

**Новые задачи и возможности
выставочной деятельности
в современной библиотеке**



78.3
Н 76

Составитель: О.П. Коваленко – зав. МБО МБУК ЦБ;

Новые задачи и возможности выставочной деятельности в современной библиотеке : методические рекомендации / МБУК «Центральная библиотека Ровеньского района» ; методико-библиографический отдел ; [сост. О. П. Коваленко; отв. за вып. Е. А. Левченко]. – Ровеньки : МБУК «Центральная библиотека Ровеньского района», 2022. – 20 с. : ил. – 26 экз.

«Новые задачи и возможности выставочной деятельности в современной библиотеке»: методические рекомендации

Составитель: О.П. Коваленко – зав. МБО МБУК ЦБ;
Ответственный за выпуск : Е.А. Левченко – директор МБУК ЦБ

Тираж 26 экз.
Подписано в печать: 15.06.2022

309740 Белгородская область, пгт Ровеньки, ул. Ленина, д.61
МБУК «Центральная библиотека Ровеньского района»
Методико-библиографический отдел
☎ директор: 8(47-238) 5-71-42
☎ отдел обслуживания: 8(47-238) 5-52-41

e-mail: rovbiblioteka@yandex.ru
сайт : <http://rovbiblioteka.narod.ru/>

В помощь библиотекарю: Опыт библиотек по организации нетрадиционных книжных выставок

1. Девяткина, Т. П. От Руси до России : опыт работы по организации комплексной выставки «2012 – Год российской истории» / Т. П. Девяткина. – Текст : непосредственный // Школьная библиотека. – 2012. – № 2-3. – С. 35-39.

2. Золотухина Н. Е. Книжная выставка-викторина «Подарки к Новому году» : массовая работа библиотек / Н. Е. Золотухина. – Текст : непосредственный // Новая библиотека. – 2007. – № 2. – С. 41.

3. Киселева Т. В. И вкусно, и безумно интересно / Т. В. Киселева. – Текст : непосредственный // Библиотека. – 2009. – № 9. – С. 5-6.

4. Мужикова Е. Выставка – всегда интересно : синтез творчества и практической деятельности. «Аршином общим не измерить...» – выставка-размышление / Е. Мужикова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2008. – № 1. – С. 40-42.

5. Мужикова Е. Выставка – это всегда интересно / Е. Мужикова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2008. – № 7. – С. 30.

6. Мужикова Е. Выставка – это всегда интересно : выставки-диалоги / Е. Мужикова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2008. – № 9. – С. 28-29.

7. Мужикова Е. Выставка – это всегда интересно : выставки-предостережения / Е. Мужикова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2008. – № 5. – С. 28-29.

8. Мужикова Е. Выставка – это всегда интересно : выставки-сюрпризы / Е. Мужикова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2008. – № 6. – С. 30-31.

9. Мужикова Е. Выставка – это всегда интересно : «фигурные» выставки / Е. Мужикова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2009. – № 1. – С. 31.

10. Плотникова, В. Экспонируем... впечатления и знания : визуализация в работе со школьниками / В. Плотникова. – Текст : непосредственный // Библиотека. – 2014. – № 4. – С. 67-71.

«Библиотечная выставка – это не просто собрание книг, оказавшихся вместе по ряду случайных обстоятельств, а осмысленное творение, призванное возбуждать в читателе целенаправленную интеллектуальную деятельность».

Н.В. Збаровская

От составителя

Выставка – информационная основа для работы Презентация библиотечной выставки – комплексное мероприятие, так как выставка является информационной основой, на которую «наносится» библиографический обзор, устный журнал, встреча с писателем. Библиотечная выставка служит информационной основой для обучающих игр, которые проводятся в библиотеках. Обучающая игра также является комплексным мероприятием, так как включает в себя разные формы работы с аудиторией: рассказ, беседу, обзор, книжно-иллюстративную выставку, конкурсы, игры и пр. Библиотечная выставка должна быть понятна адресату (пользователю), акцентировать внимание на определенных аспектах темы (проблемы) и воздействовать на личность пользователя. Библиотечная выставка воспринимается в связи с определенным контекстом: социокультурной ситуацией в регионе, обострением тех или иных проблем (например, экологических); отражает национальную специфику региона и т.п.



