**Выставочная деятельность библиотеки:
Сохранение традиций и новации**

**Докладчик – Московская Наталья Владимировна - кандидат искусствоведения, режиссёр, куратор проекта передвижных выставок «Творчество Ильи Глазунова детям и юношеству Подмосковья», г. Москва**

***Алгоритм создания библиотечной выставки:***

            1. Определение, уточнение и согласование темы, целевого и читательского назначения. С нашей точки зрения, эти три основополагающих компонента необходимо разрабатывать в комплексе.

2. Предварительное знакомство с темой, определение направления поиска, примерного круга источников и вероятной структуры выставки — как правило, это осуществляется библиотекарем интуитивно.

3.  Выявление методических рекомендаций, библиографических указателей по теме выставки и просмотр вышеуказанных вторичных источников информации.

4.  Выявление источников по СБА библиотеки и подбор выявленной литературы в фонде - это, как правило, также неразрывный процесс.

5. Просмотр, отбор и группировка литературы в соответствии со структурой выставки.

6. Определение названий разделов, заголовка, подбор цитат, иллюстраций, предметной среды.

7.  Оформление выставки.

8.  Реклама выставки внешняя и внутренняя.

9.  Докомплектование выставки.

10. Учет эффективности библиотечной выставки.

            Библиографическое обеспечение библиотечной выставки включает библиографические списки литературы, списки Интернет-сайтов по теме, фактографическую информацию, представленную в виде дополнительной информации, в т.ч. даты жизни писателей, цифровая информация. К библиографическому обеспечению относятся разделы каталогов и картотек, в которых осуществляется отбор документов по теме, вопросу.

Выставки как средства доведения информации до читателей по форме бывают достаточно многообразны. В последние годы активизировался творческий потенциал библиотечных работников, и появились на свет новые виды и формы библиотечных выставок, в специальной печати приводятся многочисленные примеры творческого подхода к организации выставок.

Невозможно перечислить все формы, т.к. библиотечные работники проявляют максимум творчества, внося каждый раз что-то новое, стараясь максимально отвечать интересам и потребностям своих читателей. Представим лишь некоторые формы.

***Нетрадиционные формы библиотечных выставок***

*Выставка – вернисаж*   (видеоряд,  художественной школы,  живописного жанра, репродукций) предполагает демонстрацию картин или репродукций. Вернисаж сопровождается экспозицией литературы о художниках – авторах, творчестве  местных художников, о данном направлении в искусстве, больше площади для экспонирования работ, использование  света, цитат, антуража. Сложность  данной выставки – в разнообразии иллюстративного материала, способности библиотекаря используя драпировки сохранить индивидуальность каждой иллюстрации.

            *Выставка – викторина* (конкурс, игра, загадка)  предполагает наличие вопросов викторины и экспозицию литературы, с помощью которой   читателю предлагается ответить на вопросы этой викторины. Вопросы должны быть разной категории сложности, учитывающие категорию читателей   на которую рассчитана выставка. Должно присутствовать обращение к читателю с приглашением принять участие в викторине. Можно использовать выставку – викторину для рекламы библиотечных  услуг:  указать, что литературу по теме выставки можно получить на дом (где и на каких условиях),  информировать о наличии сценариев мероприятий по данной теме,  дать заявки на проведение следующей выставки – викторины и т.д.

            *Выставка – диалог*:  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.

            *Выставка – витрина*. Аналог - витрина магазина. Здесь демонстрируются предметы (товары) и литература о них. Например, выставка к празднику 8 Марта "Аромат женщины": демонстрируются флакончики из-под духов, литература об ароматах, журнальные публикации о новых тенденциях в мире запахов, литература о косметике и т.п. Другой пример: выставка "Зеленая аптека", где экспонируются коробочки с лекарственными растениями и литература о них.

*Выставка – вопрос.* В заголовке выставки содержится вопрос, на который дается ответ с помощью литературы, представленной на выставке. "Есть ли жизнь на Марсе?" -выставка, посвященная проблемам планет Солнечной системы и т. д.

*Выставка - декорация.* Является основой и естественной декорацией массового мероприятия в библиотеке. На их фоне мероприятие проводят, с них берут в ходе действия книги и предметы, к ним обращаются; они могут жить и после массового мероприятия как самостоятельная выставка.

*Выставка – диорама* – выделяющая  часть из целого, в названии и оформлении это должно отражаться. Например: «Сталинградская битва на фоне Великой Отечественной войны», «Импрессионизм как направление искусства ХХ века». В оформлении выставки должны соблюдаться следующие тенденции: либо сначала  обозначается проблема в целом, а затем рассматривается и раскрывается более узкая тема, либо это может быть оформлено в обратном порядке.

