ВЫСТАВКА КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ ЧИТАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА





Татьяна Кубайчук,
директор информационно-библиотечного центра Ахангаранского района Ташкентской области

«Библиотечная выставка – это публичная демонстрация специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, рекомендуемых пользователям библиотеки для обозрения и ознакомления»

Не секрет, что в современных условиях технического прогресса, массовой доступности всевозможных гаджетов, развития интернет-ресурсов значительно снизился интерес читателей (особенно молодёжи) к книгам и газетам. Поэтому, находясь в динамично развивающемся информационном пространстве, руководствуясь Законом «Об информационно-библиотечной деятельности», ИБЦ республики в первую очередь ставят перед собой задачи по привлечению внимания к чтению, облегчению поиска необходимых изданий. Во многом эти задачи помогает решать систематическая организация библиотечных выставок.

В статье мы хотим поделиться опытом работы Ахангаранского информационно-библиотечного центра в этом направлении.

В толковом словаре приведено следующее определение: «Библиотечная выставка – это публичная демонстрация специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, рекомендуемых пользователям библиотеки для обозрения и ознакомления».

Выставки являются важной составной частью справочно-библиографического обслуживания, помогают грамотно организовать рекламу книги и, в конечном счёте, работают на имидж библиотеки. Поэтому современную библиотеку трудно представить без системы выставок, раскрывающих многообразие библиотечных фондов.

В настоящее время, находясь в стеснённых обстоятельствах неприспособленности помещения, наши сотрудники, тем не менее, стараются соблюдать основные требования, предъявляемые к выставочной работе, а именно: *комфортность, наглядность, доступность, оперативность.*

Комфортность представляет собой совокупность условий, обеспечивающих наиболее благоприятные возможности для работы с книгой. Эти условия включают в себя и удобное расположение книг на выставке, и место для отдыха читателя, возможность получения книги с выставки и ознакомления с ней в спокойной обстановке.

Разработка структуры библиотечной выставки почти всегда вызывает затруднение. Именно на этом этапе и появляется масса вопросов. Сколько книг должно быль на выставке? А сколько разделов? Всегда ли нужна цитата? Как правильно выбрать название для книжной выставки? Конкретной цифры количества книг на выставке нет и быть не может. Оно зависит от многих факторов, в том числе от объема фонда, типа выставки, места расположения, размера выставочного стеллажа. Кроме того, количество книг, разделов, наличие цитат и пояснительных текстов лучше всего подскажет логика выставки, ее идея. Выставка не должна выглядеть пустой, но она не должна быть и перегруженной. Это может привести к обратному эффекту, а потому «лучше меньше, да лучше». Любая выставка только выигрывает, если правильно подобрать для нее название. Оно обязательно должно привлечь внимание читателей, заинтересовать, вызвать любопытство, удивление, а иногда и недоумение. Это возможно только в том случае, если к выбору заголовка выставки подошли не стандартно, а творчески.

Выставка - это наглядная форма работы библиотеки. Это не только то, что можно показать и увидеть, но и представить, вообразить. Вот потому работа над выставкой не должна сводиться только к показу внешнего облика книги. Необходимо как можно ярче и образнее раскрыть перед читателями содержание книги, ее ценность и индивиду-

альность. Оформление выставок - одно из интересных направлений библиотечного дизайна. Дизайн имеет свои правила. Только соблюдая их, вы сможете сделать свои выставки привлекательными и интересными. Это, во-первых, заголовок. Он должен заставить читателя заинтересоваться, обратить внимание. Заголовки в виде цветка, шарика, машинки, солнышка, облачка не оставят равнодушным читателя-ребенка. При создании заголовка можно использовать самые разные материалы: ватман, цветную бумагу, картон, ткань, пенопласт. Большое значение имеет подбор цвета и цветовых сочетаний. Желательно использовать при оформлении не более трех цветов, иначе выставка получится не яркой, а пестрой. Исключение составляют выставки, где пестрота оправдана названием («Разноцветные сказки», «Пестрые фантазии», «Новогодний калейдоскоп», «Веселая мозаика»). Существуют три основных цвета: красный, синий, желтый и дополнительные: зеленый, оранжевый, фиолетовый, которые служат для выделения основных цветов. Наиболее удачно сочетаются белый на синем; белый на красном; белый на зеленом; красно-бело-синий; черный с желтым; черный с оранжевым; черный с золотым; черный с серебряным. Цвет может создать определенное настроение. Известно, что зеленый и синий цвета успокаивают, красный и желтый – возбуждают, темно-фиолетовый угнетает.