Из каких этапов состоит выставочная работа?

Выставки в библиотеках являются одним из самых традиционных и распространенных методов раскрытия библиотечных фондов, пропаганды лучших документов и информирования пользователей о новых поступлениях. Выставки считаются мощным каналом распространения информации и рекламы деятельности библиотек, содействуют решению многих важных проблем коммерческих и некоммерческих организаций. Выработка и закрепление положительного общественного мнения – выставки позволяют углубить однозначно позитивное отношение населения и приоритетных групп пользователей к деятельности библиотеки; - создание привлекательного образа библиотеки; - стимулирование потребления библиотечно-информационных услуг и продуктов. Библиотечная выставка – это публичная демонстрация специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, рекомендуемых пользователям библиотеки для обозрения и ознакомления.

Выставочная работа - это деятельность по организации выставок, включающая в себя планирование, разработку, оформление, проведение и подведение итогов выставки.

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

- * выбор темы;
- * определение целевого и читательского назначения;
- * выявление и отбор документов;
- * подбор вспомогательных материалов;
- * разработка структуры книжной выставки;
- * оформление книжной выставки;
- * реклама книжной выставки;
- * анализ эффективности книжной выставки.

В помощь библиотекарю:

Методика организации библиотечных выставок

1. Ведь, Е. А. Библиотечные игры и ассоциативные выставки / Е. А. Ведь. – Текст : непосредственный // Современная библиотека : научно-практический журнал. – 2015. – № 6. – С. 88-92.

2. Вяткина В. В. Методика образно-диалоговой выставочной работы в библиотеках для детей / В. В. Вяткина. – Текст : непосредственный // Школьная библиотека. – 2006. – № 2. – С. 77–81.

3. Гачко, Евгения. Мобильность – главное достоинство выставки / Е. Гачко. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2013. – № 3. – С. 35-37.

4. Гэррисон, К. Молодежные библиотечные пространства / К. Гэррисон. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2016. – № 2. – С. 35-37.

5. Жбанова, Л. Выставка: традиции и находки / Л. Жбанова. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2016. – №1. – С. 18-22.

6. Журина, А. Учение с увлечением поднимает настроение : какая она, среда информационного взаимодействия? : [о выставочной работе] / А. Журина. – Текст : непосредственный // Библиотека. – 2011. – № 11. – С. 42-45.

7. Пантюхова Т. В. Воплоти сценарий в жизнь : методический материал, посвященный организации книжных выставок / Т. В. Пантюхова. – Текст : непосредственный // Читаем, учимся, играем. – 2007. – Вып. 7. – С. 79-83.

8. Рябыкин Н. Работа не напоказ / Н. Рябыкин. – Текст : непосредственный // Библиотека. – 2006. – № 10. – С. 49-50. – (Как обустроить выставку).

9. Савельева Г. В. Книжная выставка как путь к читателю в информационном пространстве библиотеки / Г. В. Савельева. – Текст : непосредственный // Школьная библиотека. – 2005. – № 7. – С. 26-29.

10. Харченко, С. Грани арт-пространства : придумываем тематические экспозиции / С. Харченко. – Текст : непосредственный // Библиотека. – 2012. – № 11. – С. 68-72.

Электронные выставки для детей также имеют свою специфику. Возможность использования не только анимации, но и игровых моментов делает такую форму работы особенно привлекательной для детей и подростков. Выставка в библиотеке для детей может содержать в себе литературную викторину, что позволит в полной мере использовать возможности информационных технологий. Такая викторина, реализованная в формате «PowerPoint», имеет существенные ограничения по сравнению с виртуальной игрой, созданной в формате HTML, в частности, сложно организовать подсчет очков, однако при определенных условиях такой вариант игры можно использовать.

В заключение.

