

Виртуальные выставки.

1. От выставки реальной к выставке виртуальной.

Выставки с давних пор были и остаются эффективным средством продвижения товаров и услуг. Именно таким путем можно представить свои достижения, увидеть тенденции развития своей отрасли, найти новых партнеров. Во всем мире выставки играют важную роль в расширении и развитии различных организаций.

Практически в каждом городе имеются выставочные комплексы, в которых проводятся различные выставки, как специализированные, так и общего характера. Надо сказать, что участие в такой выставке требует больших хлопот и затрат. Нужно вложить немалые средства в аренду площади в павильоне, в подготовку и дизайн стенда и т.д. Участие в выставке - важный и значимый момент в жизни любой организации, мобилизующий всех ее сотрудников.

Отдача от традиционной выставки не всегда оправдывает ожидания. Раз на раз не приходится. Угадать порой не просто – одна выставка приносит новые деловые контакты – партнёров и клиентов, да и просто множество нужных знакомств, другая – лишь денежные траты.

2. Виртуальные выставочные стенды: эффективное решение

Появление Интернета решило многие проблемы человечества и облегчило ему выполнение самых разнообразных задач.

«Через десять лет останутся два вида компаний: те, которые представлены в Интернет и те, которые вне бизнеса». Эти широко известные слова Билла Гейтса как нельзя лучше характеризуют современные тенденции рекламных и информационных технологий. Слово «виртуальный» теряет свое первоначальное значение, Интернет-порталы все меньше рассматриваются как нечто оторванное от реальности, становясь вещами обыденными и подчас более эффективными чем «реальные». Границы между виртуальностью и реальностью стираются, давний скептицизм по отношению к первой иногда даже сменяется пренебрежением ко второй. Вряд ли кто-то может с точностью предсказать, как именно будут взаимодействовать эти сферы в будущем, одно неоспоримо: каждому нужно осознать потребность своего присутствия в сети Интернет. Более того – это становится ответственностью каждого делового проекта.

В частности, нам на помощь в последние годы пришли виртуальные выставки. Они требуют несравненно меньших вложений - как финансовых, так и прочих: сил, времени, человеческих ресурсов. Вы можете сами создать виртуальную выставку за несколько минут, не выходя из библиотеки. Т.е. виртуальная выставка – это вариант, который позволит донести информацию до целевой аудитории с минимальными затратами.

Но помогают ли такие выставки достичь желаемого результата? Судите сами:

* Время проведения виртуальной выставки не ограничено.

- * Ваш виртуальный стенд (мини-сайт) доступен для потенциальных пользователей и партнеров днем и ночью - и не в течение недели или двух, а постоянно.
- * Нет ограничений в пространстве - из любой точки страны на ваш стенд постоянно заходят люди (которые, возможно, никогда не попали бы в реальный выставочный павильон).

Вы существенно экономите на рекламе, а адрес вашего сайта становится известен широкому кругу пользователей.

При этом никуда не надо ходить, не надо ничего искать – вся информация представлена в компактном, удобном виде. Именно благодаря этому факту эффективность виртуальных выставочных стендов столь высока.

Нетрудно заметить, что в основу виртуальных выставок положен тот же принцип, который действует в подобных мероприятиях в «реале». А именно: масштабное привлечение целевой аудитории, интересующейся обозначенной тематикой.

Некоторые могут посетовать на ограничения, накладываемые методом представления информации в графическом и текстовом виде. Однако это совершенно не так. Современные информационные технологии позволяют представить на виртуальных выставочных стендах аудио и видеоматериалы, что в разы увеличивает информационную насыщенность Интернет - представительства.

2. Виртуальная выставка библиотеки.

В быстро меняющихся условиях для библиотеки крайне важно обеспечивать реальных и потенциальных пользователей наиболее полной и достоверной информацией о себе и своих услугах.

Идея создания виртуальных выставок возникла давно. Отсутствие выставочных площадей делает вопрос их создания более актуальным.

Если традиционная просветительски - информационная схема экспозиции не способна вместить в свою структуру весь имеющийся массив информации, то в виртуальном пространстве это становится реальностью.

Виртуальные выставки – это новый вид информационно-библиотечного обслуживания пользователей. Электронная выставка является синтезом традиционного (книжного) и новейшего (электронного) способов представления информации.

