

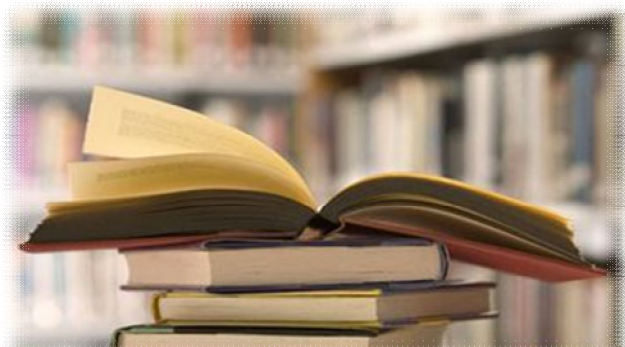
Управління культури, національностей та релігій  
Хмельницької облдержадміністрації

Хмельницька обласна універсальна наукова  
бібліотека імені Миколи Островського

# **Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок**

---

*Методичні рекомендації*



Хмельницький  
2013

ББК 78.34 (4 УКР – 4 ХМЕ)

Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок: метод. реком. / Хмельниц. ОУНБ ім. М.Островського. – Хмельницький, 2013. – 24 с.

Дане видання розкриває основні етапи організації, класифікацію книжкових виставок та алгоритм їх створення. Знайомить із сучасними моделями книжкових виставок бібліотек.

Друкується за рішенням Науково-редакційної ради Хмельницької ОУНБ ім. М. Островського, протокол № 8 від 20.08.2013 р.

Укладач: *Шейчук В.В.*

Рецензент: *Маковська В.В.*

Відповідальна за випуск: *Синиця Н.М.*

©Хмельницька ОУНБ ім. М. Островського, 2013

## Вступ

На сьогодні бібліотека – це культурний центр, що забезпечує інформаційні потреби користувачів, надає можливість міжособистісного спілкування та організовує їхнє культурне дозвілля.

Важливу частину бібліотечно-бібліографічного обслуговування становить виставкова діяльність. Вона являється однією з основних складових роботи з користувачами. За допомогою виставки бібліотека може інформувати про нові надходження, забезпечити ефективність використання кожної книги і, головне, розкрити фонди та привернути увагу до читання.

«Обирати книги для свого та чужого читання – не тільки наука, а й мистецтво» – писав відомий бібліотекознавець М.О. Рубакін. Треба мати чималі знання і творче мислення, щоб книжкова виставка зацікавила читача. Тому метою даної книги є розкрити основні етапи створення виставки та познайомити із сучасними моделями книжкових виставок.

## Коротко з історії книжкових виставок

Книжкові виставки почали практикуватися в роботі бібліотек в середині XIX століття і стали найбільш поширеною формою популяризації книги. Організатором їх був видатний мистецтвознавець і громадський діяч В.В.Стасов, який працював тоді у відділі мистецтв Санкт-Петербурзької публічної бібліотеки.

Виставки мали характер музейних експозицій. На них демонстрували найбільш цінні примірники з книжкових сховищ бібліотеки.

На початку XX ст. набуває поширення своєрідна форма просвітницької роботи серед селянства, яка поєднала в собі риси пересувного музею, лекторію і народної виставки. Відвідувачі народної виставки мали можливість брати книги додому або

читати їх безпосередньо в приміщенні. Але такі народні виставки діяли всього лише у 3-4 губерніях.

Активна агітаційно-масова робота бібліотек поживалася за радянської влади. Книжкові виставки в бібліотеках стали використовуватися для популяризації літератури з важливих питань повсякденного життя.

Спочатку навіть дуже великі бібліотеки організовували не більше 2-3-х виставок на рік. Не було продуманої методики побудови таких виставок.

В 1918-1922 рр. багато нового і цінного у виставкову роботу внесли червоноармійські бібліотеки, фонди яких були укомплектовані новою літературою. В цих бібліотеках працювали ініціативні люди, які добре розуміли політичний характер своєї роботи. Виставки цих бібліотек мали чітку спрямованість на популяризацію конкретних книг. Характер цих виставок був різноманітний. Тематичні (або предметні) виставки рекомендували літературу з будь-якого важливого питання: міжнародне становище, творчість письменників та ін. Крім того, існували так звані «ударні столи», на яких підбиралася література до важливих ювілейних дат, політичних і господарських компаній та ін.

З виставок-новинок особливо виділялись виставки «бойових книг», тобто книг, популяризація яких у той період велась найбільш активно.

Основною формою популяризації літератури книжкові виставки були і в роки Великої Вітчизняної війни. На виставках були твори, які розкривали характер війни, показували героїчні справи на фронті і в тилу, знайомили зі славним минулим.

Бібліотеки широко використовували виставку, як одну із найбільш активних форм популяризації літератури так необхідної на фронті і в тилу.