В чем залог успеха библиотечной выставки? Непросто ответить на такой, казалось бы, несложный и конкретный вопрос. Нет и не может быть готового рецепта удачной книжной выставки. Выставочная работа - процесс творческий, как и многие другие виды библиотечной деятельности, а творчество невозможно структурировать, систематизировать, уложить в определенные рамки и выдать готовый рецепт - пользуйтесь! Но, исходя из опыта выставочной деятельности библиотекарей (см. список литературы), можно дать некоторые советы:

Главное в выставке — это ее идея, главная мысль, которую вы должны донести до читателя. Как рождаются идеи? Часто после долгих раздумий, а иногда — совершенно случайно. Главная задача библиотечной 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. Выставка представляет собой культурное событие для читателей и одновременно профессиональный праздник библиотекарей. Полностью разделяя это мнение, хочется пожелать всем коллегам творческих удач в выставочной работе, новых интересных идей!

Нетрадиционные выставки – это возможность выйти за рамки стандарта.

В настоящее время в связи с глобальной информатизацией общества инновации затронули абсолютно все виды человеческой деятельности. Библиотечное дело не явилось исключением. Сегодня мы поговорим об инновациях в выставочной работе библиотек. В ряду различных форм рекламы книги, популяризации книжного фонда, выставки занимают особое место. Библиотечная выставка – это публичная демонстрация специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, рекомендуемых пользователям библиотеки для обозрения и ознакомления. Каждая выставка – это взгляд на мир человека, подготовившего ее. Это выражение мировоззрения ее творца, его жизненного опыта, отношения к людям и к себе. Выставка – это всегда творчество. «Что я хочу сказать людям и миру, как я могу выразить себя через книги?» - вот что должно волновать библиотекаря, который готовит выставку. Только тогда, когда присутствует личностное начало, выставка будет иметь успех! Книжные выставки – это почти всегда своеобразная визитная карточка библиотеки, по ним судят не только о фонде, но и о самом стиле работы. Существует несколько определений понятия «книжная выставка». Они опубликованы в «Справочнике библиотекаря», «Терминологическом словаре по библиотечному делу и смежным профессиям», «Кратком справочнике школьного библиотекаря», в пособии Збаровской Н.В. «Выставочная деятельность публичных библиотек». Книжная выставка – традиционная форма массовой работы библиотеки, самая популярная и актуальная, ориентированная на: - информирование пользователей о содержании библиотечных фондов; - информирование пользователей о новых поступлениях; - пропаганду и рекламу лучших документов, раскрытие их содержания. Выставки относятся к наглядным формам массовой работы и имеют преимущество в том, что здесь происходит непосредственный контакт читателя с книгой (за исключением электронных форм выставок). Это

положения традиционной теории, которых библиотекари обязаны были придерживаться в своей работе. В последнее время получили большое распространение в библиотеках России так называемые «нетрадиционные выставки», которые не только привлекают внимание к представленным изданиям, но и активизируют познавательную деятельность читателей, вызывают всплеск эмоций. Основными составляющими организации таких выставок является творческое начало и фантазия библиотекарей. Нетрадиционные выставки – это возможность выйти за рамки стандарта, воплотить в жизнь свой оригинальный, не похожий на другие проект, использовать игровую природу визуальной культуры. Главным в нетрадиционных выставках оказывается не только сама по себе книга (и цель выставки не только информация), а ее подтекст. Смысловой доминантой организации подобных выставок является создание целостного образа. На эти выставки библиотекари, помимо книг, периодики, помещают всевозможный иллюстративный материал, аксессуары, содержательно связанные с проблематикой и дополняющие ее в качестве фона. Используются различные шрифты, натуральные предметы, макеты, модели, муляжи, бутафория. *Аксессуары можно подразделить на: – знаковые: цитаты, аннотации, текстовые рубрики, заголовки разделов; – художественные: картины и репродукции картин, коллажи, иллюстрации, фотографии, плакаты; – предметные: предметы и вещи, помогающие создать образ человека или эпохи (веер, бинокль, свеча, солдатский котелок, воздушный шарик, игрушки, макеты, муляжи и др.); – декоративные: цветы, драпировки, вышитые полотенца, природный материал (шишки, ракушки, камни, причудливые корни, ветки) и поделки из него; – конструкционные: различные средства оргтехники, канцелярские принадлежности: подставки из дерева, металла, папки, коробки, зажимы, прищепки, закладки и т. п. В процессе работы над нетрадиционными книжными выставками (НКВ) значительно расширилась их типология. Появились выставки-вопросы, - кроссворды, - словари, - советы, - демонстрации, - дискуссии, - предостережения и др.*

