



Томская областная универсальная  
научная библиотека  
имени А.С. Пушкина



Александра Таращенко

Библиотечная  
серия

«НА СТОЛ  
ПРАКТИКУ»

ВЫПУСК 2

# ЭФФЕКТИВНАЯ ВЫСТАВКА

Методическое пособие

Томская областная универсальная научная библиотека  
имени Александра Сергеевича Пушкина

Александра Таращенко

**ЭФФЕКТИВНАЯ**

**ВЫСТАВКА**

(методическое пособие)

ТОМСК 2013

УДК 02  
ББК 78.3  
Т 19

**Тарашенко А.А. Эффективная выставка: (методическое пособие) / А.А. Тарашенко. – Томск: Том. обл. универс. науч. б-ки им. А.С. Пушкина. – 2013. – 115 с. – (Библиотечная сер.: «На стол практику»; вып. 2).**

**Главный редактор:** Барабанщикова Н.М.  
**Научный редактор выпуска:** Вергановичус Т.П.  
**Редакторы:** Быкова С.С., Чередникова Л.В.

**Дизайн обложки:** Курило И.Ф.

© Тарашенко А.А.  
© ТОУНБ им. А.С. Пушкина

## **ПРЕДИСЛОВИЕ**

Перед вами второй выпуск серии «На стол практику», издаваемой Томской областной универсальной научной библиотекой имени А.С. Пушкина. Тема выпуска — эффективная выставочная деятельность библиотек, отвечающая современным представлениям и требованиям.

В методическом пособии существенное внимание уделяется разбору основ предмета и рассмотрению возможностей их творческого применения в библиотечной практике, знакомству читателя с теоретическими аспектами выставочной работы, направлениями ее деятельности, типовым разнообразием выставок, способами моделирования, проектирования и организации выставочного пространства. Освоить основные процессы выставочной работы поможет материал, посвященный технологии подготовки эффективной выставки и практические задания, сопровождающие каждый раздел пособия.

Издание предназначено для специалистов публичных библиотек, автор надеется, что представленный в нем материал поможет в формировании у них профессионального взгляда на выставочную деятельность, инициацию выставочных проектов, поддержку свежих, увлекательных идей и концептуальных решений.

**ЧИТАЙТЕ! АНАЛИЗИРУЙТЕ! ВНЕДРЯЙТЕ!**



# **Часть I. Выставка в системе коммуникаций: роль, содержание, типовое разнообразие**

## **О ВЫСТАВКЕ ЗАМОЛВИТЕ СЛОВО**

Выставка в библиотеке — одна из самых популярных форм работы с читателями. Более половины массовых мероприятий связаны с организацией книжных экспозиций. Тем не менее, хорошую выставку сделать совсем не просто. Нередко в библиотеках можно увидеть формальное отношение к ее организации: безликие, вызывающие скуку полки с книгами, устаревшие формы подачи материала. Такие выставки свидетельствуют не только о недостаточной квалификации специалиста, но также и об отсутствии творческого подхода к организации экспозиций.

В то же время, нельзя игнорировать факт того, что мы живем в век выставок. Весь мир играет в игру под названием «выставочная экспозиция».

Библиотечная выставка, в свою очередь, все более прочно занимает свое место в системе информационных коммуникаций, выходя при этом за рамки чисто библиотечной специфики и получая дальнейшее самостоятельное развитие в русле общих тенденций экспозиционного дела.

С выставкой связаны все существующие библиотечные ресурсы, каналы и процессы, поэтому вслед за самой библиотекой она должна изменяться (или не изменяться), являясь своего рода лакмусовой бумажкой, характеризующей уровень библиотечной работы во всех ее проявлениях, начиная от технических возможностей и заканчивая квалификацией и творческой потенцией ее сотрудников.



**Время менять отношение к выставке и выставочной деятельности в библиотеке, создавать новые форматы.**

Попробуем разобраться в этой непростой теме, определить для себя новые подходы, цели и содержание выставочной работы, выделить главное.

## **ВЫСТАВКА: ПОНЯТЬ И ОСМЫСЛИТЬ**

Существует множество определений того, что такое выставка в библиотечной среде, но каждое из них лишь в той или иной мере раскрывает суть и смысл этого понятия. Происходит это оттого, что взгляд на выставку меняется вслед за изменением роли самой библиотеки в обществе.

Выставка, как форма библиотечной работы, возникла в середине XIX века на волне тиражирования и распространения в массы книжной издательской продукции. Наряду с этим появилась потребность в популяризации библиотечных фондов и демонстрации накопленных книжных сокровищ.

Во времена советской власти выставку в библиотеке наделяли специфическими свойствами: помимо информационной составляющей, она должна была нести идеологическую и воспитательную нагрузку, формировать читательский интерес и развивать потребность в чтении в соответствии с «руководящей линией партии».

Современные представления о выставке связаны прежде всего с ролью библиотекаря, как посредника между информационными ресурсами и пользователями. Основным предметом библиотечной выставки по-прежнему остается документ (произведение печати) — именно это отличает ее от музейной экспозиции, предметом которой является памятник материальной и духовной культуры. Если документ является памятником культуры, то он тоже может быть предметом музейной экспозиции. (12. с. 14).

**Библиотечная выставка —  
это информационный  
продукт, созданный для  
определенной группы  
пользователей и  
поданный в особой  
демонстрационной форме.**



Учитывая динамику современных явлений, глобализацию и универсализацию всех процессов, появление иных носителей информации, свойство документа как предмета (атрибута) будет только усиливаться, но главным в определении выставки должен быть факт подачи информации в особой наглядной форме. Исходя из этого, можно утверждать, что выставочная экспозиция — это интеллектуальный продукт, наделенный уникальными свойствами, и оригинальная, привлекательная для глаз пользователей упаковка информации, своеобразная шкатулочка, наполненная драгоценными кристаллами знаний.

Философию выставочной деятельности лучше всего отразила Слава Григорьевна Матлина (22), выдвинув концепцию библиотечного пространства. Ею выделены три сферы пространства:

Пространство-Топос (Место)

Пространство-Хронос (Время)

Пространство-Логос (Слово).

Выставки, по определению Славы Григорьевны, становятся частью материальной среды библиотеки, аккумулирующей в себе достижения, культуру, знания всех времен и народов в единый развернутый Метатекст Вселенной. По сути, библиотечное пространство, в ее понимании, необходимо моделировать как одну большую экспозицию, органично объединяющую все сферы и создающую тем самым Образ библиотеки, особое мироощущение, особое настроение, особую ауру.

Следуя ее концепции о пространственно-временном отражении библиотеки посредством экспонирования, можно проследить основные направления выставочной деятельности — вглубь библиотечного пространства и вовне — как важнейшие части



внутреннего и внешнего культурного пространства.

В первом случае это связано с созданием коммуникативной информационно насыщенной среды, удобной для общения. Выставка здесь – часть интерьера, зона общения, предполагающая комфортное предоставление необходимой информации. Во втором – отвечает за создание внешнего образа библиотеки как части национального достояния и связано с выполнением библиотекой мемориальной функции «Памяти Мира» путем сохранения и трансляции знаний, накопленных как человечеством в целом, так и местным сообществом в частности.

### **ВЫСТАВКА КАК ЧАСТЬ ВНУТРЕННЕГО ПРОСТРАНСТВА БИБЛИОТЕКИ**

Территория библиотеки трансформируется сегодня в мобильное пространство с меняющимся интерьером, с комфортными зонами, отвечающими ожиданиям посетителей. Выставки оживляют внутреннее пространство, становятся центром притяжения, местом неформального общения и зоной отдыха. Они приглашают, заманивают, располагаются таким образом, чтобы, зайдя в библиотеку, ни один читатель уже не захотел бы уходить из нее.

Особо привлекательно выглядит пространство, поделенное на зоны, рассчитанные на отдельные группы пользователей. Выставки становятся здесь средством раскрытия фонда в удобной, наглядной форме и переходными мостиками от одной зоны к другой.

В этом отношении показателен опыт одной из библиотек Заринского района Алтайского края, которая в числе первых общедоступных библиотек, отказавшись от традиционной систематической расстановки фонда, применила у себя метод зонирования пространства, создав гибкую, «гипнотизирующую» организацию книжного фонда (9).

Книжный фонд был оформлен и распределен по зонам с учетом интересов и возрастных особенностей читателей, которые сами принимали активное участие в создании выставок, подсказывая элементы их оформления.

Эта совместная работа сделала библиотечное пространство

уютнее и комфортнее, здесь внимание детей привлекает «Солнечная поляна» с «невредными советами», веселыми разделами и уголком для игр. Для самых маленьких читателей сооружен из картонных коробок грузовичок, так называемое «Бюро интересных находок». В кабине веселый шофер, в кузове книги о путешествиях и приключениях в разных странах. Есть здесь и Лукошко Деда Мороза с поздравлениями, праздничными рецептами и даже новогодними костюмами.

Фонд для учащихся средних классов представлен книжной экспозицией «По планетам знаний». Среди ее разделов: «Планета лириков», «Планета путешествий», «Планета волшебников», «Планета интересных чисел».

Для молодежи создана зона «Здравствуй, читатель!» с разделами «Быть собой просто?», «Не учите меня жить!», «Я хочу быть с тобой». Презентация этой выставки прошла в виде дисковечера «Не учите меня жить», проведенного совместно с домом культуры.

Кроме того, в библиотеке появился «Уголок для настоящих девчонок». Эта зона включила в себя оформленный самими читательницами фотоколлаж «Красивой быть не запретишь». На нем то, что девочки любят наклеивать на стене в комнате у себя дома. Здесь же зеркало, любимые журналы, картотека по материалам периодики «Девичьи секреты». В этом месте библиотека стала проводить «библиотусовки» – беседы по проблемным вопросам.

Во многих зарубежных библиотеках имеется опыт создания адекватной пользователю библиотечной среды. Например, в публичных библиотеках Германии применяется так называемая ближняя зона, которая служит для удовлетворения неопределенных интересов и содержит литературу и аудиовизуальные средства по здоровью, вопросам любви, бестселлеры, новинки книжного рынка, свежую периодику. Интерьер ближней зоны – мягкая мебель, ворсистые ковровые покрытия, на которых можно лежать. Здесь используется гибкая планировка пространства. Модульная мебель группируется в соответствии с настроением, самочувствием, родом предстоящей деятельности. Места отдыха размещаются рядом с экзотической зеленью, а статичные площади для книги меняются на гибкую планировку пространства в пользу читателя. Особое место принадлежит специализированной мебели и оборудованию, которые

можно купить или заказать по готовым образцам. Мобильные конструкции позволяют преобразовать интерьер под любые задачи, общая направленность современных тенденций в библиотечном обслуживании видится в индивидуализации, личностном подходе и удобстве для различных групп пользователей. Этому как нельзя лучше будет способствовать создание нового пространства — территории комфортного предоставления информации, а выставки в нем сыграют ведущую роль.

В качестве примера опыта зонирования пространства и организации выставок, как неотъемлемой части интерьера, можно привести ряд библиотек Томской области. Внимание этому аспекту уделяют публичные библиотеки Муниципальной информационной библиотечной системы города Томска, а в сельской местности можно выделить Центральную библиотеку Каргасокского района, в которой посетители прямо с улицы попадают в «Арт-фойе» — уникальный мир литературы и искусства далекой сибирской глубинки. Кроме того, эта библиотека одной из первых в области стала создавать собственную медиапродукцию путем перевода в электронный формат всех своих удачных выставочных экспозиций. В результате по материалам собственных выставок в библиотеке создана коллекция «Краеведческая АРТ-галерея». Как показывает практика, именно такой подход многократно повышает эффективность библиотечных выставок, закрепляет их авторство, не позволяет пропасть огромному творческому труду, а выставочный проект получает логическую завершенность.

Подобные примеры свидетельствуют о целесообразности открытия в библиотеках выставочных галерей, салонов, площадок, уголков, привлекая для этой работы все библиотечные структуры, а также партнеров библиотек по социокультурной деятельности.

## **ВЫСТАВКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВНЕШНЕГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Современный мир — это мир видеокультуры (медиапространства). В нем библиотечные экспозиции ориентируются на музейные, являющиеся эталоном визуальной насыщенности и зрелищности.



**«Быть или не быть выставке»  
— это не вопрос.  
«Какой быть выставке?» —  
вот в чем вопрос!**

Примером представления выставки как составляющей внешнего культурного пространства является Британская библиотека<sup>1</sup>. Опыт выставочного дела одной из самых знаменитых библиотек мира трудно переоценить. Он неоднократно освещался в профессиональной литературе (14). Британская библиотека рассматривает выставочную работу как единое целое, не обособливая его в отдельное направление библиотечной деятельности. В своей выставочной работе она учитывает положения программных документов ИФЛА, в которых библиотеки представлены как историческая и культурная память общества, аккумулирующая и сохраняющая знания для будущих поколений. В связи с этим библиотечные выставки здесь имеют бесспорную музейную ценность. Для их создания привлекаются ведомства, организации, учреждения культуры со всей Великобритании. Через выставочную работу Британская библиотека выполняет просветительскую функцию, позиционируя себя тем самым участником процесса развития мировой культуры. Книга в этом ряду оказывается не только документом, как на выставках обычных библиотек, но и экспонатом, атрибутом вещного мира. Наиболее яркое отражение получила ее деятельность на выставках-ярмарках, на которых библиотека представляет оригинальные коллекции, книжные собрания, издательскую и видеопродукцию с многочисленными виртуальными экскурсиями по галереям библиотеки, медиауроками на всевозможные темы.

---

<sup>1</sup> Британская библиотека (*British Library*) — вторая крупнейшая библиотека мира после Библиотеки Конгресса (США, Вашингтон), число единиц хранения превышает 150 млн. Закон о её создании путём объединения библиотеки Британского музея и ряда менее значимых собраний был принят парламентом в 1872 году; новое здание библиотеки в Лондоне открылось 1 июля 1973 года.

Одна из лучших галерей – «Сокровища Британской библиотеки» экспонирует самые древние книги, такие, как «Алмазная сутра», датированная 868 годом, «Великая Хартия Вольностей» 1215 года и т.д. Экспозиции выставок готовятся, как правило, совместными усилиями нескольких библиотечных структур. Отделы заинтересованы в широкой информации о составе своих собраний, поэтому активно участвуют в выставочной работе.

Тематика выставок определяется общественной значимостью и отражает эпоху или образ века. Созданию образа эпохи служат экспонаты – мемории, небиблиотечные материалы. Часто выставки неординарны по своей идее и структуре. Такой, например, можно считать выставку, посвященную 200-летию со дня рождения английского поэта – «Шекли – бесплодный ангел».

Библиотека представляет на выставках и музыкальное искусство, материализованное в книгах, нотах, музыкальных инструментах, живописных полотнах.

Впечатляюще выглядят выставки, посвященные искусству картографии: «Карты и гравюры Итальянского Возрождения», «Земля и небеса», содержащие географические карты, книги, атласы звездного неба и земли, памятники материальной культуры за прошедшее тысячелетие, прослеживающие развитие научного знания о Земле и Небе, включая астрологию с ее знаками и символами. Время подготовки подобных выставок колеблется от двух месяцев до полугода. Выставочные галереи предусматривают максимум удобств для посетителей.

На сайте библиотеки помещается вся информация о выставочной деятельности.

Кроме того, к услугам посетителей – книжный магазин, где продаются издания библиотеки и материалы, расширяющие представление об экспозициях, факсимильные (точно воспроизведенные) издания, мультимедийные образовательные программы, видеofilьмы о книжных памятниках библиотеки, почтовые открытки, плакаты, наконец, канцелярские товары с логотипами и символикой библиотеки.

## **ВЫСТАВКА — ОСОБЫЙ ВИД КОММУНИКАЦИЙ**

Выставки, являясь уникальным средством библиотечных коммуникаций, концентрируют в одном месте аудиторию из читателей, библиотекарей и партнеров. Это позволяет решать одновременно несколько задач: развитие навыков делового общения, исследование культурного взаимодействия, создание связей с общественностью и заключение партнерских соглашений. Благодаря живому диалогическому общению, деловой среде, активизируются личные контакты, развивается психологическая готовность к сотрудничеству (47).

**Выставка —  
коммуникационный  
перекресток, на котором  
сходятся библиотекарь,  
пользователь,  
информация и знание.**



В выставочном деле, как правило, используются инструменты маркетинга — почтовые рассылки рекламных проспектов, информирование населения через печатные и телевизионные средства массовой информации, проведение книжных презентаций и конкурсов и многие другие. В то же время выставка сама является средством библиотечной рекламы, она способствует продвижению библиотеки, ее сервисов и услуг, формирует положительный имидж и создает неповторимый и запоминающийся образ библиотеки.

## **ВЫСТАВКА КАК ПРОЕКТ**

Обращаясь к маркетинговой терминологии, можно сказать, что выставку не оформляют, а конструируют с помощью проектных технологий. Качественная выставка — это набор креативных идей. Результатом каждой такой идеи становится проект. А каждый новый проект дает движение к развитию и изменению библиотеки.

Основными составляющими элементами проектной технологии становятся организация библиотечной среды,

формирование информационных и коммуникативных компетенций, создание новых услуг и сервисов.



**Выставочная политика  
организации, конкретная  
программа и творческий  
подход — залог успеха  
экспозиционной работы  
библиотеки.**

В качестве примера можно сослаться на опыт муниципальных библиотек города Колпашево Томской области, победивших в районном конкурсе «Развитие общественных инициатив» в номинации «Создание выставок художественно-прикладного творчества».

В рамках проекта был проведен общегородской день информации «Море идей для любимого хобби» и цикл выставок декоративно-прикладного творчества земляков «Рукотворное чудо». В семи городских библиотеках в течение месяца экспонировались выставки: «Сага о дереве», «Волшебная иголочка», «Бисер – изящное рукоделие», «Прекрасное от самой природы», «Эти чудесные узелки», «Моя подружка – мягкая игрушка», «Мукосолька» (поделки из теста). Для участия в мероприятиях были привлечены более 50 мастеров декоративно-прикладного творчества. Пользователям библиотек, жителям города, потенциальным читателям было представлено около 300 творческих работ, более 200 экземпляров книг, журналов, дисков. Для юношества проводились презентации, мастер-классы. Для привлечения посетителей через библиотеки и книжные магазины распространялись книжные закладки с перечнем выставок и графиком их работы. Также через местные СМИ осуществлялась реклама проекта.

В результате, за время работы выставок в библиотеках города их посетили более тысячи человек. Выдача изданий на различных носителях из фонда МУ «Библиотека» г. Колпашево за это время резко увеличилась и составила около 4 тысяч экземпляров. За эту работу библиотеки были поощрены грантом на реализацию новых выставочных проектов.

## ВЫСТАВКА КАК ИСКУССТВО ИНСТАЛЛЯЦИИ

Выставочная экспозиция является составляющей частью нашей культуры, произведением искусства, творческим продуктом. Она своего рода инсталляция, представляющая собой объемную композицию, интерпретация текстового и визуального рядов, синтез нового пространства, сложенного из многих компонентов.

Как и инсталляция, выставка является пространственной композицией, созданной из различных составляющих: бытовых предметов, природных объектов, фрагментов текстовой и визуальной информации и т.д. Инсталляцию не «рисуют», не «пишут», а, как саму выставку, устанавливают, составляют, формируют из отдельных разрозненных элементов.

Главная цель инсталляции – создание в определенном объеме особого художественно-смыслового пространства, построенного на неординарном сочетании книжных коллекций и обыденных вещей, выявляющего в них новые смысловые значения и чувственные образы, скрытые от обыденного восприятия. Экспонат на выставке приобретает символический характер, а преобразованная среда и смена контекстов придают пространству иную смысловую нагрузку и значимость.

**Выставочное пространство может стать площадкой для инсталляции, а выставочная экспозиция решаться как инсталляция.**



Инсталляция подобна декорации, создаваемой под определенным названием. Важно придать выставочному пространству объемность, трехмерность, чтобы посетитель не созерцал экспозицию со стороны, как картину, а оказался внутри неё. В неё надо войти, «обжиться» в ней.

Существует мнение, что книжная выставка не может быть инсталляцией (16), т.к. последняя – автономный и независимый

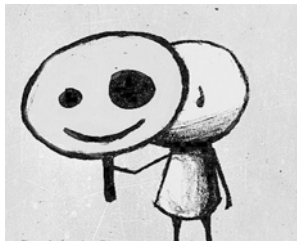


жанр. На самом деле это далеко не так, хотя бы потому, что они эксплуатируют те же территории, тот же предметный ряд, решают схожие задачи. Здесь все зависит от степени отождествления и использования приемов этого вида искусства. Другое дело, что возможность рассматривать выставку в формате инсталляции придаст выставочному делу в библиотеке толчок к созданию новых, ярких и впечатляющих экспозиций.