У післявоєнні роки були створені всі умови для дальшого розвитку і активізації масової роботи бібліотек: покращилося комплектування книжкових фондів, багато бібліотек одержали нові приміщення, зросла кваліфікація кадрів. Усе це вплинуло на кількість і якість книжкових виставок.

## Організація бібліотечної виставки

**Бібліотечна виставка** – систематичне зібрання різних видів і типів творів друку та інших носіїв інформації, об'єднаних певним принципом відбору, рекомендованих користувачам бібліотек для огляду та ознайомлення. Безпосередній показ самих книг та інших джерел інформації, супроводжуваний яскравим, образним розкриттям їх змісту, служить завданням залучення уваги до читання, полегшує пошук необхідних видань.

Основними вимогами до оформлення виставок в бібліотеці є:

**Комфортність** представляє собою ряд вимог, які забезпечують найбільш сприятливі умови для роботи з книгою і одночасним відпочинком читача. Ці умови включають в себе і зручне розташування книг на виставці, і по можливості, правильне освітлення, і місце для відпочинку читача. Крім того, читачу потрібний психологічний комфорт при роботі з виставкою: зручне розташування книг, можливість ознайомлення з книгами, документами в спокійному середовищі.

**Наочність** в практичній роботі бібліотек нерідко трактується тільки як те, що можливо безпосередньо побачити і показати. Це знижує ефективність використання наочності як прийому, обмежує діапазон її можливого використання.

В роботі бібліотеки використовується три види наочності:

- документ, представлений у фонді бібліотеки знаходиться в режимі відкритого доступу;
- образ документа, як елемент бібліотечної виставки, плакату, рекомендаційного списку літератури;
- бібліографічний опис документа в каталозі, картотеці, списках і т.д.

Кінцева мета принципу наочності – показати користувачу наявність і доступність документа в фонді.

**Доступність**, перш за все, виражається в тому, що бібліотечні виставки дають можливість читачу вивчати зміст представлених документів. Крім того, проявом доступності можна

вважати інші, в порівнянні з відкритим доступом, способи групування літератури на тематичних, проблемного характеру, виставках. Доступність бібліотечних виставок вважається вираженням поваги і довіри до читача.

**Оперативність** бібліотечних виставок розуміється двояко. По-перше, як оперативність відображення (нового документа, актуальної теми чи проблеми). По-друге, можливість ознайомлення одночасно як з первинними так і вторинними документами (особистою книгою і її бібліографічними даними).

**Виставкова робота** – це діяльність з організації виставок, включаючи в себе планування, розробку, оформлення, проведення та підведення підсумків. Існує певний порядок розробки та оформлення книжкової виставки, що складається з наступних етапів:

- вибір теми;
- визначення цільового та читацького призначення;
- виявлення і відбір документів;
- підбір допоміжних матеріалів;
- розробка структури книжкової виставки;
- реклама книжкової виставки;
- аналіз ефективності книжкової виставки.

**Вибір теми.** Тема повинна відповідати двом вимогам: по-перше, повинна бути актуальною (проблемною) і цікавою; по-друге, тему необхідно конкретизувати.

**Цільове і читацьке призначення.** Ознаки, які найбільше впливають на зміст і характер сприйняття представленого матеріалу: вік, стать, освіту. Залежно від них, одна і та ж тема припускає різну структуру (розділи) виставки, оформлення та відбір документів.

*Як правильно відібрати документи для виставки?*  
Найкраще це зробити в два етапи:

- 1) виявити всі документи, які є в бібліотеці з даної теми: книги, статті з газет і журналів, аудіовізуальні матеріали та інші;
- 2) переглянути виявлені джерела і відібрати для виставки ті, які відповідають меті та читацькій адресі.

**Підбір допоміжних матеріалів.** Це можуть бути: художні елементи (портрети, ілюстрації, плакати, репродукції картин, фотографії, фотошпалери); декоративні елементи (квіти,

драпірування, вишиті рушники ін.); природний матеріал (шишки, черепашки, камені, химерні коріння, гілки) і вироби з нього; «творіння рук і умів читацьких» (малюнки, вироби, відгуки на книги, міні-твору); предмети і речі, що допомагають створити образ людини чи епохи (віяло, бінокль, свічки, солдатський казанок, повітряна кулька, іграшки, макети, муляжі) і багато іншого.

**Структура книжкової виставки.** Конкретної цифри кількості книг на виставці немає і бути не може. Воно залежить від багатьох факторів, у тому числі від обсягу фонду, типу виставки, місця розташування, розміру виставкового стелажу. Крім того, кількість книг, розділів, наявність цитат і пояснювальних текстів вам найкраще підкаже логіка виставки, її ідея. Виставка не повинна виглядати порожньою, але вона не повинна бути і перевантаженою. Головна вимога – структура повинна сприяти розкриттю змісту теми і акцентувати увагу на найбільш важливих проблемах.