подсказок и справочных сообщений в верхней части экрана и использование различных эффектов для выделения элементов или фрагментов текста. Опыт работы по созданию электронных выставок в программе «PowerPoint» позволяет предложить некоторые рекомендации по анимационному оформлению текстов:

- При использовании в текстовых фрагментах анимационных эффектов необходимо учитывать, что электронная библиотечная выставка может быть реализована в двух режимах: режиме произвольной демонстрации и демонстрации, регулируемой пользователем. Эти режимы предполагают различное время просмотра.

- Целесообразнее использовать анимационные эффекты применительно к тексту целиком или большим его фрагментам. Появление текста по принципу «пишущей машинки» – по буквам – замедляет время просмотра выставки и, если текст достаточно большой, утомляет зрение. При этом если графическое изображение представляется на экране вместе с текстом, то рекомендуется оставлять 1/2 экрана пустым; размер деталей должен соответствовать разрешающей способности экрана и остроте человеческого зрения. Электронное представление информации предполагает аккуратное обращение с цветовой гаммой.

При выборе цвета специалисты рекомендуют руководствоваться следующими принципами:

- красный и синий цвета более всего привлекают внимание, однако синий цвет малопригоден для окраски мелких графических объектов, требующих максимальной четкости изображения. Для этих целей используются цвета желто-зеленый, желтый и оранжевый, а синий цвет применяют для акцентирующей подложки под выделяемые графические элементы;

- целесообразно использовать цветовой, а не световой (яркостный) контраст;

- темно-фиолетовый, темно-зеленый, лимонно-желтый, желто-зеленый и бледно-розовый оттенки и сочетания вызывают негативные реакции, и ими следует пользоваться очень осторожно.

Коэффициент использования (Q). Он высчитывается следующим образом: Количество взятой (выданной) литературы делится на количество представленной на выставке. Можно определить - какая самая популярная выставка. Если эффективность низкая, необходимо выяснить, почему выставка не пользовалась популярностью среди читателей. Для этого нужно проанализировать все этапы выставочной работы, начиная с выбора темы и заканчивая рекламой, и определить, где были допущены ошибки. Высокую эффективность также необходимо изучать, чтобы выявить причины успеха выставки у читателей. В последние годы для изучения эффективности выставочной работы широко используются методы опроса читателей – беседы, интервью, анкетирование, которые помогают выявить интересы и потребности читателей, позволяют планировать выставочную работу в соответствии с читательскими ожиданиями.

Электронная выставка.

Электронная выставка является синтезом традиционного (книжного) и новейшего (электронного) способов представления информации. Электронная библиотечная выставка может быть создана в формате «PowerPoint» – электронной презентации. В настоящее время этот формат используется преимущественно для подготовки и проведения публичного выступления: лекции, доклада, сообщения. Возможности, предоставляемые данной программой, позволяют создавать электронные выставки литературы, где первый слайд представляет всю совокупность экспонируемых изданий, а все последующие – отдельные издания и/или авторов. Зрительный ряд электронной выставки представлен иллюстративным материалом (обложками книг, разворотами, иллюстрациями, картами, фотографиями и т. п.). Текст, сопровождающий и раскрывающий зрительный ряд, состоит из цитат, аннотаций, биографических справок и пр. Существуют определенные рекомендации по размещению текстовой информации на экране. Эти рекомендации предусматривают размещение

Примеры выставок новаций

1. Выставка-вопрос: Чтобы подготовить эту выставку, необходимо провести предварительную работу по сбору занимательных вопросов, их систематизации по темам. Затем подобрать книги, периодику, в которых даны объяснения, ответы на эти вопросы. На выставке нужно поместить текст вопроса, а рядом – книги, отвечающие на этот вопрос (например, «Что оставим потомкам?» - книги по экологии; «Читатель спрашивает, книга отвечает» - (разные вопросы).