## **ВОПРОСЫ ТИПИЗАЦИИ ВЫСТАВОК**

Типовое разнообразие выставок не является постоянной, неизменной величиной. С каждым годом появляются новые выставки, не укладывающиеся в типовые рамки. Так, пермские библиотекари добавили к уже имеющейся классификации выставки-вопросы, -бенефисы, -кроссворды, -словари, -советы, -демонстрации, -факты, -дискуссии и т.д. «Научной классификации библиотечных выставок в подлинном смысле понятия не существует» (20). Речь скорее идет о «типических разновидностях» как традиционных, так и выставок нового поколения (нетрадиционных). Подход к новым библиотечным выставкам заключается в том, что это должны быть не просто книжные экспозиции, призванные раскрывать содержание фонда, а универсальные выставки, включающие в себя все формы подачи информации в удобных и адекватных пользователю формах и влияющие на его сознание и эмоции.

В профессиональных публикациях довольно часто встречается словосочетание «авторская выставка». Очень большие сомнения вызывает этот термин. Любая выставка, по определению, подразумевает авторство, но «авторскими» почему-то называют лишь те, которые наиболее качественно подготовлены. Остальные по умолчанию разделяются по другим признакам.



**Все выставки должны быть авторскими, представлять из себя произведение искусства, быть уникальными и запоминающимися, как вырванный из вечности миг.**

В первую очередь к «авторским» причисляют концептуальную выставку и выставку-настроение. Как правило, готовятся они коллективом, который развивает одну яркую, необычную идею (концепцию). В таких выставках декларируется необычный взгляд (взгляд автора) на обычные вещи, новое прочтение давно известного, нестандартная идея. В них содержится призыв к сотворчеству, сопереживанию, к диалогу. Такие экспозиции способны стимулировать познавательную активность, эмоционально подзаряжают, удивляют, шокируют. Главным же их достоинством является то, что у посетителей появляется чувство благодарности за еще не виданное зрелище, и они готовы посещать подобные мероприятия снова и снова.

У истоков многих нетрадиционных, нестандартных выставок, еще их называют интерактивными или диалоговыми за способность включаться в общение с посетителями, стояли школьные библиотекари, которые решали вопросы помощи процессам образования. Но именно в публичных библиотеках они получили истинное развитие, обретя «второе дыхание». Сотрудники детских библиотек расширили их классификацию, разнообразили тематику и оформление. Нетрадиционные выставки готовятся вместе с читателями и для читателей, их подготовка требует больших усилий, профессионализма, широты взглядов и универсальности знаний.

Интерактивные выставки подразумевают диалог библиотекаря и читателей, ведущего и аудитории (43). Свойство интерактивности (взаимный обмен информацией, возможность диалога) должно присутствовать в любой выставке, но особое звучание оно приобрело в образцах начала века, став одной из главных характеристик нового вида.

Выставки нового поколения появились как альтернатива

традиционным выставкам и вызов им, постепенно вытесняя старый взгляд и устоявшиеся представления о выставках как части фонда, разложенного «особым способом». Растущая популярность нетрадиционных выставок свидетельствует о том, что будущее за ними. За ними реальная сила.

Далее мы остановимся на организации выставок, наиболее распространенных в профессиональной среде.

## **ТРАДИЦИОННЫЕ ВЫСТАВКИ**

Среди традиционных типов выставок чаще всего используются тематические, жанровые, выставки-просмотры, выставки-ярмарки, стендовые выставки, персональные, музейные экспозиции. Большая часть из них призвана раскрывать содержание документного фонда в различных аспектах. Последние привнесены в практику работы библиотек из музеев, выставочных залов и образовательных сфер.

## **ТЕМАТИЧЕСКИЕ ВЫСТАВКИ**

Тематические выставки являются самыми популярными в библиотечной среде. Иногда их называют локальными. Этот тип выставок посвящается актуальным вопросам, связанным с общественными запросами в области политики, экономики, науки, техники, культуры и искусства.

Цель подобных выставок – представить наиболее ценную литературу по определенной тематике. Чаще всего тематические выставки проводятся циклами экспозиций или как часть мероприятия.

*Социетальные выставки.* Среди тематических экспозиций предпочтение отдается так называемым социетальным – выставкам социальной проблематики: по вопросам экологии, наркомании, преступности, белых пятен истории, рок-музыки, секса и т.д.

**Выставки выступают не только мощным транслятором информации, но и генерируют в обществе новые смыслы, инициирующие реальные трансформации — социальные, мировоззренческие, экономические, культурные.**



*Черник Б.П.*

**Мемориальные выставки.** В любой библиотеке должны существовать так называемые мемориальные выставки, посвященные жизни и деятельности лица, имя которого носит библиотека. Так, для библиотек, названных именем А.С. Пушкина, характерным является открытие галерей и салонов с постоянно действующими экспозициями, актуальны циклы выставок, посвященных поэту, и выставочные мероприятия в Пушкинские дни.

Приведем примеры названий выставок, организуемых в библиотеках, носящих имя поэта:

- Любовная лирика Пушкина
- Пушкин и природа
- Пушкин и русское государство
- Пушкин в музыке (Глинка, Чайковский, Римский-Корсаков, Бородин, Свиридов, Прокофьев)
- Пушкин в живописи и графике (от Ге до Нади Рушевой)
- Пушкин и детское творчество
- Пушкин – мыслитель, мудрец, философ
- Пушкин известный и неизвестный.

К мемориальным экспозициям можно добавить местного колорита:

- Краеведческая Пушкиниана
- Пушкин и наш читатель
- Пушкин в XXI веке – выставка с использованием компьютерной графики, музейных экспонатов, новых книжных изданий, вышедших за это время и связанных с жизнью и деятельностью поэта.

Во многих библиотеках созданы Пушкинские залы, подобные

такому, как в московской центральной районной библиотеке имени А.С. Пушкина. Здесь царит атмосфера старины, звучат стихи поэта и старинные мелодии, а в комнате с «зеленым абажуром» можно работать с книгой.

В интерьере библиотек имени русского поэта используются образы, доминирующие в творчестве А.С. Пушкина.

**Музейные выставки** все чаще становятся объектом пристального внимания библиотекарей. Знаком престижа и растущей популярности становится музейная экспозиция, посвященная истории библиотеки, включающая в себя фолианты, портреты людей, внесших вклад в ее развитие, сведения о судьбах отдельных изданий, о читателях, все это в контексте истории села, города, страны. Для создания музейной экспозиции используют помощь историков и дизайнеров. Можно также в нее включить предметы, отражающие особенности окружающего ландшафта: натуральные камни, деревянную скульптуру из местных коряг, фотопанно с изображением реки, муляжи и макеты.

**Краеведческие выставки** долгое время оставляли желать лучшего как по содержанию, так и по оформительскому решению. Экспозиции годами не обновлялись, представляя собой не лучшее зрелище. Сегодня тема краеведения одна из наиболее востребованных. Она стала благодатной почвой для реализации выставочных проектов. Краеведческие экспозиции обрели особое звучание и популярность в наши дни. В них отражаются результаты поисковой работы библиотек в области краеведения, в том числе литературного, включаются образцы собственной печатной продукции, материалы и атрибутика музеев и организаций, принявших участие в создании экспозиции, воспоминания старожилов, а также предметы и фотографии, отражающие местную экзотику и особенности края. При всей неповторимости каждой выставки, главное место в них занимают краеведческие издания, являясь своеобразным центром обозрения.

Краеведческую выставку лучше делать совместными усилиями. В ее разработке должны участвовать не один отдел или одна библиотека, а самые разные организации. Это позволит свежим взглядом взглянуть на содержание краеведческой экспозиции.

## ЖАНРОВЫЕ ВЫСТАВКИ

Жанровые выставки очень привлекают читателей. Экспозиции здесь не знают себе равных по разнообразию раскрытия материала. Тематика их может быть безгранична, а выставочная палитра разнообразна. Такие выставки призваны раскрывать содержание фонда художественной литературы и фонда литературы по искусству, исходя из жанра или типа издания.

Жанр — понятие, классифицирующее литературу и искусство на основании набора стилистических признаков, обладающих определенными устойчивыми свойствами. Количество жанров растет, эволюционирует, соответственно растет к ним читательский интерес, который легко поддержать с помощью жанровой выставки.

Так, в современной прозе можно выделить жанры: альтернативная история, антиутопия, боевик, вестерн, фэнтези, городские легенды, готика, детектив, драма, мелодрама, комедия, комиксы, криптоистория, научная фантастика, приключения, трагикомедия, черная комедия, триллер и т.д.<sup>2</sup>

Виды и жанры искусства — литература, театр, графика, живопись, скульптура, хореография, музыка, архитектура, прикладное и декоративное искусство, цирк, художественная фотография, кино, телевидение и их разновидности.



**Жанровые выставки — это путешествие вглубь жанров и размывание их границ с переключением на другую тематику. Это чудесный способ извлечения информации в самой привлекательной форме.**

Исполняя просветительскую миссию, библиотека при организации жанровых экспозиций способна добиться двух целей:

---

<sup>2</sup>

См. подробнее: <http://posmotre.li/%D0%96%D0%B0%D0%BD%D1%80>

1. Происходит знакомство читателей со всем многообразием жанров, углубление познаний в области литературы и искусства.
2. Жанровые выставки становятся «переходным мостиком», ступенькой к расширению круга чтения и обращению к более серьезной литературе, что вполне вписывается в систему руководства чтением (направление деятельности, которое сегодня основательно забыли, но которое не отменяется априори).

Так, от научной фантастики появляется возможность перехода к чтению популярной естественнонаучной и технической литературы; от исторических романов и фэнтези – к книгам по истории; от женских романов — к психологии отношений, тематическим женским журналам; от детективов — к политике, от военной прозы – к военным мемуарам и т.д.

При оформлении выставки в нее включается не только литература определенного жанра, но и материал о возникновении и развитии этого жанра, а также журналы и книги из соответствующих отраслевых отделов, способных придать экспозиции неожиданный акцент, расширить границы вида и переключить внимание на другую тематику. В экспозиции могут присутствовать не только «незаслуженно забытые книги», но, в первую очередь, книги повышенного спроса, с тем, чтобы облегчить к ним доступ и сделать выставки постоянным местом, куда бы обращал свой взор читатель. Жанровая выставка – это удобство извлечения информации в самой привлекательной «смотрибельной» форме.

Примеры названий жанровых выставок:

- Музыка: «Музыкальный ключ открыл мир», «Подобрать музыку к судьбе»
- Поэзия: «Поэзия – ангел-хранитель человечества»
- Маринистика: «Романтики моря и ее капитаны», «Морские приключения и книжные сокровища»
- Военная проза: «Война не знает передышки», «О войне написано не все»
- Эпистолярный жанр: «Письма не справляют юбилеев».

## СТЕНДОВЫЕ ВЫСТАВКИ

Стендовые выставки — одна из самых мобильных и компактных форм экспонирования нашего времени. Они являются средством рекламы учреждения в программе по укреплению имиджа, средством справочного информирования о библиотеке, о ее услугах и возможностях или частью учебного мероприятия.

Вы собираетесь на Крымскую конференцию, в Летние лагеря, на межрегиональный семинар или районную ярмарку? Прихватите с собой стендовую выставку, скрученную в рулон или сложенную в папочку на тесемочках, помещающуюся в одной руке, которой вы приветственно машете своим коллегам.

Стендовую выставку трудно проектировать, но, готовая, она будет уместна везде, а со временем станет представлять историю библиотеки в одной из самых компактных наглядных форм. На смену ей (или в добавление к ней) придут другие стендовые экспозиции. Их всех объединит единый фирменный стиль и незабываемый фон, содержащий символы и образ библиотеки.

Работая над созданием макета стендовой выставки, свои усилия стоит сосредоточить на наглядности материала, все содержание представить в фото и фактах. Текста должен быть лишь тот минимум, без которого нельзя обойтись. Готовый макет лучше распечатывать типографским способом. Мобильные стендовые конструкции заказываются в специализированных магазинах.

В практике библиотек наблюдаются три формы подобных выставок: стендовая презентация, выставка как часть мероприятия, выставка функционирования библиотеки и ее услуг.

**Стендовая презентация** — новая форма научных коммуникаций, которая сегодня бурно развивается. Это сжатый формат представления фактов и идей с использованием рисунков, диаграмм, чертежей, фотографий, эскизов, декоративных элементов. Содержание его воспринимается быстрее, без дополнительных разъяснений, отвечая ожиданиям аудитории в краткой и оперативной информации.

Информация на стендовой презентации содержит следующие разделы: резюме (реферат), официальное представление, заключение.





**Стендовая выставка предполагает рассказать о многом — кратко и образно. Суть ее в представлении предмета и создании необходимого позитивного впечатления.**

Название презентации должно быть лаконичным, информативным, интересным, носящим рекламный характер. Реферат — не слишком длинным, раскрывающим аспекты работы в одном, двух предложениях, и концовка — не более одного предложения.

Информация об авторах содержит краткое официальное представление.

Основная часть экспозиции — это официальное представление библиотеки. Наиболее значимые пункты имеют краткие подзаголовки, минимум текста, максимум наглядных средств.

Заключение подчеркивает аспекты стендовой экспозиции, но в других вариантах и парафразах: переложение текста другими словами, скажем, прозу — стихами.

Библиография — лишь несколько новейших источников. Художественное оформление — в форме «свободного наброска автора».

Классический размер стендов 120 на 120 см на расстоянии метра от пола. Сегодня предлагаются и другие варианты. Создается не более восьми — десяти плакатов на экспозицию, но можно обойтись одним — двумя. Оптимальный шрифт 25 мм. Материалы используются самые простые и легко воспринимаемые, скомбинированные в привлекательной цветовой гамме.

Технология подготовки стендовой презентации схожа с подготовкой электронной презентации, слайды — те же плакаты, созданные с помощью компьютерных средств. Удачным моментом в организации работы стендовой выставки является задача приглашений, содержащих основные элементы доклада.

**Выставка-стенд как важнейшая составляющая мероприятий** — дней открытых дверей, дней информации, семинаров, конференций, круглых столов – позволяет создать определенный эмоциональный настрой вокруг мероприятия. Презентация выставки может быть деловой и светской, или напоминать праздничное шоу.

Примеры названий информационных выставочных стендов:

- Информация о молодых и для молодых
- Калейдоскоп
- Вести из городской администрации
- Мы предлагаем – выбор за вами
- Эпоха через книгу
- Книга и дело
- Открытый мир книги
- Нешкольные уроки
- Окно в мир нового.

**Выставка функционирования библиотеки и ее услуг** содержит справочную информацию об услугах, режиме работы, расположении отделов и т.д. Она должна быть выполнена с элементами фирменного стиля и вписываться в общий информационный дизайн библиотеки.

Такая выставка выступает в роли визитной карточки. В ней материал размещается по рубрикам:

- история библиотеки
- статус
- услуги читателям
- специализация
- структура
- планы работы или список мероприятий
- связи с общественностью
- спонсоры.

В такой выставке важно регулярно обновлять разделы, сменять акценты, устраивать бенефисы (презентации) структурных подразделений.

В похвалу стендовой выставки можно добавить опыт наших партнеров по культурному производству. Очень показательным выглядит подготовка стендовой выставки по истории Томского

театра драмы.

На желтых лентах газет с публикациями разных лет о театре размещены фотографии спектаклей с подписями дат, названий спектаклей и фамилиями артистов. И это все. За три минуты обзора можно получить максимальное представление и впечатление о театре и его истории.

Выставочное оборудование на стендовой экспозиции должно соответствовать современным техническим и эстетическим требованиям. Нейтральные цвета стендов, яркое освещение, которое невольно привлекает внимание к экспозиции. Экспонаты на уровне глаз. Выигрышно смотрятся большие фотографии. Предпочтительней одна крупная фотография, чем серия мелких. Все экспонаты на стенде сопровождаются текстами с краткой справочной информацией, без профессиональной терминологии и лишних цифр. В первые мгновения посетители воспринимают только эмоциональный фон выставки, поэтому так необходим изобразительный ряд с иллюстративным материалом: фотографиями, рисунками, картами, атрибутикой фирменного стиля — логотипом, слоганом, знаменем и пр.

В работу на стендовых выставках, как правило, включают консультирование, раздачу визиток, обмен мнениями, обсуждение темы, встречи с авторами.

## **ВЫСТАВКИ-ПРОСМОТРЫ**

Выставки-просмотры — это экспозиции, отражающие всю полноту изданий, имеющихся в библиотеке и отобранных по определенным критериям. Читательское предназначение выставок-просмотров – стремление к постоянному расширению круга своих представлений о мировом потоке литературы.

Выставки-просмотры отличают:

- периодичность проведения
- предварительная запись на интересующую читателя книгу
- возможность доукомплектования с учетом количества заявок.

Различают три классических варианта выставок-просмотров. В эту же группу по функциональному признаку примыкают книжные и тематические развалы.

**Выставки-просмотры новых поступлений** обычно проводятся один раз в квартал с целью наглядной информации о новых поступлениях. Просмотры высоко оцениваются посетителями, они очень популярны в читательской среде. Их организация — первый шаг на пути завоевания лояльности пользователя.

**Выставки-просмотры в помощь профессиональному чтению** (для специалистов). Отбор литературы к просмотру, как правило, производится с помощью специалистов по отраслевому принципу. На просмотре даются консультации, делаются обзоры, организуются встречи и т.д.

**Выставки-просмотры как часть комплексного мероприятия.** Дня информации, Недели специалиста, конференции или совещания. В данные мероприятия включаются также библиографические обзоры, консультации, встречи с учеными и производственниками. Место действия может переноситься на предприятие или учреждение. Книги выдаются после просмотра литературы, длительность которого может составить от 1 до 3 дней.

Мероприятие широко оповещается в СМИ, используются также другие формы рекламы, пригласительные билеты, электронные письма.

Составными частями мероприятия являются также дежурства библиотекарей и специалистов, учет посетителей, наличие книги отзывов. При подготовке просмотра соблюдается строгая логичность в расстановке, группировке материала. Концовка выставки-просмотра должна быть наиболее значимой по содержанию, так как лучше всего помнят то, что бывает в конце экспозиции.

Очень важно учитывать комфортность и удобство выставки: высокие и низкие столики, подставки для книг, кресла, банкетки, пуфы, локальное освещение — все это поможет создать гармоничную среду (21).

**Книжные развалы** — пример стихийной экспозиции, как правило, складывающейся из книг, сданных читателями. Для многих пользователей это легкий способ ненавязчивой рекомендации, для иных возможность вступить в диалог читателя с читателями и библиотекарем. Замечу из собственной практики, если развал сопровождается какой-либо заголовком («Прочитал — советую другим», «Для тех, кто торопится»), то книги разбирают менее

охотно. Книжные развалы любят читатели, самостоятельно мыслящие, которые непроизвольно (или намеренно) оценивают то, что читают другие.

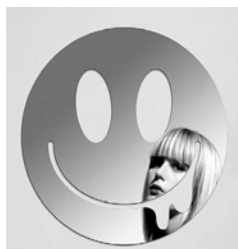
*Тематические развалы.* Детская аудитория любит покопаться в тематических развалах — скоплении сказок, детских детективов, в познавательной литературе. Размещать подобные экспозиции лучше в самых неожиданных местах — на ковре, в пиратском сундучке, в избушке на «курьих ножках». Наряду с книжками полезно размещать игрушки, поделки, или соответствующие теме атрибуты — кривую саблю, «золотые» монеты, сокровища моря.

## **ВЫСТАВКИ-ЯРМАРКИ**

Выставки-ярмарки — это рекламно-имиджевое периодически проводимое мероприятие, место сосредоточения образцов продукции, производимых разными организациями, в том числе и библиотеками, с целью налаживания коммуникаций с потенциальными потребителями, которые заинтересованы в получении информации; налаживании связей, обмене идеями. Ярмарки — возможность «заявить о себе», отследить рыночные тенденции, оценить свои конкурентные преимущества на рынке культурных услуг и поведение конкурентов.

От международных или национальных до областных и районных — таков спектр современных ярмарок. Они, по одному из определений, как зеркало Книжного мира, отражают путешествие Книги во времени и пространстве. В то же время ярмарка — это отражение положения библиотеки в социуме, демонстрация ее достижений и возможностей. В настоящее время библиотекам необходимы любые виды прямой или косвенной рекламы как путь к общественному признанию и возможность приблизиться к мировым культурным процессам.

**Ярмарки, как в зеркале,  
отражают лицо организации,  
и от того, как оно смотрится,  
зависят ее положение и  
репутация.**



Основные формы выставочной деятельности на ярмарке – это стендовые выставки. Их цель:

- продвижение библиотеки, ее услуг и продуктов
- реализация издательской продукции
- отчет перед обществом
- поиск союзников, партнеров, спонсоров.

Крупные библиотеки с помощью ярмарки имеют возможность выступать в роли издателя, получая тем самым широкий выход на любые читательские категории и, что очень важно, на весь комплекс книжной рекламы: издательской, читательской, авторской.