**Назва** виставки повинна бути:

- інформаційною, передавати суть;
- лаконічною, тобто складатися всього з декількох слів (оптимально не більше 4-5);
- не шаблонною (у вигляді папірусного сувою, повітряної кульки, квітки, рушника, книги, новорічної ялинки, машинки, неваляшки). Назвою виставки може стати крилата фраза, афоризм, прислів'я, приказка, рядок з вірша або пісні та ін.

**Оформлення** виставок одне з цікавих напрямків бібліотечного дизайну. При оформленні заголовка можна використовувати найрізноманітніші матеріали: ватман, кольоровий папір, картон, тканину, пінопласт.

**Підбір кольору** і колірних поєднань. Велике значення має підбір кольору і колірних поєднань. Бажано використовувати при оформленні не більше трьох кольорів: *червоний, синій, жовтий*, і додаткові: *зелений, помаранчевий, фіолетовий*, які служать для виділення основних кольорів. Найбільш вдало поєднуються: білий на синьому; білий на червоному; білий на зеленому; червоно-біло-синій; чорний з жовтим; чорний з помаранчевим; чорний із золотим; чорний зі срібним.

**Шрифти** для заголовка і розділів. Він повинен відповідати змісту виставки. Наприклад, якщо виставка присвячена історії України чи усній народній творчості, то краще заголовки

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

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

Сьогодні використання комп'ютерів в оформлюваних роботах дозволяє бібліотекареві самому підібрати необхідні виразні засоби: шрифти, зорові ефекти.

**Розміщення** бібліотечної виставки. Виставки можуть розташовуватися в найнесподіваніших місцях: у вестибюлі, у вітринах, у вікнах, на столах. Але найчастіше їх оформляють на спеціальних виставкових стелажах прямокутної форми. Якщо в бібліотеці достатньо місця, варто спробувати створити виставковий простір. Це може бути півколо, хвилеподібний варіант, шаховий, кутовий.

**Привернення** уваги читачів до виставки. Для цього потрібно розповісти про виставку в індивідуальній бесіді одному читачеві, можна відразу декільком, провести короткий огляд, рекомендаційний огляд кращих книг. Розмістити запитання вікторини, на які читачі зможуть відповісти після прочитання книг з виставки. Оголосити конкурс на найактивнішого читача книг, представлених на виставці.

Найцікавіша і ефективна, найскладніша і трудомістка форма подання книжкової виставки це її прем'єра (або презентація).

**Реклама книжкової виставки.** Плакати-оголошення і індивідуальні запрошення для читачів. Найголовніше тут правильно скласти рекламний текст. Основними елементами будь-якого рекламного тексту є:

- короткий рекламний лозунг;
- невеликий текст, що розкриває основну думку;
- інформаційний блок і аргументи;
- довідкові відомості.

Рекламний текст повинен: привернути увагу; переконати у необхідності скористатися вашою пропозицією; змусити запам'ятати основну думку; зацікавити відвідати вашу бібліотеку.



**Ефективність бібліотечної виставки.** Насамперед – це облік. Для цього в «щоденнику бібліотеки» треба виділити окрему графу, в якій облікувати кількість документів, виданих читачам з виставки. Відповідна позначка повинна бути зроблена бібліотекарем у формулярі читача, який взяв книгу з виставки. Для цього треба кількість книговидач з виставки розділити на кількість документів, представлених на виставці.

Для більш докладного якісного аналізу необхідно вести зошит обліку виставкової діяльності. У зошиті фіксується:

- тема виставки
- виконавець
- місце проведення
- тривалість роботи виставки
- кількість представлених матеріалів
- яка її відвідуваність
- кількість книговидач з виставки
- кількість переглянутих матеріалів
- відгуки, пропозиції
- коефіцієнт використання.

Або ж можна використовувати матрицю-таблицю для оцінки ефективності (*додаток 1*). Параметри матриці кожна бібліотека може вибирати самостійно, виходячи з пріоритетів своєї діяльності.

Якщо ефективність низька, необхідно з'ясувати, чому виставка не користувалася популярністю серед читачів. Для цього потрібно проаналізувати всі етапи виставкової роботи, починаючи з вибору теми і закінчуючи рекламою, і визначити, де були допущені помилки. Високу ефективність також необхідно вивчати, щоб виявити причини успіху виставки у читачів.

Для вивчення ефективності виставкової роботи слід користуватися методами опитування читачів – бесіди, інтерв'ю, анкетування, які допомагають виявити інтереси і потреби читачів, дозволяють планувати виставкову роботу відповідно до читацьких очікувань.

Головне у виставці – це її ідея, головна думка, яку ви повинні донести до читача. Гарне оформлення, різні матеріали та аксесуари це не мета, а лише засіб, який допомагає вирішити поставлене завдання – привернути увагу до книги.

