнь Интернета, при оформлении выставок часто используют информацию, взятую с каких-либо сайтов. Такая информация должна быть проверена (исключение «жареных фактов»), тщательно скомпонована («прыжки» с одного на другое) и обязательно сопровождаться ссылкой на сайт, с которого скопирована информация.

### ➤ **ОФОРМЛЕНИЕ КНИЖНОЙ ВЫСТАВКИ**

Хорошо продуманная и разработанная выставка часто не пользуется спросом у читателей, если она плохо оформлена. Первое требование – это композиционная целостность, которая достигается с помощью различных средств. Например, выделяют один или несколько визуальных центров, вокруг которых разворачивается основное действие. В других случаях используют «крупный план» и «глубинную экспозицию», которые создают эффект объемности. Композиция выставки может строиться на симметрии или, наоборот, асимметрии, на контрасте цвета, но при этом нельзя забывать о соразмерности представленных на ней книг, иллюстраций. Все они должны производить впечатление единого ансамбля. Его создают не перегружая предметами и расставляя эмоциональные акценты, например, с помощью подсветки, вазы, цветка.

Использование меморий. Подлинные вещи или замещающие их предметы — макеты, модели — обеспечивают глубокое восприятие созданного образа. Вещи на выставке должны быть содержательно и эстетически близки между собой, а также с книгами и иллюстрациями. Иллюстрации и вещи создают образ книги и образы её героев.

Использование раздаточной продукции. На выставке должна быть представлена раздаточная продукция, подготовленная к мероприятию (если выставка сопровождает его) или изданная по теме выставки. Это могут быть закладки, визитки, памятки, информационные листы, буклеты. Буклет должен

лежать так, чтобы можно было его взять в руки и развернуть, если закладка издана в ограниченном количестве (или если хотим показать в цветном варианте) крепим её на стеллаж и одной и другой стороной. (чёрно-белый вариант выкладываем так, чтобы можно было взять).

Приёмы визуального выделения объектов. Один из способов обратить внимание на книгу или иллюстрацию — развернуть ее обложку под углом в три четверти. Также книга производит лучшее впечатление, когда стоит на держателе-подставке, и посетитель воспринимает её как объёмный предмет. Динамизм при показе достигается, если поместить изображения движущихся объектов (летающего навстречу поезду или бегущих детей), а также с помощью цветовой гаммы, которая подбирается по контрасту. Светлые обложки книг, как и предметов, хорошо воспринимаются на темном фоне и наоборот.

Статьи из изданий или периодической печати представляются двумя путями: поставить книгу в закрытом виде или развернуть книгу на том месте, где начинается нужная статья и к ней прикрепить карточку. На карточке указать библиографическое описание статьи. Статьи из газеты неудобно располагать на выставке, газета мнётся или не виден заголовок. Лучше сделать копию, к которой прикрепить карточку с библиографическим описанием. Выставка не должна выглядеть пустой, но она не должна быть и перегруженной. Это может привести к обратному эффекту, а потому «лучше меньше, да лучше».

### ➤ **РАЗМЕЩЕНИЕ**

Нужно заранее продумать, где поместить экспозицию: в стеклянных витринах, на книжных стеллажах или столах. Иногда соединяют все три варианта, а также используют поверхности окон, стен или дверей.

Витрина создает ощущение объема, глубины, которая воспринимается как упорядоченный и замкнутый мир.

На выставках, размещённых на стеллажах и столах, трудно разместить иллюстрации и предметы, поскольку стандартные стеллажи не глубоки. Но зато представленные на стеллаже, внутри полки, книги оказываются

заклучены в своеобразную рамку, которая фокусирует внимание. Нередко соединяют стеллажи со столами, благодаря чему снимается монотонный характер показа. При недостатке свободного места оформляются выставки-плакаты, которые размещаются на стенах фойе или коридоров, выставки-стенды на которых размещают фотоматериалы или творческие работы (рисунки) – это очень удобный вид экспозиции.

#### ➤ **РЕКЛАМА ВЫСТАВКИ**

Следует уделить внимание рекламе выставки — от этого во многом зависят её успех и эффективность. В основе рекламно-информационной поддержки выставки лежит создание рекламных сообщений и публикаций. Рекламное сообщение может быть внутренним (для читателей библиотеки) или внешним, ориентированным на потенциальных пользователей. Различные средства рекламы: объявления в местных СМИ, устная реклама, по телефону, наружная реклама (афиши, плакаты), печатная реклама (листовки, буклеты, проспекты), красочная информация в «Уголке читателя».

#### ➤ **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КНИЖНОЙ ВЫСТАВКИ**

Прежде всего, необходимо вести учет, для этого в Дневнике работы выделяется отдельная графа, в которой ежедневно заносится число документов, выданных с выставки. Соответствующие пометки делаются библиотекарем в формуляре читателя, взявшего книгу с выставки. В кармашек каждого документа, книги с выставки, вложить цветную индикатор-закладку с названием выставки. После того как период экспонирования завершился, библиотекарь по «Дневнику» подсчитывает сколько всего изданий было выдано за период работы выставки. Сравнив количество предоставленной литературы и выданной можно вычислить коэффициент эффективности. Коэффициент эффективности равен: «число книговыдачи» делённое на число представленной литературы.

Если эффективность низкая, необходимо выяснить, почему выставка не пользовалась популярностью среди читателей. Для этого надо проанализировать все этапы выставочной работы, начиная с выбора темы и

заканчивая рекламой, и определить, где были допущены ошибки. Высокую эффективность также надо изучать, чтобы выявить причины успеха выставки у читателей. В настоящее время для изучения эффективности выставочной работы широко используются методы опроса читателей – беседы, интервью, анкетирование. Они помогают выявить интересы и потребности читателей и позволяют планировать выставочную работу в соответствии с читательскими ожиданиями. Таким образом, анализируя эффективность выставочной деятельности, можно избежать ошибок в дальнейшем и сделать каждую выставку яркой, содержательной, интересной и популярной среди читателей.

### ➤ **ОШИБКИ ПРИ ОФОРМЛЕНИИ ВЫСТАВКИ**

Самые распространённые ошибки при оформлении книжных выставок:

- переизбыток информации (слишком много источников на полках);
- бессистемная подача информации (не проверенная информация – в разных источниках одна и та же информация преподносится по-разному);
- потрёпанные книги соседствуют с новыми (исключение, когда представлены разные издания одной и той же книги);
- слишком много аксессуаров, в том числе не соответствующие теме выставки;
- нечитаемый заголовок, названия разделов и другая информация (на светлом фоне светлый текст, размытые, «скачущие» буквы);
- искажённые иллюстрации и портреты (искажение цвета, вытянутые);
- подписи «от руки», неаккуратное крепление (скотч, степлер...);
- орфографические ошибки в текстах и «кривое» расположение текста на подзаголовках, цитатах;
- не доступны книги детям (высоко, не дотянуться);
- книги «портятся» на выставке (перегнутые, рядом вода);
- выставка угрожает жизни и здоровью (могут упасть книги, не закреплены стеллажи, стенды);

Своеобразие и оригинальность требуют сохранения определенного алгоритма работы. Можно создать красивую концепцию, но, упустив какой-либо технический момент, целиком разрушить идею. Можно воспроизвести чью-то удачную экспозицию, но создать оригинальное произведение трудно.

**Источник:**

1. Книжная выставка в библиотеке: виды и формы, порядок разработки и оформления [Электронный ресурс].- Режим доступа <https://www.kniga-na-volge.ru/activity/methodical/metod-recommend/formy-vystavok/>