А еще восприятие цвета зависит от возраста. Подростки, например, предпочитают контрастные сочетания – синий и оранжевый, красный и зеленый, желтый и фиолетовый. Люди пожилые, наоборот, – гамму приглушенных тонов. Есть цвета, которые способны зрительно приближать предметы. Если для фона выбрать холодные оттенки, а для объектов, расположенных на переднем плане, – теплые, то можно добиться эффекта «приближения важной информации» Если необходимо выделить или «приблизить» определенную книгу или статью, можно поместить ее на подставку красного, оранжевого или охристо-желтого цвета. Очень важно при оформлении выставки правильно подобрать шрифт для заголовка и разделов. Он должен соответствовать содержанию выставки.

Американский библиотековед Дж. Х. Ширa говорил, что «подлинная выставка - это не просто собрание книг, оказавшихся вместе по ряду случайных обстоятельств, а осмысленное творение, призванное пробуждать в читателе целенаправленную интеллектуальную деятельность».

Мы недаром обратились к этой цитате. К сожалению, бывает так, что, оформив выставку, о ней «забываем», думая, что на этом выставочная работа закончена. Стоит ли при таком подходе удивляться низкой популярности выставки? Часто библиотекари сетуют: «Старались, оформляли, а читателям это неинтересно…» Как привлечь внимание читателей к выставке? Для этого существует достаточно много приемов: подготовить рекламное сообщение (афиша, плакат, объявление о выставке, телеграм, реклама в СМИ); рассказать о выставке в индивидуальной беседе одному читателю, можно - сразу нескольким; провести краткий обзор у выставки; рекомендательный обзор лучших книг. Интерес к выставке резко возрастет, если разработать вопросы викторины, ответить на которые читатели смогут после прочтения книг с выставки. Оживление читательской активности может также вызвать конкурс на самого внимательного или самого активного читателя книг, представленных на выставке. Самая интересная и эффективная, самая сложная и трудоемкая форма представления книжной выставки - это ее премьера (или презентация). Премьера книжной выставки - это первый показ, представление читателям новой выставки, это праздник, который библиотека устраивает для своих читателей. В центре этого праздника библиотечная выставка - яркая, эффектная, неординарная, интересная, информационно насыщенная.

Конечная цель принципа наглядности - показать пользователю наличие документа в фонде и убедить в его доступности.

Доступность прежде всего заключается в том, что библиотечные выставки предоставляют читателям возможность изучения содержания демонстрируемых документов.

При помощи выставочной работы мы стараемся оперативно отражать события, происходящие в нашей республике, памятные даты и юбилеи, связанные с творческой деятельностью писателей и поэтов.

Чтобы воздействие на читателя было более эмоциональным, для поддержания интереса к выставке мы постоянно обновляем её содержание. После десяти дней стабильной экспозиции стараемся заменять статьи из газет и журналов, библиографические комментарии. Это позволяет удерживать

«Подлинная выставка - это не просто собрание книг, оказавшихся вместе по ряду случайных обстоятельств, а осмысленное творение, призванное пробуждать в читателе целенаправленную интеллектуальную деятельность»

Как привлечь внимание читателей к выставке? Для этого существует достаточно много приемов: подготовить рекламное сообщение рассказать о выставке в индивидуальной беседе одному читателю... Интерес к выставке резко возрастет, если разработать вопросы викторины, ответить на которые читатели смогут после прочтения книг с выставки

внимание читателя к экспонируемому материалу.

