

Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека
ім. В. Г. Короленка

Книжкова виставка

Методичний поради́к бібліотекаря

Вип. 3



Чернігів
2020

Любі друзі,

вітаю вас на сторінках бібліотечного порадника!

Я – книжкова виставка. Вперше з'явилася на світ у середині ХІХ століття (понад 150 років тому!). Моїм батьком вважають відомого російського мистецтвознавця Володимира Васильовича Стасова, який працював на той час бібліотекарем Петербурзької публічної бібліотеки. Першочергове моє завдання полягало в тому, щоб привернути увагу користувачів до книг з якоїсь теми чи познайомити з новою літературою.

У 90-ті роки ХХ століття, через появу реклами та відео, я швидко подорослішала, набралася впевненості, мудрості, досвіду – стала обличчям бібліотечної реклами.

Сьогодні ви можете зустріти мене – справжню окрасу закладу – у будь-якій сільській, міській, шкільній чи університетській бібліотеці. Зазвичай я маю барвисту і точну назву, звернення до читачів, цитати видатних людей. З кожним роком я вдосконалююсь, навчаюсь не лише ефективно демонструвати наявність книг у бібліотеці, але й бути самостійним цілісним твором, який привертає увагу, захоплює, полонить креативністю, працює на імідж книгозбірні.

ПЕРЕДМОВА

В умовах відкритого інформаційного простору виставкова робота займає чільне місце в структурі бібліотечно-інформаційної діяльності: передбачає організацію раціонального обміну інформацією, створення умов для ефективного інформаційного спілкування й ознайомлення користувачів з цінностями світової культури. Книжкова виставка є візитівкою книгозбірні, засобом розкриття її інформаційних ресурсів; відображає стиль бібліотечного закладу, творчі можливості персоналу.

Книжкова виставка – комплекс спеціально відібраних і систематизованих документів, розташованих таким чином, щоб викликати увагу читачів, зацікавити чи задовольнити наявний інтерес чи інформаційну потребу.

Бібліотечні заклади мають значний досвід виставкової діяльності, проте впровадження інформаційних та телекомунікаційних технологій потребує теоретичного осмислення та практичного використання у виставковій діяльності нових можливостей, зокрема й мультимедійних. Сьогодні книжковим виставкам притаманні такі риси, як актуальність, динамізм, оперативність, творчість та креативність.

Зі створенням нової моделі публічної бібліотеки, певні зміни передбачаються і в організації книжкових виставок. У третьому випуску методичного poradnika «*Книжкова виставка*» спробуємо розібратися, як підготувати та оформити якісну книжкову виставку, яка б сприяла зростанню авторитету бібліотеки та її персоналу.

ЯК ПРАВИЛЬНО ПІДГОТУВАТИ

КНИЖКОВУ ВИСТАВКУ?

Підготовка книжкової виставки – глибоко творчий процес. Досі не вщухають суперечки про те, що ж таке книжкова виставка: процес чи мистецтво? Дійсно, якщо доручити постановку однієї й тієї ж виставки трьом різним співробітникам – вийде три чудові, але абсолютно різні виставки, адже в кожного свій власний погляд на речі, свої підходи.

Процес підготовки й організації книжкової виставки можна розділити на **кілька етапів**, кожен з яких включає цілий комплекс певних заходів:

1. Вибір теми виставки.

Тема повинна бути актуальною і цікавою, визначатися важливими подіями сучасності, відповідати потребам читачів: до пам'ятної дати, популяризація досягнень науки і культури тощо.

Як правило, традиційна книжкова виставка демонструється в бібліотеці від 2-х тижнів до місяця. Однак існують «постійні книжкові виставки». Такі стаціонарні виставки, влаштовують або всередині самої бібліотеки, або поза нею – «виїзні виставки». У будь-якому випадку, книжкова виставка повинна перебувати в зручному для огляду місці, на видноті у відвідувачів. Так створюються умови для виникнення мимовільної уваги читачів – перш ніж познайомитися з виставкою, читач повинен її помітити.

2. Визначення читацького призначення виставки.

Необхідно добре продумати для кого ви оформлюєте виставку – для широкого кола читачів бібліотеки чи для певної групи: діти, юнацтво, молодь, дорослі, студенти, учасники конференції тощо.

3. Визначення виду книжкової виставки (див. розділ «Види книжкових виставок»).

4. Перегляд, відбір та групування літератури відповідно до структури виставки.

Визначившись із темою виставки, бібліотекар переходить до перегляду і відбору літератури. Тут йому в пригоді стануть

бібліографічні покажчики, картотеки, каталоги, книги і періодичні видання з теми.

Обрану для виставки літературу потрібно піддати ретельному відбору та згрупувати відповідно до структури виставки. Жодна книга (стаття, інший матеріал) не повинна з'явитися на виставці, якщо її зміст невідомий бібліотекарю. Поверховий перегляд джерел неприйнятний.

Загалом на виставці може бути представлено 25-30 назв творів. Якщо ж тема досить широка і для її розкриття потрібно більше матеріалів, то він групуються по розділах. Під час виділення розділів виставки потрібно визначитися з їх назвою. Мова бібліотечної виставки передбачає певну послідовність викладу. Так, перший розділ виставки, як правило, має установчий характер – пояснює наступні.

5. Формулювання заголовка.

Оскільки довгі назви не закріплюються миттєвим зором читача, то обсяг заголовка не повинен перевищувати 5 слів. Якщо є потреба, можна використовувати підзаголовки.

6. Візуальний перегляд книг для остаточного відбору матеріалів до експозиції. Бібліографічний опис, анування найбільш цінних видань. Підготовка бібліографічних списків.

7. Підбір текстів-звернень до читачів, цитат.

Тексти і цитати повинні бути закінченими за змістом, короткими, виразними. Необхідно вказати джерело.

8. Визначитися з принципом систематизації літератури: тематичний, хронологічний, логічний, географічний та ін.

9. Складання плану виставки.

План визначає головне коло питань, які розкривають тему, систематизацію і послідовність розміщення матеріалу.

10. Підбір цифрових та фактичних матеріалів за допомогою словників, довідників, енциклопедій та інших довідкових матеріалів.

11. Вибір місця розташування виставки, інтер'єру, речових елементів, кольорових композицій та інших елементів оформлення.

12. Оформлення заголовка назв, розділів, текстів і цитат.

13. Розміщення матеріалів на стенді та оформлення виставки.



14. Реклама виставки: анонси у ЗМІ, яскраві оголошення в бібліотеці, листівки та флаєри для розповсюдження.

15. Повідомлення читачів про виставку (оголошення, запрошення, інформація на радіо, в газеті тощо).

16. Підготовка усних форм експонованої літератури (бесід, оглядів, інформацій на радіо).

17. Збір відгуків і зауважень читачів шляхом розповсюдження серед них відповідних анкет, вивчення читацького попиту.

18. Облік відвідувань і книговидачі з виставки.

ВИДИ КНИЖКОВИХ ВИСТАВОК

Фахівці пропонують виділяти наступні види книжкових виставок:

I. Інформаційні:

- **Виставки нових надходжень (виставка новинок).**

Література на такій виставці об'єднується за чисто формальною ознакою: час виходу у світ і надходження до бібліотеки. Література на такій виставці можна підібрати за галузями знань. Різновидом виставок-новинок є виставка нових журналів (часописів).

- **Виставки «забутих» книг.**

Така виставка популяризує здебільшого художню літературу. Вона покликана нагадати читачам про ті цікаві книжки, які колись були дуже популярні, а тепер про них забули.

