

УТВЕРЖДАЮ

Директор государственного учреждения
культуры «Жлобинская центральная
районная библиотека
имени Н.К. Крупской»

А.И.Якуш

« 20 » _____ июля 2026 г.

Методические рекомендации

*Отдел маркетинга, социокультурной деятельности
и методической работы
Жлобин, 2026*

К наглядным формам массовой работы относят книжные выставки, просмотры, рекламная деятельность.

Книжная выставка. Одной из самых распространённых форм работы библиотеки является книжная выставка. В библиотечной практике активно используются традиционные виды книжных выставок:

- выставки новых поступлений;

- выставки по актуальным темам и проблемам;
- персональные выставки;
- жанровые выставки;
- выставки к знаменательным и памятным датам.

Каждая выставка имеет ряд своих отличительных особенностей. Итак, **выставка новых поступлений** имеет цель – познакомить читателей с новыми документами (книги, газеты, журналы, фото- и видеоматериалы), поступившими в библиотеку. Чаще всего, эти выставки универсальны по содержанию. На них должны быть представлены книги по разным отраслям знаний и художественные, поэтому порядок расположения документов на таких выставках должен быть систематическим, то есть по системе таблиц ББК. Традиционный для такой выставки заголовок - «Новые книги». Он давно уже стал шаблоном, поэтому стоит поискать новые варианты названий, например: «К нам новая книга пришла», «Новинки на книжной полке», «Новинки из книжной корзинки».

Главная цель **выставки по актуальным темам и проблемам** – привлечь внимание читателей к конкретной теме, проблеме, побудить к чтению книг и других документов по этой теме путем представления и рекомендации лучших из них. Задача библиотекаря – выбрать актуальную, интересную читателям тему. Это могут быть:

- экология («В святой обители природы», «Зелёный мир – наш общий дом»);
- космос («Там, на неведомых орбитах, следы невиданных Планет»);
- краеведение («Поэзия родного края», «Листая страницы истории края»);
- первая любовь («О чем девчонки столько говорят?»);
- этикет («Школа вежливых наук») и многие другие.

У **персональной выставки** целью служит привлечение внимание к какой-то личности, персоне, пробудить желание как можно больше узнать об этом человеке, его жизни и деятельности. Такая выставка может быть посвящена художнику, писателю, поэту, композитору, ученому, политику, историческому лицу и др. Например: «Последний русский самодержец» (о Николае II), «Открыватель неведомых стран» (о Льве Кассиле), «Фантазии сеньора Родари» (о Джанни Родари). Традиционно на персональной выставке присутствуют три раздела: · первый раздел рассказывает о жизни личности, персоны; · второй раздел посвящен её деятельности; · третий раздел представляет сами произведения, труды этого человека.

Цель выставки, оформляемой **к знаменательной или памятной дате** – представить информацию о каком-то событии, празднике, его истории и традициях, дать советы и рекомендации по его проведению. Традиционно в библиотеке оформляются выставки к «красным» дням календаря: · к Новому году («Весело, весело встретим Новый год», «Новогодняя мозаика»,

«Новогодний калейдоскоп»); · ко Дню защитника Отечества («Есть такая профессия – Родину защищать», «На страже Отчизны»); · к празднику 8 Марта («Милая мама моя», «Девчоночьи секреты»); · ко Дню Победы («Поклонимся великим тем годам», «Этот день мы приближали, как могли»).

Цель жанровой выставки – привлечь внимание читателей к книгам определённого жанра, заинтересовать, побудить к чтению. Как это сделать? Один из вариантов – представить на выставке не только произведения определённого жанра, но и материал о возникновении этого жанра, его основателях, интересные и малоизвестные факты из его истории. Первыми помощниками библиотекаря в подготовке такой выставки будут «Энциклопедический словарь юного литературоведа», «Словарь литературоведческих терминов» и популярная литература из раздела «Занимательное литературоведение». Например, можно оформить выставку, посвященную разным видам сказок и назвать её, к примеру, «Волшебный мир сказок». Цель нашей выставки – познакомить детей с различными направлениям жанра «сказка», лучшими произведениями, написанными в этом жанре. Разделами такой выставки могут стать названия разных видов сказок: «Волшебные сказки», «Сказки о животных», «Бытовые сказки» и другое. В настоящее время существует огромное множество форм выставок.