Значительно повышает эффективность выставки связь ее с другими видами воздействия на читателя, прежде всего с беседой и библиографическим обзором. Живое слово библиотекаря помогает раскрыть логическую связь между разделами и отдельными книгами, обогащает читателя новыми знаниями, вызывает интерес к экспозиции.

Значительно повышает эффективность выставки связь ее с другими видами воздействия на читателя, прежде всего с беседой и библиографическим обзором. Живое слово библиотекаря помогает раскрыть логическую связь между разделами и отдельными книгами, обогащает читателя новыми знаниями, вызывает интерес к экспозиции

Помимо всего этого, учитывая массовую компьютеризацию общества, наличие у читательского контингента возможности обращения к ресурсам Интернета (смартфоны, айфоны, планшеты), мы всё чаще размещаем на наших выставках в виде отдельного списка перечень сайтов, ссылок на контенты, отражающие тематику выставки. Зайдя на них, любознательный читатель всегда может найти нужную информацию. Тем более, что в шаговой доступности для такого вида пользователей в нашей библиотеке всегда имеется свободный доступ к компьютеру, подключённому к Интернету. Эта возможность позволила в разы увеличить посещаемость библиотечного центра представителями учащейся молодёжи.

У книжной выставки есть явное преимущество перед другими формами работы: даже те читатели, которые не очень любят самостоятельно отыскивать необходимые книги в каталогах, обязательно остановятся около хорошо оформленной выставки.

У книжной выставки есть явное преимущество перед другими формами работы: даже те читатели, которые не очень любят самостоятельно отыскивать необходимые книги в каталогах, обязательно остановятся около хорошо оформленной выставки

Что же мы предлагаем нашим читателям в последнее время? Какие виды выставок прочно вошли в систему нашей работы?

Прежде всего ежеквартально мы проводим выставки новых поступлений. Обязательны для нас и экспозиции, посвященные международным и внутренним событиям, знаменательным и историческим датам, юбилеям.

Так, в минувшем 2021 году организовали несколько выставок, напрямую связанных с писательской деятельностью известных авторов и их произведениями.

Пользовалась популярностью и выставка краеведческого характера, отражающая основные вехи социально-экономического развития Ахангаранской долины.

А возле выставки с названием «В помощь учебному процессу, самообразованию и развитию личности» всегда многолюдно. Учащиеся близлежащих школ и колледжей могут почерпнуть необходимую информацию, востребованную в учебном процессе. Чтобы выставка не теряла своей актуальности, за ней закреплён отдельный работник нашего центра, который постоянно отслеживает темы и разделы, изучаемые в учебных заведениях города, преимущественно гуманитарного направления (история, языки, литература) и систематически (раз в месяц) обновляет экспозицию.

«Бестселлеры наших читателей». Так называется выставка-замена книжного развала у кафедры выдачи, в котором так любят копаться читатели. Она организуется спонтанно и не требует особого оформления.

По хронологическому охвату мы практикуем в основном две жанровые выставки. Выставка «забытых книг» демонстрирует издания прошлого периода развития нашей республики, которые мы смогли сохранить. При формировании данной экспозиции необходимо проявлять осторожность, чтобы её содержание не противоречило политическому курсу нашей страны.

Вторая выставка носит общий заголовок «Новые поступления». Здесь экспонируются новинки педагогической, общественнополитической и художественной литературы.

Тематические выставки, посвященные любительским увлечениям, хобби, досугу также не остаются без внимания наших читателей. «Делаем сами своими руками», «Физкультура и спорт - гаранты здоровья», «Кулинарный ликбез» - вот некоторые названия удачно спланированных и реализованных за последние пять лет тематических выставок.

Как проанализировать эффективность библиотечной выставки?