Ежегодно в России при участии Торгового Дома «БИБЛИО-ГЛОБУС» проходит грандиозная выставка-ярмарка. Среди участников ярмарки издатели, писатели, книготорговцы, библиотекари и т.д. Ярмарка проходит в павильоне и на уличном пространстве. Здесь организуется множество площадок, на которых проходит большое количество мероприятий для посетителей выставки: встречи с писателями, музыкальные выступления, кинопоказы, конкурсы, множество детских развлекательных мероприятий, как, например, открытые заседания Клуба Фантазеров имени барона Мюнхгаузена с выставками книг для детей и взрослых, викторины «Любимые романсы», «Знаете ли вы Библио-Глобус?» и т.д. За каждый правильный ответ участники могут получить по библику – шоколадной монете.

Библиотеки принимают участие в выставках-ярмарках для поиска партнеров, установления контактов в имиджевых и маркетинговых целях.

Принять участие в книжной ярмарке такого масштаба и приятно, и полезно во всех отношениях.

Рассмотрим пример участия библиотеки в городской книжной ярмарке в городе Находка (25).

В выставочном салоне был организован книжно-информационный цикл выставок «Библиотечный вернисаж» по темам:

- «Визитная карточка библиотеки», включающая издания библиотек города
- «Здесь мысли, чувства, мудрость, тайны века». В выставку были включены старые и редкие издания, рекомендованные к переизданию. Ярмарка в этом плане предоставляет возможность договориться с издательствами о переиздании уникальных экземпляров
- «Дары бесценные» – презентация книг, подаренных читателями
- «Хиты литературные» – книги – открытия года
- Экспозиция «Лавка букиниста», содержащая краеведческую коллекцию: собрания личных библиотек и работы художественной студии.

Посетили выставку около ста человек. Это немного, учитывая трудозатраты. Видимо, сказалось недостаточное рекламирование мероприятия. В то же время она выявила интерес к краеведческой литературе. Респонденты просили издавать разнообразные альбомы, книги о природе родного края, по географии, экономике, истории малой родины.

Ярмарка любого масштаба — лучшее место для реализации собственной продукции: изданий литературного краеведения, образовательной медиапродукции, тематических электронных баз и сувениров. Здесь же осуществляется раздача рекламных буклетов, визиток и приглашений.

## **МУЗЕЙНЫЕ ЭКСПОЗИЦИИ**

Создание собственных музеев или отдельных музейных экспозиций, горниц и мини-музеев стало одним из самых популярных направлений выставочной работы в библиотеках. Чаще всего это краеведческие экспозиции, включающие историю сел, библиотек, родословные именитых жителей поселения, тему войны

и юбилейные даты. В экспозициях, помимо текстового ряда, присутствует и сильно выражен атрибутивный ряд, в том числе дорогие сердцу односельчан фотографии, различные предметы быта, памятные вещи.

В библиотечных музеях можно проводить уроки для учащихся – патриотические и в помощь школьным предметам. Для гостей и жителей поселения в библиотеке у музейных экспозиций проводятся экскурсии, тематические краеведческие вечера, устные журналы. Все чаще проводятся «заочные» экскурсии, на которых, в том числе с помощью слайдов электронной презентации, рассказывается о музейных экспонатах, находящихся в стационарной библиотеке. При определенных технических возможностях посетить музейную выставку можно виртуально, в режиме онлайн.

Музеи требуют дополнительного пространства, финансирования, энтузиазма библиотекарей и местных жителей. Учетные документы музейного фонда те же, что и учетные документы книжного фонда.

## **ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ**

Персональные экспозиции относятся к разряду тематических. Связаны они с жизнью и деятельностью определенной личности (персоны). Сегодня спрос на подобные выставки вырос в разы. Объясняется это тем, что для проведения подобной выставки привлекаются наиболее видные деятели, местные знаменитости. Это модное и перспективное направление развития выставочной деятельности в любой библиотеке.

## **ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВЫСТАВКИ**

Появление новых выставок во многом отвечает Концепции библиотеки 2.0, заимствованной от веб 2.0 и имеющей схожую философию постоянного обновления и улучшения обслуживания пользователей, разработку новых библиотечных сервисов, взаимодействия библиотекарей и читателей во всех проектах.



А.С. Степанова на страницах журнала «Библиотечное дело» (43) предлагает рассматривать такие нетрадиционные выставки как интерактивные и разделять по видам:

**Игровые выставки** — познавательные выставки, включающие элементы игры: выставка-викторина, -кроссворд, -чайворд, -загадка, -провокация, -конкурс.

**Диалоговые выставки** — экспозиции дискуссионных проблемных материалов с целью обмена мнениями. Обычно проводится как часть мероприятия. Это выставка-размышление, -предостережение, -«вопрос-ответ», -диспут, -дискуссия, -полемика.

**Выставки, подготовленные вместе с читателями** — выставки, тематика и материалы которых определяются самими читателями. К ним относятся выставка-бенефис, -ситуация и др.

**Выставки-исследования.** На них представлены результаты изучения читательских интересов. Это может быть «Золотая полка», выставки-«листочки» и т.д.

Новые выставки способны актуализировать общение библиотекаря с читателем, открывают возможности для взаимодоверия, сотрудничества и соучастия на одной площадке. Особенности подготовки отдельных выставок нового типа можно изучить по источникам, указанным в списке литературы (8; 10; 11; 16; 18; 20; 26; 36; 39; 48).

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ

В рамки классификации очень трудно включить такое явление, как концептуальная выставка. Происходит это оттого, что нет единого представления о ней. По содержательному признаку концептуальная выставка является тематической, но по приемам подачи материала имеет все признаки нетрадиционной. Характерным для этого типа выставок является отражение идей такого направления искусства, как концептуализм.

Концептуализм — ведущее направление постмодернизма, в котором концепция произведения оказывается важнее способов ее реализации. Концептуализм рассматривает художника как генератора идей, а не создателя вещей. Это направление объединяет

процесс творчества и процесс исследования. Идею, заимствованную из философии, психоанализа, политики, наконец, самой жизни, можно воплотить любыми изобразительными средствами, в том числе с помощью текстов, видеофильмов, театрализованных действий, объектов, выставок.

Концептуальная выставка — наиболее яркий образец выставок нового поколения. Она объединяет в единый гипертекст<sup>3</sup> фотографии, тексты, книги, репродукции, произведения живописи и декоративно-прикладного искусства. Переходы от одной смысловой части к другой осуществляются с помощью системы цитат, фрагментов текста, направляющих посетителя по пути раскрытия замысла в пространстве выставки, тем самым создавая знаковый и визуальный образ темы. Автор нового оригинального текста (гипертекста) является здесь своего рода дизайнером — «архитектором» концепции и оформления. Ландшафтное пространство выставки расширяется до площади всего зала, а то и библиотеки. Концептуальная выставка — это новый взгляд на известное, оригинальная авторская разработка и способы воплощения, когда действие на выставке становится частью мероприятия, а мероприятие — частью выставки.



**Жизнь как игра.  
Искусство как идея.  
Таков тип концептуального  
творчества, который  
подтверждает сама жизнь и  
существование человека.**

Цель концептуальной выставки — в передаче идеи (идей), персонифицированное, авторское видение мира, предметов, знаков.

Концептуальную выставку можно оформить в галерее или создать «на местности». Картина, объект, перформанс (представление), инсталляция — основные сферы реализации концептуализма.

---

<sup>3</sup> *Гипертекст* — система отдельных текстов и узлы перехода между ними, которые позволяют избирать читаемые сведения в любой последовательности, пространство переходов и связей между различными блоками информации.

Пожалуй, лучший пример концептуальной выставки представила одна из научных библиотек г. Тюмени, создавшая усилиями Клуба друзей цикл выставок «Антропология без берегов» (39). В одной из них — «Неистребимость и совершенство» — прослеживается параллельно эволюция двух видов живых существ: Человека и Таракана.

Концепция другой выставки цикла «Да будет ЦВЕТ!» заключалась в исследовании цветных образов, связанных с различными аспектами человеческой деятельности — политическими, социальными, религиозными, культурными традициями. Экспозиция включала книги, репродукции, цитаты, работы учащихся детской школы искусств. На презентации была представлена коллекция тюменского дизайнера одежды.

Еще одна находка — выставка «Сон в летнюю ночь». Авторы сделали попытку приблизиться к миру сна, раскрывая его природу с различных точек зрения. На презентации приглашенные участвовали в перформансе «Игра снов», подготовленном студентами кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников.

Концептуальная выставка — разновидность тематических, но отличается от них оригинальной авторской идеей и концепцией воплощения. Коллективное осуществление концептуальной пространственной композиции способствует рождению синергетического эффекта, т.к. ее воздействие на сознание людей существенно превосходит эффект нескольких отдельных выставок.

## **ВИРТУАЛЬНЫЕ (ЭЛЕКТРОННЫЕ) ВЫСТАВКИ**

В нынешний век цифровых технологий возник новый тип библиотечной экспозиции как новой формы библиотечных коммуникаций, как наиболее рациональный способ обмена информацией в открытом информационном пространстве с использованием телекоммуникационных и компьютерных технологий. Речь идет о виртуальной или электронной выставке. Сегодня ее еще называют уникальным мультимедийным продуктом (36).

Отличие виртуальных выставок от реальных заключается в том, что они размещаются в неограниченном пространстве

Интернета, посетители у них виртуальные, а затраты на подготовку экспозиции минимальные. Интернет-выставки могут длиться бесконечно долго, пополняться и изменяться, храниться в архиве.

На виртуальной выставке можно разместить текстовую и графическую информацию, фотографии, аудио- и видеопroduкцию, ссылки на коллекции, библиотечную рекламу. Синтезируя различные виды информации в один мультимедийный продукт, выставка приобретает новые универсальные свойства, что позволяет использовать ее в различных сферах деятельности.

Исследования виртуальных библиотечных выставок показывают, что они на сегодняшний день носят большей частью образовательный характер.

Думается, что любой тип выставки может быть отражен в виртуальном пространстве. Технология подготовки выставок одна, а вариантов воплощения — множество. Виртуальная выставка в библиотеке, имея свои особенности, должна соответствовать общим правилам подготовки экспозиций.

К преимуществам электронной выставки относят дистанционный доступ, наличие гипертекста с системой гиперссылок, новые форматы воплощения по сравнению с традиционными выставками.

Различаются три вида виртуальных экспозиций:

- виртуальные выставки, размещенные на сайтах библиотек
- виртуальные выставки как отдельный ресурс, например, созданный с помощью программы презентаций Microsoft PowerPoint
- виртуальные выставки в режиме онлайн. Такие выставки используются на мероприятиях (конференциях) с тем, чтобы провести виртуальную экскурсию по экспозициям из музея или из другой библиотеки.

**Виртуальная выставка — это синтез традиционного книжного и электронного способов представления информации.**

**Это анимационное путешествие по миру с подробной информацией об авторах, художниках и с дополнительной информацией — системой гиперссылок на другие источники.**



Зрительный ряд электронной выставки представлен иллюстративными материалами: обложками книг, разворотами, иллюстрациями, картами, фотографиями и рисунками.

Текст, сопровождающий и раскрывающий зрительный ряд, состоит из цитат, аннотаций, библиографических справок и так далее. Такую выставку при соответствующем звуковом оформлении и наличии мультимедийного проектора можно использовать в качестве иллюстративного материала в комплексном мероприятии: на литературном вечере, дне информации. Получается нечто схожее с иллюстрированным рекомендательным указателем.

В Британской библиотеке популярны виртуальные выставки одной книги (39), способные познакомить читателя с редкой книгой, не обращаясь к оригиналу. На такой выставке можно увидеть выдающиеся книжные памятники из постоянных экспозиций выставочных галерей. Так, выставка одной книги «Алмазная сутра» содержит:

- изображение книги
- текст, дающий сведения о ней
- карту местности и изображение пещеры Тысячи Будд
- ссылки на виртуальные путешествия, например, ссылку на китайскую коллекцию библиотеки.

Виртуальные выставки в библиотечном пространстве пока не очень распространены, но первые шаги уже давно сделаны. И в будущем эта тенденция будет только усиливаться.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

### ***Функции выставки (уберите лишнюю):***

- формирование потребности в чтении
- посредничество между информационными ресурсами и пользователями
- выполнение мемориальной функции
- проведение «линии партии» в жизнь
- раскрытие срезов фонда
- реклама библиотеки
- помощь образовательным процессам.

### ***Традиционная выставка — это выставка***

- мимо которой проходят, не замечая
- где много книг и текста
- часть фонда, разложенная особым способом и раскрытая с помощью наглядных средств.

### ***Нетрадиционная выставка — это***

- головоломка с пятью неизвестными
- способ развлечения библиотекарей
- зрелище для ума и сердца
- неудачная традиционная выставка.

### ***Что такое «виртуальная выставка»?***

- выставка, которой нет нигде
- реальный виртуальный мультимедийный продукт
- выставка, затерянная в библиотеке
- способ «зарастить» дорогу в библиотеку.

## РЕЗЮМЕ

1. Выставка — уникальный информационный продукт библиотечной деятельности, как в зеркале, отражающий степень развития библиотеки.
2. Цель выставки сегодня не только просвещение, но и получение моральных дивидендов и реальной прибыли.
3. Подготовка выставки влечет за собой комплекс дополнительных услуг.
4. Выставка оформляется как органичная часть библиотечного пространства, как внешнего, так и внутреннего.
5. Выставка, как часть внутреннего пространства, связана с организацией коммуникационной, информационно насыщенной среды, удобной для общения и предоставления информации.
6. Выставка, являясь частью внешнего пространства, способствует созданию образа библиотеки как части общекультурного достояния.
7. Все выставки условно можно поделить на традиционные и нетрадиционные — выставки нового поколения.
8. Нетрадиционные выставки содержат новый взгляд на выставочное дело. Главное их преимущество — интерактивность.
9. Читатель является субъектом и объектом выставочной работы.





## **Часть II. Организация выставочного дела: моделирование, проектирование, планирование**

### **МОМЕНТ ИСТИНЫ**

В первой части пособия Вы познакомились с необъятным миром выставок, его разнообразием и неограниченными возможностями. То, что нам удалось рассмотреть, это только вершина айсберга, но не стоит без подготовки и соответствующего опыта опускаться ниже, в теоретические глубины. Там темно, и существует риск запутаться и не успеть всплыть на поверхность. С самым необходимым Вы уже познакомились. Близок тот момент, когда следует сделать выбор в пользу тех или иных выставок.

Как принять правильное решение? Как на практике выстроить логику выставочной работы? Давайте пройдемся по увлекательной тропе исследования и попробуем соединить (порой несоединимую) теорию с практикой выставочного дела. Для этого обратимся к инструментам менеджмента и попробуем в каждой конкретной библиотеке создать свою собственную архитектуру выставочного пространства.

### **МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК МЕТОД И КАК ПРОЦЕСС**

Выставочную деятельность необходимо моделировать, планировать и проектировать в контексте общих задач, целей и поступательного развития библиотеки. Выбирать главное, развивать лучшее.

*Моделирование* – один из методов (функций) управления, требующий не только определенных знаний, но и целостного взгляда на выставочную деятельность и возможности осуществления ее в конкретной библиотеке.

Моделирование выставочной деятельности предполагает определение целей, системы ценностей, тематики и проблематики

экспозиционной работы, наличие необходимых ресурсов и художественных средств.

Наиболее вероятными в шкале ценностей, на которые следует опираться в выставочной работе, можно назвать дружелюбность, высокую информативность, комфортность предоставления информации.



**Моделирование — это и метод исследования, и процесс построения модели с целью управления реальным объектом.**

**Моделирование выставочной работы — это создание модели функционирования системы выставок в пространстве библиотеки и определение механизма ее поддержки.**

Моделирование включает этапы:

1. Выработка определенной концепции выставочной деятельности каждой библиотеки (обозначение круга тем и проблем в зависимости от значимости и направлений деятельности библиотеки; подготовка видового перечня выставок, и, соответственно, дополнительных (сопутствующих) услуг и сервисов).
2. Определение необходимых ресурсов (технические средства, финансирование, подготовленный персонал).
3. Моделирование выставочного пространства как органичной части внутрибиблиотечного и внешнего пространства.

Каждая библиотека соответственно собственным целям и задачам моделирует выставочную работу с учетом ее специфики; определяет, какие требуются выставки и сервисы для осуществления полноценного обслуживания пользователей, какие ресурсы необходимо заложить, с кем взаимодействовать, на кого ориентироваться. И здесь необходимо продумать концепцию такой системы выставок, которая бы отвечала этим целям и задачам, освещала бы с помощью экспонирования выявленный перечень

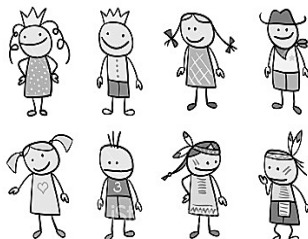
проблем, включала бы пути и средства эффективной подготовки выставок, определяла бы стратегию выставочной работы.

Результаты этих процессов лучше всего оформить в рамках проектов (программ), которые будут соответствовать общим целям развития организации, а в некоторых случаях, и корректировать ее стратегию. Это могут быть проекты приобретения выставочного оборудования, организации локальных зон обслуживания, участия во внешних выставочных мероприятиях и т.д. Выставочное дело должно стать важной составляющей планирования деятельности каждой отдельно взятой библиотеки.

## КАКИЕ ВЫСТАВКИ НУЖНЫ НАМ?

Какие выставки нужны Вашей библиотеке и Вашим читателям? Ответ на этот вопрос мы не раз получали в ходе мозгового штурма «Моделирование выставочной деятельности библиотек».

**Какие выставки  
нам нужны?  
Такие, какие нужны  
нашим читателям!**



Занятие предполагало построение модели необходимых выставок с учетом социально-демографической структуры пользовательской аудитории, экономического профиля района, миссии, целей, задач и состава фонда конкретной библиотеки. Вслед за участниками мозгового штурма попробуйте «поиграть» в эту игру, как в один из способов создания модели выставок в публичной библиотеке на примере отдаленного сельского поселения, муниципальной городской библиотеки и столичной городской библиотеки.

**А.** Вы долго работаете в глубинке? Посмотрите на все глазами человека, который только что приехал сюда, полон свежих впечатлений и хочет обновлений.

**Б.** В силу обстоятельств переезжаете в город. Вас ждет новая перспективная работа в муниципальной библиотеке.

**В.** И наконец, Вы столичная дама. Возможно, вслед за мужем (или наоборот) приезжаете в Москву и продолжаете свою деятельность в одной из столичных библиотек.

Проанализируйте, какие выставки станут основой экспозиционной работы в каждой из перечисленных библиотек? И сопоставьте свои ответы с ответами, предложенными слушателями в процессе учебных тренингов.

**Отдаленное сельское поселение.** Единственный культурный центр – библиотека. Сибирская глубинка часто ассоциируется с краем медведей, жаль, что их нельзя рассматривать как потенциальных читателей в силу того, что они, так уж случилось, не охвачены образовательными процессами. Можно, конечно, сделать хорошую выставку «В медвежьем углу» или «В раю медвежьем», которая будет агитировать за сохранение экологии лучше, чем прямые лозунги и призывы «Не сорить!», «Сохранить!», «Сберечь!».

На кого будет рассчитана модель? Рассмотрим основные группы пользователей библиотек глубинки.

Для детской аудитории организуем выставки как части интерьера — территории чтения в помощь учебно-познавательному процессу и рекреативному чтению.

Пожилое население. Для них библиотека – зона отдыха, общения. Их привлекут выставки тематические, по интересам, жанровые.

Для всех категорий читателей – библиотека предоставляет возможность посредством социетальных, персональных, музейных экспозиций приобщаться к культурному наследию всего человечества, возможность быть в курсе всех важнейших мировых проблем, ощутить связь с миром.

Исходя из вышесказанного, строим модель. Внутрибиблиотечное пространство оформляется максимально комфортно, по-домашнему. Выставки должны стать продолжением уютного интерьера, вписываясь в пространство как органическая часть. В библиотеке организуются выставки:

- Стеновые – с информацией о библиотеке, подчеркивающей ее особенность и отличие от других социокультурных объектов
- Тематические, социетальные, жанровые

- Краеведческие уголки, наглядно демонстрирующие совмещение библиотекой функций архива и музея, с местным колоритом и атрибутикой, альбомами («Люди в лицах»), воспоминаниями старожилов и т.д.
- Передвижные выставки, расширяющие представление о мире (совместные проекты с районной библиотекой, музеем, школой искусств).

Попробуйте предложить еще что-либо с учетом местной специфики. Обоснуйте свое решение.

**Муниципальная городская библиотека.** Культурно-досуговых центров в городе достаточное количество. Читательская аудитория разнообразна, большое количество работников предприятий, студентов, служащих и т.д. Потребности в деловом чтении преобладают. В то же время больше возможностей утолить культурные запросы, выше интеллектуальный уровень населения.

Модель строится согласно данным анализа состава читательской аудитории. Рассмотрим типическую структуру, которую Вы вправе дополнить, исходя из собственных представлений.

