

Введение Выставочная деятельность. Выставки и их классификация. Из истории выставок. Основные этапы и аспекты создания современной выставки.

1. Выставочная деятельность

Под выставкой понимают публичную демонстрацию достижений в области материальной и духовной деятельности человека.

Выставочная работа в современном мире – это комплексная сфера человеческой деятельности, лежащая на стыке архитектуры, дизайна, рекламы, музейного дела, маркетинга.

Организация современной выставки – исключительно сложное дело, требующее согласованного участия большого коллектива профессионалов в разных сферах деятельности.

Специалист в области социально-культурного сервиса и туризма должен быть готов либо работать в сфере выставочных услуг, либо уметь грамотно использовать выставочное дело в интересах развития собственного бизнеса. При этом он может выступать либо в роли экспонента, либо участвовать в выработке идеологии создаваемой новой выставки. В любом случае грамотность в сфере выставочного дела пойдет явно на пользу.

1. Классификация выставок

Выставки могут быть классифицированы по целому ряду признаков.

По целям – торговые; просветительно-познавательные (художественные, научно-технические, достижений в различных областях деятельности); представительские; музейные.

По периодичности – постоянно действующие, регулярные, юбилейные, событийные.

По содержанию представленных экспонатов – универсальные, специализированные.

По составу участников – всемирные, международные, национальные, региональные.

Кроме того, художественные выставки подразделяются на персональные, групповые, коллективные; стационарные, передвижные; с жюри и без.

3. Из истории выставок

Первыми выставками можно считать показы художественных произведений в Древней Греции (с 6 в. до н. э.)

Выставки в современном понимании возникли в средневековой Европе конца 16 в., когда демонстрировались собрания работ учеников монастырских школ, ремесленных мастерских.

В 18 веке в связи с развитием мануфактурного производства появились торговые выставки тканей, гобеленов и др. товаров – Париж (1763), Дрезден (1765), Берлин (1786), Мюнхен (1818), Манчестер (1843).

Первые общенациональные торгово-промышленные выставки состоялись в Лондоне (1761, 1767), Мюнхене (1788), Петербурге (1829).

Первая международная промышленная выставка состоялась в Лондоне (1851).

Участие России во всемирных выставках: Лондон (1851, 1862), Париж (1867, 1890) и т. д.

Участие СССР в международных выставках: Тегеран (1923) Париж (1928), Токио (1931), Филадельфия (1938) и т. д.

Со второй половины 19 века с появлением международных промышленных выставок стали строить специальные выставочные павильоны большой площади и с наилучшими условиям освещения. Первые примеры: “Хрустальный дворец” Дж. Пакстона ((Лондон, 1851), “Галерея машин”

Ф. Дютера (Париж, 1889).

Сложилась практика строительства на всемирных и международных выставках национальных павильонов, в которых воплощаются новые инженерные идеи, применяются новые конструктивные и объемно-пространственные решения на основе использования новых строительных материалов и строительных технологий.

Со второй половины 19 в. начали складываться принципы выставочной экспозиции, которые постепенно трансформировались от простой демонстрации экспонатов вроде товаров на прилавках магазинов к детальной разработке экспозиции с использованием средств архитектуры, дизайнерских проработок, специального оборудования.

На первых порах экспонаты тонули в пышном декоре выставочных интерьеров. Чтобы привлечь к ним внимание, прибегали к экзотическим решениям (крепость из мешочков муки на выставке 1893 г. в Чикаго) или к использованию гипертрофированных размеров экспонатов (огромные самовары на выставке 1900 г. в Париже). Потом при устройстве экспозиций стали использовать модели и макеты для демонстрации сложных производств и технологических процессов.

Современные принципы экспонирования предполагают использование современных средств театрализации, светодинамических эффектов, кино, слайдпроекции, телевидения. Нередко это используется по принципу сеансовых программ.

Крупные выставки представляют собой очень сложные комплексы, состоящие из центральных и специализированных выставочных павильонов. Всемирные, крупные международные и национальные выставки, как правило, имеют некий девиз, и все экспозиции, так или иначе, работают на него.