2. Выставка-полемика (выставка-спор) (читальный зал): Цель – помочь читателю в формировании мировоззрения, донести до него интересный, дискуссионный материал. Рассчитана на широкие круги читателей, прежде всего, на молодежь. Из последних книг, журналов, газет нужно выбрать наиболее нетрадиционные выставки – это возможность выйти за рамки стандарта интересный полемичный материал. Этот материал – в центр выставки, под заголовком, а вокруг нее по обе стороны дать рецензии из периодики по различным точкам зрения на данное произведение или тему. Активное использование цитат из представленной на выставке литературы, предложение читателям высказать свою точку зрения (с помощью карандаша и бумаги). Название выставки может содержать в себе вопрос или сомнение, например: «Дети Арбата» - художественный вымысел или «объективный взгляд»? «Человек и природа: союзники или враги?» (экология).

3. Выставка-кроссворд: носит досугово-просветительский характер. Предназначена, в основном, для детей, молодежи, хотя может привлечь и взрослых. Нужно составить кроссворд, оформить его на листе бумаги и поместить на выставке. Здесь же – словари, энциклопедии, справочники, в которых содержатся ответы на вопросы кроссворда. Для удобства читателей можно сделать ксерокопии мини-кроссворда. Первому читателю, отгадавшему кроссворд, можно торжественно вручить сувенир. Очень важно, как, в каком виде оформить выставку. Много зависит от общей интеллектуальной, эмоциональной культуры библиотекаря, его мироощущения и даже

настроения. И тогда, рядом с книгами, журналами встанут предметы, символизирующие тему.

4.Выставка-икебана: На этой выставке обязательно нужны живые и засушенные цветы, оформленные в композицию, а также книги, статьи по цветоводству, стихи и отрывки из художественных произведений, посвященных цветам. Можно дополнить репродукциями натюрмортов или картинами. Названия выставок: «Цветы – наши нежные друзья»; «Цветы нам нежно улыбаются»; «Мир цветов, прекрасный и таинственный»; «Есть в травах и цветах целительная сила».

5.Выставка-подарок. Оформлена с использованием природного материала, например: «Байкал – озеро сказки» - на выставке – ветки кедра, шишки, камешки. А на выставке: «Люблю тебя, мой край родной!» можно использовать ковыль, «перекати поле», степные цветы, татарник и т.п.

6.Выставка-поиск. Чтобы школьники, завтрашние студенты, были с каталогами и картотеками библиотеки на «ты», можно разработать выставку-поиск, например: «История России в лицах: от Рюриковичей до Петра», выставить на обозрение лишь часть литературы, которая есть в библиотеке, пригласить школьников, разбить их на 2 команды и дать задание: за 45 минут с помощью каталогов и картотек найти всю недостающую литературу и разместить ее на витрине выставки.

7.Выставка-викторина. Если вы ставите целью знакомство юных читателей со словарями, справочными и энциклопедическими изданиями, то тогда можно оформить выставку-викторину: «Где найти ответ?». Например, картина Джорджоне и опера Серова посвящены одной женщине. Кому именно? Что такое эскалоп? Известно, что 1-ым президентом Греции был российский подданный. Кто? и др. вопросы. Таким образом, выставка-викторина предполагает наличие вопросов викторины и экспозицию литературы, с помощью которой читателю предлагается ответить на вопросы этой викторины. Лучше, если викторина будет посвящена одной теме, и заголовок выставки будет в форме вопроса «Кто есть кто?», «Где эта улица, где этот дом?» и т.д. Вопросы должны

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, на радио, наружная реклама (афиши, плакаты на улицах), печатная реклама (листовки, буклеты, проспекты). Необходимо задействовать также сайт или страницу библиотеки в социальных сетях. Если тема выставки продолжает оставаться актуальной и востребованной читателями, выпускается каталог.