Бібліотечні виставки можна класифікувати за ознаками, а саме:

за статусом – самостійні або супроводжуючі масовий захід;

за змістом – універсальні, галузеві, тематичні, персональні;

за цільовим призначенням – на допомогу навчанню, для підвищення загальноосвітнього і загальнокультурного рівня;

за часом публікації і надходження до бібліотеки розміщених на них матеріалів – нові надходження, за різні роки, «забуті видання»;

за місцем експонування – організуються в бібліотеці або за її межами;

за термінами функціонування – постійні, тривалі, короткочасні;

по повноті розкриття фонду – переглядові, локальні, поличні;

за видами видань – книжкові, інших видів видань (журнальні або газетні та ін), кількох видів видань одночасно (комплексні), нових носіїв інформації (CD-ROM, платівки, мікрофільми, відеокасети та ін);

за конструкційними особливостями – вітринні, внутрі-стелажні, внутріполичні, виставки-"розвали" на столах, пересувні, "кільцеві" та ін.;

за підставами для проведення – з ініціативи бібліотекарів, за пропозиціями читачів бібліотеки, на замовлення установ і підприємств;

за ступенем доступності – безкоштовні і платні;

за джерелами фінансування – бюджетні, позабюджетні.

## Традиційні та інноваційні форми книжкових виставок

**Виставка-вікторина** ставить за мету розширити кругозір читачів і звернути їхню увагу на книги, які рідко запитуються. Необхідно написати текст звернення до читачів, тобто розкрити умови виставки-вікторини. Пропонуються запитання і книги, в яких можна знайти відповіді. Книги систематизуються по-різному: запитання-книга (підказка), запитання-книги в розкидку. Переможцю у вікторині – приз.

**Виставка-вернісаж, виставка-галерея** передбачає демонстрацію картин або репродукцій. Вернісаж супроводжується експозицією літератури про художників-авторів, творчість місцевих художників, про даний напрямок в мистецтві, потребує більше площі для експонування робіт, використання світла, цитат, антуражу. Складність даної виставки – в різноманітності ілюстративного матеріалу, здатності бібліотекаря використовувати драпірування, зберегти індивідуальність кожної ілюстрації.

**Виставка-діалог** передбачає діалог двох точок зору, двох авторів. Представляється література авторів з діаметрально-протилежними точками зору з даної теми, питання, проблеми. Читачі можуть висловити свою думку з даного питання за допомогою олівця та паперу, які розташовуються поруч з виставкою.

**Виставка-коллаж**, головне її призначення – привернути увагу читачів. Вона носить, скоріше, рекламно-інформаційний характер. Тема, зазвичай, обирається широкого плану, наприклад «Я молодий». У рамках оформленого колажу групуються окремі смислові підтеми (мода, захоплення музикою і т.д.) Немає чіткої структури з розділами. Широко залучається ілюстративний матеріал. Виставка повинна бути яскраво і зі смаком оформлена. В середині тематичних груп або поруч з виставкою може розташовуватися інформація, оголошення, посилання на літературу, анонси, інформація про нові видання, що надійшли до бібліотеки.

**Виставка-реквієм** – оформляється для вшанування пам'яті та днів скорботи.

**Експрес-виставка** – це позапланова оперативна виставка, пов'язана з виникненням актуальної теми, книги, статті, цікавої публікації. За формою може бути будь-яка.

**Виставки-відповіді** – дають поради з хвилюючих питань повсякденного життя людей: як заготувати продукти вчасно; як розбивати клумби на дачній ділянці; як навчитися шити тощо.

**Виставка-знайомство** – вона організовується для того, аби познайомити відвідувачів бібліотеки з будь-якою цікавою людиною (місцевий діяч, відома людина і т.д.).

**Виставка-конфлікт** – одна з різновидів "психологічних виставок". Необхідність таких виставок відчують працівники бібліотек для дорослих. Основна мета виставки – допомога читачеві у вирішенні будь-якої конфліктної ситуації, допомога у пошуку можливих шляхів виходу з неї.

**Виставки нових часописів** – нові журнали, газети підбираються за галузями знань. Бажано за кожною назвою закріпити відповідне місце на вітрині.

**Виставка-експозиція** – на виставці розміщуються репродукції картин із зображенням батальних подій, біографічні довідки, історичні повісті, розповіді і поетичні твори про учасників Вітчизняної війни 1812 р.

**Виставка-кросворд** – в її основі невеликий кросворд, "ключ" до розгадки якого можна знайти в експонованій літературі.

**Виставка-ікебана** – на цій виставці обов'язково повинні бути живі і засушені квіти, оформлені в композицію, а також книги, статті з квітникарства, вірші та уривки з художніх творів, присвячених квітам. Можна доповнити репродукціями натюр-мортів або картинами.

**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 хвилин за допомогою каталогів і картотек знайти всю відсутню літературу і розмістити її на вітрині виставки.

