

УДК 021.4:004.738.1www

Галина Булахова,

мол. наук. співроб. НЮБ НБУВ

ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ У РЕКЛАМНІЙ СТРАТЕГІЇ БІБЛІОТЕК

У статті висвітлюється виставкова діяльність бібліотек, охарактеризовано види виставок, наведено приклади онлайн-виставок.

Ключові слова: електронна виставка, електронні технології, бібліотека, веб-простір, рекламування.

На сьогодні реклама відіграє важливу роль у житті будь-якої бібліотеки, так як виступає інструментом оповіщення реальних і потенційних користувачів про послуги й продукти, які нею надаються, створює привабливий образ бібліотеки, збільшує ступінь доступності її ресурсів. Щоб привернути інтерес до конкретних видань і допомогти користувачам орієнтуватися у фонді бібліотеки, необхідно їх рекламувати. Це стосується і різних бібліотечних заходів і послуг. Застосування рекламних засобів робить бібліотечне обслуговування більш ефективним, сприяє підвищенню активності користувачів, допомагаючи в задоволенні їхніх потреб.

На сьогодні є актуальним рекламування бібліотекою нових послуг, пов'язаних з електронними технологіями. Як показує практика, незважаючи на величезний попит користувачі часто не знають про них і, як наслідок, неефективно використовують. Кількість людей, зацікавлених у дистантному використанні ресурсів бібліотеки й отриманні бібліотечних послуг дистанційно, істотно зростає. Для них важлива якість віртуальної довідки, яка надається бібліотекою, можливість вести діалог з бібліотекарем, іншими користувачами бібліотеки, одержувати на сайті інформацію про літературні новинки, події культурного життя тощо. Бібліотека при цьому розширює звичні межі, бере активну участь у формуванні культурно-інформаційного простору, позиціонує себе як важливий елемент його інфраструктури та як провідний експерт у галузі соціально-культурної політики.

У цьому контексті особливого значення набуває представництво у віртуальному просторі бібліотечних установ, адже бібліотека, як сучасний

інформаційний центр, виступає одним із базових елементів формування інформаційного суспільства. Інтернет – один із провідних сучасних каналів комунікації, який забезпечує, по-перше, високі темпи циркуляції інформаційних потоків; по-друге, діє перманентно і в режимі реального часу, що має особливе значення в умовах безпрецедентно швидкого в історії людства старіння інформації; по-третє, практично не обмежує обсяг інформації, що передається, і форму її надання (відео, аудіо, текст, графіка, будь-яка комбінація перерахованих елементів), нарешті – інформація залишається і може нагромаджуватися в генеральному сховищі інформації в значних обсягах. Прагнення до ефективного використання інформаційного потенціалу бібліотек, їх «підключення» до інформаційної мережі світової комунікації, необхідність розширення спектра віртуальних бібліотечних послуг вимагають наразі присутності бібліотек в інтернет-просторі [1].

На сьогодні особливе місце в арсеналі засобів рекламного впливу займають виставки, які надають широкі можливості демонстрації рекламованих виробів для встановлення прямих контактів з користувачами. Виставкова діяльність – це один з найбільш актуальних напрямів у роботі будь-якої бібліотеки. Виставки залишаються найпопулярнішим і одним із базових засобів доведення інформації до користувачів бібліотек. Особливо ефективні виставкові заходи в поєднанні з комплексом супутніх рекламних заходів, а саме: рекламною кампанією в пресі, проведенням презентацій, прес-конференцій, круглих столів, зустрічей з фахівцями тощо. Тому в науковій літературі цим питанням приділяється значна увага як вітчизняними, так і закордонними науковцями. У статтях К. Лобузіню, С. Моїсеєвої, О. Ястребової, С. Матліної, Е. Кузнецової, Н. Збаровської висвітлено теоретичні й практичні питання. Проблема організації віртуальних виставок займали І. Торлін, Н. Збаровська, М. Алфьоров та інші дослідники.