Выставка одной книги - это незаслуженно забытая форма выставки. Её целью является заинтересовать читателей какой-то определённой книгой, достичь этого можно, если представить на выставке разнообразный материал, который помогает раскрыть содержание книги. Это может быть информация об авторе книги, его жизни и творчестве, об истории создания книги, о прототипах героев произведения, их судьбе. На выставке также могут быть представлены разные издания этой книги, иллюстрации, выполненные разными художниками, фотокадры из фильмов-экранизаций. Очень важно для такой выставки правильно выбрать книгу. Она должна быть яркой, содержательной, интересной, не рядовой. Это может быть классика — прошлых веков и современная, или краеведческая книга. Выставка забытых книг, или правильнее было бы назвать «выставка незаслуженно забытых книг». Задача таких выставок — напомнить о хороших художественных и научно-популярных книгах, которые по каким-то причинам не пользуются популярностью у читателей. Особенно велико значение этих выставок для читателей детей. Многие из них читают современную детскую литературу и совсем не знают книг, которыми зачитывались их родители. Выставку можно так и назвать — «Любимые детские книги наших пап и мам» или «Мы читали и ты прочти». Такие выставки очень актуальны не только потому, что способствуют взаимопониманию поколений. Они помогают вернуть современным детям так необходимые для их развития книги.

нравственно-этической направленности — произведения Владимира Железникова, Владислава Крапивина, Юрия Яковлева, Альберта Лиханова, Анатолия Алексина. Экспресс-выставка одной публикации (книги) представляет собой оперативную форму о материалах по актуальной, интересной для различных читательских групп теме. Организуются такие выставки в день поступления периодического издания (книги) и экспонируются 3-5 дней. В центре выставки с заголовком «Интересная статья» («Внимание, новая книга!») помещают статью или книгу, рядом представляют публикацию на данную тему другого автора, если экспонируется статья, и рецензии на данную книгу, если экспонируется книга.

Книжная выставка-экспозиция — это синтез библиотечной и музейной выставки, где предметы и аксессуары, представленные на ней, способствуют более глубокому проникновению в тему, которой посвящена выставка. Причём предметов и аксессуаров здесь значительно больше, чем на обычной библиотечной выставке, а книги и другие документы удачно вписываются в экспозицию. Выставка-экспозиция может быть организована в виде инсталляции, музейного уголка, оформлена в витринах. Выставка-инсталляция — это выставка с использованием предметов интерьера, драпировок, природных материалов, игрушек и т.д. К примеру, стоит дерево, рядом лежит ручка и заготовки из бумаги, например цветы. Каждый ребенок пишет на заготовках свою мечту и прикрепляет к дереву. Когда дерево зацветет — мечта сбудется. Это ещё и своеобразная игра.

Например, при оформлении выставки-инсталляции, посвящённой Великой Отечественной войне можно использовать такие детали, как косынка медсестры, военная фляжка, муляж гранаты, противогаз, грампластинки с мелодиями времён войны, старая керосиновая лампа, пионерский галстук, плащ-палатка и, конечно же, книги о войне и её героях, взрослых и детей. Другой пример: в рамках акции «Библиотечное лето» в одной из российских библиотек была организована инсталляция — выставка-серпантин, представляющая собой гигантскую полку, выполненную из стульев и выющуюся, как серпантинная лента, берущая своё начало в читальном зале, проходящая через весь абонемент и завершающаяся в фойе библиотеки. Бесконечная полка привлекла внимание 19 читателей не только своей композицией, но и размещёнными вдоль нее слоганами: «С книгой ты можешь посетить все страны, не засоряя при этом планету!» и «Книга поможет помечтать!». На гигантской книжной полке уместилось 58 томов, многие из них были не только красочно оформлены, но и имели звуковые и визуальные эффекты.

Выставка-сюрприз – это неожиданная встреча с хорошей книгой, подарок. Такие выставки создают обстановку комфорта и праздника. Например, выставка-сюрприз «Книжный кот в мешке», на которой представленные книги упакованы в бумагу и каждая пронумерована. Из красочной коробочки читатель выбирает карточку с номером, и книгу с соответствующим номером можно взять с собой и прочесть дома. Два непереносимых условия: участвовать один раз и книгу разворачивать только дома. Подобная выставка может пользоваться большим успехом у читателей.