II. Тематичні:

- з актуальних питань сучасності;
- на допомогу навчальному процесу та самоосвіті. Для вставок цього виду характерний діловий стиль;
- до пам'ятних дат, річниць тощо;
- персональні – присвячені життю і діяльності видатних людей;
- присвячені одній події. Часто на таких виставках демонструють книжки, що отримали Нобелівську, Національну, Букерівську, Пулітцерівську та інші премії.

Форми тематичних виставок

I. Традиційні:

- **стендові виставки;**
- **виставка-експозиція** (прикладом можуть бути виставки картин чи їх репродукцій, графічних творів із зображенням історичних подій);
- **відкритий перегляд.**

Це особливий вид виставок, що являє собою одну з найбільш ефективних форм частково відкритого доступу. Такі перегляди охоплюють кілька сотень назв книг.



Для них, як правило, відводиться спеціальне приміщення, де книги та інші документи розміщуються на стендах і столах. На допомогу читачам на таких виставках проводяться екскурсії та чергують бібліотекарі. Відвідувач виставки має можливість ознайомитися з усією літературою, яка представлена на цю тему в бібліотеці: користувач може сісти, почитати книгу, яка його зацікавила, зробити виписки або скласти для себе список літератури. Відкриті перегляди поєднують в собі багато-проблемні, політематичні виставки.

II. Інноваційні

Успіх виставок багато в чому залежить від нетрадиційних підходів подачі матеріалу. При цьому необхідно пам'ятати, що нетрадиційні тематичні виставки повинні бути доцільними, раціональними і своєчасними. Інновації – це не тільки зміна, модифікація, але й результат творчого ставлення до роботи.

До інноваційних форм тематичних виставок належать:

- **Виставка-адвайзер (виставка-консультація).** У перекладі з англ. «*adviser*» – «радник, консультант». На таких виставках обов'язково повинен бути представлений методичний матеріал: консультації, рекомендації, пам'ятки на тему виставки. Огляд цієї виставки перед аудиторією теж проводиться у формі консультації. Наприклад: «Що читати сучасній молоді?», «Як обрати професію?» тощо.



Виставка-адвайзер «Молоді про молоді», Херсонська обласна бібліотека для юнацтва ім. Б. А. Лавреньова



Виставка-бенефіс читача «Читай як я, читай краще мене!», Кролевецька РДБ

- **Виставка-антологія.** Це різновид колективного збірника, що включає вибрані твори різних авторів.

- **Виставка-бенефіс читача.** Обов'язкові елементи: формуляр та фотографія читача, аналіз читання.

• **Виставка-вернісаж.** На виставці розташовуються книги і репродукції картин за визначеною тематикою, але акцент робиться на репродукціях. Оформлюється з метою естетичного розвитку читачів.

• **Виставка-відгук.** Складається з відгуків про книги: «Прочитай, зацікав, порадь».

• **Виставка-відкриття.** В основі цієї виставки лежить новий матеріал, тема, висвітлена під новим кутом, якісь дослідження.

• **Виставка-відповідь.** Такі виставки дають поради з питань повсякденного життя людей: як заготувати продукти вчасно, як розбивати клумби на дачній ділянці, як навчитися шити тощо.

• **Виставка-вікторина.** Стимулює пізнавальну активність дітей у процесі читання. Відповіді на запитання, оформлені письмово, читач шукає в літе-



Виставка-вікторина
«Буду я природі другом»

ратурі, яка експонується на виставці.

• **Виставка-вітрина.** Складається з 2-х частин. В одній з них демонструються предметні аксесуари, а в іншій – книжкові матеріали. Наприклад, виставка «Зелена аптека» демонструє лікарські рослини і книги про них.

• **Виставка-гербарій.** Обов'язкова наявність гербарію, книг, періодичних видань про ці рослини. Наприклад, «Лікарські рослини Менського району».

• **Виставка-гра.** Складовою частиною виставки є елементи будь-якої гри, тематично зумовленої рекомендаційною літературою. Наприклад, «Відгадай, з яких ми книг».



Виставка-гербарій «Природа лікує», б-ф № 3 Запорізької ЦБС

Виставка-декорація. Є основною і природною декорацією масового заходу в бібліотеці. На її тлі проводять захід, з неї беруть під час дійства книги і предмети, до них звертаються. Вона може жити й після масового заходу як самостійна виставка.

• **Виставка-дискусія.** На виставці, як правило, представлені різні видання, які розглядають одне питання, але висвітлюється воно з протилежних позицій. Ці видання залучають читача до дискусії, привертають увагу до проблематики теми.

• **Виставка-диспут.** Заохочує до диспуту між читачами-підлітками з метою розкриття проблем соціального розвитку підлітків, надання допомоги в їхньому духовному становленні. Бажана книга відгуків *«Ровеснику, дай відповідь ровеснику»*.

• **Виставка-діалог.** Представлена література авторів з діаметрально протилежними точками зору з однієї теми, питання, проблеми. Читачі можуть висловити свою думку з цього питання за допомогою олівця та паперу, які розташовуються поруч із виставкою.



Виставка-заклик
«Сучасне українське читай»,
Херсонська обласна бібліотека для
юнацтва ім. Б. А. Лавренюва



Виставка-досьє *«Я вірю, що Україна як держава буде»*,
бібліотека ім. М. В. Гоголя ЦБС Голосіївського району м. Києва

• **Виставка-досьє.** Передбачає збір фактичних даних про що-небудь.

• **Виставка-заклик.** Головне її призначення – привернути увагу до проблеми, теми, вона має спонукати до дії та починатися словами *«Зупинись...»*, *«Не нашкодь...»*, *«Бережись...»*, *«Пам'ятай...»* тощо. Матеріали, представлені на виставці, мають носити емоційний, яскравий, неординарний характер.

• **Виставка-запитання.** На виставці розміщуються тексти запитань і книги, періодичні видання, де можна знайти відповіді на ці запитання.

• **Виставка-застереження або антиреклама.** Подає матеріали, які допоможуть користувачу розібратися в тих питаннях, що хвилюють людство. Обов'язковим елементом цієї виставки має бути пояснення вчених, спеціалістів з тієї чи іншої проблеми, щоб запобігти надзвичайним ситуаціям та покращити становище. Наприклад: «Не допусти лиха у своєму житті», «Чорнобиль – старт нової епохи», «Природа – вічне джерело краси», «Знання проти страху: СНІД».

• **Виставка-знайомство.** Має на меті познайомити читачів з цікавою людиною: місцевим діячем, письменником, спортсменом тощо

• **Виставка-ікебана.** На цій виставці обов'язково повинні бути живі й засушені квіти, оформлені в композицію, а також книги, статті з квітництва, вірші та уривки з художніх творів, присвячені квітам. Можна доповнити репродукціями натюрмортів або картинами.



Виставка-знайомство
«З батьківської криниці»



Виставка-календар «Твори-ювіляри 2015 року»,
б-ф № 2 Марганецької МЦБС

• **Виставки-імена.** Мета таких виставок – познайомити читачів з історичними особистостями, які мають ці імена, поетами й письменниками, літературними й біблійними героями тощо. Бажано, щоб це був цикл виставок («Олександр», «Ганна», «Володимир»). Ці виставки доцільно організовувати до ювілейних дат, днів народження і днів ангела.

• **Виставка-календар.** Щомісяця експонуються книги, художні альбоми, матеріали з періодики, пов'язані з пам'ятними та ювілейними датами. Можна оформити календарі народних прикмет, професійних свят, літературних дат, дитячих свят у світі тощо.

• **Виставка-інсталяція.** Являє собою просторову композицію, створену з різноманітних елементів. Про «Книжкові інсталяції» ми вже писали у другому випуску методичного poradnika.