**Озвучені книжкові виставки** ("звукові" виставки) – текст огляду, бесіди біля книжкової виставки; записується на аудіокасету, бажаючі можуть потім прослухати її за допомогою навушників, або для групи читачів; проводиться огляд представленої літератури на радіо, телебаченні; читачам пропонуються аудіо та відеоматеріали, наявні в бібліотеці з даної теми.

**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-відкриття** – новий матеріал, тема під новим кутом, якісь дослідження і відкриття – ось що в основі цієї виставки. Приклад: «Світло малої батьківщини» (історія нашого міста, бібліотеки, нові факти і дані, нові матеріали).

**Виставка-натхнення** – «Моя ікона – жіноче обличчя» – корисні поради про красу і здоров'я, про красивих жінок, про догляд за обличчям, вірші, присвячені жіночій красі.

**Виставка-настрій** – читачам пропонується самим поставити книги на виставки: «Цю книгу я візьму з собою на безлюдний острів», «Цю книгу я візьму з собою в космічну подорож», «Цю книгу я візьму з собою в похід» і т. д.

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

**Виставка-бенефіс читача** – наприклад, «Найкращий читач року». Мета виставки – привернення уваги до книг через близькі інтереси. Обов'язкові елементи: формуляр читача, малюнок, аналіз читання (відвідування, улюблені автори, жанри, кількість прочитаних книг з різних галузей знання).

**Виставка-гербарій** – припускає наявність власне гербарію і книг, періодичних видань про ці рослини. Наприклад: «Лікарські рослини ... району».

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

**Виставка-адвайзер (виставка-консультація)** – у перекладі з англійської – adviser – радник, консультант. Приклад

виставки-адвайзер: «Що читати сучасній молоді?», «Як обрати професію?» (З профорієнтації) та ін. На такого роду виставках обов'язково повинен бути представлений методичний матеріал: консультації, рекомендації, пам'ятки по темі виставки. Огляд цієї виставки перед аудиторією теж проводиться у формі консультації.

**Виставка-питання** – для оформлення такої виставки необхідно підібрати цікаві запитання за визначеною тематикою. На виставці поміщаються тексти запитань і книги, періодика, де можна знайти відповіді на ці питання. У заголовку виставки міститься питання, на яке дається відповідь за допомогою літератури, представленої на виставці.

**Виставка-словник** – мета цієї виставки – пояснити значення будь-яких термінів і понять, а також представити додаткову інформацію про них. Для виставки-словника можуть бути обрані різні поняття і терміни – економічні, політичні, мистецтвознавчі, літературознавчі. Назвами розділів виставки стають поняття та їх визначення, взяті зі словника і оформлені на окремих аркушах паперу як цитати. Поруч розташовуються книги, статті з газет і журналів, що містять докладну інформацію про ці поняття.

**Виставка-досьє** – дана виставка передбачає збір фактичних даних про що-небудь.

**Виставка-полеміка** – влаштовується з метою допомоги читачеві у формуванні світогляду, повідомлення його про цікавий, актуальний дискусійний матеріал. Обов'язкова наявність полемічного матеріалу, відгуків на нього, що відображає різні точки зору.

**Виставка-порада (рекомендація)** – даються 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 даного питання. Виставка-порада може активно використовуватися в індивідуальній роботі з читачами.

**Виставка-перегляд (виставка нових надходжень)** мета виставки – познайомити читачів з новими документами, що надійшли в бібліотеку: книгами, газетами, журналами, аудіо-відеоматеріалами. Виставки нових надходжень можуть бути універсального характеру (представити всі книги, що надійшли

до бібліотеки, відділу), за галузями знань, за типами і видами видань.

Слід розрізняти виставку нових надходжень та новинок. Адже серед книг, які надійшли до бібліотеки, можуть бути і перевидання, і нові екземпляри книг, вже наявні в бібліотеці.

**Виставка-презентація (реклама, прем'єра)** – це може бути презентація нової книги, журналу, газети чи незвичайне розкриття їх змісту із застосуванням технології рекламної діяльності, наприклад, через заголовок-наказ «Дівчатка, нова книга для вас: прочитайте!»

**Виставка-календар (дата)** – щомісяця представляються книги, художні альбоми, матеріали з періодики, пов'язані з пам'ятними і ювілейними датами. Можна оформити календар народних прикмет, календар професійних свят, календар літературних дат, дитячих свят у світі тощо.

**Жива виставка** – на даній виставці експонуються не тільки книги, статті з журналів і газет, ілюстровані матеріали, але й передбачається присутність живих істот – це можуть бути рибки в акваріумі, папуга, хом'ячок, черепаха та ін.

**Виставка-осуд або антивиставка** – на такій виставці можуть бути представлені книги, зіпсовані і не повернуті читачами (білий лист з муляжем 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-розвал** – найчастіше це книги, здані напередодні читачами та розміщуються близько видачі або розкладені бібліотекарем на столиках поблизу відповідних розділів фонду.