В данную модель включаем выставки:

- Стеновые – с информацией о библиотеке, подчеркивающей ее особенность и отличие от других библиотек
- Концептуальные – рассчитанные на достаточно высокий интеллектуальный уровень читателя
- Жанровые – одинаково хороши для любой публичной библиотеки
- Просмотры новинок – одно из сильнейших средств привлечения читателей в библиотеку
- Виртуальные выставки – технические возможности городских библиотек выше.

**Столичная городская библиотека.** Культурно-образовательных центров здесь более чем предостаточно. Еще большая дифференциация читательской аудитории. Сильный разрыв в интеллектуальном уровне у большей части читателей. Высокие культурные запросы. Потребности в деловом чтении удовлетворяются специализированными библиотеками. Большой

процент одиноких людей, что является одной из характерных черт мегаполисов.

Модель сориентирована на удовлетворение культурных и досуговых потребностей местных жителей. Библиотека здесь является местом отдыха и общения для своего микрорайона.

Модель включает:

- Выставочные галереи, залы, где работа ведется с привлечением партнеров по социокультурной деятельности, местных знаменитостей, объединений по интересам
- Тематические, в том числе концептуальные выставки
- Просмотры новинок
- Выставки персоналий
- Персональные выставки (именитых читателей).
- Жанровые выставки
- Выставки-презентации
- Выставки-ярмарки.

А какие выставки из данного перечня Вы включили бы в список необходимых для своей библиотеки?

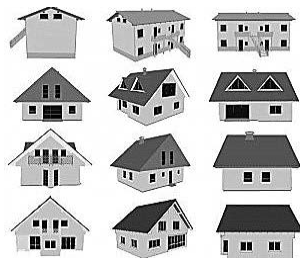
## **МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЫСТАВОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Целостный взгляд на выставку предполагает органическое размещение ее в пространстве библиотеки. Такое пространство, во-первых, можно рассматривать как обустройство библиотеки в пользу читателя с целью комфортного предоставления информации.

Во-вторых, оно должно отвечать функции Памяти и вписаться в культурный ландшафт без очерченных границ — как в самой библиотеке, так и за ее пределами. Модели могут быть самыми разными, зависит это от профиля библиотеки, от умения ее персонала отвечать потребностям и идти навстречу интересам пользователей в вопросах предоставления информации. Сегодня выставкам отводится ключевая роль в организации информационно насыщенного, эмоционального, фирменного пространства, которое определяет лицо библиотеки. Именно выставка становится отличительным признаком, позволяющим выделить библиотеку как

среди других библиотек, так и среди социокультурных учреждений в целом.

**Выставка —  
идентификационный  
признак, делающий  
отличным библиотеку от  
других социокультурных  
учреждений.**



Ниже, в качестве примера, предлагается одна из моделей организации выставочного пространства в публичной библиотеке.

### **БЛИЖНЯЯ ЗОНА**

Организация Ближней зоны (холла, абонеента) ставит целью остановить внимание, «зацепить» посетителя. Удивить! Завлечь! Ближняя зона — это способ привлечь к чтению пользователей с неопределенными запросами. Сделайте максимальное, чтобы задержать внимание, нацеливайтесь на «родственную» аудиторию, удивляйте с помощью неординарных экспозиций, комфортной просмотровой зоны, удобств для групп пользователей. Как правило, на этой территории располагаются выставки-презентации библиотеки, ее истории, ресурсов, услуг, продуктов, мероприятий. В интерьере отсутствует подчеркнуто офисный стиль, но обязательно присутствуют стилевые элементы, подчеркивающие уникальность данной конкретной библиотеки. Порадуют пользователей удобные диванчики и столики со свежей периодикой.

Принципы Ближней зоны: регулярная смена декораций, постоянная смена впечатлений, позитивность и доброжелательность среды.

Для создания Ближней зоны возможно понадобится расширение территории, например, объединение холла и абонеента, перепланировка пространства. Все это воплощается с помощью проектов.



## ДЕЛОВАЯ ЗОНА

К деловой зоне можно отнести территории каталожного зала, справочно-библиографической и иных служб, отраслевых отделов. Здесь пользователь ищет ответы на запросы и вопросы, знакомится с мировым книжным и журнальным потоком, просматривает актуальную тематическую и отраслевую литературу.

Здесь проводятся комплексные выставки, выставки-просмотры в помощь профессиональному чтению, реализуются проекты совместных выставок. В интерьере и информационном дизайне присутствуют элементы офисного стиля, но в целом сохраняется эстетика и стилевые особенности библиотеки.



**Остановись, читатель,  
ты здесь главный!**

## ТЕРРИТОРИЯ «ПАМЯТИ МИРА»

Любая библиотека готовит выставки, отвечающие функции Памяти, сохранения культурного наследия. Этой цели могут служить выставочная галерея, холл, площадка, которые используются под тематические, персональные, мемориальные, музейные экспозиции. Екатерина Юрьевна Гениева считает, что «выставки могут быть организованы и в «нейтральных», «ничейных» зонах, иными словами, на границах, в промежутках отдельных локусов: тогда мы получаем представление о пересекающихся мирах, накладывающихся один на другой, перекрещивающихся и связанных в едином пространстве» (7).

Библиотеки прибегают к зонированию пространства в зависимости от состава и потребностей пользовательской аудитории, организуют игровые зоны, личные кабинеты, зеленые уголки для

релаксации. Выставке найдется место на любой территории.

В таких зонах уместны проведение соответствующих мероприятий и продажа продукции библиотеки.

## **ВНЕШНЕЕ ВЫСТАВОЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО**

Сегодня библиотеки все увереннее ведут себя на внешнем культурном поле. Здесь в наибольшей степени требуются навыки и умения в области выставочного дела. Речь идет об участии в выставках краеведческих изданий, в межрегиональных обучающих мероприятиях, в территориальных праздниках, ярмарках и фестивалях.

Опираясь на опыт библиотек Томской области, можно назвать такие примеры, как ежегодный фестиваль «Томская книга», в выставочных экспозициях которого принимают участие не только местные издательства, но и другие организации города и области, в том числе и сами библиотеки, занимающиеся подготовкой и изданием печатной и электронной продукции. Или фотовыставка, подготовленная областной библиотекой для форума «Пятый лагерь сельских библиотекарей», которая содержала справочный и иллюстративный материал о библиотеках Томской области и включала раздаточный материал в виде образцов различных изданий библиотек области.

Наиболее популярными видами внешней выставочной деятельности библиотек являются стендовые выставки и выставки-просмотры.



**Выставка — код  
Библиотеки.**

**Библиотека — код  
Вселенной.**

Особую роль в расширении выставочного пространства библиотеки играет виртуальная выставка — смотровая площадка для продвинутых пользователей. Она способна увеличить посещение

сайта за счет пользователей из самых разных уголков, куда проникли компьютерные технологии, привлечь в библиотеку новых читателей, установить благоприятные контакты с пользователями, услышать эмоциональную оценку своей работы.

Основой виртуальных экспозиций могут стать материалы конкурсов, которые уже сами по себе оригинальные произведения, новинки литературы, краеведческие коллекции.

## **ПРОЕКТ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ МОДЕЛИ В ЖИЗНЬ**

Проект — процесс и способ реализации модели в жизнь, ее прототип и прообраз. Выставочная деятельность, рассмотренная в формате проектов, улучшает качество библиотечного обслуживания, придает творческий импульс всей работе.

Выставка может быть составляющей имиджевой кампании, частью акции или программы привлечения к чтению, а может являться самостоятельным проектом.

Так, сотрудники библиотечно-эстетического центра г. Асино Томской области создали оригинальный проект выставки-дайджеста, она же выставка-трансформер.

Речь идет о цикле выставок-дайджестов «Романовы: триста лет служения народу», подготовленном для участников исторического клуба «Факел», а также для читателей, интересующихся историей Родины, историей династии Романовых. В цикл вошли выставки: «Первый царь династии Романовых – Михаил Федорович», «Петр I – Первый Император Всероссийский», «Екатерина II – Великая Самодержица», «Николай II – последний из династии Романовых».

Каждая выставка-дайджест была снабжена рекомендательными списками литературы и путеводителями. Кроме того, выставка-дайджест является своего рода трансформером, так как после завершения её работы выставка разбирается и на базе выставочных материалов собирается печатный комплект дайджестов и рекомендательных списков литературы. Комплект может использоваться многократно: как справочный материал, как руководство по чтению или для развертывания экспозиции в любом другом месте.

Многофункциональность, мобильность, компактность, удобство использования и наглядность взаимодействия разных структур библиотеки для создания выставки-дайджеста, а также редкая до сегодняшней поры возможность сохранения авторского замысла и особенностей оформления на неограниченный срок – все это является свидетельством уникальности проекта и перспективности его широкого использования в библиотечной практике.

Показательным является опыт создания выставки как части программы в библиотеках Кожевниковского района Томской области. С целью привлечения населения района к книге, чтению, создания привлекательного образа читающего человека был проведен районный фотоконкурс «Человек читающий», который вызвал у жителей района неподдельный интерес. В конкурсе приняли участие жители из 17 населённых пунктов. Выставка конкурсных работ экспонировалась в Центральной библиотеке, в парке культуры и отдыха. Презентация ее прошла в помещении районной администрации. Далее выставка с успехом путешествовала по селам района как часть программы по привлечению к чтению.

## **ПЛАНИРОВАНИЕ В ПРОЕКТЕ**

План — это выполнение «технической стороны» проекта: какие действия следует осуществить, кто ответственный. И все это по срокам и датам.

Планирование выставочной деятельности предполагает наличие собственного плана и его «прописку» в общих и текущих планах библиотеки.

**Качество выставки —  
качество библиотеки.**



Планируйте то, что реально осуществить, тогда сохраните свое время и ресурсы. Качество экспозиционной работы от этого только выиграет.

## **ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ**

**Организация выставочного дела – это процессы (лишнее исключите):**

- Определение необходимого перечня выставок
- Проектирование выставочной среды
- Планирование необходимых ресурсов
- Подготовка выставочной экспозиции
- Соответствующее обучение персонала
- Создание творческой группы
- Планирование связей
- Формирование идеи выставки.

**Постоянные посетители библиотек сел «глубинки»:**

- дети
- работоспособная часть населения
- пенсионеры
- студенты.

**Какую выставку (как часть интерьера) Вы организовали бы в своей библиотеке для**

- своего мужа
- начальника мужа
- заезжего иностранца
- подростка, «пропадающего» за компьютером.

## РЕЗЮМЕ

1. Модель выставочной работы и модель выставки – это не одно и то же. В первом случае речь идет о модели управления системой объектов (выставок), в другом – о системе функционирования объекта (выставки).
2. Цена выставки тождественна ценности, которую она представляет в глазах посетителя.
3. Библиотека – это одна большая экспозиция, исполненная в фирменном стиле.
4. У вас мало площади, нет места для выставок? Превратите свой фонд в одну большую экспозицию. Остальное сдайте в макулатуру.
5. Ближняя зона – это как слово. От того, что Вы произнесете на первой встрече, зависит, захотят ли Вас увидеть во второй раз.
6. Сколько сил вы затратите на обустройство выставочного пространства, столько посетителей к вам придет.
7. Мемориальные площадки увеличивайте за счет виртуальных площадей.
8. Делайте больше выставочных проектов, и Вы поймете, что это лучшие проекты.
9. Выставка – код Библиотеки. Библиотека – код Вселенной.

# Часть III. Методика подготовки библиотечной экспозиции

## МЕТОД — ДЕЙСТВИЕ.

### АЛГОРИТМ — ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ

Если о типологии выставок существуют различные мнения, отчего в работах разных авторов она выглядит неодинаково, то в вопросе подготовки экспозиций имеется единый подход и общие закономерности. Эти закономерности составляют методику подготовки библиотечных экспозиций.

*Метод* — (от др.-греч.— путь) — шаг, действие.

*Методика* — систематизированная совокупность методов, приёмов, способов, техник выполнения определенной работы. В нашем случае — это свод правил (алгоритм, последовательность), знание которых позволит нам существенно повысить вероятность решения задач, связанных с подготовкой выставки.

*Алгоритм подготовки выставок* подобен последовательности подготовки проекта и включает 4 этапа:

- I. Аналитический
- II. Предвыставочная работа
- III. Работа на выставке
- IV. Итоговый.

В свою очередь, этапы состоят из процессов, каждый из которых обеспечивается набором действий (приемов, методов).

Последовательность процессов:

- Выработка концепции
- Техническое обеспечение
- Подготовка специального места
- Художественное оформление
- Рекламное обеспечение
- Библиографическое сопровождение
- Проведение выставки
- Послевывставочная работа.



УЧЕБНЫЙ КУРС  
«Выставочная деятельность библиотек»  
ТОУНБ им. А.С. ПУШКИНА

Томская областная универсальная научная библиотека им. А. С. Пушкина

Отдел библиотечного развития

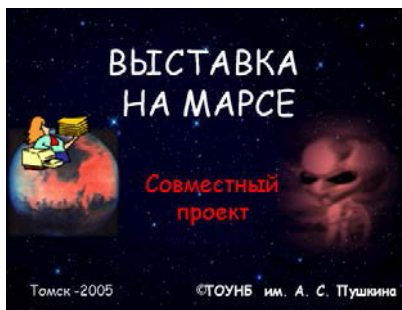
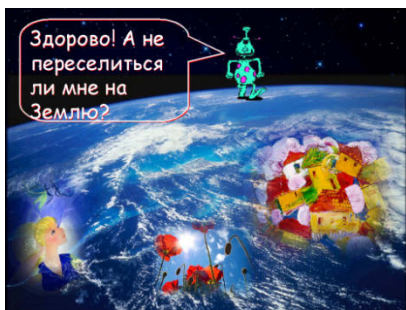
Выездной учебно-методический центр

# ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК



© Тарашенко А.А.

© ТОУНБ им. А.С. Пушкина



©ТОУНБ им. А. С. Пушкина

## СТЕНДОВЫЕ ВЫСТАВКИ



Выставка как часть мероприятия  
«Большой праздник книги»



Выставка на фасаде центральной библиотеки  
Асиновского района

## ПЕРЕДВИЖНЫЕ ВЫСТАВКИ



К 10-летию фестиваля «Томская книга»  
(ТОУНБ им. А.С. Пушкина)



К Празднику села Мельниково  
(Центральная библиотека Шегарского района)

## ВЫСТАВОЧНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ



25 января  
16:00

Открытие выставки

### НАШ ВЫСОЦКИЙ

- книжно-иллюстративные материалы
- фонотека
- апробиты из частных коллекций поклонников творчества
- открытый микрофон
- фотовыставка Дома Высоцкого на Таганке

К. Маркса, 14  
Вход свободный



К 75-летию В.С. Высоцкого  
(ТОУНБ им. А.С. Пушкина)

## ВЫСТАВКА-РАЗВАЛ



Центральная детская библиотека села Каргасок

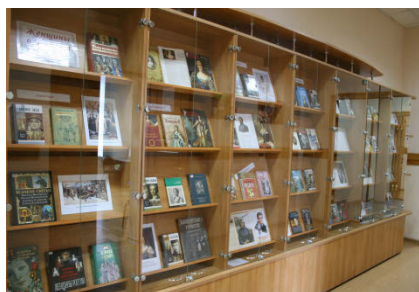
## ВЫСТАВКА-ПРОСМОТР



ТОУНБ им. А.С. Пушкина



**ВЫСТАВКА В ИНТЕРЬЕРЕ  
(ТОУНБ им. А.С. Пушкина)**



## ВЫСТАВОЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО БИБЛИОТЕКИ



Центральная библиотека г. Колпашево



Центральная библиотека Чаинского района

## ВИРТУАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ

библиотека"

# Парабельское краеведение

[Главная](#) | [Регистрация](#) | [Вход](#)

### ТАЕЖНЫЕ ЛЮДИ

#### ТАЕЖНЫЕ ЛЮДИ история и традиционная культура селькупов

История селькупов неразрывно связана с рекой Обью и ее притоками (Парабелью, Васюганом, Тьмом, Кетью) в Томской области, реками Пур и Таз в Ямало-ненецком автономном округе и рекой Турухан в Красноярском крае. Постепенное расселение селькупов из бассейна Оби к северу на Таз, затем на Турухан и Пур привело к обособлению двух групп – южной (нарымские селькупы) и северной (тазово-туруханские селькупы), разделенных между собой ваховскими хантами и елогуйскими кетами. С течением



Иллюстрация: М.И. Сидорова. М.: Издательство «Арктика», 2008 г.

Выставка «Таежные люди»  
(Межпоселенческая библиотека Парабельского района)

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«БИБЛИОТЕКА»  
г. Колпашево, Томская область

### Интернет-зависимость

#### новая болезнь нового века

Вы любите часами сидеть в интернете? Просыпаться утром, первым делом хотите включить компьютер и проверить почту или новые сообщения на форуме? Сидите в сети, а час пролетит незаметно? Тогда, это не легкое расстройство, а скверная, другая проблема. О том, к чему она может привести и как от нее избавиться, читайте в нашей выставке.

Правильная интернет-зависимость?

А это опасно?

Нужно ли мне от интернет-зависимости?

Узнать больше...



Выставка «Интернет-зависимость»  
(Центральная библиотека г. Колпашево)



Исключение какого-либо процесса создания выставки ведет к тому, что ее качество снижается, а следом снижается и интерес пользователей к экспозиционному мероприятию. Это означает, что при подготовке экспозиции последовательность процессов требуется соблюдать, но к набору действий можно относиться избирательно, чтобы не загромождать экспозиционную работу ненужными деталями.

## I ЭТАП АНАЛИТИЧЕСКИЙ

Аналитический этап состоит из процессов:

- Определение темы, проблемы выставки
- Определение читательского и целевого назначения
- Разработка концепции
- Утверждение макета.

Выставка — это площадка, где ведется борьба за потенциального пользователя. Такой подход предполагает серьезное изучение, уяснение и обоснованность предлагаемой тематики и проблематики будущей экспозиции, актуальность и тщательную проработку предполагаемой темы, читательского адреса и возможных результатов.

**Концепция выставки.** Подготовка выставочных экспозиций — это сложный творческий и технологический процесс. Секрет и хороших, и плохих выставок, как правило, кроется в удачной или неудачной концепции выставки. Поэтому ключевым процессом на первом этапе является создание концепции.



**Выставка станет более эффективной, если будет спланирована и проведена с учетом анализа всех факторов. Не следует пренебрегать отдельными процессами во избежание последующих неизбежных просчетов.**

Если раньше, работая над экспозицией, говорили о «выборе темы», то сейчас все больше — о «концепции». Когда говорят «слабая выставка», то, прежде всего, подразумевают, что концепция выставки ни на что не годна. Когда восхищаются выставкой, то отмечают такие элементы концепции, как свежий авторский взгляд, насыщенное содержание и оригинальность подачи материала. Важно изначально осознать, что разработка концепции является важнейшим этапом построения выставки, ее визуального, эмоционального и логического рядов.

## ЕЩЕ БОЛЬШЕ О КОНЦЕПЦИИ

Снова вернемся к самому главному, ключевому процессу в подготовке выставки — разработке концепции.

**Концепция** (лат. – понимание, система) — определенный способ понимания, трактовки какого-либо предмета, явления, процесса, основная точка зрения на предмет, руководящая идея.

**Концепция выставки** — это представление о том, какова должна быть выставка (формирование модели выставки), и видение того, как эта выставка будет восприниматься пользователями.

Концепция выставки предполагает:

- выявление проблемы
- определение целей
- формирование замысла выставочного проекта и идеи его осуществления
- определение организационных и технических средств подготовки экспозиции
- подготовку содержательной части
- художественные средства
- рекламную кампанию: организацию мероприятий по привлечению к выставке внимания пользователей библиотеки и широкой публики
- декларирование своего видения раскрываемой темы
- привлечение партнеров для создания совместных проектов.

Обратите внимание, что ключевые слова в построении концепции: проблема, цели, замысел, идея, содержание, средства,

партнерство, т.е. любая выставочная экспозиция строится по апробированным проектным технологиям, а каждая выставка — это новый проект.

Главным в построении любой концепции является замысел.

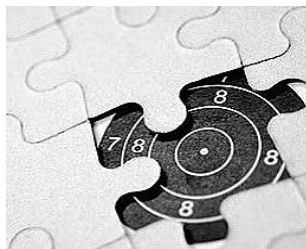
**Замысел** строится на основании изучения и уточнения источников, освоения общей проблематики и аспектов проблем, уяснении точки зрения автора. Параллельно формируется система взглядов и представлений о предмете, личная позиция, видение, аргументированная трактовка будущей экспозиции, и, наконец, идея подачи материала.

**Идея** должна быть значимой, оригинальной, с набором признаков, отличающих одну выставку от другой. Ее следует пропитать новым видением, внутренней логикой, что несомненно отразится в элементах экспозиции и ее конструкции.