Виставка-кросворд
«У мові вся доля народу»

• **Виставка-кросворд.** Визначаємо тему виставки, підбираємо кросворд на цю тему й літературу, де можна знайти відповіді на запитання кросворду.

• **Виставка-казка.** Готується разом з молодшими школярами. Діти ілюструють сюжет казки, ліплять з пластиліну казкових героїв, будують казкове місто. Все це з текстом казки оформлюється у єдиний композиційний ряд виставки.

• **Виставка книжкових ілюстрацій.** На виставці акцент робиться не на книжки, а на ілюстрації.

• **Виставка-настрій.** Сенс такої виставки полягає у створенні особливої атмосфери та настрою, тому вона часто є частиною якогось заходу, хоча може бути й цілком самостійною. Першочерговим для виставки є наявність візуальних матеріалів, музичного супроводу й мінімум тексту.

• **Виставка-конкурс.** Переважно застосовується у роботі з дітьми. Біля виставки розміщується плакат з умовами конкурсу на найкращий малюнок, вірш, розповідь на відповідну тему. Зазначається дедлайн конкурсу. Роботи збираються у спеціальні конверт, скриню, рукавичку тощо, які знаходяться на виставці.



Виставка-настрій
«Книжковий доц»,
Жовтоводська ЦБС

Також конкурс може складатися з декількох етапів, на кожному з яких пропонується виконати різні завдання. Спочатку завдання порівняно прості: прочитати книги з виставки, відповісти на запитання. На наступних етапах завдання ускладнюються, набувають творчого характеру: намалювати ілюстрацію, написати відгук, твір, розповідь, реферат на тему виставки, виготовити саморобну книгу тощо.

• **Виставка-контраст.** Різко окреслена протилежність, наприклад, «Реалізм і модернізм у мистецтві».



Виставка однієї книги, Херсонська обласна бібліотека для юнацтва ім. Б. А. Лавреньова

• **Виставка-конфлікт.** Одна з різновидів «психологічних виставок». Необхідність таких виставок відчувають працівники бібліотек для дорослих. Основна мета виставки – допомогти читачеві у вирішенні будь-якої конфліктної ситуації, у пошуку можливих шляхів виходу з неї.

• **Виставка-музей.** Може мати назву, наприклад, «Музей народної казки». На

ній представляються збірники казок, платівки, дитячі малюнки, поробки. Така виставка приверне увагу і дітей, і дорослих. Виставка-музей, присвячена місцевим промислам, може діяти постійно. Акцент цієї виставки робиться на предметний план.

• **Виставка однієї ілюстрації.** Замість виставки однієї книги або статті в якості смислового та візуального центру вибирають не книгу, а ілюстрацію. Таким чином, увага читача привертається до публікацій, пов'язаних з цією ілюстрацією.

• **Виставка-панорама.** Це велика за обсягом експонованих на ній матеріалів виставка. Розташовується на кількох стелажах.



Виставка-панорама «Моя найкраща, вічна і єдина колиска і Вітчизна – Україна», Копиченицька міська б-ф для дорослих

• **Виставка однієї книги (статті)** – це ефективний спосіб популяризації проблемної літератури і матеріалів про неї. Гострота та актуальність проблематики – найважли-

віший критерій вибору книги для такої виставки. На виставці демонструється не тільки сама книга, а й критичні матеріали, які з'явилися в пресі. Ефективним буде залучення суперечливих відгуків, протилежних оцінок одного й того ж твору, рецензій, відгуків читачів, письменників тощо.

Також основою виставки однієї книги може стати:

- * оформлення книги (можна представити кілька видань однієї книги, по-різному оформлених);
- * формат книги (малий – виставка мініатюр, великий – виставка книг-велетнів, величезний – виставка книг-гігантів);
- * видавництво (наприклад, виставка-перегляд книг одного видавництва);
- * серія, в якій вийшла книга (виставка книг цієї серії);
- * рік видання книги (перегляд «Книги десятиліття»: 40-і, 50-і, 60-і, 70-і, під час якого ви можете вивчити книжкову картину епохи, картину читання);
- * видання книги (зробити виставку кількох видань книги і «знайти десять відмінностей»);
- * ілюстрації, виконані різними художниками та ін.
- **Виставка одного автора.** Як правило, така виставка



Виставка одного автора
**«Олена Пчілка – світло
добра і любові»**,
Центральна міська
бібліотека м. Олександрія

організовується до ювілеїв письменників, але якщо бібліотека має ім'я якогось письменника, то може діяти й постійно.



Виставка одного жанру
«Фантастична осінь»,
Херсонська обласна бібліотека для
юнацтва ім. Б. А. Лавренюва

• **Виставка одного жанру.** Це виставка творів одного літературного жанру: детектив, фентезі, історичний роман тощо. Такий підхід дозволить найбільш повно розкрити певні частини фонду. Можна поєднати на виставці не лише твори певного жанру, але й матеріал про виникнення цього жанру, його засновників, цікаві та маловідомі факти з його історії.

• **Виставка одного журналу.** Має на меті зацікавити читачів якимось журналом, розкрити його зміст, спонукати до читання. Це може бути новий журнал, який тільки почав видаватися, або вперше випущений бібліотекою, або незаслужено забутий

читачами. Заголовком виставки може бути назва журналу, написана тим же шрифтом і кольором, що й на обкладинці. Можна назвати розділи виставки так само, як основні рубрики журналу, і представити в них найцікавіші статті з цих рубрик.



Виставка-подорож «Мрій! Читай! Мандруй!»,
Надвірнянська ЦРБ

- **Виставка-подорож.** Будується у формі екскурсу по рідному краю або країні задля вивчення мови та культури. Ліва її частина – стенд зі стилізованою картою свого краю або іншої країни. Прапорцями на ній відзначають місця майбутніх заочних подорожей. Права частина – це друквані видання краєзнавчого спрямування чи література, зокрема художня, яка

відображає культуру конкретної країни. Обов'язковим елементом виставки є різноманітний ілюстративний матеріал. Іноді бібліотеки супроводжують подорожі або прогулянки аудіо- та відеоматеріалами. Відеофільми, музичний супровід і слайди допомагають, крім отримання цінної інформації, створити емоційно забарвлений образ міста, місцевості, країни.

- **Виставка-приманка.** Це виставка у вікнах бібліотеки. Наприклад, виставка нових книг. Широко використовується на Заході, як додатковий спосіб «заманити» читача до бібліотеки.

- **Виставка-полеміка.** Влаштовується з метою допомогти читачеві у формуванні світогляду, повідомити його про цікавий, актуальний дискусійний

матеріал. Обов'язкова наявність полемічного матеріалу, відгуків на нього, що показують різні точки зору.

- **Виставка-осуд або антивиставка.** На такій виставці можуть бути представлені зіпсовані книги та книги, які не повернули читачі (білий лист з муляжем



Виставка-приманка до Міжнародного дня дитячої книги, Київська бібліотека для дітей ім. І. Світличного

на ньому каталожної картки, де, крім запису книги, вказується прізвище, ім'я, по батькові читача-боржника). Це один з ефективних способів у боротьбі з боржниками.

- **Виставка-реквієм.** Оформлюється для вшанування пам'яті та днів скорботи: «Війна пройшлась по їхніх долях», «Велич ратного подвигу», «Знаємо і пам'ятаємо», «І смерть, як найвищий вінок» (О. Ольжич), «Повернуті із забуття», «Реабілітовані історією», «Свіча поминальна, свіча надії».



Виставка-реквієм «Великі твої жертви, Україно», б-ф № 2 ім. К. Г. Паустовського ЦМБ ім. І. Франка м. Одеси

- **Виставка-порада (рекомендація).** Надаються поради фахівців з якої-небудь проблеми, яка цікавить підлітків, наприклад, рекомендації підліткам «Як розвинути пам'ять». Фактографічна інформація супроводжується списком літератури, рекомендованої для самоосвіти з цього питання. Виставка-порада може активно використовуватися в індивідуальній роботі з читачами.