            *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.

*Выставка – импульс* – должна побуждать к действию и начинаться  словами                «Остановись», «Берегись…», «Не навреди…» и т.д. Материалы, представленные на выставке, должны также носить эмоциональный, яркий, неординарный характер.

          *Выставка – коллаж* – главное назначение  ее – привлечение внимания читателей. Она носит скорее рекламно – информационный характер. Берется тема широкого плана, например «Я молодой». В рамках  оформленного  коллажа  группируются  отдельные смысловые подтемы  (мода, увлечение музыкой и т.д.) Нет четкой структуры с разделами. Широко привлекается иллюстративный материал. Выставка должна быть  ярко и со вкусом оформлена. Внутри тематических  групп или рядом с выставкой может располагаться информация, объявления, ссылки на литературу, анонсы, информация о новых изданиях, поступивших в библиотеку.

*Выставка – кроссворд*. "Тихая" выставка, для молчунов. Носит досугово-просветительский характер. В основе ее - кроссворд (увеличенный), ответы на который можно найти в представленной на выставке литературе. Для удобства читателей можно сделать ксерокопии кроссворда. Первый отгадавший получает сувенир.

*Выставка – портрет*. Выставка-персоналия, посвященная человеку, личности, или же одному произведению искусства. В этом случае демонстрируется репродукция, а также материалы о художнике, герое портрета, судьбе картины и т.д.

*Выставка – приманка.* Выставка в окнах библиотеки. Например, выставка новых книг. Широко используется на Западе как дополнительный способ "заманить" читателя в библиотеку.

*Выставка – развал.* Эта выставка - замена книжного развала у кафедры выдачи, в котором так любят копаться читатели. Пример: "Бестселлеры наших читателей".

*Выставка – размышление*   (раздумье) предполагает: - тему интересную для читателей  определенной группы  молодежь  или широкой аудитории, -  наличие множества или двух разных точек зрения по данному вопросу, теме. Представляется литература по  существующим точкам зрения, - наличие текстового обращения к читателям, предлагающее принять участие  в обсуждении этого вопроса, темы. Можно сделать цветные индикаторы различных точек зрения, которые читатель выставка предваряет проведение библиотечного мероприятия по данной теме. Наиболее глобальные, актуальные темы выставок рекламируются в средствах массовой информации.

*Выставка – сюрприз*. С маленьким, недорогим, но приятным презентом, который посетитель выставки уносит с собой. Например, выставка ко Дню Святого Валентина сопровождалась вырезанными из цветной бумаги сердечками с пожеланиями на обороте.

*Экспресс – выставка* – это внеплановая оперативная выставка, связанная с возникновением актуальной темы, книги, статьи, интересной публикации. По форме может быть любой, главное привлечение внимания. Заголовки могут быть такими: «Обратите внимание!», «Горячая тема!».

            Кроме этого возможны: Выставка – антология; Выставка – альманах; Выставка – дайджест; Выставка – диспут (дискуссия, спор, полемика); Выставка – дилемма (выбор из двух возможностей); Выставка – икебана; Выставка – калейдоскоп;  Выставка – календарь (дата); Выставка – карта;  Выставка – контраст; Выставка – краеведческий срез; Выставка – знакомство (представление); Выставка  - мемуарных публикаций (жанровая, воспоминание); Выставка – панорама; Выставка – призыв (лозунг); Выставка – просмотр; Выставка – путешествие; Выставка – рейтинг; Выставка – реклама; Выставка – репортаж; Выставка - ретроспектива; Выставка – символ; Выставка – словарь (азбука, букварь); Выставка – совет (рекомендация);  Выставка – хобби (увлечение, коллекция); Выставка – хроника (хронология событий);  Выставка – чествование (юбилей, признание, посвящение); Выставка  газетной полосы; Выставка рубрики и т.д.

Выбор формы книжной выставки не самоцель, а способ эффективно раскрыть содержание темы.

***Рекламно-информационная поддержка***

Включает создание сообщений и публикаций. В зависимости от целей рекламное сообщение о выставке может быть внутренним (для пользователей библиотеки) или внешним, ориентированным на потенциальных пользователей. Наиболее распространенная форма рекламного сообщения о выставках  - объявления, реклама в СМИ, в организациях и для групп читателей.

Форма рекламного сообщения в данном случае  направлена на эмоциональную сторону воздействия, и обусловлена особенностями рекламируемой выставки. Целесообразно такое решение графического, шрифтового, иллюстративного и цветового оформления сообщения, которое будет соответствовать дизайну выставки, ее типу.