Воплотить общий замысел, передать необходимые идеи и соответствующие образы призван определенный набор оформительских средств, способы подачи экспозиционного материала, акценты стиливых решений (ретро, модерн, хай-тек...), то, что сделает выставку произведением искусства.

**Концепция —  
это идея и формат  
ее воплощения.**

**От замысла до модели  
— таков путь формирования  
концепции.**



Нарушение в логической цепи процессов подготовки экспозиций, экономия на временных и ресурсных затратах, отсутствие четко выраженной позиции экспозиционера ведут к последующим неизбежным просчетам.

Формирование концепции можно считать завершенным, если вы способны ответить на вопросы:

- Что хотите сказать?
- Для чего и кого готовите мероприятие?
- Каким образом предполагаете выразить свою позицию?

В зависимости от ответов станет понятным возможность осуществления замысла в реальности (см. также 13).

## **ЕЩЕ РАЗ О КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ВЫСТАВКЕ**

Наиболее трудно сделать выставку, в основу которой положена сложная концепция, отличная от традиционных по замыслу и наполнению. Попробуем, используя нестандартный ход, проследить за процессом выработки концепции такой выставки на примере тренировочного проекта одной из библиотек.

Задание в рамках тренинга заключалось в создании модели выставки совместно с другим партнером по социокультурной деятельности. Одна из групп готовила совместный проект выставки библиотечно-эстетического центра и клуба садоводов-любителей.

Участники остановились на выставке, которую назвали «Во саду ли, в огороде». Эпиграфом были взяты слова Марины Цветаевой: «За этот ад, за этот бред пошли мне сад на старость лет». Пространство выставки включало всю библиотеку.

### ***Абонемент:***

- Выставка литературы в помощь садоводам-любителям
- Стенд со схемой расположения экспозиций.

### ***Читальный зал:***

- Выставка «Вальс цветов», включающая как живые цветы, так и флористические композиции
- Выставка домашних рецептов «С грядки да в коробок».

### ***Детский отдел:***

- Выставка поделок из выращенного материала «Чудо-огород»
- Выставка-викторина «Овощные фантазии».

Свой проект коллеги классифицировали как концептуальную выставку. Давайте разбираться – так ли это?

Выставка размещается по всей библиотеке. Это аргумент.

Но концепция вполне в традиционном (на сегодняшний день) духе, нет нового видения, глубины, оригинальности, не прослеживается авторский стиль.

Сама цитата не соответствует заголовку: философский, глубоко эмоциональный и пронзительный смысл строк М. Цветаевой

дисгармонирует с детским частушечным названием выставки. В то же время, как название праздника или ярмарки с данным перечнем мероприятий, оно выглядит вполне уместно.

Попробуем данный проект «дотянуть» до «концептуальной выставки», т.е. возьмемся за корректировку самой концепции. Будем исходить из того, что библиотечно-эстетический центр обладает достаточными ресурсами по искусству, а клуб садоводов-любителей может отлично представить предметный ряд и наполнить содержание экспозиций особой теплой, земной и радостной атмосферой. Рассмотрим несколько вариантов.

**«Украшим мир садами».** Такая экспозиция – возможность рекламирования дополнительных отраслевых разделов: ландшафтный дизайн, художественная фотография. Выставочные рамки расширяются – это может быть и отдельное поселение, и целый мир.

**«Когда цветут сады в душе» («Сад как состояние души»).** Главное в этой экспозиции – состояние души, эмоциональный подъем, который всегда придает экспозиции использование живописи. Можно обратиться к полотнам известных художников, запечатлеть сады знаменитостей – сад А. Чехова<sup>4</sup>, сад Л. Толстого. Сад Антона Павловича цвел почти круглый год – одни растения сменялись другими. Каждый участок яснополянского сада Льва Николаевича имеет до сих пор свое название: Старый сад – первый яснополянский сад, Красный сад – рядом с домом Толстого, Молодой сад – посажен в начале 80-х годов XIX века, сад «Клины» – восстановлен Л.Н. Толстым в память о матери. В этой экспозиции желательно использовать и фонд художественной литературы.

**«Бабушкин сад».** Уроки доброты (Природа морали). Все выставочные экспозиции можно раскрыть под этим углом зрения. Включить в них фотографии реальных бабушек и их садовых участков, а также дары природы. Очень много иллюстративного материала можно почерпнуть для выставки из Интернета.

**«Сад моих грез».** В экспозицию включить современное искусство — оригинальные живописные работы, поэтические

---

<sup>4</sup> Вспомним из «Вишневого сада»: «Вся Россия — наш сад. Земля велика и прекрасна»... и т.д.

шедевры. Здесь большой простор для фантазии и смелых творческих решений.

*«Сначала был сад».* В выставке используются ресурсы отраслевых отделов – религии, философии.

*«Сады – а не война! Природа, а не свалка!».* Для экспонирования привлекаем литературу экологической направленности.

А если все это объединить единым стилем, символами, авторской интонацией, то получим как раз концептуальную выставку с общим названием **«Когда весь мир — сад!»**. Здесь присутствует своя философия, ярко выражена авторская позиция: весь мир — сад! А когда мир — сад, то не нужны войны, свалки, жестокость и нелюбовь.

Остальное домысливайте сами.

## ВЫСТАВКА КАК ОТВЕРЖЕНИЕ ТЕКСТА

Если концептуальная выставка — это ГИПЕРТЕКСТ, то выставка-настроение — это ОТВЕРЖЕНИЕ ТЕКСТА. Она – антипод концептуальной выставки или ее разновидность (20). Ее смысл – создавать настроение и определенный настрой, камерность. Поэтому выставку можно включить в программу мероприятий или как часть мероприятия. Единственно допустимый текст на такой экспозиции — это название. Изобразительный ряд должен быть точным и выразительным и производить глубокое эмоциональное впечатление. Атрибутика, как составляющая эмоционального ряда, призвана способствовать организации гармоничной среды, обращению к миру тонких чувств, влиянию на духовную сферу человека.



### **Выставка-настроение — это**

- ✓ Взгляд на выставку через чувственный мир образов и символов.
- ✓ Настрой на «одну волну».
- ✓ Это отвержение ТЕКСТА.
- ✓ Это то, что остается после ТЕКСТА.

Выставка-настроение может быть парадоксальной и нести эффект неожиданности как, например, выставка-настроение «Воспоминание о лете». Концепция заключалась в том, что выставка должна была экспонироваться в библиотеке в январские морозы, когда обыватели обычно думают только о теплой одежде и согревающем очаге родного дома. Изобразительный ряд экспозиции составили фотографии летних пейзажей и иллюстрации живописных работ художников: лужаек с грибами, цветами и детьми, туристических троп, морских пляжей. В качестве атрибута предметного ряда — несколько засушенных головок полевых цветов, образующих полянку в центре экспозиции. Выставка «Воспоминание о лете» имела большой успех. От нее веяло солнечной энергией, радостью от того, что зима когда-нибудь закончится и наступит оно самое. Смотреть экспозицию приходили по несколько раз, приводя с собой друзей и родных.

С другой стороны, выставка-настроение может, что называется, «попасть в струю» — уловить общий настрой и создать определенный фон для выражения чувств. Приведем пример одной такой выставки «Дождь в городе» из цикла «Настроение города».

Дождь в городе — это как потоп, как сплин, как отчаяние, как проводник к теплу, уюту, к мягким домашним существам.

Иллюстративный ряд составили иллюстрации, содержащие архитектуру и колорит городских улиц: дождь, фонари, пузыри на лужах, забрызганные машины, мокрые лица, людские силуэты («Новая Москва» Ю.И. Пименова, «После дождя» А.М. Герасимова, дожди и чувства в картинах художников Андре Кона, Грегори Тилкера, Степана Бородулина, лучшие образцы художественной фотографии и т.д.). Атрибутивный ряд — кот, глядящий на дождь через мокрое стекло. Музыкальный ряд — русский шансон (М. Шуфутинский «Петербургский дождь»).

«Дождь в городе» объединяет людей в общем настроении, в схожих чувствах. Это создает доверительную атмосферу, способствует общению, смягчает и располагает людей друг к другу.

## II ЭТАП

### ПРЕДВЫСТАВОЧНАЯ РАБОТА

Подготовку к открытию выставки надо начинать заранее. Нужно соблюсти все важнейшие условия, все действия, без выполнения которых не обойтись.

Предвыставочная работа состоит из процессов:

- Техническое обеспечение
- Подготовка специального места
- Художественное оформление (конструирование)
- Рекламное обеспечение
- Библиографическое сопровождение.



**Предвыставочная работа — вторая ступень к успешной выставке.**

**Это огромный труд, но здесь не требуется тратить лишние деньги и совершать немислимые подвиги, достаточно просто разработать четкий план по подготовке, а потом последовательно его выполнять.**

Предвыставочная работа нацеливает на максимально возможное число посетителей. Это техническая работа, обеспечивающая жизнедеятельность выставки на всех этапах — от стадии воплощения до завершения. Работа проходит заранее или по японскому принципу «в самый раз», исключает спешку и авралы (28). Выставочный проект осуществляется в определенные сроки, включает ответственных за его исполнение.



## ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Техническая сторона подготовки экспозиций включает в себя процессы выбора и систематизации элементов, обеспечивающих текстовой, иллюстративный и атрибутивный (предметный) ряды выставки.

*Подбор и систематизация документов*, выбор которых зависит от цели выставки, читательского адреса; от таких критериев отбора, как информативность, научность, новизна, красочность материала, популярность и других, соответствующих назначению выставки.

*Выбор элементов и аксессуаров выставки* — печатных, предметных, художественных.

Элементы печатные или «знаковые аксессуары» представляют печатный ряд и включают в себя:

- название выставки
- рубрики, заголовки
- цитаты, аннотации
- символика
- читательские отзывы, викторины, игровые элементы
- графики, таблицы, цифровые выкладки.

Печатные аксессуары составляют логический ряд выставки. Они призваны обеспечивать аналитическую подборку материалов по теме в различных ее аспектах. Особенно хорошо об элементах подготовки экспозиции, как, впрочем, и о выставке в целом, написала Слава Григорьевна Матлина. Сошлемся на ее работы (20, 21, 22), особенно на пособие «Привлекательная библиотека, или Что может реклама» (21), которое должно быть настольной книгой в каждой библиотеке.

Главнейший элемент выставки — ее название. Требования к названию: социальная направленность, смысловая многозначность, краткость, совпадение названия с целевым назначением и заявленной темой, нетривиальность формулировки, избегание штампов. Обыгрывание местных особенностей — еще один выигрышный вариант названия.

При выборе названия требуется не только инициатива, но и определенная смелость, фантазия, личная ответственность, т.к.

мнение «высоких товарищей» может не совпадать с авторской позицией.

В своей совокупности печатные элементы должны раскрывать содержание темы, а в ряде случаев и эмоционально подпитывать. Текстовая перенасыщенность снижает восприятие. Книги сами по себе мало что способны рассказать, и, чтобы возникло желание их прочесть, нужны эмоциональные подходы.

**Предметные аксессуары** – натуральные предметы, модели, детали, макеты, муляжи, бутафории, мемории. Предметы являются смысловым центром экспозиции. Их не должно быть много. Иногда достаточно одного. Предметные аксессуары способствуют развитию образного мышления, переключению внимания, отдыху зрения читателя. Но главное их достоинство — это эмоциональный способ привлечения к экспозиционным материалам, сильнейший аргумент «за» и «в пользу» выставки.

Россыпь патронных гильз, солдатская каска или красная роза и свеча лучше всяких заголовков подскажут читателю, о чем пойдет речь. Так, выставленный рядом с выставкой «150 лет полиции» полицейский мотоцикл привлек к экспозиции невероятное число посетителей.

Все чаще занимают свое достойное место в библиотечных экспозициях так называемые мемории (памятные вещи и старинные предметы), используемые как предметные аксессуары, имеющие музейную ценность и историко-этнографическое значение.

**Составить из различных элементов выставки единое целое, соподчинить идее выставки, не отвлекать от книг, а помогать раскрывать их содержание — это настоящее искусство, которое достигается лишь опытным путем.**



**Художественные аксессуары** – важнейшие элементы художественного обеспечения выставки: картины, коллажи, плакаты, чаще всего фотографии, декоративные элементы, драпировки, цветы.

Они составляют изобразительный (иллюстративный) ряд композиции, создают эмоциональный фон и облегчают последовательность смены впечатлений.

*Мультимедийный ряд (или звуковой)* — еще одно новшество в выставочном деле. Он состоит из таких элементов, как музыка, слайд-шоу из фотографий, фрагментов видео- и кинофильмов с музыкальным сопровождением. Подобно гиду звуковой ряд позволяет усилить желание ознакомиться с экспозицией, не навязывая, а завлекая, «втягивая» в выставочное пространство.

## **ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛЬНОГО МЕСТА**

В преддверии выставки проводится подготовительная работа, составляется план мероприятий, включая монтаж и демонтаж экспозиции, если выставка находится вне пределов библиотеки. В плане определяются расходы, при необходимости составляется смета, покупается оборудование, определяется время работы.

Главными составляющими подготовки будущей экспозиции будут: обеспечение свободного доступа, использование выставочного оборудования, определение места, удобного для обозрения. Этой цели служит специально подобранная мебель: стенды различных конфигураций, вращающиеся стеллажи, стеклянные витрины, столики и прочее. Выставочное оборудование должно соответствовать современным эстетическим представлениям и техническим возможностям библиотеки.

В подготовительный этап входит также подготовка специалиста, работающего на выставке. Он должен иметь необходимые навыки и опыт работы с различной читательской аудиторией, вести себя уверенно, быть общительным, контактным, улыбчивым и дружелюбным. Необходимо заинтересовать посетителей в материалах экспозиции. С этой целью будьте внимательны, доброжелательны, заручайтесь доверием, налаживайте личные контакты. Это касается, в первую очередь, работы на стендовых экспозициях. Но опытный экспозиционер необходим на любой выставке, тем более, если он является автором выставочного проекта.

В этот же период готовятся презентация, раздаточная продукция библиотеки, лотереи, розыгрыши.

## ХУДОЖЕСТВЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ. ДИЗАЙН

Художественно-изобразительное оформление выставок — один из самых трудоемких процессов при подготовке выставок, требующий наличия определенных навыков и художественного вкуса. Продумывание оформления сулит постоянные горькие мучения, а иногда и блистательный результат.

Правильный выбор художественно-изобразительных средств способствует гармоничному восприятию выставки, положительно окрашенному эмоциональному настрою. Учиться этому следует всю жизнь.

Обратим внимание на следующие аспекты художественно-изобразительных решений:

- Художественное конструирование (приемы архитектурно-композиционного решения экспозиции)
- Цветовые решения
- Стилистика
- Фитодизайн.

*Конструирование* обычно является самым слабым местом в оформлении выставок. Здесь больше всего допускается ошибок. Чтобы избежать их, воспользуйтесь апробированными методами:

*Композиционный метод* — это способ распределения объектов в пространстве экспозиции, включающий в себя организацию объема выставки: компоновку оборудования, размещение аксессуаров под разным углом зрения. Структура экспозиции обусловлена местом расположения и композицией из книг и экспонатов. Предметы необходимо расположить в определенной логической последовательности, обеспечив удобство их осмотра и подчеркнув их уникальность. Существует даже термин «предметная аранжировка» — художественное творческое размещение экспонатов в соответствии с замыслом выставки.

*Метод перспективы (обзорность)* — распределение экспонатов для лучшего обозрения. В любой экспозиции ударным является левый верхний угол, привлекающий большую часть внимания. Крупные объекты в центре уравниваются более легкими, но удаленными от центра. В этом проявляется принцип сбалансированности. Учет объемности, освещения, ракурса,

возможность не просто окинуть выставку взглядом, но и обойти вокруг. Для этой цели используют специальные конструкции — пирамиды, цилиндры.

**Метод группировки** заключается в логике подачи материала: от простого к сложному; от общего к частному и т.д. с учетом симметрии, равновесия, пропорциональности, соразмерности и некоего ритма (повторяемости).

**Метод насыщенности** — учет психологических закономерностей восприятия, особенностей зрения, выражающийся в чередовании концентрации и рассеивания взгляда, поэтому вокруг книг должны быть поля отдыха для зрения или просто свободное пространство.

**Метод контраста** — прием, часто используемый в плакате, позволяющий избежать уныло-монотонного впечатления и добиться броскости, яркости экспозиции, повышения ее привлекательности. Достигается эффект контраста включением цветовых и шрифтовых соотношений, необычной компоновкой художественных, атрибутивных элементов и текста.

**Цветовые решения** — один из важнейших факторов оформления. Цветом и его воздействием на человека занимается новая область знания – прикладная цветопсихология (практическая колористика). Цвет несет в себе информацию, которая способна влиять на настроение, на жизненные силы человека, его эмоциональное состояние.

Вот несколько основных правил, которые необходимо использовать в оформительской работе:

Выставочные витрины и стеллажи лучше строить на *цветовом контрасте*, тогда выставка привлечет внимание, заработает на читателя. Для придания контрастности следует выбрать красный или синий цвет в сочетании с черным на белом фоне.

Синий – свидетельствует об утонченности вкуса. Его хорошо использовать для оформления вечеров литературно-музыкального салона.

Зеленый – «волевой» – используется на пригласительных билетах для встречи с интересным собеседником.

Красный цвет подчеркивает ощущение опасности, символизирует агрессивность и импульсивность.

Черный – придает ощущение катастрофы. Эти цвета используются в выставках проблемной тематики.



**Цвет — удивительный инструмент, помогающий человеку быть в гармонии с собой и окружающим миром, своеобразный ресурс хорошего настроения.**

Надписи лучше выполнять в трех цветах: один для общей информации, другой для основных элементов заголовков или символики, третий для фона.

Для шрифтов основных текстов, заголовков, фирменных знаков лучше пользоваться темным цветом.

Важно знать, что теплые, активизирующие цвета – красный, оранжевый, желтый. Холодные, успокаивающие – голубой, синий, фиолетовый. Нейтральные цвета – зеленый, серый.

Удачными сочетаниями цветовых решений считаются черный с желтым, черный с оранжевым, черный с золотым или серебряным, красно-бело-синий, белый на красном или на синем или зеленом.

Атрибутивными цветами считаются зеленый и голубой (темы природы и экологии), красные тона — для красных дней календаря, черный, красный и коричневый — для проблемных выставок.

Не стоит забывать о фирменных цветах, принятых в вашей организации. Эти цвета объединят все выставочные композиции одним фирменным стилем и придадут им особый колорит.

**Стилистика.** Стилистические приемы используются в практике оформления выставок с целью придать экспозиции большую яркость и выразительность, соответствие авторскому замыслу (см. подробнее 21).

**Стилистика — это «два в одном» — сам человек и его индивидуальность.**

**Стиль – как хрусталь: от чистоты его зависит блеск.**

*В. Гюго*



Текст сообщения должен заключать в себе логические и эмоциональные компоненты. Следует избегать лишних слов, канцелярских оборотов, ориентироваться на разговорный стиль. При этом придерживаться правила: «Истинный вкус в чувстве соразмерности и сообразности». Почаще использовать юмор. Юмор способствует коммуникабельности, повышению энергетики, ломает стереотипы, заставляет мыслить нетрадиционно, парадоксально.

**Фитодизайн** — это еще один из приемов, использующихся при подготовке экспозиций. Это искусство оформления растениями, создание цветочных композиций, способствующих позитивному настрою, хорошему настроению, целостному восприятию экспозиции.

На выставках часто используют такие элементы флористики, как композиции из злаковых, болотных трав, веток кустарников, крупных цветов.

Элементы природы (камни, корни, коряги, ракушки, листья, шишки, травы, рыбы, животные), используемые в оформлении выставки, способны создать незабываемую композицию, придать необычные акценты. Это огромное преимущество по сравнению с традиционными решениями оформления. Размещение природных и искусственных компонентов можно заменить наклейками и стикерами, имитирующими фрагменты природы и ее отдельных представителей.

## РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

Рекламное обеспечение любого мероприятия — необходимый инструмент маркетинга. Существует множество способов распространения информации, рассчитанных на различные группы пользователей и направленных на привлечение внимания и поддержание интереса к объекту рекламирования.

Библиотечная выставка также является способом и одним из видов рекламы информационных ресурсов. В то же время она сама нуждается в рекламе. Таких средств в арсенале организации достаточно много:

- Устная реклама
- Сайт

- Работа со СМИ
- Почтовые рассылки по электронным адресам
- Персональные приглашения
- Оригинальные приглашения в форме флажков, книг, талисманов, логотипов выставки.

**Устная реклама** – устная информация о готовящемся мероприятии. Читатель будет польщен и тронут вниманием к нему, если приглашение будет исходить из уст самого библиотекаря.

**Сайт** — одно из самых популярных на сегодня средств распространения рекламы библиотечных выставок, ориентированное как на потенциальных, так и на активных читателей. Здесь можно размещать анонсы о предстоящих выставках, пресс-релизы, а также сами виртуальные выставки. Проанонсировать выставку можно в социальных сетях, особенно если ее тематика касается интересов молодежной аудитории.