Виставка-сюрприз «Кот в мешке», Березинская ЦРБ (Беларусь)

- **Виставка-сюрприз.** Під час перегляду виставки відвідувач отримує маленький, недорогий, але приємний презент. Наприклад, до виставки «День сміху» можна підготувати смайли з кольорового паперу. Сюрпризом також може бути й сама книга, схована під імпровізованою обгорткою.

- **Виставка-розвал.** Найчастіше це книги, які напередодні здали читачі, і які розміщуються близько видачі або розкладені бібліотекарем на столиках поблизу відповідних розділів фонду. На перший погляд виставки-розвали безсистемні: немає певної послідовності,

відсутня характеристика видань. Саме це, як показали дослідження, і приваблює читачів, особливо тих, хто не надто довіряє бібліотечним рекомендаціям або не знає, що обрати. Розвали важливі тим, що створюють ситуацію вільного вибору: спрацьовує ефект довіри до тих, хто прочитав книгу раніше. Досвідчений бібліотекар вміло користується цим ефектом непрямої рекомендації, по-своєму впорядковує нагромадження книг: підкладає сюди хороші, але малознайомі або з інших причин недооцінені читачем, видання.



- **Виставка-пошук.** Щоб користувачі були з каталогами та картотеками бібліотеки на «ти», можна розробити виставку-пошук, наприклад, «Історія України в особах». Виставити на огляд лише частину літератури, яка є в бібліотеці, запросити читачів, розбити їх на 2 команди і дати завдання: за 45 хв за допомогою каталогів і картотек знайти всю відсутню літературу і розмістити її на вітрині виставки.

- **Виставка-ребус.** Супроводжується плакатом з ребусом «Спробуй відгадай!».

- **Виставка-презентація.** До таких слід віднести представлення нової книги, журналу, газети, незвичайне розкриття

їхнього змісту із застосуванням технологій рекламної діяльності. Наприклад, у межах XVII міжнародного форуму видавців у Львові відбулося декілька презентацій книг, на які в приміщення Бібліотеки, крім користувачів, приходили ще й пересічні львів'яни та гості міста. Такі заходи сприяють знайомству не лише з авторами та їхніми працями, а й популяризують гостинність закладу.

- **Виставка-словник.** Організовується з метою пояснення нових термінів, понять. Для такої виставки можуть бути

обрані різні поняття і терміни: економічні, політичні, мистецтвознавчі, літературознавчі. Назвами розділів виставки є поняття та їхні визначення, взяті зі словника й



представленої персони (якщо це літератор, представляються його твори). Завдання виставки-портрета – більше розкрити всі сторони людини, якомога ширше представити літературу про нього. Література повинна розкривати особистість, її індивідуальність. Використовується ілюстративний матеріал (фотографії, ілюстрації, професійні та особисті предмети героя виставки).

- **Виставка-ситуація.** Читачам рекомендується самостійно поставити книги на виставку, наприклад: «Цю книгу я візьму з собою у космічну подорож», «Цю книгу я візьму з собою на море».

- **Виставка-тест.** Для читачів підліткового віку та старшокласників можлива наявність тестів і літератури, де можна знайти будь-які поради та рекомендації за отриманими результатами тестування.

- **Виставка-хобі.** Поруч із рекомендованими книгами експонуються предмети, виготовлені за порадами, рецептами, кресленнями, викройками з цих книг, а також предмети праці, за допомогою яких виготовлені ці вироби.



Виставка-хобі «Вагон ідей з hand made»,
Кам'янець-Подільська ЦМБ ім. Костя Солухи

- **Виставка-шлягер.** Оформлюється виключно для розвитку читацького інтересу. Щоб привернути увагу читачів до літератури, розділи виставки пропонуються називати словами із сучасних популярних пісень. До кожного розділу можна додати коментарі з елементами реклами. Читачам пропонується надати стислий коментар-пораду щодо тієї чи іншої книги через «канал зворотного

зв'язку» – «Залиш свій відгук саме тут». Свої відгуки читачі залишають у спеціальному журналі на стелажі. Кожна книга може бути оздоблена закладкою «Прочитай! Висловись!».

- **Експрес-виставка.** Позапланова оперативна виставка, пов'язана з виникненням актуальної теми, книги, статті, цікавої публікації. Може мати будь-яку форму.

• **Жива виставка.** Експонуються не тільки книги, статті з журналів і газет, ілюстративні матеріали, а й живі істоти, наприклад: морська свинка, кіт, папуга, рибки в акваріумі, черепаха тощо.

• **Електронна віртуальна виставка.**

Віртуальні виставки

Віртуальні виставки є новим інформаційним продуктом бібліотеки, який поєднує в собі традиційний книжковий та новітній електронний способи презентації інформації.

Електронна віртуальна виставка – це публічна демонстрація в мережі Інтернет за допомогою засобів вебтехнологій віртуальних образів спеціально підібраних і систематизованих творів друку та інших носіїв інформації, а також загальнодоступних електронних ресурсів, рекомендованих віддаленим користувачам бібліотеки для огляду, ознайомлення та використання. Функціонування такої виставки не обмежене місцем і часом.

Під поняттям «віртуальна виставка» різні фахівці розуміють і презентацію книг в електронному форматі Power Point, і електронну виставку повністю оцифрованих видань, і повні цифрові авторські колекції творів. Але найчастіше використовується термін «віртуальна книжкова виставка», коли йдеться про виставку, розміщену на сайті бібліотеки.

Безумовною перевагою віртуальної виставки є те, що це умовно не обмежений у часі та просторі захід, який реалізується за допомогою інтернет-ресурсів, у межах яких бібліотека має можливість розмістити текстову інформацію, графічне, аудіо- або відеозображення експонатів, що розкривають зміст виставки. Крім того, використання нових технологій (оцифрування раритетних видань та система «Сторінки, що перегортаються») дозволяє досягти не тільки високої якості зображення, але й своєрідного «ефекту присутності».

Використання у бібліотечній практиці віртуальних виставок **дозволяє розв'язати ряд проблем**, які неможливо вирішити традиційними методами, зокрема:

* забезпечення збереженості документів;

* оперативність організації виставки та можливість постійного її поповнення новими документами;



- * представлення документів у потрібній кількості назв;
- * необмеженість терміну експонування документів;
- * можливість перегляду змісту окремих документів, зокрема збірників наукових праць, та ілюстрацій;
- * розкриття змісту представленого видання за допомогою анотації;
- * представлення документів, які відсутні у фондах бібліотеки, але мають певне значення для розкриття заданої теми;
- * можливість дистанційного перегляду виставки без відвідування бібліотеки у будь-який час (24 години на добу, 7 днів на тиждень).

Відвідувачі віртуальної виставки можуть отримати повну інформацію з теми, що їх цікавить, без поспіху, часових або географічних обмежень і витрат, супутніх традиційним виставкам, наочно ознайомитися з інформаційним ресурсом та одержати іншу додаткову інформацію. Це, безумовно, сприятиме зверненню користувачів до ресурсів бібліотеки, більш активному її відвідуванню.

Віртуальні виставки, створені у форматі НТМЦ, дозволяють використовувати гіперпосилання. Це сприяє найбільш повному інформаційному наповненню та широті розкриття теми виставки, додає тексту цілісності, зручності читання, інтонації і сенсу.