Всё более популярными в библиотеках становятся **интерактивные выставки**. Они призваны обеспечить обратную связь между читателем и библиотекарем и организовать живое общение между посетителями выставки, призвать их к обсуждению поставленной проблемы. Типология интерактивных библиотечных выставок

1) **Игровые выставки**. Отличительная особенность игровых выставок состоит в наличии познавательно-игрового момента. Читателю предлагается не только познакомиться с представленными документами, но и выполнить некоторые задания. Среди форм выставок-игр наиболее часто встречаются: - выставка-викторина (данный вид выставок получил в библиотеках наиболее широкое распространение. Выставка-викторина предполагает наличие ряда вопросов, ответить на которые можно, обратившись к книгам, представленным на выставке. Ответы на вопросы можно дать как в устной, так и в письменной форме. Существует два варианта проведения викторины: в процессе демонстрации выставки (вопросы и задания размещаются непосредственно на выставочном пространстве) и по завершению работы выставки (как итог ознакомления с представленными материалами));

- **выставка-кроссворд**;

- **выставка-загадка** (вариантов организации таких выставок может быть несколько, главная её особенность — наличие загадки, которую посетителям предлагается отгадать. Загадки могут быть использованы в качестве названия выставки или её разделов. Можно оформить загадки в виде конкурсных вопросов и заданий. Загадка может присутствовать в самой тематике выставки. К одному из видов выставок-загадок можно отнести **выставку-провокацию**, при оформлении которой сознательно допускается одна или несколько ошибок (например, на ней размещаются книги или дополнительные экспонаты, не соответствующие заявленной теме). Читателю предоставляется возможность обнаружить ошибки и заявить об этом организаторам);

- **выставка-конкурс**.

2) Диалоговые выставки. Особенность таких выставок заключается в создании 20 условий для обмена мнениями между библиотекарем и читателем, а также между читателями. Как правило, их тематика носит дискуссионный характер. Возможно размещение на выставочном пространстве листов, тетрадей, в некоторых случаях закрытых ящиков для записок, чтобы читатели могли высказать свое мнение. При подготовке диалоговых выставок библиотеки используют следующие варианты: - **выставка-размышление;** - **выставка-предостережение;** - **выставка «вопрос-ответ»** (является своего рода заочным выполнением тематических запросов читателей и библиографических справок).

Как правило, устанавливается ящик или коробка, в которую читатель опускает листок с интересующим его вопросом. Через какое-то время на стеллажах появляются книги и статьи, содержащие ответы на вопросы читателей. Такая выставка может оказаться удобной при общении с читателями, которые нуждаются в конкретной информации, но не могут чётко сформулировать запрос. - **выставка-отзыв** (представляет наряду с книгами читательские отзывы на них. Таким образом, осуществляется рекомендация читателями друг другу интересных, с их точки зрения, книг. Можно размещать на таких выставках положительный и отрицательный отзыв на одну и ту же книгу):

- выставка-обсуждение;
- выставка-диспут;
- выставка-дискуссия.

3) Выставки, подготовленные при участии читателей.

4) Выставки-исследования. В современных библиотеках наряду с традиционными книжными выставками, в наше время широкое распространение получили и электронные книжные выставки.

Электронная книжная выставка представляет собой путешествие по страницам одной книги или от книги к книге с подробной информацией об авторах, художниках, списках литературы, викторинами. Электронную выставку несложно создать в формате электронной презентации, либо видео или специальной программы. Такую выставку при соответствующем звуковом оформлении и наличии мультимедийного проектора можно использовать в качестве иллюстративного материала на массовом мероприятии. Электронные выставки для детей имеют свою специфику. Возможность использования не только анимации, но и игровых моментов делает такую форму работы особенно привлекательной для детей и подростков. В отличие от традиционной выставки, электронная книжная выставка обладает рядом преимуществ:

· восприятие через компьютер служит своеобразной «приманкой» для детей. Яркие, красочные, с использованием игровых моментов,

переключающие внимание детей с анимационных заставок на статическую страничку – всё это повышает уровень мотивации ребёнка к прочтению книги, которую он видел на экране;

- массовость: на обозрение может быть представлено большое количество книг, можно сравнивать их оформление, тем самым побуждая ребёнка рассмотреть эти книги «вживую»;

- вариативность: в любое время можно быстро поменять слайды и их расположение, убрать ненужные или вставить новые, изменить цветовую гамму или общий дизайн, делая ставку на тягу юного читателя к новизне ощущений;

- работу такой выставки можно оснастить озвученным текстом и музыкой, проводя параллель между содержанием книги и музыкальной иллюстрацией к ней;

- мобильность: такая выставка очень удобна для выездных мероприятий;

- экономичность: нет необходимости работать со стеллажами, стендами, выставочными шкафами.