На сьогодні фахівці пропонують класифікувати виставки за такими ознаками:

- за статусом – самостійні або такі, що супроводжують масові заходи;
- за змістом – універсальні, галузеві, тематичні, персональні;
- за цільовим призначенням – на допомогу навчальному процесу, для підвищення
 - загальноосвітнього й загальнокультурного рівня;
 - за часом публікації й надходження до бібліотеки – виставки нових книг, добірки
 - за різні роки, виставки «забутих книг»;

- за терміном функціонування – постійні, довготривалі, тимчасові;
- за видами видань – книжкові, інших видів видань (журнальні або газетні);
- декількох видів одночасно (комплексні), нових носіїв інформації (CD-ROM, платівки, мікрофільми, відеокасети та ін.);
- конструкційні – ординарні, планшети, вітрини;
- за підставами для проведення з ініціативи бібліотекарів, за пропозиціями користувачів бібліотеки, на замовлення установ і підприємств [2]. На думку В. Вяткіної, на сьогодні існує 73 види виставок. І це не межа. Вони постійно вдосконалюються бібліотекарями-практиками, які шліфують майстерність виставкової роботи. На світ з'являються нові ідеї і, відповідно, нові види виставок.

Наведемо приклади деяких форм сучасних виставок.

Виставка-реклама. Рекламу бібліотеки і її можливостей зазвичай представляють постійні або тимчасові експозиції публікацій про історію її створення. Демонстрація раритетів, ілюстративних матеріалів про етапи розвитку бібліотеки, відгуки користувачів і гостей та інші матеріали завжди зацікавлюють відвідувачів. Роботу бібліотечних науковців і дослідників рекламують видання бібліотеки.

Виставка-вікторина передбачає наявність запитань вікторини та експозицію літератури, за допомогою якої читачеві пропонується відповісти на питання цієї вікторини. Питання повинні бути різної категорії складності, що враховують категорію читачів, на яку розрахована виставка. Повинне бути присутнім звернення до читача із запрошенням взяти участь у вікторині. Наприклад, можна використовувати виставку-вікторину для реклами бібліотечних послуг: вказати, що літературу з теми виставки можна отримати на домашній комп'ютер (де і на яких умовах), інформувати про наявність сценаріїв заходів з цієї теми, дати заявки на проведення наступної виставки-вікторини тощо.

Виставка-вернісаж передбачає демонстрацію картин або репродукцій. Вернісаж супроводжується експозицією літератури про художників-авторів, творчість місцевих художників, про цей напрям у мистецтві, повинно бути більше площі для експонування робіт, використовується більше світла, цитат, антуражу. Складність цієї виставки полягає в різноманітності ілюстративного матеріалу, здатності бібліотекаря, використовуючи драпірування, зберегти індивідуальність кожної ілюстрації.

Виставка-діалог – діалог двох точок зору, двох авторів. Представляється література авторів з діаметрально протилежними точками зору з цієї теми, питання, проблеми. Читачі можуть висловити свою думку

з цього питання за допомогою олівця і паперу (надається така можливість безпосередньо на виставці).

Виставка-роздум (роздуми). Повинна бути тема, цікава для читачів певної групи або широкої аудиторії, необхідна наявність декількох різних точок зору з цього питання, теми, текстового звернення до читачів з пропозицією взяти участь в обговоренні цього питання, теми. Найбільш глобальні, актуальні теми виставок рекламуються в засобах масової інформації.

Експрес-виставка – це позапланова оперативна виставка, пов'язана з виникненням актуальної теми, статті, цікавої публікації. За формою може бути будь-якою, головне привернути увагу. Заголовки можуть бути, наприклад, такими: «Зверніть увагу!», «Преса б'є тривогу!», «Гаряча тема!».

Виставка-досє – виставка документів, свідчень, творів з якоїсь справи або питання. З їх допомогою читачеві надається можливість самостійно визначити свою позицію й оцінку.

Виставка-імпульс повинна спонукати до дії. Починатися словами «Зупинись...», «Бережись.», «Не нашкодь.» тощо. Матеріали, представлені на виставці, повинні також носити емоційний, яскравий, непересічний характер.

Виставка-діорама виділяє частину з цілого, що має відбиватися у назві та оформленні. Наприклад, «Сталінградська битва на тлі Великої Вітчизняної війни», «Імпресіонізм як напрям мистецтва ХХ ст.» [3].

Усі види виставок просто неможливо перерахувати. Більш детально зупинимося на виставках з використанням мультимедійних технологій. На сучасному етапі розвитку застосування інформаційно-комунікаційних технологій дає змогу впроваджувати в бібліотеках нову форму виставкового експонування документів – **віртуальну (онлайн, електронну) виставку**. Це – умовно не обмежений у часі та просторі захід, який реалізується за рахунок інтернет-ресурсів, у межах якого бібліотека має можливість розмістити текстову інформацію, графічне, аудіо- або відео-зображення експонатів, що розкривають зміст виставки.