Посилання мають бути короткими – одне-два слова. Доцільно робити посиланням назви статті або твору. Зовнішній вигляд посилання в тексті (виділення кольором і, як правило, підкресленням) вже сам по собі здатний впливати на інтонацію. Інші способи виділити інтонацію – курсив і напівжирне зображення.

Етапи підготовки віртуальних виставок такі ж, як і для традиційних експозицій: відбір документів, визначення структури, компоновання матеріалу, оформлення текстів та ілюстрацій.

Структурування документів не обов'язково має відповідати правилам компоновання матеріалу, прийнятним для традиційних виставок. Документи можуть бути розташовані не тільки за розділами, а й за абеткою назв, хронологією або іншими ознаками, що спрощує процес організації виставок.

У віртуальній книжковій виставці, як і в традиційній, використовуються розділи, цитати, оформлення (обкладинки, розкриті книги, естетика розміщення, гама кольорів тощо). Можливе застосування додаткових елементів, властивих традиційній

книжковій виставці, наприклад, фактографічна довідка про автора або предмет, список додаткової літератури тощо.

Віртуальна бібліотечна виставка не тільки надає доступ до інформаційних ресурсів з різної тематики, а є ефективним засобом інформування користувачів про нові надходження. Це дозволяє отримати комплексне уявлення про інформаційні ресурси з проблеми, якій присвячена виставка, а також сприяти розвитку особистості й підвищенню її культурного рівня.

Віртуальна виставка компактна, містка та є актуальним провідником у великому потоці інформації.

Проте віртуальна виставка не дає можливості користувачеві фізично використувати книгу, тому обмежує його можливість в отриманні змістовної інформації.

Під час організації віртуальних виставок велику увагу слід приділяти дизайнерському оформленню, тому що це чудовий спосіб продемонструвати рівень заходу. Віртуальні виставки можуть бути створені як доповнення до реальних експозицій.

Під час створення персональних віртуальних виставок їхню структуру можна побудувати таким чином: біографічна довідка про особу; бібліографія, а саме: перелік авторських робіт, видань про діяча (книги; окремі розділи книг, статті з журнальних та газетних видань; посилання на інтернет-ресурси). Бажано, щоб усі бібліографічні записи анотувались, а до більшості представлених на виставці документів додавався ілюстративний ряд – обкладинки та титульні сторінки видань, що покращує сприйняття виставки користувачами.

Виставка має бути зручною для сприйняття користувачем у вебпросторі й може містити наступні різновиди інформації:

1. Дані про видання:

- візуальні (зображення обкладинки, оцифровані частини книги: передмова, вступ);
- бібліографічні дані (бібліографічний запис + шифри фонду бібліотеки, що представляє виставку);
- аналітична інформація (анотації, реферати до видань, рецензії, відгуки читачів);

- оцифровані частини книги (розділи, найцікавіші витяги тощо);
- посилання на повні тексти книги, якщо вони доступні в бібліотеці чи в мережі Інтернет.

2. Додаткові матеріали на тему виставки, що існують в інтернеті:

- посилання на інтернет-ресурси (біографії, критичні статті, рецензії, відгуки, тематичні сайти);
- відомості про наявність книг в інших бібліотеках, інтернет-магазинах тощо;
- зображення: портрети, ілюстрації, фотографії тематичного характеру.

3. Додаткова інформація, представлена авторами виставки, і відомості про додатковий сервіс:

- біографічні, бібліографічні, енциклопедичні відомості на тему виставки (біографії авторів та інших персон, бібліографічні списки, історичні відомості тощо);
- вказівка про можливість замовити електронну копію;
- вказівка про можливість замовити книгу по МБА, ЕДД.

Наразі віртуальні комунікації та вебможливості є обов'язковою умовою конкурентоспроможності бібліотек. З огляду на це, віртуальні виставки стають невід'ємною складовою виставкової діяльності. Такі експозиції можуть готуватися паралельно з традиційними книжковими виставками або бути самостійною формою розкриття та популяризації фондів, вони є ефективним інструментом залучення користувачів до бібліотеки, засобом створення її позитивного іміджу.

Віртуальні виставки надають широкий спектр можливостей для суб'єктів виставкової діяльності. Їхні організатори можуть у такий спосіб популяризувати бібліотечні фонди та рекламувати бібліотеку, а відвідувачі – задовольняти свої інформаційні потреби.

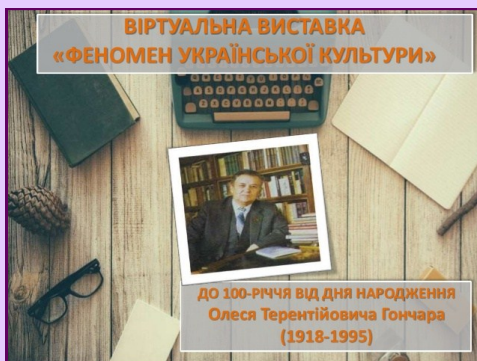
Приклади віртуальних виставок



«З музою в серці»,
Наукова бібліотека КНУКІМ
<https://bitly su/Xp8ghv>



«Символ української естрадної пісні», Наукова бібліотека КНУКІМ
<https://bitly su/URkxr2P>



«Феномен української культури»,
Наукова бібліотека КНУКІМ
<https://bitly su/4VAVW4eK>



«День книги»,
Наукова бібліотека КНУКІМ
<https://bitly su/g8Eekx>



«Подільський Афон»
(до 1000-ї річниці заснування Лядівського скельного монастиря),
Хмельницька ОУНБ
<https://bitly su/mkJ6>



«Книги європейських авторів – це книги для роздумів»,
Хмельницька ОУНБ
<https://bitly su/f2zD>



«Мандруючи світом мистецтва»,
Хмельницька ОУНБ
<https://bitly su/2JkU>



«Родинні цінності»,
Харківська ОУНБ
<https://bitly su/WABziizL>



«Бенефіс яблука»,
Харківська ОУНБ
<https://bitly su/4RXr>



«Ліки від нудьги»,
Харківська ОУНБ
<https://bitly su/sKNdViuj>



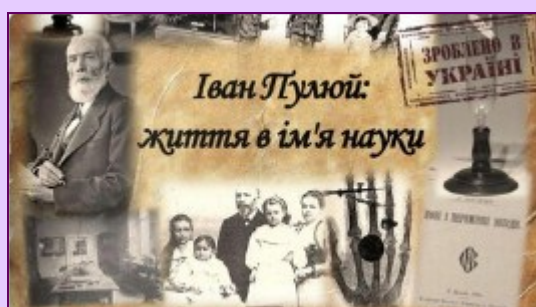
«Створи затишок, обирай комфорт»,
Харківська ОУНБ
<https://bitly su/FVY3adAR>



«Серце, яке жадало дії»,
Харківська ДНБ ім. В. Г. Короленка
<https://bitly su/HeFu53TT>



«Харківські фахові періодичні видання 1920-1930-х років»,
Харківська ДНБ ім. В. Г. Короленка
<https://bitly su/QahI>



«Іван Пулюй: життя в ім'я науки»,
Харківська ДНБ ім. В. Г. Короленка
<https://bitly su/L7jJc>

КНИЖКОВІ ВИСТАВКИ

В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГУ І РЕКЛАМИ

Значення книжкових виставок для бібліотеки безпосередньо пов'язане з їхньою мультифункціональністю: через виставки можна одночасно досягти декількох маркетингових цілей, реалізувати декілька завдань, що відповідають різним елементам маркетингового комплексу. Не треба забувати, що книжкові виставки, особливо виїзні, є потужним каналом поширення інформації й реклами про діяльність бібліотек, сприяють вирішенню багатьох важливих комерційних і некомерційних проблем.