На перший погляд виставки-розвали безсистемні: немає певної послідовності, відсутня характеристика видань, тобто яскраво виражена в інших формах заданість бібліотечної рекомендації. Саме це, як показали дослідження, і приваблює читачів, особливо тих, хто не надто довіряє бібліотечним рекомендаціям або не знає, що обрати (так званий «Невизначений попит»).

Розвали важливі тим, що створюють ситуацію вільного вибору: спрацьовує ефект довіри до тих, хто прочитав книгу раніше («Якщо інші взяли, прочитали, значить – хороша книга»). Досвідчений бібліотекар вміло користується цим ефектом непрямої рекомендації, по-своєму впорядковуючи

нагромадження книг. По-перше, підкладає сюди хороші, але малознайомі або з інших причин недооцінені читачем, видання. По-друге, виявляє, таким чином, читацькі уподобання (на додаток до інших, «прямих» методів), використовує отримані відомості в подальшій роботі.

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

**Виставка-портрет (персоналія)** мета – привернути увагу до якоїсь особистості, персони, пробудити бажання якомога більше дізнатися про цю людину, його життя і діяльність. Така виставка може бути присвячена художнику, письменнику, поету, композитору, вченому, політику, історичній особі, знаному земляку.

Традиційно, на персональній виставці присутні три розділи: перший розділ розповідає про життя особистості; другий розділ присвячений її діяльності; третій – представляє самі твори, праці цієї людини.

Розходження цих виставок – в методиці їх підготовки: виставка-персоналія робить акцент на творчості, діяльності 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-музей** – може називатися «Музей народної казки». На ній представляються збірники казок, платівки, дитячі малюнки, поробки. Така виставка приверне увагу і дітей, і дорослих. Постійнодіючою може стати виставка-музей, присвячена місцевим промислам. На ній збираються вироби народних умільців. Акцент цієї виставки робиться на предметний план.

**Виставки-імена** – бажано, щоб це був цикл виставок «Олександр», «Анна», «Володимир» і т.д. Їх мета – познайомити з історичними особистостями, що мають ці імена, поетами і письменниками, літературними і біблійними героями. Їх доцільно організовувати до ювілейних дат, днів народження і днів ангела.



**Виставка-сюрприз** – з маленьким, недорогим, але приємним презентом, який відвідувач виставки забирає із собою. Наприклад, до виставки «День сміху» можна підготувати смайли з кольорового паперу.

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

**Виставка-експозиція** – виставка творів мистецтва, історичних та інших матеріалів, підібраних на яку-небудь тему і виставлених за певною системою. Книжкова виставка-експозиція – це синтез бібліотечної та музейної виставки. Предмети і аксесуари, представлені на ній, сприяють більш глибокому проникненню в тему, якій присвячена виставка, глибшому розумінню і сприйняттю представлених на ній документів. Причому предметів і аксесуарів тут значно більше, ніж на звичайній бібліотечній виставці, а книги та інші документи вдало вписуються в експозицію.

**Виставка книжкових ілюстрацій** – на виставці розташовуються відкриті ілюстровані книги на якусь тему, але акцент робиться на ілюстраціях. Для молодших школярів і підлітків будуть цікаві виставки ілюстрацій одного художника, до книг одного жанру, з однієї теми, наприклад, «Мороз і сонце» (зимові пейзажі).

**Виставка однієї ілюстрації** – замість виставки однієї книги або статті в якості смислового та візуального центру вибирають не книгу, а ілюстрацію, таким чином, привертаючи увагу читача до публікацій, з нею пов'язаних. Іноді цей зв'язок може бути і не зовсім прямим.

**Виставка однієї книги** – як правило, вона присвячена книзі з незвичайною долею, книзі, популярній серед читачів. Мета даної виставки – зацікавити читачів певною книгою. Досягти цього можна, якщо представити на виставці різноманітний матеріал, який допомагає розкрити зміст книги і сприяє більш глибокому її розумінню.

Основою виставки 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, 50, 60, 70-і, в ході 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.

Дуже важливо для такої виставки правильно вибрати книжку. Вона повинна бути яскравою, змістовною, цікавою, не рядовою. Це може бути класика минулих століть і сучасна. Доцільно на таких виставках показувати книги, удостоєні Державних, Нобелівських та інших премій. Нерідко такого роду виставкам дають помітні заголовки, стилістично близькі до рекламного слогану: «Про цю книгу всі говорять (сперечаються)». «Книга з найвищим рейтингом або «Найгучніша книга року».

**Виставка одного журналу** – має мету зацікавити читачів якимось журналом, розкрити зміст журналу «крупним планом», спонукати його до читання. Це може бути новий журнал, який тільки почав видаватися, або вперше виписаний бібліотекою, або незаслужено забутий читачами. Заголовком виставки може стати назва журналу, написана тим же шрифтом і кольором, що і на обкладинці. Можна назвати розділи виставки так само, як основні рубрики журналу, і представити в них найцікавіші статті з цих рубрик.