Создание виртуальных выставок в Интернете не является заменителем реальных «живых» выставок, а является дополнительным эффективным средством работы. Все услуги в распоряжении посетителя 24 часа в сутки 7 дней в неделю, при этом не существует ограничений количества посетителей.

Цель такой выставки – публичное Интернет-представление различных видов документов. Виртуальная выставка мобильна, компактна, содержательна и является актуальным проводником в обширном потоке информации.

Каждая выставка выполнена с помощью оригинального мультимедийного дизайна, имитирующего пребывание на выставке, облегчающего навигацию и восприятие информации. Каждый пользователь имеет возможность познакомиться с внешним видом документов и развернутой аннотацией.

Для посетителей виртуальных выставок так же существует ряд преимуществ:

- * посетить выставки, размещенные на ресурсе со своего компьютера в любое время суток вне зависимости от географического местоположения;
- * ознакомиться с библиотеками интересующих регионов;
- * получить полную информацию об услугах;
- * проголосовать за экспонента, направить ему отзыв или установить рабочие контакты;
- * ознакомиться с новостными сообщениями ресурса.

Виртуальный выставочный стенд – это:

- * Информационный буклет и рекламная площадка одновременно, содержащие подробную информацию о библиотеке и доступные широкой аудитории через Интернет;
- * Неограниченное рекламное время, которое работает на Вас;
- * Возможность разместить на специализированных информационных разделах стенда подробные комментарии своих специалистов, аудио, видеоматериалы, баннеры и ссылки своих партнеров, а также иную актуальную для библиотеки информацию;
- * Простота и удобство использования ресурса, позволяющие посетителям виртуальных выставок получить подробную информацию об услугах непосредственно на рабочем месте, вне зависимости от географического местоположения пользователя;
- * Возможность оперативно корректировать информацию об услугах;
- * Увеличение посещаемости и, как следствие, подъём в рейтингах, официального сайта библиотеки за счет ссылок, размещённых на виртуальном стенде;
- * Расширение круга партнеров, не только в России, но и за рубежом за счет индексирования виртуального стенда в ведущих российских и мировых поисковых системах;

5. Технология создания виртуальной выставки

Виртуальная выставка может быть создана в формате «PowerPoint» – электронной презентации. Возможности, предоставляемые данной программой, позволяют создавать виртуальные выставки литературы, где первый слайд представляет всю совокупность экспонируемых изданий, а все последующие – отдельные издания и/или авторов.

Особенности представления информации в электронном виде, в том числе динамических изображений, и возможность работы в диалоговом режиме диктуют определенные требования к материалам в электронном формате.

При выборе варианта размещения данных на экране необходимо определить объем и формат представляемой информации, разработать проект размещения информации и оценить эффективность представленной информации.

Существует определенный набор условий, обеспечивающих зрительный комфорт пользователя при работе с информацией в электронном виде:

- * яркость объекта должна лежать в разумных пределах;
- * контрастность изображения относительно фона необходимо выбирать с учетом размеров объекта: чем меньше его размер, тем выше должна быть контрастность;
- * наибольшую чувствительность глаз имеет к излучению желто-зеленого цвета, наименьшую – к фиолетовому и красному;
- * размер символа должен быть согласован с остротой зрения человека: он также влияет и на скорость и правильность восприятия информации;
- * все поле зрения можно разбить на три зоны: центрального зрения, где наиболее четко различаются детали; ясного видения, где можно опознать объект без мелких деталей; периферию, где предметы обнаруживаются, но не распознаются;
- * зрительное ощущение нарастает и спадает на протяжении 0,5 секунды.

Зрительный ряд слайдов 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.

Специалисты предлагают определенные рекомендации по размещению текстовой информации на экране. Эти рекомендации предусматривают размещение подсказок и справочных сообщений в верхней части экрана и использование различных эффектов для выделения элементов или фрагментов текста.

Опыт работы по созданию электронных материалов в программе «PowerPoint» позволяет предложить некоторые рекомендации по анимационному оформлению текстов:

- * При использовании в текстовых фрагментах анимационных эффектов необходимо учитывать, что 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 и, если текст достаточно большой, утомляет зрение.

При использовании традиционных (статических) рисунков и фотографий важно правильно выбрать масштаб изображения и удачно использовать цветовую палитру. При этом если графич-

ческое 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.