**Работа со СМИ.** Основными приемами работы со средствами массовой информации являются пресс-релизы и пресс-конференции как составляющие информационно-рекламного обеспечения мероприятия.

**Пресс-релиз** – официальное сообщение (или краткое объявление) в СМИ, в котором, согласно главному репортерскому правилу, рассказывается: кто, что, когда, где, почему и как.

Структура пресс-релиза:

- Краткое изложение новости или события
- Наиболее важные подробности события, цитаты и разъяснения
- Практическая информация о месте и времени события, а также контактная информация.

Заголовок пресс-релиза должен раскрывать его основную тему, быть ярким, выразительным, запоминающимся.

Суть сообщения необходимо сконцентрировать в первом абзаце. Остальные абзацы дополняют, раскрывают и комментируют передаваемое сообщение. Все необходимые подробности, содержащиеся в тексте пресс-релиза, рекомендуется располагать в порядке их значимости.

При написании пресс-релиза необходимо стремиться к максимальной ясности и конкретности формулировок, давать информацию без преувеличений и искажений, использовать хорошо



проверенные источники информации и только достоверные данные. Недопустимым считается неправильное написание в тексте фамилий и имен, названий должностей и организаций.

**Пресс-конференция** — встреча представителей библиотеки с журналистами, на которой происходит обсуждение вопросов, связанных с тематикой мероприятия. Информация, озвученная на пресс-конференции, должна быть социально значимой, актуальной, близкой и понятной нуждам населения, в достаточной степени эмоциональной.

Цель пресс-конференции — налаживание деловых контактов между библиотекой, властью и журналистами.

Продолжительность — один-два часа.

Эффективность пресс-конференции прямо пропорциональна числу публикаций в соответствии с полученной на встрече информацией.

**Приглашения.** Как правило, это рекламный листок, выполненный в разнообразных формах, или буклет, предназначенный для конкретного лица, с указанием места и времени предполагаемого мероприятия.

Текст в приглашении строится с эффектом заманивания. Вежливое обращение в начале, затем информация о мероприятии. В конце эмоциональное ударение («Вас ждут сюрпризы и подарки»), как прием побуждения читателя к действию.

Функции приглашения могут выполнять рекламные листовки — одно- или двухстороннее малоформатное издание без сгибов с информацией что, где, когда и иллюстрируемое фотографиями или рисунками.

**Почтовые рассылки по электронным адресам.** При использовании рекламы следует очень избирательно относиться к выбору средств. Как говорится, что подойдет немцу, то для русского — смерть. Если для молодежи лучше размещать рекламу на сайте, для ребятишек подойдет устная реклама, для всех категорий — СМИ, то для деловой части населения лучше всего делать почтовые рассылки по электронным адресам. Преимущества этого вида рекламы очевидны. Почтовые рассылки — еще одно средство привлечения новых пользователей в библиотеку. Электронная почта не отнимает много времени, сохраняет средства, позволяет выявить круг пользователей для индивидуального информирования. Для

этого круга в дальнейшем уместно рассылать персональные приглашения на библиотечные мероприятия.

**Выставка – выносной офис Вашей организации.**  
Все это при условии, что идея выставки пропущена через собственный организм, через сердце и голову. В то же время она сама нуждается в рекламировании: заявленная в СМИ, Интернете, через плакаты и приглашения, она начинает работать на Ваш имидж.



*Конкурс.* Своеобразной рекламой и формой привлечения внимания к выставке может стать конкурс (эрудит-конкурс, читательский марафон, творческие конкурсы). Важно, чтобы его итогом стало размещение конкурсных работ на экспозиции для всеобщего просмотра и одобрения.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ**

Как продолжение рекламной составляющей и как отдельное очень важное обеспечение выставки рассматривается библиографическое сопровождение.

Выставочные экспозиции обеспечиваются несколькими рядами библиографической информации (3). Для публичных библиотек интерес представляют библиографические указатели (или списки литературы для небольших выставок), иллюстрированные проспекты и каталоги, которые экспонируются наряду с другими документами. Они существенно дополняют выставку, способствуют раскрытию темы, могут служить руководством для углубленного чтения.

Целесообразно результат большого труда по созданию

выставки оформлять в виде указателя, картотеки или электронной базы, чтобы потом использовать их для различного рода справок, для последующего издания или представления в сети Интернет.

## III этап

### РАБОТА НА ВЫСТАВКЕ

Эффективность предвыставочной работы нужно умело подкреплять активной работой на самой выставке. Однако такая работа довольно часто игнорируется специалистами общедоступных библиотек. Существует даже негласная традиция — сделана выставка и с глаз долой. На самом деле все только начинается.

Работа на выставке предполагает процессы:

- Презентация выставки
- Обзоры и консультации
- Налаживание связей и контактов
- Раздача бесплатной рекламной и библиографической продукции.

### ПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЫСТАВКИ

*Презентация* — открытие выставки, представление и рекламирование ее с помощью различных библиотечных и неблиотечных средств, публичное представление нового.

Искусство презентации включает в себя:

- Официальную часть, содержащую в себе элементы устной презентации — развернутый доклад или сообщение, раскрывающее цели и задачи, выступление «отдельных товарищей» и «заинтересованных лиц», обзор, представление экспозиции, книг и авторов.
- Художественную (творческую) часть. Это может быть театральное действо, когда ведущие выступают в различных театральных костюмах, мантиях, народных одеждах. Это использование мультимедийных материалов, фрагментов фильмов и прочее. Все зависит от возможностей и творческой фантазии ее создателей.

**Электронная презентация.** С развитием компьютерных технологий в презентацию выставки стало модным включать электронную презентацию. Чаще всего ею и обходятся.

Электронная презентация состоит из 4-х основных элементов:

- Создание слайдов
- Сценарий презентации
- Доклад с указанием на те разделы, которые будут обсуждаться подробнее, план слайдов
- Раздаточный материал – приглашение, содержащее основные элементы доклада, которое поможет слушателям следить за ходом презентации и расскажет о ее основных моментах тем, кто на презентацию не пришел.

Презентация не зря считается лучшей формой представления экспозиции. Готовиться она должна очень тщательно, ведь, согласно известной расхожей фразе, произвести достойное впечатление на ней можно только один раз.

Методы, используемые при подготовке презентации:

- Ударное начало — риторический вопрос к аудитории, на который ответит сам ведущий
- Изложение материала — от истории вопроса к перспективам на будущее
- Использование шуток, пословиц, крылатых фраз для облегчения контакта со слушателями.



**Сформулируйте  
свою идею в начале  
и в конце презентации.  
Скажите им, что вы  
собираетесь сказать.  
А потом скажите,  
что вы им сказали.**

Цель презентации — произвести хорошее впечатление, повысить осведомленность аудитории в определенных вопросах, показать полезность библиотеки, ее ресурсов, услуг, продуктов.

## ОБЗОРЫ И КОНСУЛЬТАЦИИ

*Обзор на выставке* — это устная форма рекламы и средство продвижения фонда библиотеки. Обзор содержит информацию о выставке в целом, ее тематике, задачах, особенностях и короткое изложение справочного или рекомендательного характера представленных на экспозиции документов, расположенных в определенной логической последовательности.

- Краткая структура обзора:
- обоснование значимости и актуальности темы
- раскрытие структуры обзора
- характеристика материалов выставки, ее особенностей, интересных деталей
- резюме
- ссылка на другие источники информации по теме.

Проведение обзоров (как и консультирование) лучше поручать специалистам, лицам, «кровно» заинтересованным в раскрытии темы. В их числе могут быть опытные библиографы или создатели экспозиции, хорошо знакомые с выставочными материалами. Сегодня обзоры почти всегда проводятся с использованием слайдов электронных презентаций.

*Экскурсии по выставке.* Наряду с обзорами, а теперь все чаще вместо них, около выставки проводятся экскурсии. Экскурсия — это облегченный (беглый) вариант обзора. На экскурсии выставку представляют как достопримечательность, отмечая вклад библиотеки в мировую культурную сокровищницу.

*Консультирование у выставки* — еще одно направление работы на масштабных, крупных выставках — выставках-ярмарках, отраслевых просмотрах. В рамках консультирования проводятся объяснения, даются советы по использованию материалов экспозиции, а также оказывается помощь в решении вопросов, связанных с информацией.

## НАЛАЖИВАНИЕ СВЯЗЕЙ И КОНТАКТОВ

Работа на выставке — это способ привлечения большого количества потенциальных читателей в библиотеку, что подтверждается разнообразной библиотечной практикой.

Взаимодействие специалиста и посетителей на выставке отражается положительно на статусе библиотеки в обществе. Благоприятный тон общения приводит к установлению новых контактов, к взаимовыгодному совместному творчеству и сотрудничеству. Особенно удачно налаживаются контакты на стендовых, персональных выставках и выставках, организованных с участием самих читателей.

### **РАЗДАЧА БЕСПЛАТНОЙ РЕКЛАМНОЙ И БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Среди образцов рекламной продукции, предлагаемых на выставке, можно назвать как наиболее используемые: буклеты, путеводители по выставке, листовки, проспекты, календарики и книжные закладки с символикой выставки и библиотеки, сувениры.

**Рекламные сувениры** — самая популярная продукция на любом мероприятии. Это разнообразные предметы с использованием термопечати, гравировки, штамповки, шелкографии: майки, кепки, футболки, ручки, чашки, блокноты, пластиковые пакеты, кружки, игрушки. Сувениры являются методом поддержки престижа библиотеки, знаком обслуживания (26). Они должны отвечать критериям исключительности, необычности, полезности и соответствовать статусу пользователя.



**Сувениры как элемент  
бизнес-коммуникаций  
являются удачным  
подарком на деловой  
встрече и используются  
для раздачи на выставках,  
презентациях,  
конференциях.**

Рекламная значимость сувенирной продукции повышается, если она содержит, помимо фирменной атрибутики библиотеки (ее логотипа, слогана, фотографии здания и т.п.), некоторые другие, чаще всего адресные сведения. Например, на почтовой открытке,

пластиковой сумке отражаются не только здание библиотеки или части ее интерьера, но и сведения об адресе и режиме работы.

## IV ЭТАП

### ИТОГОВЫЙ

Выставка завершена. Однако расслабляться рано! Новый этап работы не менее важен, чем все предыдущие.

Процессы послевыставочной деятельности:

- Расформирование экспозиции.
- Подведение итогов. Оценка эффективности выставки – анализ достижения целей выставки (статистические и качественные характеристики).

Итоговый период — время анализа и оценки, когда готовятся прогнозы и корректируются планы экспозиционной работы, позволяющие избежать прежних ошибок, выявляется достойное и уникальное, что есть в библиотеке и что следует развивать и продвигать, следуя пословице «Хороший конец — всему делу венец».

Мы подошли к заключительному этапу в подготовке выставочных экспозиций. Итог наводит на мысль, что выставочные процессы, как и все вокруг, универсализируются и формализуются. Это может означать, что однажды все процессы примут цифровой формат и станут обязательной инструкцией по применению (относительно всех субъектов, занимающихся выставочным делом). Каким образом впишутся в цифровой код «творческий подход», «авторская позиция», «собственное видение», пока не ясно. Ясно другое: требования к экспозиционной работе будут только повышаться. Значит, придется использовать маркетинговые инструменты, делать точные расчеты, просчитывать эффективность библиотечных мероприятий.

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ — ЭТО ОТДАЧА

Какова же реальная польза от выставок? На данный вопрос мы пытались ответить на протяжении всего изложения. Пришла пора выделить главное.

Наиболее значимые параметры эффективности выставки:

- количество просмотров экспозиции
- число выданных документов
- число заявок на документы, размещенные на экспозиции
- появление новых пользователей
- появление новых связей
- резонанс в прессе
- опросы
- отзывы
- принцип сравнения с предыдущими подобными выставками.

Эффективности выставки способствует точное определение целевой аудитории и идеального потребителя, владение темой, знание представленных на экспозиции материалов, реклама и средства PR. Необходимо анализировать причины неудач (плохая организация, недостаточный бюджет, неподготовленность персонала, отсутствие четких целей) и улучшать процессы подготовки новых выставок. Польза библиотечной выставки прямо пропорциональна усилиям, вложенным в нее.

Сегодня библиотека является не просто хранилищем знаний, а производством, перерабатывающим информацию в продукцию, пользующуюся спросом на интеллектуальном потребительском рынке. И если библиотека — фабрика по переработке информации, то выставка — одна из упаковок этой информации, причем в самой привлекательной форме.





**Эффективная выставка — это такая выставка, от которой вы ждете отдачи:**

- ✓ увеличение числа читателей и почитателей
- ✓ увеличение выдачи документов
- ✓ улучшение имиджа и усиление значимости библиотек
- ✓ партнерские связи и материальные выгоды.

## **АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ ВИРТУАЛЬНОЙ ВЫСТАВКИ**

Подготовка виртуальной выставки становится актуальной темой. Ею интересуется все большее число библиотечных специалистов. Разочарует или обрадует большинство из них тот факт, что технология (методика) подготовки у всех выставок, какими бы разными они не были, одна и та же, в том числе для виртуальных экспозиций.

Ниже рассмотрим алгоритм выставки, созданной в программе презентаций Power Point. Используя приложение 1 в качестве практического задания, проведите сравнение и сопоставление, сделайте выводы.

**Вы прочитали пособие.  
Готовы ли Вы заняться  
экспозиционной работой?  
Если нет, то начните  
читать сначала.**



Алгоритм подготовки виртуальной выставки состоит из процессов:

- Разработка концепции и модели выставки
- Техническое обеспечение: сканирование фотографий, текстов, оформление слайдов
- Дизайн и анимационное оформление.
- Просмотр и учет недостатков
- Проведение презентации.

Виртуальные выставки хранятся на компакт-дисках. Они могут стать частью медиаурока или иного мероприятия.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

**Пресс-релиз — это (вычеркните лишнее):**

- кто
- что
- отчего
- почему
- зачем
- как.

**О чем идет речь?**

Вначале следует вежливое обращение, затем информация... В конце Вас ждут сюрпризы.

**Для каких категорий пользователей в качестве рекламы используются почтовые рассылки? Что служит альтернативой обзору на выставке? Стоит ли ждать материальных выгод от выставки?**

## РЕЗЮМЕ

1. Алгоритм — это последовательность процессов и действий, обеспечивающих эти процессы.
2. Создайте выставку-настроение, и Вы увидите рядом с собой едино чувствующих единомышленников.
3. Хотите, чтобы выставка жила долго? Запечатлите ее в электронном формате.
4. Лучшие проекты — это совместные проекты.
5. Эффективная выставочная деятельность — это моральные и материальные дивиденды и улучшение показателей библиотечной статистики.
6. Самая лучшая концепция та, которая еще впереди.
7. Идея — душа концепции. Выставка — ее плоть.
8. Игнорируйте все процессы и постройте выставку-инсталляцию.
9. Причина плохих выставок кроется в нас самих. Посмотрите на мир шире — справа архив, слева рынок.

## ПОСЛЕСЛОВИЕ

Настоящее методическое пособие дает широкое представление о выставочной работе публичной библиотеки. Автор надеется, что круг затронутых вопросов, их содержательная составляющая и форма представления являются хорошей почвой для дальнейшего профессионального исследования, поиска собственных творческих решений, привлечения инициативных людей и создания команды единомышленников. Особенно это касается подготовки экспозиций, где нужны кооперация, объединение усилий, генерирование идей и общее видение перспектив развития выставочного дела.

*Дорогие коллеги!*

*Уважайте себя и своих читателей!*

*Не позволяйте книжным полкам покрываться пылью!*

*Дерзайте!*

*Создавайте эффективные выставки!*

*Ищите и находите!*

**ПУСТЬ УСПЕХ СТАНЕТ ОПРЕДЕЛЯЮЩЕЙ ЦЕННОСТЬЮ И  
ГЛАВНЫМ КРИТЕРИЕМ ВСЕЙ ВАШЕЙ ВЫСТАВОЧНОЙ РАБОТЫ!**

## ЛИТЕРАТУРА

1. Артемьева, Т.В. Молодые в библиотечном деле: праздник профессионального мастерства // Новая библиотека. – 2003. – № 4. – С. 4–6.
2. Ашервуд, Боб. Видимая библиотека: гл. 5: Наглядная информация // Библиотечное дело. – 1992. – Вып. 4–6. – С. 13–15.
3. Борисова, Ольга Олеговна. Технология стендовой рекламы в библиотеке / О.О. Борисова // Мир библиографии: науч.-практ. и культ.-просвет. журн. / ЛИБЕРЕЯ–БИБИНФОРМ; Ю. Мухачев. – М. – 2003. – № 5. – С. 30–35.
4. Виноградова, Г. «Но жив талант, бессмертен гений» // Библиотека. – 1998. – № 2. – С. 35–38.
5. Выставки // Бородина, В.А. Библиотечное обслуживание: учеб.-метод. пособие / В.А. Бородина. – М.: Либерия, 2004. – С. 64–67.
6. Выставочная деятельность библиотек: методика организации выставок / А.А. Таращенко / Томск. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина. – Томск, 2004. – 32 с.
7. Гениева, Е.Ю. Культура как способ разрешения конфликтов: роль библиотек // Науч. и техн. б-ки. – 2006. – № 1. – С. 53–54.
8. Голдина, И. И. Нетрадиционная выставка – это своевременно! // Библиотека. – 2003. – № 1. – С. 23–24.
9. Елисеева, Т. Р. Стремятся к нам и стар, и млад // Библиотека. – 2003. – № 11. – С. 47–49.
10. Есина, А.А. Выставка-конкурс как форма работы по читательскому развитию подростков // Молодые в библиотечном деле. – 2005. – № 9–10. – С. 117–124.
11. Збаровская, Н.В. Виртуальные помощники // Библиотека. – 2003. – № 10. – С. 45–47.
12. Збаровская, Н.В. Выставочная деятельность публичных библиотек / Н.В. Збаровская. – СПб. : Профессия, 2004. – 224 с. – (Сер. «Библиотека»).
13. Зыков, О. Выставочная работа публичных библиотек. – Л., 1990. – 56 с.
14. Качалина, В.В. Выставочная работа Британской библиотеки // Библиотековедение. – 2001. – № 3. – С. 94–102; № 4. – С. 97–104.

15. Киселева, Л. В поисках визуальной культуры. // Библиотека. – 2007. – № 4. – С. 41–45.
16. Книжная инсталляция: постмодернистские формы массовой работы в публичной библиотеке // Электрон. ресурс: [http://postlibperm.blogspot.com/2010/07/blog-post\\_7729.html](http://postlibperm.blogspot.com/2010/07/blog-post_7729.html)
17. Комисарова, Л.Д. Метод стендовой презентации в библиотечном менеджменте // Социально–психологические технологии в работе современной публичной библиотеки. – М., 2003. – С. 25–32.
18. Кузнецова, Е.Б. Выставочная работа библиотек в вопросах и ответах / Е.Б. Кузнецова / под ред. Т. В. Рудишиной. – М.: Чистые пруды, 2006. – 32 с. – (Библиотечка «Первого сентября». Серия «Библиотека в школе». Вып. 4 (10).
19. Маликова, Л.В. Библиотечные книжные выставки–ярмарки // Научные и технические библиотеки. – 1997. – № 10. – С. 28–34.
20. Матлина, С.Г. Книжные выставки — обычные и необычные / С.Г. Матлина. – М.: Чистые пруды, 2008. – (Библиотечка «Первого сентября». Сер. «Библиотека в школе. Вып. 19). – 28 С.
21. Матлина, С.Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама. – М., 1997. – 96 с.
22. Матлина, С.Г. Реальность и метафизика библиотечного пространства // Библиотечные технологии: наука о мастерстве . – 2011. – № 1 (07). – С. 2–5.
23. Методика организации тематических выставок в школе – Электрон. ресурс : <http://referatoff.net/r22092/>
24. Муллон, Т.А. Арзамасские путешествия во времени // Библиотековедение. – 2002. – № 1. – С. 97–98.
25. Мусина, О., Лаптева, О. Книга никогда не уйдет из человеческой цивилизации // Библиотека. – 1999. – № 8. – С. 23–24.
26. Мылюева, А.Ф. Коллективное творческое дело «День рождения оловянного солдатика» // Школьная библиотека. – 2005. – № 7. – с. 29–30.
27. Мэндел, Стив. Навыки эффективной презентации: [пер. с англ.] / Стив Мэндел .– СПб.: Нева, 2003 .– 88, [1] с.: ил., табл.; 20 см. – (На пути к успеху).
28. Новейшие тенденции в выставочной деятельности библиотек /

- Гос. публ. науч.–техн. б–ка России; [сост. Е.М. Ястребова] .– М.: [ГПНТБ России], 2006 .– 102 с.; 20 см.
29. Олзоева, Галина Кирилловна. Массовая работа библиотек : учеб.–метод.е пособие / Г.К. Олзоева .— М. : Либерея–Бибинформ, 2006 .— (Сер. «Библиотекарь и время. XXI век» ; Вып. 43) . – С. 38–52.
  30. Павлова, И.А. Библиотечный интерьер: требования и задачи // Научные и технические библиотеки. – 2001. – № 7. – С. 48–51.
  31. Пантюхова, Т. Визитная карточка библиотеки // Библиотека. – 2000. – № 4. – С. 43–45.
  32. Пантюхова, Т. Каждый проект – это образ моря с иллюзией движения // Библиотека. – 2007. – № 10. – С. 66–68.
  33. Перечень основных источников информации о выставочной деятельности // Справочник информационного работника / науч. ред.: Р.С. Гиляревский, В.А. Минкина. – СПб.: Профессия, 2005. – (Сер. «Библиотека»). – С. 433–437.
  34. Протопопова, Е.Н. Опыт организации персональных выставок литературы // Научные и технические библиотеки. – 2001. – № 11. – С. 49–52.
  35. Савельева, Г. В. Книжная выставка как путь к читателю в информационном пространстве библиотеки // Школьная библиотека. – 2005. – № 7. – С. 26–29.
  36. Савкина, Светлана Владимировна (преподаватель Кемеровского государственного университета культуры и искусств (Кемерово)). Электронные книжные выставки как мультимедийный продукт / С.В. Савкина // Труды ГПНТБ СО РАН / [отв. ред. Б. С. Елепов] .– Новосибирск. – 2011 .– Книга в медиaprостранстве / отв. ред. И. В. Лизунова .– С. 346–350.
  37. Сам писатель и художник // Электрон. ресурс: <http://www.lyc.zelenogorsk.ru/project/lib/chitat.html>.
  38. Силеманова, Е. Реклама – не роскошь, а средство продвижения // Библиотека. – № 4. – 2000. – С. 14–16.
  39. Соколова, Н.П. Антропология без берегов: опыт современной выставочной работы в вузовской библиотеке // Библиотека. – 2004. – № 7. – С. 20.
  40. Справочник библиотекаря. – М., 2001. – С. 162–166.
  41. Справочник библиотекаря. – М., 1985. – С. 112–114.
  42. Стародубцева, Л. Актуальный проект для села: передвижная



книжная выставка // Библиополе. – 2008. – № 2. – С. 47–50.