**Виставка одного жанру** – це виставка творів одного літературного жанру: детектив, фентезі, історичний роман і т.д. Такий підхід дозволить найбільш повно розкрити певні частини фонду. Можна уявити на виставці не лише твори певного жанру, але і матеріал про виникнення цього жанру, його засновників, цікаві та маловідомі факти з його історії. За допомогою даної виставки можна не тільки задовольнити читацькі потреби, але і допомогти дізнатися про нові книги з тією ж жанровою специфікою.

**Виставки забутих книг** – завдання таких виставок – нагадати про змістовні художні і науково-популярні книги, які з певних причин не користуються популярністю у читачів.

**Виставка-декорація** – є основною і природною декорацією масового заходу в бібліотеці. На її тлі проводять захід, з неї

беруть в ході дії книги і предмети, до них звертаються. Вона може жити і після масового заходу, як самостійна виставка.

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

**Виставка-подорож** – будується у формі екскурсу по рідному краю або країні, для вивчення мови та культури. Ліва її частина – стенд із стилізованою картою свого краю або іншої країни. Прапорцями на ній відзначають місця майбутніх заочних подорожей. Права частина – це друквані видання краєзнавчої спрямованості чи література, в тому числі художня, яка відображає культуру конкретної країни. В якості обов'язкового елемента виставка включає різноманітний ілюстративний матеріал.

Іноді бібліотеки супроводжують подорожі або прогулянки аудіо/відео матеріалами. Відеофільми, музичний супровід і слайди допомагають, крім отримання цінної інформації, створити емоційно-забарвлений образ міста, місцевості, країни.

**Виставка-конкурс** – мета не тільки стимулювання інтересу до читання, а й виховання культури читання. Конкурс, як правило, складається 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 по темі виставки, виготовити саморобку, саморобну книгу і т.д. Вся інформація про конкурс має бути представлена на виставці. Роботи всіх учасників (або призерів та переможців конкурсу) після підбиття підсумків експонуються на цій же або спеціальній виставці.

**Виставка-ребус** – дана виставка супроводжується плакатом з ребусом «Спробуй відгадай ...». Книжкова виставка повинна стати частиною, а краще – основою цілого комплексу заходів, присвячених певній темі. У цей комплекс можуть входити найрізноманітніші форми бібліотечної роботи: бесіди, гучні читання, бібліографічні огляди, вікторини, ігри, конкурси,

дні народження літературних героїв, обговорення книг, годинник здивувань, дні інформації, дні бібліографії та ін.

Такий комплексний підхід дозволяє працювати цілеспрямовано в досягненні головної мети – пропаганди книги та читання.

***Інші види виставок:***

- виставка-демонстрація
- виставка-диспут
- авторська виставка
- виставка-гра
- виставка-пошта
- виставка-антологія
- виставка-альманах
- виставка-дайджест
- виставка-панорама
- виставка-символ
- виставка-репортаж
- виставка-калейдоскоп
- виставка-рейтинг
- виставка-концепція
- виставка-конфлікт
- виставка рубрики
- виставка-рекомендація
- виставка газетної смуги.

Синтезом традиційного (книжкового) і новітнього (електронного) способів представлення інформації є електронні (віртуальні) виставки.

***Електронна (віртуальна) виставка*** – це публічна демонстрація в мережі Інтернет за допомогою засобів веб-технологій 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.

Віртуальні виставки надають широкому колу користувачів можливість підвищити ефективність пошуку інформації, розширити коло необхідних матеріалів. Функціонування такої виставки не обмежене місцем і часом: з будь-якого комп'ютера, що має доступ до Інтернету, в будь-

якому місці і в будь-який час доби можна отримати в повному обсязі необхідну інформацію з даної теми.

Основні етапи підготовки віртуальних виставок такі ж, як і для традиційних експозицій: *відбір документів, визначення структури, компонування матеріалу, оформлення текстів та ілюстрацій*. Користування виставкою має бути зручним і зрозумілим. Структурування документів не обов'язково має відповідати правилам компонування матеріалу, прийнятим для традиційних виставок. Документи можуть бути розташовані не тільки за розділами, а й за абеткою назв, хронологією або іншими ознаками, що, у свою чергу, спрощує процес організації виставок.

Структура віртуальної виставки, як і звичайної, повинна складатися з розділів, супроводжуватися цитатами, вступними статтями, ілюстративним матеріалом тощо. Ознайомитись із прикладами віртуальних виставок можна на сайті Хмельницької ОУНБ ім. М. Островського (<http://www.ounb.km.ua/vistavki/-index.php>).