Стихийные выставки, или как их ещё называют «книжные развалы» - это книги, сданные накануне читателями и размещаемые около кафедр выдачи или разложенные библиотекарем на столиках вблизи соответствующих разделов фонда. На первый взгляд развалы бессистемны: нет определенной последовательности, отсутствует характеристика изданий, но именно это и привлекает читателей, особенно тех, кто не слишком доверяет рекомендациям или не знает, что выбрать. Развалы важны тем, что создают ситуацию свободного выбора: срабатывает эффект доверия к тем, кто прочитал книгу раньше («Если другие взяли, прочитали, значит – хорошая книга»). Опытный библиотекарь умело пользуется этим эффектом, по-своему упорядочивая кажущееся хаотичным нагромождение книг. Во-первых, подкладывает сюда хорошие, но малознакомые или по другим причинам недооцененные читателем издания. Во-вторых, выявляет таким вот образом читательские предпочтения и использует полученные сведения в дальнейшей работе. Развалы озаглавливают определенным образом. Вместо безликой формулы «Книги, сданные читателями» появляются эмоционально-приподнятые, энергичные формулировки, побуждающие к действию. Например, «Книга, которая мне понравилась» или «Прочитал – понравилась – советую другим» Одним из вариантов представления книг может быть книжная или тематическая полка, так как этот формат выставки очень удобен: не занимает много места, не перегружен дополнительными

элементами, очень лаконичен и её можно разместить в любом месте свободного доступа. Например, часто используется эта форма для взрослых читателей («900 блокадных дней», «Дни воинской славы России»).

Рекламная деятельность библиотеки

Немало важную роль в массовой наглядной работе библиотеки играет рекламная деятельность. Ведь реклама - одним из распространённых способов привлечения читателя в библиотеки. В целях рекламы каждая библиотека может тесно сотрудничать со средствами массовой информации. И это не только описание проводимых массовых мероприятий, но и опубликование результатов проведения мониторинга, информация об обучающих мероприятиях и т.д. Существуют различные методы, способы и формы рекламы. В нашем обучающем пособии кратко описаны инновационные, а также только набирающие популярность способы рекламы в библиотеки. Чаще всего в библиотеках используют непрямую рекламу (BTL –акция). В основе своей методы BTL направлены на воздействие предпочтений потребителей, имеют своей целью повышение популярности бренда библиотеки. Но цель при этом достигается путём не прямого воздействия, а лишь стимулирует интерес потребителя и побуждает его к активному действию. Методы BTL: разнообразные рассылки (почтовые, sms, e-mail и другие), торговые конференции, промоакция, инвенты, спонсорство, интернет-конференции, разработка программ лояльности, управление базами данных и другие.

Промо-акция

Промо-акция — отличный способ не на словах, а на деле показать потребителям качество товаров или услуг. Интерактивные мероприятия, направленные на потенциальных клиентов, вовлекают их в действие и делают заинтересованными участниками Btl-акции, внушают доверие к фирме, которая не боится показать товар лицом. В ходе промоакции используют различные инструментариумы рекламы: лотереи, дегустация и другие. Ниже приведены примеры нескольких интересных акций. «Либмоб». В основе акции — блиц-опрос жителей населённого пункта про дорогу в библиотеку. Кто знает дорогу к библиотеке, получает смайлик. А кто не знает — календарик с адресом библиотеки и контактной информацией. Весёлая акция-игра несомненно повышает имидж Библиотеки. «Подвешенная книга». Суть акции — популяризация чтения. Любой читатель может «подвесить» на неделю свою самую любимую книгу, со своей рецензией (мнением, эмоциями, ВАУ!). Длительность акции 3 месяца. По результатам акции можно составить именные рекомендательные списки любимых книг активных участников.

А также создать рейтинг самых-самых книг вашей библиотеки! В начале акции подвесить книгу может любой читателей, в ходе же акции, будут

отбираться только наиболее активные читатели. Ведется список книг участниц акции. На саму книгу ставится стикер-отметка «Подвешенная книга». Дополнительно фиксируется выдача акционных книг, а также очередь из желающих на ее прочтение.

Флэшмоб (от англ. flash mob — «мгновенная толпа»). Это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте. В течение нескольких минут они выполняют заранее оговоренные действия и так же быстро расходятся. Мероприятие имеет эффект неожиданности и направлено на то, чтобы вызвать у случайных прохожих удивление и заинтересованность. Например: участники флэшмоба в желтых футболках и бейсболках с символикой библиотеки появляются неожиданно в определенном многолюдном месте, одновременно открывают принесенные с собой книги и читают вслух в течение нескольких минут и так же неожиданно одновременно расходятся. **«Библионочь»** — социально-культурная акция нового формата (существует с 2012 года). Акция проводится в вечернее и/или ночное время. В детских библиотеках акция проходит до 21:00 в рамках специального проекта «Библиосумерки». Ключевое направление акции — популяризация книги, поиск новых.

Зав. отделом маркетинга,
социокультурной деятельности
и методической работы

С.А.Кудравец