Самой интересной, эффективной и в то же время самой сложной и трудоемкой формой представления выставки является ее премьера или презентация. *Презентация* библиотечной выставки – комплексное мероприятие, где выставка является информационной основой, на которую «нанализывается» библиографический обзор, устный журнал, встреча с писателем и т. д. *Премьера* – это первый показ, представление новой книжной выставки, праздник, устраиваемый библиотекой для своих читателей, в центре которого яркая, эффектная, неординарная, интересная, информационно насыщенная библиотечная выставка. Выставку можно включить в программу экскурсий по библиотеке.

Необходимо вести журнал учета выставочной деятельности для того, чтобы после окончания демонстрации выставки определить её эффективность. В журнале собираем паспорта книжных выставок, в которых записываем:

- ⇒ Тема выставки
- ⇒ Исполнитель
- ⇒ Место проведения
- ⇒ Продолжительность работы выставки
- ⇒ Сколько материалов на ней представлено
- ⇒ Какова её посещаемость
- ⇒ Количество книговыдач с выставки
- ⇒ Количество просмотренных материалов
- ⇒ Отзывы, предложения по выставке.

Другие виды выставок:

- выставка-ребус,
- выставка одной книги,
- выставка-игра,
- выставка-диалог,
- выставка-рекомендация,
- выставка-совет,
- выставка-чайнворд,
- выставка-словарь,
- живая выставка,
- выставка-знакомство,
- выставка-откровение,
- выставка-настроение,
- выставка одного автора,
- выставка-поиск,
- выставка – исследование читательских предпочтений,
- выставка-досье,
- выставка-календарь,
- выставка «Литературный герой».

Внутриполочные выставки.

Они невелики по объему (5 – 6 названий книг) и по продолжительности (7 – 10 дней). Помогают раскрывать фонд, его отделы. На пустых полках кн. фонда абонемента расставляются книги из раздела, где находится кн. полка. Экспонируются как новые издания, так и незаслуженно забытые книги.

Реклама выставок, ссылки малые. Большое значение для читателя имеют ссылки, данные на выставках к разделам фонда, систематического каталога. Содержание ссылки может быть таким: «Литературу по тематике, предложенной на выставке, Вы можете найти также на стеллажах в разделах...(указываются разделы). Обращайтесь также к разделам систематического каталога» (также указывают разделы). Особое внимание следует уделять рекламе выставки – от этого во многом зависят успех и эффективность выставки. В основе рекламно-информационной поддержки выставки лежит создание рекламных сообщений и

быть разной степени сложности. Очень важно учитывать, на какую категорию читателей рассчитана выставка. Выставка должна иметь текстовое обращение к читателю с приглашением принять участие в викторине.

Постоянно поощряйте интерес к выставке, упоминайте о ней в разговорах с читателями, определите приз первому посетителю. Не будьте слишком серьезны, ведь это зона отдыха. Закончить викторину можно подобием теста: «Если вы ответили на все вопросы викторины, то Вы – кладезь познаний, если на 10 – 15 вопросов – знаток литературы; на 5 – 9 вопросов – запишитесь на абонемент; на 1 – 4 вопроса – срочно! запишитесь в библиотеку (на абонемент); не ответили ни на один вопрос – все равно Вы молодец, потому что не прошли мимо нашей викторины!»

8.Озвученные книжные выставки.

а) Текст обзора, беседы у книжной выставки, записывается на аудиокассету, желающие могут потом прослушать ее с помощью наушников, или для группы читателей.

б) Проводится обзор представленной литературы на радио, телевидении.

в) Читателям предлагаются аудио-, видеоматериалы, имеющиеся в библиотеке по данной теме.

9.Выставка-витрина. Эта выставка состоит из 2-х частей. В одной из них демонстрируются предметные аксессуары, а в другой – книжные материалы. Например, выставка «Зеленая аптека» демонстрирует лекарственные растения и книги о них. То же самое выставка «Природные врачеватели», или «Лекарственные растения сада».