Прежде всего – это учет. Для этого в «дневнике работы библиотеки» выделена отдельная графа, в которую заносится число документов, выданных читателям с выставки. Соответствующая пометка делается библиотекарем в формуляре читателя, взявшего книгу с выставки. В кармашек каждого документа, представленного на выставке, вкладывается индикатор – закладка из цветной бумаги с названием выставки. Этот индикатор библиотекарь при записи документа вставляет в формуляр, а при подведении итогов работы библиотеки за день сможет легко учесть этот документ как выданный с выставки. После того как период экспонирования выставки завершился, библиотекарь по «дневнику работы библиотеки» подсчитывает, сколько всего изданий было взято с выставки. Сравнив количество доку-

ментов, представленных на выставке, и количество выданных читателям, можно делать вывод об ее эффективности. Можно вычислить так называемый «коэффициент эффективности книжной выставки». Для этого надо число книговыдач с выставки разделить на число документов, представленных на выставке. 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. Для изучения эффективности выставочной работы мы широко применяем 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.

Главное в выставке – это необычность исполнения, оригинальность идеи, название которое «цепляет», не дает пройти мимо. Успех выставки зависит и от того, насколько интересно мы ее подаём. Говоря языком коммерции, «товар» библиотеки – это книги, информация, заключенная в них. И он должен быть замечен, затребован и надлежащим образом оценен. Как же выставку «продать», в какой оболочке представить?

Когда в библиотеке проводим массовое мероприятие, элементом его оформления обязательно является выставка-декорация.

На её фоне проходит мероприятие, с выставки берём в ходе действия книги и предметы, к ней обращаемся; она функционирует и после массового мероприятия как самостоятельная выставка.

Размещение новых книг в окнах библиотеки называем выставкой-приманкой. Она является дополнительным способом «заманить» читателя в библиотеку, что весьма актуально в наше время.

Периодически оформляется у нас и выставка-портрет. Демонстрируется репродукция, а также материалы о художнике, герое портрета, судьбе картины и т.д.

Планируется у нас выставка-витрина – аналог витрины магазина. Здесь будут демонстрироваться предметы (товары) и литература о них. Например, выставка к празднику 8 Марта «Аромат женщины»: демонстрируются флакончики из-под духов, литература об ароматах, журнальные публикации о новых тенденциях в мире запахов, литература о косметике и т.п.

Мы надеемся, что с переходом в новое помещение у нас появится место для художественной экспозиции, и мы сможем проводить выставки-вернисажи. Здесь демонстрация картин, репродукций будет сочетаться с литературой о художниках и направлениях в изобразительном искусстве.

В летний период, когда большая часть детей школьного возраста отлучена от учебной литературы, мы проводим выставки-кроссворды, выставки-конкурсы. Это «тихие» выставки для молчунов. Носят досугово-просветительский характер.

В их основе – конкурсные вопросы, кроссворды (увеличенные), ответы на которые можно было найти в представленной на выставке литературе. Для удобства читателей делаются ксерокопии вопросов и кроссвордов. Первые читатели, верно выполнившие задания, получают скромные сувениры.

Эти конкурсы способствуют популяризации отдельных произведений, привлекают детей и подростков к чтению художественной литературы во время каникул.

Выставку одной книги используем при оформлении экспозиции к юбилею того или иного произведения. Выбираем разные издания одной книги, историю написания, выхода в печать, отзывы читателей, экранизацию. Всё это красочно оформляем.

Видовое разнообразие выставок не только позволяет нашей библиотеке наиболее полно отражать содержание информационных ресурсов, но и использовать именно те формы работы, которые точно соответствуют ее миссии.

Эффективность библиотечных выставок во многом обусловлена читательским назначением выставки, актуальностью выбранной темы, неординарностью подходов к ее раскрытию, а также отбором литературы.

Любая выставка, выполненная с большой любовью, будет «говорить» собственным языком, своими красками. И только тогда можно будет сказать, что библиотека имеет свой фирменный стиль, а значит – свой образ, свое лицо. ■

Главное в выставке – это необычность исполнения, оригинальность идеи, название которое «цепляет», не дает пройти мимо. Успех выставки зависит и от того, насколько интересно мы ее подаём

Любая выставка, выполненная с большой любовью, будет «говорить» собственным языком, своими красками. И только тогда можно будет сказать, что библиотека имеет свой фирменный стиль, а значит – свой образ, свое лицо