До таких **проблем** належать:

1) інформування – надання населенню вичерпної інформації про бібліотечні ресурси та послуги, їхні властивості, якість тощо;

2) привернення уваги споживачів до бібліотечно-інформаційної сфери – фіксація інтересу користувачів на певних бібліотечних послугах, ознайомлення громадськості з фактом існування бібліотеки як сучасного, динамічного і потужного сервісного закладу;

3) формування і закріплення позитивної громадської думки – виставки дозволяють поглибити позитивне ставлення населення і пріоритетних груп користувачів до діяльності бібліотеки, створюють основу репутації для подальшого зміцнення довіри до неї;

4) створення привабливого образу – на презентаціях книжкових виставок бібліотека асоціюється з позитивними емоціями та приємними враженнями;

5) стимулювання до використання бібліотечно-інформаційних послуг і продуктів – під час виставок персонал виважено наводить відповідні аргументи.

Потрібно пам'ятати про те, що виставки – досить складний інструмент маркетингу, який дозволяє поєднувати телемаркетинг, рекламні оголошення, конкурси, свята, інші прийоми популяризації документного фонду та послуг бібліотек.

В основі рекламно-інформаційної підтримки виставки лежить створення рекламних повідомлень і публікацій.



Рекламне повідомлення може бути *внутрішнім* (для читачів бібліотеки) або *зовнішнім*, орієнтованим на потенційних користувачів. Існують різні засоби реклами: оголошення в місцевих ЗМІ, усна реклама, реклама на радіо, афіші та плакати на вулицях, листівки, буклети, проспекти тощо.

Необхідно долучити до реклами також сайт або блог бібліотеки. Якщо тема виставки продовжує залишатися актуальною і популярною для читачів, випускається каталог. Цікавою, ефективною і водночас складною формою подання виставки є її прем'єра або презентація.

Презентація бібліотечної виставки – це комплексний захід, де виставка є інформаційною основою, на яку «нанизується» бібліографічний огляд, усний журнал, зустріч з письменником тощо.

Прем'єра – це перший показ, представлення нової книжкової виставки, свято, що влаштовується бібліотекою для своїх читачів, у центрі якого яскрава, ефектна, неординарна, цікава, інформаційно насичена бібліотечна виставка. Виставку можна включити до програми екскурсії бібліотекою.

Демонстрація книжкових виставок дозволяє досягти наступних комунікативних цілей:

- забезпечити влучну й ефективну рекламу;
- зміцнити контакти із ЗМІ;
- налагодити зворотний зв'язок у спілкуванні з користувачами.

Знайомство користувачів з книжковою виставкою, з бібліотекою можна перетворити на яскраве шоу, що сприятиме налагодженню і підтримці довгострокових стосунків з представниками ЗМІ та громадськості.

Відкриття книжкової виставки є сприятливою подією для:

- зустрічей адміністрації і працівників бібліотеки з представниками владних структур та бізнесу;
- розв'язання окремих ділових проблем;
- налагодження контактів з майбутніми спонсорами і друзями бібліотеки.

Гарна виставка дає підставу створити позитивний імідж керівнику бібліотеки. PR-фахівцям або маркетологам у своїх персональних контактах (з журналістами,

партнерами тощо) слід посилатися на керівництво, наводити їхні вислови з різних професійних і загальнокультурних питань, пропонувати коментарі від імені директора, у такий спосіб зміцнюючи престиж бібліотечного закладу. Адже чим цікавіша перша особа в бібліотеці за своїми професійними і особистісними якостями, тим привабливішими для аудиторії є бібліотечні заходи (директор може бути ведучим, головою конкурсної комісії, експертом тощо).

Оскільки книжкова виставка є рекламою, доцільно нагадати ознаки окремих **видів реклами**, які можна ефективно використовувати в бібліотечних закладах.

Інформаційна реклама. Містить повний набір відомостей про рекламований об'єкт: опис і характеристики нових бібліотечно-інформаційних послуг. Основною метою такої реклами, незалежно від того, де вона розміщена (в друкованих або електронних виданнях), є збільшення обсягів безкоштовних та платних послуг бібліотеки.

На відміну від інформаційної в **рекламі, що нагадує**, наводяться обмежені дані про рекламований предмет (наприклад, лише реквізити бібліотеки), які впливають на сприйняття бібліотеки, її послуг. Поширені *форми реклами, що нагадує*: короткі пам'ятки, пластикові пакети, візитівки працівників, оголошення з планом заходів бібліотеки тощо.

Іміджева реклама. Спрямована на створення позитивного образу бібліотеки через організацію презентацій, зокрема книжкових виставок, пресконференцій, розміщення в ЗМІ інформації про діяльність бібліотеки тощо.

Внутрішній імідж формується в межах фірмового стилю бібліотеки, що знаходить вираження у фірмових ручках, олівцях, блокнотах, бейсболках, футболках, сумках, парасольках, льодяниках, сувенірах тощо. Для книжкових виставок є характерним доповнення їх шорт-листами, рекламними виданнями, нагадуваннями, світлинами, різними формами малої бібліографії, артефактами. Внутрішній імідж має значний вплив на імідж зовнішній.

До, під час та після функціонування книжкової виставки для висвітлення важливих фактів застосовуються різні інструменти роботи з пресою. Це може бути створення пресрелізу, проведення пресклубу, пресконференції, інтерв'ю з представниками ЗМІ.

Книжкові виставки вирішують ще одне важливе завдання – вони сприяють підвищенню кваліфікації працівників бібліотек, адже під час організації та функціонування виставки відбувається інтенсивний обмін досвідом. Компетентний персонал бібліотеки не тільки підтримує коло постійних користувачів, але й залучає нових.

ЯК ОФОРМИТИ КНИЖКОВУ ВИСТАВКУ

ЗІ СМАКОМ?

Під час візуального сприйняття важливим є перше враження. Щоб досягти успіху в оформленні виставки, потрібно мати хоча б загальне уявлення про принципи сприйняття: композицію, колір, пропорції.

Композиційна побудова

Композиційні методи забезпечують виразність експозиції: збільшення або зменшення об'єкту, фрагментація (виділення одного з елементів композиції); монтаж (можливість підкреслити зіставлення матеріалів); зміна фактури (створення ілюзорної рельєфності, зміна кольору, горизонтальне або вертикальне розтягнення об'єкта).

Фахівці виділяють **сім основних принципів** побудови композиції:

1. Вибір характерних елементів експозиції: об'єднання за однорідними ознаками, виявлення найбільш важливої однорідності, включення в композицію контрастів (таким контрастом може бути розміщення старовинного фоліанта і сучасного оптичного диска).

2. Дотримання закону обмеження (не більше трьох) у матеріалі, деталях, кольорі, формі.

3. Основа статичної композиції – симетрія. Наприклад, кольорні плями доцільно повторити три рази. Крім того, симетрія передбачає наявність певного композиційного центру виставки (цитата, ілюстрація, предмет, колаж тощо).

4. Забезпечення вільного простору між угрупованнями елементів.

5. Підкреслення субординації між угрупованнями. Взаємозв'язок розділів забезпечується їхньою логічною послідовністю і частковою повторюваністю.

6. Дотримання оптичної рівноваги шляхом правильного розміщення великих, важких, темних форм відносно малих, легких і світлих.

7. Об'ємність, стереоскопічність, перспектива досягаються за допомогою кольору, розмірів, динаміки форми. Так, чорний фон-підкладка на стелажі візуально заглиблює книгу, а блакитний – наближає. Ілюстрація, яку розрізали або змістили частини, підкреслює об'єм. Ефекти просвічування, вітражності при оформленні оживляють візуальний простір книжкової виставки.