На сучасному етапі виставкова діяльність бібліотек була й залишається важливою складовою бібліотечного обслуговування. Тому бібліотеки, потрапивши до віртуального інформаційного середовища, спробували відразу ж пристосувати цей вид бібліотечної послуги до нових реалій. Організуючи виставки, бібліотека прагне бути відкритою, щоб фонди були доступні не тільки тим, хто має можливість відвідувати їх щодня, але й віддаленим користувачам. Тому одним з нових і пріоритетних напрямів

є організація **віртуальних виставок**. Метою організації віртуальних виставок є розширення можливостей інформаційного простору, створеного бібліотекою за допомогою нових інформаційних технологій, які сприяють формуванню сучасного іміджу бібліотеки.

З приводу віртуальних виставок вдало висловлюється С. Моїсєєва. Віртуальна книжкова виставка – це публічна демонстрація в мережі Інтернету за допомогою засобів веб-технологій віртуальних образів, спеціально підібраних і систематизованих товарів друку та інших носіїв інформації, а також загальнодоступних електронних ресурсів рекомендованим віддаленим користувачам бібліотеки для огляду, ознайомлення і використання [4].

Словник дає таке визначення терміна «електронна виставка» – це спосіб реклами й демонстрації компанією своєї продукції, робіт чи послуг з метою подальшої їх реалізації [5].

Віртуальні виставки є досить новим явищем на українському ринку бібліотечних та інформаційних послуг. Під цим поняттям різні фахівці розуміють і презентацію книг в електронному форматі Power Point, і електронну виставку повністю оцифрованих видань, і повні цифрові авторські колекції творів. Але найчастіше використовується термін «віртуальна книжкова виставка», коли говорять про виставку, розміщену на сайті бібліотеки. Так, Н. Збаровська під віртуальною виставкою розуміє електронну виставку в форматі PowerPoint – електронної презентації. Вона пропонує таку виставку при відповідному звуковому оформленні й наявності мультимедійного проєктора застосовувати як ілюстративний матеріал на комплексних заходах: літературних вечорах, днях інформації [6].

Зокрема, слід звернути увагу, що електронна виставка є синтезом традиційного (книжкового) і новітнього (електронного) способів подання інформації. Переваги віртуальної виставки очевидні: по-перше, вона практично не має обмежень за обсягом, мобільна, компактна, зручна у використанні, довговічна. По-друге, електронне видання є більш привабливим для сучасного користувача.

Особливості подання інформації в електронному вигляді диктують певні вимоги до бібліотечних виставок в електронному форматі. Для зорового комфорту користувача під час роботи з інформацією в електронному вигляді необхідно продумати яскравість об'єкта, контрастність зображення, розмір шрифту, кольорову гаму. Ілюстрований матеріал на екрані (обкладинки книг, ілюстрації, розвороти, карти) повинні супроводжуватися текстовою інформацією (цитати, бібліографічний опис, анотації тощо). Внутрішня структура виставки може бути органі-

зована за принципом гіпертексту, який передбачає, що користувач може перервати лінійне читання в місці посилання, подивитися іншу частину тексту, що читається, або навіть зовсім інший текст, а потім продовжити читати з місця переривання. Такий підхід дає змогу користувачам переглядати текст, орієнтуючись на свої смаки, рівень володіння темою і поставлені завдання [3].

На сьогодні виставкова діяльність бібліотек повинна бути зручна для сприйняття користувачем у веб-просторі і може містити такі різновиди інформації:

- візуальні (зображення обкладинки, оцифровані частини книги: передмова, вступ тощо);
- бібліографічні дані (бібліографічний запис + шифри фонду бібліотеки, що представляє виставку);
- аналітичну інформацію (анотації, реферати до видань, рецензії, відгуки читачів тощо);
- оцифровані частини книги (розділи, найцікавіші витримки тощо);
- посилання на повні тексти книги, якщо вони доступні в бібліотеці або в мережі Інтернет [7].

Таким чином, віртуальні виставки надають широкий спектр можливостей для користувачів виставкової діяльності. Організатори можуть популяризувати бібліотечні фонди й рекламувати бібліотеку, а відвідувачі – задовольняти свої інформаційні потреби.