43. Степанова, А.С. Шаги навстречу или в одном направлении? Что может интерактивная выставка / А. С. Степанова // Библиотечное дело. – 2011. – № 8. – С. 12–15.
44. Тарашенко, Александра. От энергии моря – к энергии знаний!: О черноморских пейзажах и о природе выставок / А. Тарашенко // Библиополе: издательская программа журнала «Библиотека» для муниципальных библиотек / отв. ред. В. Крахотина . – М. – 2007 . – № 11 . – С. 19–20 .
45. Тумарь, В.Н. Оформление экспозиций: поиск новых решений // Библиотека. – 2003. – № 2. – С. 78.
46. Формы массовой работы в библиотеке. – Минск, 1984. – С. 36–42.
47. Черник, Б.П. Информационные потоки на образовательных выставках // Сибирский учитель. – 2002. – № 6 (23). – С. 7–11.
48. Чиркова, Я.В. Выставка арте–факт или арте–шок // Творческий поиск 2001. «Методист – это звучит гордо». Ч. 1. – С. 50–57.
49. Ястребова, Е.М. Красиво, современно, технологично: архитектура и дизайн немецких библиотек // Научные и технические библиотеки. – 1994. – № 3. – С. 59–63.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

## АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ ВЫСТАВКИ

<p><b>I этап.</b> Аналитический</p>	<p>ВЫРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Определение темы</li> <li>– Определение читательского и целевого назначения</li> <li>– Разработка концепции</li> <li>– Утверждение макета</li> </ul>
<p><b>II этап.</b> Предвыставочная работа</p>	<p>ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Подбор и систематизация документов</li> <li>– Выбор элементов и аксессуаров</li> </ul>
	<p>ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛЬНОГО МЕСТА</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обеспечение открытого доступа</li> <li>– Использование специального оборудования</li> </ul>
	<p>ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ (конструирование)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Методы конструирования</li> <li>– Цветовые решения</li> <li>– Стилистика</li> <li>– Фитодизайн</li> </ul>
	<p>РЕКЛАМНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Приглашение</li> <li>– СМИ</li> <li>– Интернет</li> </ul>
	<p>БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Библиографические указатели</li> <li>– Путеводители. Дайджесты</li> <li>– Устные и письменные обзоры</li> <li>– Каталог выставки</li> </ul>
<p><b>III этап.</b> Работа на выставке</p>	<p>ПРОВЕДЕНИЕ ВЫСТАВКИ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Презентация выставки</li> <li>– Обзоры и консультации</li> <li>– Налаживание связей</li> <li>– Раздача рекламной и библиографической продукции</li> </ul>
<p><b>IV этап.</b> Итоговый</p>	<p>ПОСЛЕВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Расформирование экспозиции</li> <li>– Подведение итогов. Оценка эффективности выставки (статистические и качественные характеристики)</li> </ul>

## **ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ОБУЧАЮЩАЯ ИГРА «СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ»**

*Все участники игры делятся на две команды.  
Одна команда участвует в проекте, вторая выступает в роли наблюдателей.*

**Предлагаемая ситуация.** Сотрудники библиотеки (библиотек) в силу разных обстоятельств попадают на планету Марс. Местные аборигены никогда раньше не видели Землю и не имеют о ней ни малейшего представления.

**Задача.** С помощью выставки рассказать марсианам о нашей планете.

### **Действия 1-й команды:**

#### **1. Определение темы.**

##### **Варианты:**

- Рассказать о Земле как можно больше, используя максимум средств
- Показать эволюцию Человечества на Земле
- Показать сегодняшний облик Земли
- Поведать, как прекрасна Земля
- Другие варианты.

#### **2. Определение цели.**

##### **Варианты:**

- Дать представление о нашей планете, об истории человечества, о границах человеческого разума
- Предвосхитить возможности взаимного сотрудничества
- Вызвать доверие, дружеские чувства
- Другое.

### **3. Выбор названия и разделов темы.**

#### **Примеры:**

- Земля – планета людей
- Земля – дочь Вселенной
- Земля: Взгляд из Космоса
- Как прекрасна Земля!
- Люди с планеты Земля
- Планета Земля – Система Земля
- Мы – дети с планеты Земля
- Путешествие по планете Земля
- Удивительная планета Земля
- Тайны и загадки с планеты Земля
- Мы – сестры в семье Солнца
- Земля: Люди и лица
- На перекрестках цивилизаций
- Планета Земля: Культура. Наука. Техника
- Посетите планету Земля!

#### **4. Критерии отбора материала (выбрать не более четырех):**

- Наглядность
- Красочность
- Доступность
- Полнота охвата
- Достоверность
- Значимость
- Оригинальность.

#### **5. Определение концепции выставки с учетом:**

- Исторических, религиозных, философских, естественнонаучных, культурных аспектов
- Возможностей нашей конкретной библиотеки
- Возможностей привлечения к работе над выставкой заинтересованных лиц из других организаций
- Нового взгляда (глазами марсиан).

#### **6. Предложение вариантов оформления;**

- Знаковый: символы Земли, карты, тексты, схемы
- Иллюстративный: фотографии, иллюстрации, картины, гравюры
- Атрибутивный: макеты, муляжи, предметы, цветы и т.д.
- Звуковой: аудио-, видеоматериалы.

#### **7. Рекламное обеспечение:**

- Пресс-релизы в СМИ планеты Марс
- Приглашения
- Презентация.

**Готовим макет выставки. Защищаем проект.**

#### **Действия 2-й команды:**

##### **Оценка результатов игры:**

- Оценка созданного общими усилиями библиотечного продукта – выставки на Марсе
- Возможность осуществления данного предприятия в самой библиотеке
- Определение активности участников игры.

**1. Работа в группах по созданию модели выставки совместно с другим партнером по социокультурной деятельности:**

- Читальный зал центральной библиотеки – местный краеведческий музей
- Сельскохозяйственный отдел – Дом народного творчества
- Детский отдел – школа искусств
- Отдел обслуживания – школьная библиотека
- Библиотечно-эстетический центр – клуб садоводов-любителей
- Центральная библиотека – Областная универсальная научная библиотека.

**Модель выстраивается по следующим параметрам:**

- Выбор темы
- Определение целевого и читательского назначения
- Продумывание концепции выставки
- Формулировка названия и разделов выставки
- Краткая характеристика предполагаемой литературы
- Обоснование необходимых аксессуаров (знаковых, предметных, художественных, конструкционных), цветовых решений
- Библиографическое и рекламное сопровождение
- Презентация выставки
- Оформление макета выставки на листе А-4 или в электронном варианте.

## **2. Коллективное обсуждение и оценка предлагаемых моделей по критериям:**

- Актуальность (востребованность темы)
- Соответствие целевому и читательскому назначению
- Значимость содержания выставки
- Логичность изложения
- Оформление
- Общее впечатление.

Обсуждение аспектов работы проводится по **методике Эдварда де Боно «Шесть шляп мышления»**. Каждый участник выбирает шляпу определенного цвета и резюмирует результаты обсуждения в соответствии с выбранной установкой:

**Белая шляпа** – оценка фактов.

**Красная** – эмоциональная оценка.

**Черная** (коричневая) – критическое настроение.

**Желтая** – позитивный результат.

**Зеленая** – креативная, творческая оценка.

**Синяя шляпа** – обобщение.

**Выставка библиотечная** — это информационный продукт, созданный для определенной группы пользователей и поданный в особой демонстрационной форме.

- Это систематическое собрание различных типов и видов материалов, объединенных заранее заданным принципом отбора (тематическим, хронологическим и т.д.) с определенной закономерностью расположения и представления для обозрения посетителей.
- Основная форма наглядного представления литературы – комплекс специально отобранных и систематизированных произведений печати, предлагаемых читателям для обозрения и ознакомления с ними.
- Публичная демонстрация книжных фондов, способствующая наиболее полному раскрытию содержания этих фондов.

**Выставка-бенефис читателя** — интерактивная выставка, подготовленная как часть мероприятия — бенефиса читателя. Состоит из его любимых книг, с учетом личных пристрастий бенефицианта. Цель — реклама мероприятия и дополнительная рекомендация книг.

**Выставка-вернисаж (мини-галерея)** — экспозиция, предполагающая демонстрацию картин, репродукций, прикладного творчества, детских рисунков и т.д. Включает материалы об авторах, направлениях и видах искусства. Оформляется с учетом колорита той эпохи, которой посвящена выставка.

**Выставка-викторина** — нетрадиционная выставка, основу ее составляет блок книг, с помощью которых можно ответить на вопросы викторины. Информацию с вопросами размещают на самой выставке, раздают на листочках.

**Выставка виртуальная** — новая форма выставки и способ обмена информацией в виртуальном пространстве библиотеки, созданная согласно общим правилам подготовки экспозиций с использованием телекоммуникационных и компьютерных технологий.

**Выставка «вопрос-ответ»** — разновидность **выставки-**



**диалога**, своего рода заочное выполнение конкретных запросов читателей, с дальнейшим оформлением выставки с соответствующей литературой и библиографическим списком по теме.

**Выставка-гербарий** — разновидность выставок нового поколения, предполагает наличие собственно гербария и различных изданий о представленных растениях. Например: «Лекарственные растения», «Между страниц любимых книг».

**Выставка-диалог** — нетрадиционная выставка, основанная на вопросах юных пользователей, заданных на различные темы в письменной форме и опущенных в специальный ящик. Специалисты объединяют вопросы по определенным тематическим блокам, из которых формируются разделы выставки и названиями которых станут вопросы читателей.

**Выставка-диспут (-дискуссия, -полемика)** – интерактивная выставка, способ отражения актуальных печатных материалов, выражающих различные точки зрения на спорные вопросы. Посетителям предлагается выразить свое мнение, в том числе и в формате обсуждения по итогам выставки.

**Выставка-досье** — интерактивная выставка нового поколения, разновидность персональной выставки, наделенной новыми свойствами и создающаяся при активном участии читателей. Чаще всего, это читательская автобиография («Литературное досье читателя», «Из читательского формуляра»), отраженная на экспозиции в прочитанных книгах, цитатах, отзывах, ответах на вопросы анкеты, советах и рекомендациях. Желательно на выставке организовать встречу с автором, с его рассказом о прочитанных книгах и возможностью ответить на вопросы заинтересованных лиц. Такую выставку еще называют «выставка-бенефис читателя».

**Выставка жанровая** — выставка, призванная раскрывать содержание фонда художественной литературы или литературы по искусству по видам и жанрам.

**Выставка живая** — нетрадиционная выставка, сочетающая в себе текстовой ряд, иллюстративные материалы, а также живых существ, будь то рыбки, хомячки и другие представители живого уголка. В перспективе возможен и такой вариант «живой выставки», состоящий из «живых книг», как экспозиция из интересных людей по примеру «живой книги» и «живой библиотеки». Цели таких

выставок схожи — познакомить со всем многообразием природы, миром живых существ, в том числе, со сложным и уникальным миром человека.

**Выставка-загадка** — интерактивная выставка, включающая такой элемент игры, как наличие загадки, которую предлагается разгадать, ознакомившись предварительно с материалами экспозиции.

**Выставка-игра** — интерактивная выставка, включающая элементы игры, будь то театрализованное представление героев книг, разгадывание загадок о литературных персонажах, ситуационные игры. На выставку помещают книги, игрушки, поделки, связанные общей темой. Цель выставки — привлечение к чтению детей.

**Выставка-импульс**, как разновидность социетальных, посвящена острым проблемам, внезапным общественным темам, идеям, желанию привлечь к ним особое внимание, побудить к действию. Оформляется в плакатной технологии — броско и эмоционально.

**Выставка-инсталляция** — это взгляд на выставочную экспозицию как произведение искусства. Выставка в этом контексте рассматривается как пространственная композиция, построенная на неординарном сочетании книг, обыденных вещей, рождающих новые образы и смыслы. При этом экспозиции придается объемность, трехмерность, своеобразный формат 3D, внутри которого находится посетитель.

**Выставка интерактивная** — выставка нового поколения, главным свойством которой является интерактивность — наличие диалога между всеми участниками выставочных процессов, взаимный обмен информацией. Как правило, применяется в детской аудитории в образовательных целях. Включает игровые элементы, обмен мнениями, совместное творчество.

**Выставка-исследование** — интерактивная выставка, представляющая результаты исследования читательских интересов. Читателям предлагается составить свою «Золотую полку» лучших книг или «вырастить дерево», на листочках которого указываются любимые книги. Цель подобных выставок — побудить к размышлению, поиску, совместному творчеству.

**Выставка к знаменательным и памятным датам** — тематическая экспозиция к «красным» дням календаря, цель которой напомнить о событии, представить информацию о его истории, традициях, создать определенный настрой на праздник.

**Выставка-конкурс** отвечает задачам продвижения чтения и развития творческих способностей. Объявляется конкурс, связанный с тематикой выставки. Этапы:

- прочитать книги с выставки
- выполнить творческие задания — нарисовать иллюстрацию к книге, изготовить поделку, самодельную книгу
- подготовить экспозицию творческих работ, подвести итоги, наградить участников и победителей.

**Выставка концептуальная** по содержательному признаку является тематической. Концептуальная выставка — это искусство воплощения идеи в пространстве экспозиции из разрозненных элементов в единый гипертекст, что позволяет знакомиться с информацией в любой последовательности. Экспозицию можно создать в галерее, в холле, на лестничной площадке или «на местности». Картины, иллюстрации, тексты (книги, их фрагменты, цитаты), предметы и экспонаты, перформанс (представление), инсталляция — основные формы реализации идей концептуализма в выставочном формате.

**Выставка краеведческая (историко-краеведческая)** — разновидность тематических выставок, призванных раскрывать содержание фонда краеведческой литературы. Центральное место в экспозиции принадлежит краеведческим изданиям. В то же время они содержат материалы и атрибутику музеев и организаций, образцы литературного краеведения, воспоминания старожилов, предметы старины, фотографии, отражающие местную экзотику и историю края. Предполагает проведение экскурсий по экспозиции. Может стать частью экскурсионного маршрута.

**Выставка-кроссворд (выставка-чайнворд)** — выставка нового поколения в помощь образовательному процессу. Главный элемент — кроссворд (чайнворд). Вокруг него размещается литература с ответами и размноженные листочки с кроссвордами, которые можно заполнить дома.

**Выставка локальная** — это экспозиция, размещенная в

локальном пространстве отдела или подраздела фонда, призванная раскрывать фонды по отраслям или ограниченная узкой темой. Носит информационный или рекомендательный характер.

**Выставка мемориальная** — разновидность тематических. Выставка, посвященная жизни и деятельности лица, имя которого носит библиотека. Оформляется как музейная экспозиция.

**Выставка музейная** — разновидность тематических, основным элементом которой является экспонат — будь то документ, предмет, фотоматериал, тогда как библиотечная экспозиция строится вокруг книги как главного атрибута выставки.

**Выставка-настроение** — выставка нового поколения, по содержательному признаку является тематической. Ее смысл в создании особой атмосферы, особого настроения. Поэтому она чаще всего является частью программы мероприятий, хотя может быть организована как отдельное самостоятельное мероприятие или как цикл выставок. Выставка-настроение — это отвержение Текста. Единственно допустимый текст на ней — название. Главным в ней является изобразительный ряд, который должен быть точным, выразительным и производить глубокое эмоциональное впечатление. Дополняют выставку предметы атрибутивного ряда и музыкальное сопровождение. Книги в ней могут не носить самостоятельного значения, становясь элементом иллюстративного или атрибутивного рядов.

**Выставка незаслуженно забытых книг** — одна из разновидностей тематической, целью которой является напоминание и продвижение лучших образцов литературы, способствующих взаимопониманию поколений и сохранению преемственности.

**Выставка нетрадиционная** — выставка нового поколения, содержащая новые, нетривиальные подходы к концепции выставки, ее содержанию и оформлению. Отличительными свойствами ее являются интерактивность (открытый диалог между всеми участниками выставочных процессов), оригинальная трактовка темы, смелые оформительские решения, способствующие усилению зрелищности.

**Выставка одной книги, одного журнала, одной газеты или одной публикации** — экспозиция, тематическая по содержанию, построенная по общей методике с целью заинтересовать пользователя определенным документом. Разнообразный материал

привлекает внимание, раскрывает смысл документа, его значимость, побуждает к чтению.

**Выставка персональная** — разновидность тематических, связанных с жизнью и деятельностью определенной личности (персоны): видных деятелей культуры, политиков и поэтов, местных знаменитостей, проявивших себя в творчестве или работе. Материалы выставки посвящены конкретному человеку, рассказывают о его жизни и деятельности, включают его произведения и труды.

**Выставка-портрет** – то же, что и выставка персональная.

**Выставка-предостережение** — интерактивная выставка, социетальная по содержанию, по конструкционному признаку — стендовая. Призвана отвечать на острые вопросы современности с учетом мнения пользователей, выражающих свое отношение подписями на чистых листах стенда.

**Выставка-провокация** — интерактивная выставка, включающая такой элемент игры, как сознательные ошибки. Читателям предлагается найти эти ошибки и несоответствия теме в деталях выставки и сообщить о них организаторам.

**Выставка-просмотр** — это экспозиция, отражающая всю полноту изданий, имеющихся в библиотеке и отобранных по определенным критериям. По содержанию могут быть универсальными (выставки-просмотры новых поступлений), отраслевыми (в помощь профессиональному чтению), тематическими.

**Выставка-развал (книжный развал, тематический развал)** — разновидность **выставки-просмотра**, бессистемная (стихийная) экспозиция как способ косвенной рекомендации и средство вступить в диалог читателя с библиотекарем или другим читателем. Развал включает основной массив книг, сданных накануне другими читателями, а также издания, «подложенные» в качестве приманки самим библиотекарем.

**Выставка-размышление** — разновидность интерактивной выставки, тематической по содержанию, включающей в текстовой ряд размышления читателей по предложенному поводу. Размещение листков с размышлениями может происходить в процессе работы выставки по мере их сбора. Цель — обмен мнениями и косвенное продвижение литературы.

**Выставка-ребус** — разновидность выставок нового поколения в помощь образовательному процессу. В центре экспозиции размещается плакат с ребусом «Попробуй отгадай». Здесь же литература, с помощью которой можно найти ответы.

**Выставка-ситуация** — разновидность выставок нового поколения, отличительной чертой которой является возможность создать экспозицию самими читателями в зависимости от предложенной ситуации: «Эту книгу я возьму с собой на необитаемый остров», «Эту книгу я возьму в космическое путешествие» и т.д.

**Выставка-словарь** — разновидность выставок нового поколения в помощь образованию в целях объяснения новых терминов и определений. Организуется для школьников или студентов. Текстовый ряд составляют словари (энциклопедии, справочники) по теме и фактографическая информация, разъясняющая наиболее трудные понятия.