Найкраще сприймається прямокутна форма виставок, проте виставковий простір може мати й інші форми: півколо, гострий кут, П-подібний варіант, дуговий, шаховий тощо. Але, у будь-якому випадку, у розмірах виставки бажано застосовувати правило золотого перетину, тобто розміри висоти і ширини в співвідношенні 5 до 3, 8 до 5, 13 до 8.

Центр виставки рекомендується розташовувати на рівні очей, оскільки частина виставки вище центру поглинає 60% уваги читача (з лівої сторони 40%, з правої – 20%). На одну полицю не варто поміщати більше ніж 6 книг.

Кольорове рішення виставки

Кольорова гама значно впливає на відчуття простору. Для успіху експозиції необхідно знати хоча б найзагальніші властивості кольору. Бажано використовувати при оформленні не більше трьох кольорів, інакше виставка буде не яскравою, а строкатою. У багатоколірних композиціях випадкові кольори можуть викликати неспокій і порушення єдності композиції. Виняток становлять виставки, де строкатість виправдана назвою, наприклад: «*Різноколірні сторінки*», «*Строкати фантазії*», «*Новорічний калейдоскоп*», «*Весела мозаїка*».

Існують три основні кольори: червоний, синій, жовтий, і додаткові – зелений, помаранчевий, фіолетовий, які служать для виділення основних кольорів. Колір може створити певний настрій. Червоний колір створює відчуття близькості предмета і викликає занепокоєння. Жовтий – бадьорить. Синій – заспокоює. Помаранчевий – викликає захоплення. Зелений – віддаляє предмет, заспокоює. Фіолетовий колір, як і зелений, віддаляє предмети, але викликає стомлення чи агресію.



Найвдаліше поєднуються:

- білий на синьому;
- білий на червоному;
- білий на зеленому;
- червоний – біло-синій;
- чорний із золотим;
- чорний з жовтим;
- чорний з помаранчевим;
- чорний зі срібним.

Сприйняття кольору залежить від віку. Підлітки, наприклад, віддають перевагу контрастним поєднанням – синій і помаранчевий, червоний і зелений, жовтий і фіолетовий. Літні люди, навпаки, частіше вибирають гаму приглушених тонів.

Є кольори, які здатні візуально наближати предмети. Якщо для фону вибрати холодні відтінки, а для об'єктів, розташованих на передньому плані, теплі, то можна досягти ефекту «наближення» важливої інформації. Якщо необхідно виділити або «наблизити» певну книгу або статтю, можна помістити її на підставку червоного, помаранчевого або охристо-жовтого кольору.

Дизайнери пропонують використовувати і таку властивість поєднання кольорів: два контрастні кольори, розташовані поруч, взаємно підсилюють один одного; родинні кольори – послаблюють. Так, зелений колір здається яскравішим у поєднанні з червоним.

При штучному освітленні (а в бібліотеках воно переважає) білі, сірі й зелені кольори предметів жовтіють, сині дуже темніють, фіолетові темнішають та червоніють, тіні предметів різко окреслені. Предмети, які знаходяться в тіні, погано помітні при світлі.

Пропорційність

Представлені на виставці книги, предмети та ілюстрації повинні справляти враження єдиного ансамблю. Відчуття симетрії і завершеності створюється шляхом чергування книг, журналів, ілюстрацій. Повинно бути їх оптимальне поєднання, причому розмір ілюстрації не повинен збігатися з формою книг.

Під час оформлення виставки важливо правильно підібрати *шрифт* для заголовка та розділів. Шрифт є істотним елементом стилю. Він повинен відповідати змісту виставки. Наприклад, якщо виставка присвячена історії України або усній народній творчості (казкам, прислів'ям, приказкам, загадкам), то краще заголовок

написати шрифтом, стилізованим під старослов'янський. Якщо виставка пропонує матеріал про середньовіччя, про феодалів, лицарів, то можна для її оформлення обрати готичний шрифт. На виставці про війну буде доречний строгий рубаний шрифт, а на виставках, присвячених поезії або жанру любовного роману, – легкий вензельний.

Шрифт краще всього сприймається глядачем, коли той знаходиться на відстані, пропорційній його розміру: чим більший шрифт, тим більше, відповідно, має бути віддалення від нього глядача.

Дуже ефективним для створення привабливої книжкової виставки є використання різноманітних предметів, так званих айс-стоперів, які перетворюють книжкові виставки у виставки-інсталяції. Водночас важливо пам'ятати, що в оформленні не повинно бути жодного випадкового предмета і всі вони в сукупності не повинні затуляти книгу. Такі виставки цікаві тим, що бібліотекар може використовувати особисті листи, світлини читачів. Таким чином читачі емоційно залучаються до процесу підготовки, стають співавторами виставки.

Основні правила, які необхідно пам'ятати при оформленні виставок:

- книжкові виставки не повинні зливатися з навколишньою обстановкою;
- виставка має включати ряд декоративних елементів для фокусування уваги читачів;
- ілюстрація має образно розповідати про головні особливості книг;
- кольорові ілюстрації вдвічі «активніші», ніж чорно-білі;
- ілюстрації, захащені деталями, фотографії масових сцен сприймаються гірше, ніж ті, на яких зображені одна або дві людини;
- непарне число об'єктів у композиції сприймається краще, ніж парне;
- асиметричні композиції активніше впливають на глядача, ніж симетричні; перші – динамічні, другі – спокійні, статичні;
- горизонтальні лінії, як правило, асоціюються зі спокоєм та відпочинком, вертикальні лінії викликають асоціації руху, пересування у просторі;
- найчастіше привертають увагу елементи нові, несподівані, незнайомі;
- краще сприймається інформація у верхній частині композиції та експонати, розміщені поруч.

ОФОРМЛЕННЯ КНИЖКОВИХ ВИСТАВОК:

ПОШИРЕНІ ПОМИЛКИ

Бажання розмістити на виставці якомога більше експонатів є однією з найбільш поширених помилок: не варто забувати, що в центрі уваги виставки повинна залишатися книга, а вся атрибутика має лише доповнювати її, привернути до неї увагу. Заголовок, назви розділів і атрибути, які супроводжують виставку, повинні точно відповідати її темі (наприклад, виставка з екології називається «Світ кімнатних рослин»). Виставка не працюватиме, якщо вона погано освітлена або знаходиться у важкодоступному місці.

Поширені помилки при оформленні книжкових виставок:

- надлишок інформації (занадто багато джерел на полицях);
- безсистемна подача інформації (неперевірена інформація – у різних джерелах одна й та сама інформація подається по-різному);
- пошарпані книжки поряд з новими (виняток, коли представлені різні видання однієї й тієї ж книги);
- занадто багато аксесуарів, які, зокрема, не відповідають темі виставки;
- заголовок, назви розділів та інша інформація, які погано читаються (на світлому фоні світлий текст, розмитості, «скачуть» літери);
- спотворені ілюстрації та портрети (спотворення кольору, витягнуті);
- підписи «від руки», неакуратне кріплення (скотч, степлер тощо);
- орфографічні помилки в текстах і «криве» розташування тексту в підзаголовках, цитатах;
- книжки не доступні дітям (розташовані високо);
- книжки «псуються» на виставці (перегнуті, розташовані поруч з водою);
- виставка загрожує життю і здоров'ю (можуть впасти книги, не закріплені стелажі, стенди);
- виставка зроблена недбало.

ІДЕЙНИК

КНИЖКОВИХ ВИСТАВОК

Покровська бібліотека сімейного читання



Виставка-подорож
«На рушниковому крилі»



Виставка-колаж «Вірю в
твоє майбутнє Україно!»



