**Как создать книжную выставку?**

 Методические рекомендации.

 Выставка – один из основных методов наглядной пропаганды литературы, предоставляющей читателям возможность получения дополнительных знаний, формирования и расширения интереса к представленной теме. Наша задача – сделать выставку яркой, интересной, нестандартной.

Выставки должны не только привлекать внимание к представленным изданиям, но и активизировать познавательную деятельность читателей, вызывать всплеск эмоций и побуждать читателя взять книгу. Главная задача выставки — представить книги и другие виды документов. Хорошее оформление, различные материалы и аксессуары – это не цель, а лишь средство, помогающее решить поставленную задачу. Поэтому они должны не заслонить книгу, а наоборот, привлечь к ней внимание.

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

 ➢ ВЫБОР ТЕМЫ

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

 ➢ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОГО И ЧИТАТЕЛЬСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

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

 ➢ ВЫЯВЛЕНИЕ И ОТБОР ДОКУМЕНТОВ

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

➢ РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ ВЫСТАВКИ

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

➢ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАГОЛОВКА, НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛОВ, ПОДБОР ЦИТАТ, ИЛЛЮСТРАЦИЙ, ПРЕДМЕТОВ

 После того как вы определились со структурой выставки, переходим к выбору заголовка выставки, определению названий разделов, подбору цитат, иллюстраций, предметов. Название обязательно должно привлекать внимание, быть броским, и информационно емким, точно передавать суть. Оно должно быть достаточно коротким, не более 4-5 слов, часто в качестве названия используют афоризмы, крылатые фразы, пословицы, строчки из стихов, песен. Название разделов должно поэтапно раскрывать тему выставки и дополнять заголовок. Для оформления выставки можно использовать самые разнообразные предметы и аксессуары: портреты, иллюстрации, плакаты, репродукции 3 картин, фотографии, декоративные элементы, природный материал, рисунки, поделки, отзывы на книги, мини сочинения, эссе, различные вещи, предметы, помогающие воссоздать образ эпохи или человека. Также, с приходом в нашу жизнь Интернета, при оформлении выставок часто используют информацию, взятую с каких-либо сайтов. Такая информация должна быть проверена (исключение «жареных фактов»), тщательно скомпонована («прыжки» с одного на другое) и обязательно сопровождаться ссылкой на сайт, с которого скопирована информация.

➢ ОФОРМЛЕНИЕ КНИЖНОЙ ВЫСТАВКИ

Хорошо продуманная и разработанная выставка часто не пользуется спросом у читателей, если она плохо оформлена. Первое требование – это композиционная целостность, которая достигается с помощью различных средств. Например, выделяют один или несколько визуальных центров, вокруг которых разворачивается основное действие. В других случаях используют «крупный план» и «глубинную экспозицию», которые создают эффект объемности.

Композиция выставки может строиться на симметрии или, наоборот, асимметрии, на контрасте цвета, но при этом нельзя забывать о соразмерности представленных на ней книг, иллюстраций. Все они должны производить впечатление единого ансамбля. Вещи на выставке должны быть содержательно и эстетически близки между собой, а также с книгами и иллюстрациями. Иллюстрации и вещи создают образ книги и образы её героев.

 Использование раздаточной продукции. На выставке должна быть представлена раздаточная продукция, подготовленная к мероприятию (если выставка сопровождает его) или изданная по теме выставки. Это могут быть закладки, визитки, памятки, информационные листы, буклеты. Буклет должен лежать так, чтобы можно было его взять в руки и развернуть, если закладка издана в ограниченном количестве (или если хотим показать в цветном варианте) крепим её на стеллаж и одной и другой стороной. (чёрно-белый вариант выкладываем так, чтобы можно было взять). Приёмы визуального выделения объектов.

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

Статьи из изданий или периодической печати представляются двумя путями: поставить книгу в закрытом виде или развернуть книгу на том месте, где начинается нужная статья и к ней прикрепить карточку. На карточке указать библиографическое описание статьи. Статьи из газеты неудобно располагать на выставке, газета мнётся или не виден заголовок. Лучше сделать копию, к которой прикрепить карточку с библиографическим описанием.

 Выставка не должна выглядеть пустой, но она не должна быть и перегруженной. Это может привести к обратному эффекту, а потому «лучше меньше, да лучше».

➢ РАЗМЕЩЕНИЕ

Нужно заранее продумать, где поместить экспозицию: в стеклянных витринах, на книжных стеллажах или столах. Иногда соединяют все три варианта, а также используют поверхности окон, стен или дверей. Витрина создает ощущение объема, глубины, которая воспринимается как упорядоченный и замкнутый мир. На выставках, размещённых на стеллажах и столах, трудно разместить иллюстрации и предметы, поскольку стандартные стеллажи не глубоки. Нередко соединяют стеллажи со столами, благодаря чему снимается монотонный характер показа. При недостатке свободного места оформляются выставки плакаты, которые размещаются на стенах фойе или коридоров, выставки стенды на которых размещают фотоматериалы или творческие работы (рисунки) – это очень удобный вид экспозиции.

 ➢ РЕКЛАМА ВЫСТАВКИ

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

 ➢ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КНИЖНОЙ ВЫСТАВКИ

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

Коэффициент эффективности равен: «число книговыдачи» делённое на число представленной литературы. Если эффективность низкая, необходимо выяснить, почему выставка не пользовалась популярностью среди читателей. Для этого надо проанализировать все этапы выставочной работы, начиная с выбора темы и заканчивая рекламой, и определить, где были допущены ошибки. В настоящее время для изучения эффективности выставочной работы широко используются методы опроса читателей – беседы, интервью, анкетирование. Они помогают выявить интересы и потребности читателей и позволяют планировать выставочную работу в соответствии с читательскими ожиданиями. Таким образом, анализируя эффективность выставочной деятельности, можно избежать ошибок в дальнейшем и сделать каждую выставку яркой, содержательной, интересной и популярной среди читателей.

 ➢ ОШИБКИ ПРИ ОФОРМЛЕНИИ ВЫСТАВКИ

 Самые распространённые ошибки при оформлении книжных выставок:

 ▪ переизбыток информации (слишком много источников на полках);

 ▪ бессистемная подача информации;

 ▪потрёпанные книги соседствуют с новыми;

 ▪ слишком много аксессуаров, в том числе не соответствующие теме выставки;

 ▪ нечитаемый заголовок, названия разделов и другая информация (на светлом фоне светлый текст, размытые, «скачущие» буквы);

 ▪ искажённые иллюстрации и портреты (искажение цвета, вытянутые);

 ▪ подписи «от руки», неаккуратное крепление;

 ▪ орфографические ошибки в текстах и «кривое» расположение текста на подзаголовках, цитатах;

 ▪ не доступны книги детям (высоко, не дотянуться);

 ▪выставка угрожает жизни и здоровью (могут упасть книги, не закреплены стеллажи, стенды);

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