Головними чинниками, що визначають ефективність популяризації документів, представлених у вигляді книжкової віртуальної виставки, є:

- рівень розробки експозиції;
- досконалість технологій, використаних для створення виставки;
- інформаційне навантаження;
- термін розміщення на сайті.

Водночас використання в бібліотечній практиці віртуальних виставок потребує вирішити ряд проблем, які неможливо вирішити традиційними методами, а саме:

- забезпечення збереження документів;
- оперативність організації виставки й можливість постійного її поновлення новими документами;
- представлення документів у потрібній кількості назв;
- необмеженість терміну експонування документів;
- можливість перегляду змісту окремих документів, зокрема збірників наукових праць та ілюстрацій;
- розкриття змісту представленого видання за допомогою анотації;

- представлення документів, які відсутні у фондах певної бібліотеки, але мають певне значення для розкриття заданої теми;
- можливість дистанційного перегляду виставки без відвідування бібліотеки в будь-який час [8].

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, хронологією або іншими ознаками, що, у свою чергу, спрощує процес організації виставок.

Віртуальні виставки можуть бути створені як доповнення до реальних експозицій. Перехід до віртуальних виставок можна здійснити з першої сторінки веб-сайту бібліотеки (рубрика «Віртуальні виставки»), що, безперечно, говорить про значущість цієї форми інформування. Бібліотечний опис документів може бути винесено в окремий список і дублюватися на веб-сторінках, присвячених окремим розділам, що містять також історичну довідку, оглядову інформацію про видання, декілька зображень його обкладинок, титульних сторінок. На тематичних віртуальних виставках документи систематизуються за абеткою і, крім бібліографії та ілюстративного матеріалу, тут можна ознайомитися зі змістом збірників, які стосуються означеної теми, та авторською анотацією [2].

Таким чином, відвідувачі віртуальної виставки можуть отримати повну інформацію за темою, що цікавить, без поспіху, часових або географічних обмежень наочно ознайомитися з інформаційним ресурсом та одержати іншу додаткову інформацію.

Так, наприклад, у Національній бібліотеці Великобританії розроблено нову й перспективну технологію, яку із захопленням прийняли відвідувачі – це так звана «перевертати сторінки». Суть її в тому, що зазвичай найцінніші експонати виставок зберігаються в скляних вітринах і розкриті на окремих сторінках, що не дає змоги ознайомитися з документом більш детально: розглянути ілюстрації, прочитати фрагменти тексту, ознайомитися зі змістом. Усе це можна перебороти за допомогою анімації та оцифровки тексту. У користувачів з'явилася можливість розглядати недоступні експонати на екрані звичним способом, перегортаючи сторінки, а не пересуваючи у вертикальній площині за допомогою курсору [9].

Розглянемо виставкову діяльність Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (рис. 1). У НБУВ на сторінках інформаційного ресурсу «Історико-культурні фонди» започатковано створення архіву електронних книжкових виставок до знаменних дат, тематичного та фактографічного характеру. Усі електронні виставки поєднані єдиним дизайном, мають зручну навігаційну структуру для перегляду представлених експонатів. До виставок налагоджено доступ як зі сторінок окремих фондоутримувачів спеціалізованих фондів, так і з окремої сторінки «Електронні виставки» у хронологічному порядку. Кожна виставка має стислу візуальну й текстову інформацію про зміст події або теми, яким присвячена віртуально обраний документ [10].

Відповідно до даних дослідження, проведеного відділом програмно-технологічного забезпечення комп'ютерних мереж, середньодобові показники відвідувань електронних виставок становлять від 466, а кількість звернень до ресурсу – 91 210. Отже, кількість відвідувань зростає.



Рис. 1. Електронні виставки Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

Отже, одним із напрямів електронної виставкової діяльності наукової бібліотеки є розкриття фондів, інформаційного потенціалу установ. Це сприяє популяризації як колекцій акумульованих бібліотеками, так і діяльності бібліотек загалом.