Виставка-вшанування
«Атомна весна України»



Виставка-рецепт
«Літо в банці»



Виставка-інсталяція
«Тут море грає барвами
всіма»



Виставка
«Крайнами мандруємо –
живемо не сумуємо»



Виставка «Водоспад літа»



Виставка «Оберіг нашої державності»



Виставка «Літо з улюбленою книгою»



Виставка «Україна: шлях до незалежності»



Виставка «Відлуння давнини»



Виставка «Книжковий бульвар»



Виставка «День знань у місті
Читайликів»



Виставка «За волю,
правду, майбуття»



Виставка «Читаємо під
літньою парасолькою»

Рубіжанська ЦБС



Виставка «Синє море книг»



Виставка «Зелена поляна книг»

Фотомікс



Виставка до Дня поезії



Виставка
«Гаррі Поттер»



Виставка
«Білосніжні книги»



Виставка
«Мульти-пульти-сраши»



Виставка
«*Магія математики*»



Виставка
«*Літературний сад до ювілейних дат*»



Виставка
«*Читай про себе!*»



Виставка
«*Читай зі смаком: книги на будь-який смак*»



Виставка
«*Підказки для дорослих*»



Виставка
«*Україна: 25 років незалежності*»



Виставка
«*Гарячі новинки для холодних днів*»

ДЖЕРЕЛА

1. «Вагон ідей з Hand made» // Кам'янець-Подільська центральна міська бібліотека імені Костя Солухи. – Електрон. текст. та зображув. дані. – Кам'янець-Подільськ, 2018, 12 черв. – Режим доступу: <https://bitly su/9VM8PK> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

2. Виставка-настрій «Книжковий дощ» // КЗК «Жовтоводська ЦБС». – Електрон. текст. та зображув. дані. – Жовті Води. – Режим доступу: <https://bitly su/Kq4X> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

3. Виставка одного автора «Олена Пчілка – світло добра і любові» // Центральна міська бібліотека м. Олександрія. – Електрон. текст. та зображув. дані. – Олександрія, 2019, 17 лип. – Режим доступу: <https://bitly su/zHe3PxD> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

4. Виставка-панорама «Моя найкраща, вічна і єдина колиска і Вітчизна – Україна» // Блог Копичинецької міської бібліотеки-філії для дорослих «Криниця слова». – Електрон. текст. та зображув. дані. – Копичинці, 2019, 18 серп., 03:04, неділя. – Режим доступу: <https://bitly su/fFIysXP> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

5. Виставка-подорож «Мрій! Читай! Мандруй!» // Надвірнянська центральна районна бібліотека. – Електрон. текст. та зображув. дані. – Надвірна, 2017, 5 жовт. – Режим доступу: <https://www.libnadvirna.info/?p=19963> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

6. Выставка-сюрприз // ГУК «Березинская центральная районная библиотека». – Электрон. текст. и изобраз. данные. – Березино, 2017, 14 нояб. – Режим доступа: <https://bitly su/aMwWBS4D> (дата обращения: 19.06.2020). – Название с экрана.

7. Виставкова діяльність бібліотек : метод. рекомендації. / Хмельн. міська рада, Упр. культури і туризму, Хмельн. міська ЦБС // Calameo : сервіс для публікацій матеріалів в Інтернеті. – Електрон. текст. дані. – Хмельницький, 2013. – Режим доступу: <https://bitly su/yZiz353> (дата звернення: 19.06.2020). – Назва з екрана.

8. Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок : метод. рек. / Хмельн. ОУНБ ім. М. Островського ; уклад. В. В. Шейчук ; рец. В. В. Маковська ;

відп. за вип. Н. М. Синиця. – Хмельницький, 2013. – 24 с. – Режим доступу: <https://bitly.su/nSU9> (дата звернення: 19.06.2020). – Назва з екрана.

9. Запрошуємо до мандрівки творами Жуль Верна // Центральна міська публічна бібліотека Краматорської міської ради. – Електрон. текст. та зображув. дані. – Краматорськ, 2018, 30 січ. – Режим доступу: <https://bitly.su/7cfl> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

10. Книжкова виставка: сучасні тенденції // Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека. – Електрон. текст. дані. – Запоріжжя, 2010, 14 верес., 18:30. – Режим доступу: <https://zounb.zp.ua/node/620> (дата звернення: 19.06.2020). – Назва з екрана.

11. Книжкові виставки // Pinterest : [соціальний фотосервіс]. – Електрон. зображув. дані. – Режим доступу: <https://bitly.su/4z7CSS> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

12. Кудря Л. Віртуальна книжкова виставка – нова форма популяризації документів / Л. Кудря // Бібліотечна планета. – 2009. – № 1. – С. 37–39.

13. Лоневская Л. Интересные формы выставочной деятельности библиотеки / Людмила Лоневская // Просто библиоблог: блог для библиотечарей, любящих свою профессию. – Електрон. текст. данные. – 2012, 7 июля, 11:28, суббота. – Режим доступа: <https://bitly.su/z3dytuA> (дата обращения: 19.06.2020). – Название с экрана.

14. Моисеева С. А. Виртуальная книжная выставка в библиотеке / С. А. Моисеева // Использование мультимедийных технологий в библиотеке: информ.-метод. дайджест / сост. И. М. Хвостенко. – Новосибирск : НГОНБ, 2012. – С. 37–43.

15. «Наша планета – колиска життя» виставка – роздум // Бершадська районна бібліотека : офіційний сайт Бершадської районної бібліотеки. – Електрон. текст. та зображув. дані. – Бершадь, 2013, 24 квіт. – Режим доступу: <https://bitly.su/fz4p> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

16. Пальчевская Е. Н. Книжная выставка и ее назначение (библиотечный урок для 3-х классов) / Е. Н. Пальчевская // Библиотечный урок. – 2015. – № 5. – С. 29–31.

17. Самодурова В. В. Традиционные книжные выставки: из опыта работы вузовских библиотек / В. В. Самодурова. – Електрон. текст. данные. – Режим доступа: <https://bitly.su/mCisVS> (дата обращения: 16.06.2020). – Название с экрана.

18. 7 подій тижня // Публічні бібліотеки Солом'янського району. – Електрон. текст. та зображув. дані. – Київ, 2019, 8 квіт. – Режим доступу: <https://bitly.su/W04zum5p> (дата звернення: 23.06.2020). – Назва з екрана.

19. Шестопалова О. В. Віртуальна книжкова виставка як сучасна форма бібліотечного обслуговування (з досвіду роботи бібліотеки Криворізького державного педагогічного університету) [Електронний ресурс] / О. В. Шестопалова // Бібліотека університету на новому етапі розвитку соціальних комунікацій : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф., 1–2 груд. 2016 р. / М-во освіти і науки України, Дніпропетр. нац. ун-т зал. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. — Дніпро, 2016. – Режим доступу: <https://bitly.su/0I4NH> (дата звернення: 19.06.2020). – Назва з екрана.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| 1. Передмова..... | 3 |
| 2. Як правильно підготувати книжкову виставку?..... | 4 |
| 3. Види книжкових виставок..... | 7 |
| <i>Віртуальні виставки</i> | 20 |
| <i>Приклади віртуальних виставок</i> | 24 |
| 4. Книжкові виставки в контексті маркетингу і реклами..... | 26 |
| 5. Як оформити книжкову виставку зі смаком?..... | 29 |
| 6. Оформлення книжкових виставок: поширені помилки..... | 33 |
| 7. Ідейник книжкових виставок..... | 34 |
| <i>Покровська бібліотека сімейного читання</i> | 34 |
| <i>Олевська міська бібліотека для дітей</i> | 35 |
| <i>Рубіжанська ЦБС</i> | 36 |
| <i>Фотомікс</i> | 37 |
| Джерела..... | 39 |