**Выставка-совет, -рекомендация** — разновидность выставок нового поколения. Книги подбираются по определенной теме, проблеме: «Как стать богатым и счастливым», «Как быстро выучить английский язык» и т.д. В текстовый ряд включаются фактографическая информация и рекомендательные списки литературы.

**Выставка социетальная** — тематическая выставка, посвященная социальной проблематике: вопросам политики, экологии, наркомании, преступности, белым пятнам истории и т.д.

**Выставка-стенд** — разновидность стендовой выставки, ограниченная тематикой определенного мероприятия: Дня открытых дверей, Дня информации, образовательных семинаров, конференций, круглых столов.

**Выставка стендовая** — краткое представление идей, фактов в форме плакатов с использованием знаковых и иллюстративных элементов. Является одной из самых мобильных и компактных форм экспонирования нашего времени, средством рекламы и справочного информирования о библиотеке, о ее услугах и возможностях, или частью мероприятия. Стендовые выставки условно разделяются на три вида: стендовая презентация, выставка-стенд (по определенной теме), выставка функционирования библиотеки и ее услуг.

**Выставка-сюрприз** — нетрадиционная (нестандартная) выставка, разновидность выставки-инсталляции, оригинальная по исполнению, с необычной компоновкой экспозиционных элементов — на опрокинутом стеллаже, с инсталляцией из книг в виде домика или винтовой лестницы, с горкой из старых компьютеров, с необычными предметными аксессуарами. Цель такой выставки — привлечь к чтению через удивление и игру.

**Выставка тематическая** — выставка, посвященная актуальным вопросам, связанным с общественными запросами в области политики, экономики, науки, техники, культуры и искусства. Цель – представить наиболее ценную литературу по определенной теме. Тематические выставки готовятся как отдельные экспозиции, циклами или как часть мероприятия. К ним относятся также выставки нового поколения: выставки-вопросы, -кроссворды, -словари, -советы, -факты, -дискуссии, концептуальные выставки и т.д.

**Выставка-тест** — разновидность выставок нового поколения, рассчитанная на подростков и молодежь, включает тесты и соответствующую теме литературу, где можно найти советы и рекомендации по результатам тестирования.

**Выставка традиционная** — выставка, основным элементом которой является книга, а главной целью — раскрытие содержания библиотечного фонда в различных аспектах. Чаще всего, это тематические и жанровые экспозиции, выставки-просмотры.

**Выставка функционирования библиотеки и ее услуг** — разновидность стендовой выставки, содержит справочную информацию о библиотеке для ее пользователей: об услугах, режиме работы, структуре, планах и мероприятиях, связях с общественностью и спонсорах. Такая выставка оформляется с элементами фирменного стиля организации и вписывается в общий информационный дизайн библиотеки.

**Выставка-хобби** — экспозиция, рассказывающая о разнообразном мире увлечений, включая читательские хобби. Элементы выставки самые разнообразные: коллекции, предметы прикладного творчества, книги по теме, иллюстративный материал, отзывы. Уместным дополнением к ней станут организация презентации выставки, встреч с участниками и проведение мастер-классов.

**Выставка-экскурсия** — разновидность образовательных выставок нового поколения, носит, как правило, краеведческий характер. Читательский адрес — школьная аудитория. См. также Выставка краеведческая.

**Выставка-экспресс** — одна из разновидностей тематической экспозиции. Это оперативная внеплановая выставка, связанная с возникновением актуальной темы, отраженной в газетных и журнальных публикациях, в книгах. Оформляется в стилистике плаката: с броскими заголовками («Стой!», «Берегись!», «Не навреди...»), яркими эмоциональными фотоматериалами, привлекающими к себе особое внимание.

**Выставки диалоговые** — разновидность интерактивных выставок, тематика которых носит дискуссионный характер, возможность диалога и обмена мнениями по острым, спорным вопросам. В пространстве выставки можно разместить тетради для отзывов, ящики для записок. Варианты выставок: выставка-размышление, -предостережение, -вопрос-ответ, -диспут, -дискуссия, -полемика.

**Выставки игровые** — разновидность интерактивных выставок, отличительной чертой которых является познание через игру, включение игровых элементов. К ним относятся — выставка-игра, -викторина, -кроссворд, -чайнворд, -загадка, -провокация, -конкурс.

**Выставочная работа** — деятельность (планирование, подготовка, проведение, оценка эффективности) по организации выставок.

**Глоссарий** — словарь основных терминов в определенной отрасли знаний.

**Дизайн** — художественное конструирование выставки с использованием особых приемов и методов, принятых в практике оформления.

**Дизайн информационный** — практика художественно-технического оформления и представления информации, в том числе в выставочных форматах, система визуально-коммуникативных средств, способствующая созданию определенного представления о библиотеке, о ее возможностях и услугах, визуальная составляющая библиотечного пространства.



**«Живая книга»** — это не обычные произведения, напечатанные на бумаге, а живые люди. Они представляют разнообразные группы нашего общества, многие из которых часто испытывают предубежденное отношение к себе и страдают от стереотипов. «Живая книга» работает так же, как и обычная, хорошо известная нам книга — читатели обращаются к библиотекарю, выбирают книгу, берут ее на определенное время с заполнением читательских формуляров. Прочитав книгу, «читатель» возвращает ее в библиотеку и, по желанию, берет другую. На основе «живых экспонатов» можно создать «ходячую выставку» или «живую галерею».

**Имидж (образ) библиотеки** – система устойчивых, социально-значимых представлений населения о библиотеке. С помощью рекламных методов и визуальных средств формируется позитивный имидж, благоприятное восприятие ее деятельности.

**Инсталляция** – пространственная композиция, созданная из различных элементов — бытовых предметов, промышленных изделий и материалов, природных объектов, фрагментов текстовой и визуальной информации. Может применяться в качестве приема в авторском выставочном проекте.

**Информационно-рекламное обеспечение выставок** – комплекс мер и средств рекламирования выставки, включающий подготовку приглашений, тематических подборок, дайджестов, буклетов, путеводителей по теме, информацию для СМИ, презентацию выставок.

#### **Коммуникация**

- Обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее и преобразовывать
- Общение, передача информации от человека к человеку, обмен информацией, знаниями, интеллектуальной собственностью
- Способы и каналы передачи информации
- Путь сообщения, связь одного места с другим.

**Коммуникация библиотечная** — управляемая передача информации между субъектами и (или) системами библиотечных процессов.

**Коммуникация выставочная** — концентрирование и передача информации в особой визуальной форме, включающей

логические и эмоциональные составляющие и поданной для определенных групп потребителей. Выставка, в силу своих особенностей, является центром библиотечных коммуникаций, узлом сообщения и связи между процессами продвижения информации.

**Коммуникация — цели:**

- Обеспечение эффективного обмена информацией между субъектами и объектами управления
- Улучшение межличностных отношений в процессе обмена информацией
- Создание информационных каналов для обмена информацией между отдельными сотрудниками и группами, координации их задач и действий.

**Концепция** (лат. – понимание, система) – определенный способ понимания, трактовки какого-либо предмета, явления, процесса, основная точка зрения на предмет, руководящая идея.

Концепция выставки предполагает:

- цели
- идею
- содержание
- свое видение раскрываемой темы
- ресурсы
- художественные средства
- организацию мероприятий по привлечению к выставке
- рекламную кампанию
- привлечение партнеров для создания совместных проектов.

**Методика** — систематизированная совокупность методов, приёмов, способов, техник выполнения определенной работы. В нашем случае — это свод правил (алгоритм, последовательность действий), связанных с подготовкой выставки.

**Моделирование** — это и метод исследования, и процесс построения модели с целью управления реальным объектом.

**Моделирование выставки** — создание модели функционирования выставки (объекта). Включает разработку макета экспозиции и технологическое обеспечение ее подготовки и работы.

**Моделирование выставочной деятельности** — создание

модели функционирования системы выставок в пространстве библиотеки и определение механизма ее поддержки. Является одним из важнейших процессов в библиотечной работе. Обусловлено профилем деятельности конкретной библиотеки, ее миссией, связями и возможностями ее фондов.

**Назначение выставки** — определение цели и адреса готовящегося мероприятия.

- *Читательское назначение* – это определение группы пользователей, на которую рассчитано мероприятие.
- *Целевое назначение* отражает цели создания выставки.

**Организация связей** — определение круга лиц и организаций, заинтересованных в проведении совместных мероприятий.

**Полочка быстрого действия** — ряд наиболее популярных среди читателей книг из различных отраслей знаний, разных жанров, авторов.

**Планирование** — функция управления, включающая в себя разработку плана, а также процесс реализации намеченных мероприятий и контроль над их выполнением.

**Постер** («poster» — афиша, объявление, плакат) — художественно оформленный плакат, используемый для декоративных целей, часто с целью коллекционирования. Может использоваться как элемент выставки или явиться основой стендовой выставки.

**Презентация выставки** — специальное мероприятие, церемония открытия, публичное представление и рекламирование выставки с помощью библиотечных и неблиотечных средств.

**Пресс-релиз** — составляющая информационно-рекламного обеспечения выставки — официальное сообщение, подготовленное для журналистов и редакторов СМИ, о событии, мероприятии или другом информационном поводе. Структура пресс-релиза:

- краткое изложение новости или события
- наиболее важные подробности события, цитаты и разъяснения
- практическая информация о месте и времени события, а также контактная информация.

**Реклама** — форма коммуникации, использующая специфические художественные, технические и психологические приемы с целью привлечения и оповещения потенциальных читателей.

**Рекламное сообщение** — емкая, яркая и образная информация, побуждающая использовать библиотечные ресурсы и услуги.

**Средства рекламы** – формы наглядного представления объекта – афиша, буклет, витрина, выставки-презентации, печатный каталог, листовка, плакат, проспект.

- *Афиша* — разновидность плаката, рекламирующая конкретные услуги или формы деятельности.
- *Буклет* – многокрасочное иллюстрированное издание, согнутое (сфальцованное) в один или несколько раз. Используется в качестве рекламы организации или мероприятия.
- *Витрина* – одно из главных средств наружной рекламы, создающее с помощью особо оформленного застекленного пространства первоначальное представление о библиотеке.
- *Выставки-презентации* – представление (рекламирование) объекта с помощью выставки.
- *Листовка* – одно- или двухстороннее малоформатное издание без сгибов.
- *Печатный каталог* – сброшюрованное печатное издание, содержащее перечень книг, публикаций, произведений изобразительного искусства, предметов быта и т.п., которые экспонирует библиотека.
- *Приглашение* – рекламный листок, выполненный в форме буклета и предназначенный для конкретного лица, с указанием места и времени предполагаемого мероприятия.
- *Проспект* – многостраничное, сброшюрованное, хорошо иллюстрированное рекламное издание по определенной теме.
- *Путеводитель* – краткое справочное издание по выставке, предназначенное для посетителей и содержащее сведения о ее содержании.
- *Тематические подборки* — комплекты копий документов относительно небольшого объема, статей из газет и журналов, разделов книг.

**Слоган** — призыв, девиз, емкая формула, выражающая основную мысль предмета рекламы.

**Стендовая презентация или стендовый доклад** — новая форма научных коммуникаций, в сжатом формате представляющая основные тезисы, факты и идеи с использованием рисунков, диаграмм, фотографий, эскизов, декоративных элементов. Информация на стендовой презентации содержит следующие разделы: резюме (реферат), официальное представление, заключение.

**Стилистика рекламная** – совокупность особых приемов письменной передачи содержания рекламного текста. Например:

- *Гипербола* – используемый в рекламных текстах прием художественного преувеличения.
- *Метафора* – эмоционально-образное слово или выражение, используемое в переносном значении на основе сходства предметов или явлений.
- *Олицетворение* – художественный прием, переносящий свойства человека на неодушевленный предмет.

**Техническое обеспечение выставки** – один из этапов подготовки выставки, включающий в себя:

- подбор и систематизацию информационных документов;\
- выбор элементов и аксессуаров выставки
- подготовка специального места, удобного для обозрения.

**Типология выставок** — метод научного познания, в основе которого лежит группировка объектов (классификация) на основе общности каких-либо признаков. Классификаций типов выставок множество. Различаются они по содержанию, по целевому назначению, по хронологическому признаку, по видам изданий, по конструкционным особенностям и т.д.

**Фирменный стиль** — набор постоянно используемых цветовых, графических, словесных, дизайнерских элементов, составляющих индивидуальность объекта и его отличительные признаки.

**Фитодизайн** — художественное оформление библиотечного интерьера, включая экспозиции, растениями, цветами, декоративными злаками, травами, ветками кустарников и деревьев.

**Цикл выставок** — это группа выставок, объединенных общей темой, назначением, проводимых в определенной временной

последовательности. Цикл предназначен для более полного раскрытия темы, ее аспектов и отражения всего спектра документов, имеющих в библиотеке.

**Экспозиция библиотечная** — основа выставки, воплощающая ее идею и концепцию в расстановке, раскладке, размещении предметов (**элементов выставки**) в определенной системе выставленных для обозрения, включающих различные печатные документы и памятники материальной культуры.

**Элементы выставки** — части экспозиции, составляющие печатный атрибутивный, иллюстративный ряды.

- *Атрибутивные* (предметные, вещные):
  - ✓ натуральные предметы
  - ✓ модели
  - ✓ детали
  - ✓ макеты
  - ✓ муляжи
  - ✓ бутафории.
- *Иллюстративные* (художественные, изобразительные):
  - ✓ картины
  - ✓ коллажи
  - ✓ плакаты
  - ✓ фото
  - ✓ декоративные элементы.
- *Печатные* (текстовые, знаковые):
  - ✓ название выставки
  - ✓ рубрики, заголовки
  - ✓ цитаты, аннотации
  - ✓ символика
  - ✓ читательские отзывы, викторины, игровые элементы
  - ✓ графики, таблицы, цифровые выкладки.

**Этапы подготовки выставки** — стадии подготовки выставки:

- *Аналитический* — начальный период подготовки, заключающийся в процессах определения темы, проблемы выставки, читательского и целевого назначения, разработки концепции и утверждения макета.
- *Предвыставочная работа* — ключевой период, стадия воплощения выставочной экспозиции. Включает техническое

обеспечение, подготовку специального места, художественное оформление (конструирование), рекламное обеспечение и библиографическое сопровождение.

- *Работа на выставке* — этап, свидетельствующий об эффективности выставки и включающий комплекс выставочных мероприятий: презентация, обзор и консультации, экскурсии, раздача бесплатной рекламной, сувенирной и библиографической продукции.
- *Итоговый этап* включает процессы после выставочной деятельности: расформирование экспозиции и подведение итогов. Это период оценки эффективности выставки, анализа достижения целей, включая статистические и качественные характеристики.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 5.

Томская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина  
Отдел библиотечного развития

### ВЫЕЗДНОЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР

## «ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК»

Программа семинара-тренинга<sup>5</sup>

Начало семинара – 10.00	
<b>10.00–10.15</b>	<b>Открытие семинара</b>
<b>10.15–11.15</b>	<b>Теоретические основы выставочной деятельности:</b> ▲ <i>История и направления выставочной деятельности</i> ▲ <i>Типология выставок</i>
11.15–11.30	Перерыв
<b>11.30–13.00</b>	<b>Моделирование выставочной деятельности библиотеки. Мозговой штурм</b>
13.00–13.45	Обед
<b>13.45–14.00</b>	<b>Методика подготовки библиотечных экспозиций:</b> ▲ <i>Выработка концепции выставки</i> ▲ <i>Техническое обеспечение выставки</i> ▲ <i>Информационно-рекламное обеспечение выставки</i> ▲ <i>Презентация выставки</i>
<b>14.00–14.30</b>	<b>Анализ выставочных экспозиций. Обсуждение</b>
14.30– 14.45	Перерыв
<b>14.45–15.00</b>	<b>Художественно-изобразительное оформление выставки:</b> ▲ <i>Особенности восприятия экспозиций</i> ▲ <i>Художественное конструирование</i> ▲ <i>Цветовые решения</i> ▲ <i>Стилистика</i>
<b>15.00–16.45</b>	<b>Работа над совместным проектом Презентация групп. Обсуждение</b>
16.45–17.00	Подведение итогов и оценка семинара

<sup>5</sup> На правах рекламы



## ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ .....	5
Часть I. Выставка в системе коммуникаций: роль, содержание, типовое разнообразие .....	5
О ВЫСТАВКЕ ЗАМОЛВИТЕ СЛОВО .....	5
ВЫСТАВКА: ПОНЯТЬ И ОСМЫСЛИТЬ.....	6
ВЫСТАВКА КАК ЧАСТЬ ВНУТРЕННЕГО ПРОСТРАНСТВА БИБЛИОТЕКИ .....	8
ВЫСТАВКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВНЕШНЕГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА.....	10
ВЫСТАВКА — ОСОБЫЙ ВИД КОММУНИКАЦИЙ.....	13
ВЫСТАВКА КАК ПРОЕКТ .....	13
ВЫСТАВКА КАК ИСКУССТВО ИНСТАЛЛЯЦИИ .....	15
ВОПРОСЫ ТИПИЗАЦИИ ВЫСТАВОК.....	16
ТРАДИЦИОННЫЕ ВЫСТАВКИ .....	18
ТЕМАТИЧЕСКИЕ ВЫСТАВКИ.....	18
ЖАНРОВЫЕ ВЫСТАВКИ .....	21
СТЕНДОВЫЕ ВЫСТАВКИ .....	23
ВЫСТАВКИ-ПРОСМОТРЫ.....	26
ВЫСТАВКИ-ЯРМАРКИ .....	28
МУЗЕЙНЫЕ ЭКСПОЗИЦИИ.....	30
ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ .....	31
ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВЫСТАВКИ .....	31
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ .....	32
ВИРТУАЛЬНЫЕ (ЭЛЕКТРОННЫЕ) ВЫСТАВКИ .....	34
ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ .....	38
РЕЗЮМЕ.....	39
Часть II. Организация выставочного дела: моделирование, проектирование, планирование.....	41
МОМЕНТ ИСТИНЫ.....	41
МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК МЕТОД И КАК ПРОЦЕСС.....	41
КАКИЕ ВЫСТАВКИ НУЖНЫ НАМ? .....	43
МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЫСТАВОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА .....	46
БЛИЖНЯЯ ЗОНА .....	47
ДЕЛОВАЯ ЗОНА .....	48

ТЕРРИТОРИЯ «ПАМЯТИ МИРА» .....	48
ВНЕШНЕЕ ВЫСТАВОЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО .....	49
ПРОЕКТ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ МОДЕЛИ В ЖИЗНЬ .....	50
ПЛАНИРОВАНИЕ В ПРОЕКТЕ .....	51
ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ .....	53
РЕЗЮМЕ .....	54
Часть III. Методика подготовки библиотечной экспозиции .....	55
МЕТОД — ДЕЙСТВИЕ. АЛГОРИТМ — ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ .....	55
I ЭТАП .....	56
АНАЛИТИЧЕСКИЙ .....	56
ЕЩЕ БОЛЬШЕ О КОНЦЕПЦИИ .....	57
ЕЩЕ РАЗ О КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ВЫСТАВКЕ .....	59
ВЫСТАВКА КАК ОТВЕРЖЕНИЕ ТЕКСТА .....	61
II ЭТАП .....	63
ПРЕДВЫСТАВОЧНАЯ РАБОТА .....	63
ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ .....	64
ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛЬНОГО МЕСТА .....	66
ХУДОЖЕСТВЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ. ДИЗАЙН .....	67
РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ .....	70
БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ .....	73
III этап .....	74
РАБОТА НА ВЫСТАВКЕ .....	74
ПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЫСТАВКИ .....	74
ОБЗОРЫ И КОНСУЛЬТАЦИИ .....	76
НАЛАЖИВАНИЕ СВЯЗЕЙ И КОНТАКТОВ .....	76
РАЗДАЧА БЕСПЛАТНОЙ РЕКЛАМНОЙ И БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ .....	77
IV ЭТАП .....	78
ИТОГОВЫЙ .....	78
ЭФФЕКТИВНОСТЬ — ЭТО ОТДАЧА .....	79
АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ ВИРТУАЛЬНОЙ ВЫСТАВКИ .....	80
ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ .....	82
РЕЗЮМЕ .....	83
ПОСЛЕСЛОВИЕ .....	100

ЛИТЕРАТУРА.....	85
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ ВЫСТАВКИ.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ОБУЧАЮЩАЯ ИГРА «СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ» .....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ «ПАРТНЕРСКИЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ» .....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ВЫСТАВКА В БИБЛИОТЕКЕ. ГЛОССАРИЙ ..	95
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Программа семинара-тренинга .....	111

Областное государственное автономное учреждение культуры  
Томская областная универсальная научная библиотека  
имени Александра Сергеевича Пушкина

**Александра Тарашенко**  
**Эффективная выставка**  
**(Методическое пособие)**

Вёрстка – С.А. Старкова

Отпечатано на оборудовании ТОУНБ им. А.С. Пушкина