С последней четверти 19 века выставки часто имеют доминанты-символы. Например, Эйфелева башня была построена для всемирной выставки в Париже (1889) с единственной целью - продемонстрировать достижения французской строительной техники. Доминантой всемирной выставки в Брюсселе (1958) стал “Атомиум” - увеличенная в 165 млн. раз модель молекулы железа.

Современные крупные выставки имеют мощную инфраструктуру для отдыха и развлечений посетителей выставки, что стало одной из мощнейших статей извлечения прибыли из устройства выставок.

Рассмотрим в качестве примера ВДНХ СССР. Выставка была открыта в июне 1959 г. Она имела 70 павильонов общей экспозиционной площадью свыше 150 тыс. кв. м. Кроме того, на территории высажены фруктовые деревья, газоны, экспонируются образцовые посевы, лесополосы, лесокультуры, размещены питомники, парники, теплицы, цветники, пруды, фонтан, аттракционы, рестораны, кафе, магазины.

Крупнейшие павильоны: “Машиностроение”, “Космос”, “Атомная энергия”, “Радиоэлектроника” и т. п. Кроме того, имеются павильоны различных отраслей народного хозяйства, павильоны республик, построенные в национальном колорите.

В среднем за год здесь проводилось 75 тематических выставок, 800-900 конференций, семинаров, курсов, школ передового опыта. ВДНХ в среднем посещало в год 8 миллионов человек, из них порядка 200 тысяч иностранцев.

4. Основные аспекты и этапы создания современной выставки

При создании современной выставки приходится решать широкий круг сложных организационно-технических, художественных и экономических задач.

Организаторами крупных международных выставок выступают постоянно действующие органы: дирекции, торговые палаты, торгово-промышленные ассоциации и т. п. Есть целый ряд фирм, специализирующихся на выставочной деятельности.

Фирмы, занимающиеся любым видом деятельности, постоянно сталкиваются с необходимостью участия в выставках как экспоненты или в организации собственных выставок по случаям юбилеев, презентаций и т. п. Участие в выставках и устройство собственных выставок связано с большими затратами. Поэтому особенно важно понимать специфику выставочного дела и принимать правильные решения.

Создание выставки имеет целый ряд аспектов: идейно-стратегический, рекламный, организационно-управленческий, маркетинговый, дизайнерский, архитектурно-строительный, технический, психологический, работа с экспонентами, работа со специалистами, работа с посетителями.

Сердцевиной выставки являются ее экспозиции. В процессе создания выставочной экспозиции выделяют следующие этапы.

1. Составление тематического плана: декларируемые цели, тема, подтемы, отдельные вопросы, общее название, девиз и т. п. Прописывается общая концепция выставки.
2. Разработка экспозиционного плана: перечисляются основные изобразительные средства (экспонаты, макеты, модели, фотографии, коллажи, плакаты, диаграммы, тексты, проекционные материалы и т. п.).
3. Анализ территории или места устройства выставки.
4. Выполнение эскизного художественного проектирования. Эскизный художественный проект выполняется в трех проекциях (план, фасад и вид сбоку). Это исходный документ, подлежащий согласованию с заказчиком, после чего открывается основное финансирование. В эскизном художественном проекте разрабатываются основные экспозиционные,

конструктивные и художественные решения: размещение экспонатов, определение масштабов, т. е. соразмерности конструкций по отношению к человеку и к окружающей среде, определение основных ритмических ходов, цветового строя, основных дизайнерских решений, схем движения посетителей и т. п.

5. Выполнение технических расчетов и изготовление рабочих чертежей на конструкции.
6. Изготовление щитов, планшетов, конструкций, макетов.
7. Исполнение экспонируемого материала - стендов, фотографий, текстов, схем, макетов, моделей и т. п.
8. Выполнение строительных или ремонтно-строительных работ.
9. Выполнение монтажа выставки, светового оформления и т. п.
10. Разработка и издание рекламных и информационных материалов: сообщения в прессе, каталоги, буклеты, проспекты, информационные письма, афиши и т. п.
11. Проведение рекламной компании.
12. Организация работы с экспонентами, подготовка стендистов, экскурсоводов, организация работы сопутствующих выставке семинаров, конференций, симпозиумов, круглых столов, презентаций экспонентов, культурных программ, приемов и т. п.