Публичные библиотеки активно используют возможности местных периодических изданий.  Как правило, в средствах массовой информации публикуется косвенная реклама в форме статей и заметок об открытии выставки.

При составлении рекламного сообщения следует обратить внимание на следующие моменты:

•   Если вы хотите добиться положительного воздействия, в тексте не должно встречаться частиц, выполняющих функцию отрицания («не» и «ни»).

•   Фотографии более убедительны, нежели рисунки.

•   Воздействие на человека должно быть избирательным:

- рациональные аргументы применяются, когда делается упор на свойства услуги (выставки);

- эмоциональность и   экспрессивность рекламного сообщения обращена к чувствам.

•   Текст должен быть простым, интересным, оригинальным, но не экстравагантным,   должен содержать проникающие в сознание ключевые слова, повторяющие одну и ту же  мысль.

•   Сообщение должно быть по возможности кратким.

•   Слова должны вызывать положительные ассоциации, создавать хорошее настроение; захватывать внимание и удерживать до конца сообщения.

***Учёт эффективности выставки***

            Эффективность выставочной деятельности библиотек во многом  обусловлена четким читательским адресом, актуальностью тематики библиотечных выставок, неординарностью подходов к раскрытию проблематики выставки, а также отбором литературы.

            Оценка эффективности библиотечных выставок обычно осуществляется путем подсчета экспонируемых и выданных с выставки документов. В листе ежедневного статистического учета и, соответственно, в дневнике учета работы отмечаются документы, взятые читателями с выставки.

Для художественных выставок характерно ведение книги или тетради отзывов (копия, как правило, остается в библиотеке, а оригинал передают автору представленных работ).

Существуют специальные методы изучения эффективности выставок.  В настоящее время в библиотековедческих исследованиях обращается внимание на отношение пользователей к библиотеке, к отдельным методам работы. Используются методики опроса, анкетирования. Это достаточно эффективно, так как позволяет выявить спектр отношений к разнообразным выставкам, учесть предложения и пожелания читателей.

Большой объем информации дает метод наблюдения. Его преимущество заключается в том, что при грамотном применении он не требует много времени. Этим может заниматься библиотекарь отдела обслуживания. Разрабатывается таблица наблюдения. В горизонтальной части «шапки» выделяются единицы наблюдения. Ими являются различные    виды    отношений    читателей    к    выставке.    Они    могут располагаться по степени возрастания интереса к ней.

• Прошел мимо, не обратил внимания.

• Прошел мимо, но обратил внимание.

• Подошел к выставке, посмотрел, отошел.

• Подошел к выставке, посмотрел отдельные книги.

• Посмотрел выставку, взял книгу для записи в свой формуляр.

Каждый  читатель,   проходивший  мимо  выставки,   фиксируется  в соответствии со своим отношением к ней. Библиотекарь в конце своего периода наблюдения составляет отчет о том, что, на его взгляд, вызывало наибольший интерес у читателей: оформление, тема, отдельные книги, иллюстрации и т. д. В конце периода наблюдения подводятся итоги, что позволяет судить о качестве подготовки выставки.

При организации выставок встает вопрос о сроках их экспонирования. Классический подход: - по времени действия можно выделить выставки постоянные и эпизодические. Постоянные сохраняют свое значение в течение длительного срока, эпизодические носят кратковременный характер. Срок их действия не превышает 20-25 дней. Вместе с тем, анализ практики работы библиотек показывает, что единого методического решения не существует.

Библиотекари дифференцированно подходят к каждому отдельному случаю. Например, выставки к знаменательным датам организуются, как правило, за десять дней, за неделю до события в расчете на то, что материал может понадобиться тем, кто готовит беседы, доклады, рефераты (это могут быть педагоги, студенты, учащиеся и т. д.). Завершают экспонирование выставки при потере к ней интереса или когда основная литература со стендов выдана читателям.

В одной из своих работ В. И. Терешин высказал мнение, что выставки на абонементе следует соотносить со сроками выдачи литературы на дом. Как правило, это 15 дней. Аккуратные читатели имеют возможность, приходя в библиотеку, каждый раз знакомиться с новыми выставками. На наш взгляд, это разумное предложение, которое можно взять за основу. Однако каждый отдельный случай требует индивидуального подхода.

Таким образом, технология выставочной деятельности – это совокупность процессов и операций, обеспечивающих качество и эффективность библиотечных выставок.

Хорошо подготовленная и организованная выставка – это произведение библиотечного искусства, плод научных и творческих изысканий, результат  вдохновенной работы. Она должна способствовать  формированию положительного имиджа библиотеки.