Варто зазначити, що додатковою формою реклами в інтернет-просторі фондів можна вважати інформування про виставки – як віртуальні, так і реальні експозиції – засобами соціальних медіа. Зазначимо, що більшість національних бібліотек світу та значна частина великих бібліотек, мають власні акаунти в соцмережах – найбільш популярними є Twitter, Facebook, Flickr, Blogspot, «ВКонтакте». Повідомлення на сторінках соцмереж про виставки може супроводжуватися фотоматеріалами. Звісно, таке повідомлення не дублює повністю і не може замінити реальну чи віртуальну виставку на офіційному сайті бібліотеки. Водночас істотною перевагою представлення виставкової діяльності в соцмережах є не лише поширення інформації, а й інтерактивний характер зазначеної інформації. Ідеться по те, що користувачі соцмереж мають можливість залишати коментарі, тобто стають учасниками інформаційного процесу. Для прикладу можна розглянути фотозвіт на сторінці Facebook Національної юридичної бібліотеки (НЮБ) (http://www.nbuv.gov.ua/nyub/gdpp/2012_14.pdf) про виставку з музейної колекції «Українська вишивка» «Подарунки Президентам України» ФПУ (рис. 2) [11].



Рис. 2. Виставка з музейної колекції «Українська вишивка» «Подарунки Президентам України» ФПУ

Не менш показовим є представлення на сторінках НЮБ і СІАЗ матеріалів виставки «Політична карикатура США» (рис. 3), що була організована в жовтні в Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадського напередодні президентських виборів у США 2012 р. Одно-

часно в приміщенні Фонду Президентів України бібліотеки відбулася лекція американського вченого в галузі державного управління, професора Саймінського університету прикладних наук (штат Міннесота, США) Д. Шульца на тему: «Барак Обама та Міт Ромні: президентські вибори 2012 р.». Ця актуальна тема була посилена аналітичними матеріалами СІАЗ й опитуваннями користувачів щодо перспектив майбутніх виборів. Варто зазначити, що ця проблема викликала інтерес користувачів.



Рис. 3. Виставка «Політична карикатура США»

Отже, віртуальні комунікації і веб-можливості є обов'язковою умовою конкурентоспроможності бібліотек. У цьому контексті віртуальні виставки стають невід'ємною складовою їхньої виставкової діяльності. Такі експозиції можуть бути самостійною формою розкриття і популяризації фондів, вони є ефективним інструментом залучення користувачів до бібліотеки, засобом створення її позитивного іміджу.

Список використаних джерел

1. *Бондаренко В.* Розвиток веб-сайтів бібліотек як інструменту управління інформаційними потоками / В. Бондаренко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України

ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2011. – Вип. 30. – С. 176.

2. Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського : веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://library.pl.ua/resursi/nashi_vidannja/mali_formi_bibliotechnoi_roboti. – Назва з екрана.

3. Соціокультурна діяльність бібліотек: Сучасний підхід до організації як інструменту управління книжкових виставок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.vsmu.edu.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=53 – Назва з екрана.

4. *Лобузін К.* Шляхи інтеграції бібліотечної діяльності до онлайн-ового середовища / К. Лобузін // Вісн. Кн. палати. – 2012. – № 7. – С. 30.

5. *Панкратов Ф.* Рекламная деятельность [Электронный ресурс] / Ф. Панкратов. – Режим доступу: http://www.center-nlp.ru/library/s55/nlp/pankratov.html?print_version=true¤t_book_page=8. – Загл. с екрана.

6. *Збаровская Н.* Что такое выставочная деятельность библиотек [Электронный ресурс] / Н. Збаровская. – Режим доступу: <http://lib.1september.ru/2006/13/7.htm>. – Загл. с екрана.

7. Віртуальна книжкова виставка в бібліотеці // Луганська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. М. Горького : веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.library.lg.ua/ukr/kollegam_metod.php?filename. – Назва з екрана.

8. Книжкова виставка: сучасні тенденції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zounb.zp.ua/node/620>. – Назва з екрана.

9. Выставочная деятельность: традиции и новации // Центральная городская детская библиотека им. А. М. Горького : веб-сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://detlib.nnov.ru/node/17>. – Загл. с екрана.

10. *Лобузін К.* Технології організації знанневих ресурсів у бібліотечно-інформаційній діяльності : монографія / К. Лобузін. – К., 2012. – С. 192.

11. Громадська думка про правотворення. Бюлетень оперативних матеріалів на базі аналізу правової електронної інформації [Електронний ресурс] / Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Нац. юридична б-ка. – 2012. – 14 (32). – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/nyub/gdpp/2012_14.pdf – Назва з екрана.