10.Выставка-совет. Она представляет книги, отвечающие на вопросы читателей («Домашнему мастеру», «Как заготовить продукты впрок», «Учиться шить» и т.п.). Пример выставки-совета: «Ах ты, баня моя, да баня русская!». Кроме очень броских заголовков, традиционных книг и статей, советов как париться, какой веник выбрать и т.п., тут же выставку украшает джентльменский набор парильщика: дубовые и березовые веники, напитки, утоляющие жажду знатоков бани.

11.Выставка-демонстрация. Нетрадиционная выставка: «Вечерком за чайком» - все возможные самовары. Разговор о всевозможных сортах чая, способах заварки, о чае успокаивающем, бодрящем, лечебном заговорном и т.д.

12.Выставка-коллаж. Главное назначение ее – привлечь внимание читателей. Она скорее носит рекламно-информационный характер. Тема обычно берется широко, например, «Я – молодой», в рамках коллажа группируются отдельные подтемы (мода, увлечение музыкой и т.п.). Нет четкой структуры с разделами. Широко привлекается иллюстративный материал: вырезки из газет и журналов, цитаты и заголовки. Выставка должна быть ярко и со вкусом оформлена. Внутри тематических групп или рядом с выставкой может быть информация, объявление, ссылки на литературу, анонсы, информация о новых изданиях, поступивших в библиотеку.

13.Выставка-вернисаж. Она предполагает демонстрацию картин или репродукций. Вернисаж сопровождается экспозицией литературы о художниках-авторах, творчестве местных художников, о данном направлении в искусстве. Выставка может быть персональной или представлять школу художников, тему в изобразительном искусстве, предполагает использование цитат, антуража (краски, кисти, холсты).

14.Выставка-открытие. Какой-то новый материал, тема под новым углом, какие-то исследования и открытия – вот что в основе этой выставки. Пример: «Свет малой родины» (история нашего города, библиотеки, новые факты и данные, новые материалы).

15.Выставка-вдохновение. «Моя икона – женское лицо» - полезные советы о красоте и здоровье, о красивых женщинах, об уходе за лицом, стихи, посвященные женской красоте.

16.Выставка-ситуация. Читателям предлагается самим поставить книги на выставки: «Эту книгу я возьму с собой на необитаемый остров», «Эту книгу я возьму с собой в космическое путешествие», «Эту книгу я возьму с собой в поход» и т. д.

17.Выставка одного портрета. На выставке обязательно наличие портрета или репродукции и литературы об этом человеке. Например: «Но красоту ее Боровиковский спас...» (о М. И. Лопухиной).

18.Выставка-диспут. Предполагается диспут между читателями-подростками с целью раскрытия проблем их социального развития, оказания помощи в их духовном становлении. Желательна тетрадь откликов: «Ровесник, ответь ровеснику».

19.Выставка – бенефис читателя. Например, «Лучший читатель года». Цель такой выставки – привлечение внимания к книгам через близкие интересы. Обязательные элементы: формуляр читателя, фотография, анализ чтения (посещения, любимые авторы, жанры, количество прочитанных книг по различным отраслям знания).

20.Выставка-гербарий предполагает наличие собственно гербария и книг, периодических изданий об этих растениях. Например: «Лекарственные растения ... района».

21.Выставка-хобби. Рядом с рекомендуемыми книгами экспонируются предметы, изготовленные по советам, рецептам, чертежам, выкройкам из этих книг, а также и предметы труда, при помощи которых изготовлены эти изделия. Например: «Макраме – это просто», «Наши руки не для скуки» и др.

22.Выставка-сказка готовится вместе с читателями – младшими школьниками. Дети иллюстрируют сюжет сказки, лепят из пластилина сказочных героев, строят сказочный город. Всё это вместе с текстом сказки оформляется в единый композиционный ряд выставки.

23.Выставка-адвайзер (выставка-консультация). В переводе с английского – adviser – советник, консультант. Пример выставки-адвайзер: «Что читать современной молодежи?», «Как выбрать профессию?» (по профориентации) и др. Натакого рода выставках обязательно должен быть представлен методический материал: консультации, рекомендации, памятки по теме выставки. Обзор этой выставки перед аудиторией тоже проводится в форме консультации.