На кожен книжкову виставку доцільно завести паспорт (додаток 2) і протягом всього терміну дії виставки відслідковувати використання читачами представленої на ній літератури. Після закінчення експонування бібліотекар аналізує статистичні дані, робить висновки щодо ефективності обраної форми, доцільності використання саме таких елементів оформлення та рекламних заходів, досліджує зворотний зв'язок з читачами.

#### Додаток 1

<b>Матриця для оцінки ефективності виставкової діяльності (якість)</b>		
<b>№ п/п</b>	<b>Параметр</b>	<b>Бали</b>
1.	Актуальність теми виставки	
2.	Врахування інтересів груп користувачів	
3.	Новизна форми виставки	
4.	Реклама виставки	
5.	Оформлення виставки (заголовки, розділи, аксесуари)	
6.	Супутні заходи (поєднання з іншими формами індивідуальної та соціокуль-	

	турної роботи)	
7.	Показники ефективності (книговидача, відвідування)	

Додаток 2

### Паспорт книжкової виставки

" \_\_\_\_\_ "

1. Тип виставки, форма \_\_\_\_\_
2. Читацька адреса \_\_\_\_\_
3. Термін функціонування \_\_\_\_\_
4. Місце експонування \_\_\_\_\_

5. Характеристика книжкової виставки:

5.1. Структура книжкової виставки (цитати, розділи, звертання, предметна атрибутика)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5.2. Представлені на виставці документи

Всього \_\_\_\_\_ ,  
у т.ч. худож. \_\_\_\_\_ , краєзн. \_\_\_\_\_ ,  
бібліогр. \_\_\_\_\_ , період. \_\_\_\_\_ ,  
образотворчі \_\_\_\_\_ .

5.3. Зворотний зв'язок з користувачами (анкети, відгуки, малюнки, вікторини тощо)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. Заходи з популяризації видань (реклама, інформація, презентація, масові заходи)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7. Ефективність книжкової виставки

Всього видано \_\_\_\_\_ ,  
у т.ч. худож. \_\_\_\_\_ , краєзн. \_\_\_\_\_ ,  
бібліогр. \_\_\_\_\_ , період. \_\_\_\_\_ ,  
образотворчі \_\_\_\_\_ ,  
під час масових заходів \_\_\_\_\_

## Список використаної літератури

1. **Справочник библиотекаря** / науч. ред. А.Н. Ванеев, В.А. Минкина. – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Профессия, 2006. – 496 с. – (Серия «Библиотека»).
2. **Васильев М.** Выставочная работа – важная составляющая маркетинговой деятельности библиотеки / М.Васильев. – Бібл. форум України. – 2011. – № 3. – С. 12-15.
3. **Давидова Л.П.** Книжкова виставка – основна форма популяризації книги та змістовного розкриття книжкового фонду / Л.П. Давидова. – Шкільна бібліотека. – 2010. – № 4. – С.47: фото.
4. **Смехова Л.В.** Книжкова виставка – одна з форм популяризації книги / Л.В. Смехова. – Шкільна бібліотека. – 2009. – № 3. – С. 43-46.
5. **Голдина, И.И.** Нетрадиционная выставка – это современно! / И.И.Голдина // Библиотека. – 2003. – № 1. – С. 23-24.
6. **Пантюхова Т. В.** Визитная карточка библиотеки: [Работа с кн. вист.] / Т. В. Пантюхова // Библиотека. – 2000. – № 6. – С. 8-9.
7. **Рябыкин Н.** Работа не напоказ / Н. Рябыкин // Библиотека. – 2006. – № 10. – С. 49-50.
8. **Выставочная деятельность библиотеки.** Методический материал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://metod.library.karelia.ru/files/40.pdf>.
9. **Идеи для выставки.** Методика подготовки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://mei--blog.blogspot.com/2011/09/blog-post\\_07.html](http://mei--blog.blogspot.com/2011/09/blog-post_07.html)
10. **Интересные формы выставочной деятельности библиотеки.** Консультация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://novichokprosto-biblioblog.blogspot.-com/2012/07/-blog-post\\_07.html](http://novichokprosto-biblioblog.blogspot.-com/2012/07/-blog-post_07.html).
11. **Книжная выставка** – это всегда интересно. Методико-библиографический материал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://librari-biruch.ru/attachments/article/79/15.pdf>.

## Зміст

Вступ.....	3
Коротко з історії книжкових виставок.....	4
Організація бібліотечної виставки.....	5
Традиційні та інноваційні форми книжкових виставок.....	11
Додатки.....	22
Список використаної літератури.....	23

*Рекомендаційне видання*

### **Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок**

Методичні рекомендації

Відповідальна за випуск: *Синиця Н.М.*

Укладач: *Шейчук В.В*

Редагування: *Маковська В.В., Марчак Т.Ф.*

---

Віддруковано у редакційно-видавничому відділі  
Хмельницької ОУНБ ім. М. Островського