

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ивановский государственный политехнический университет»
(ИВГПУ)

Ф.И. Каган

ВЫСТАВОЧНАЯ РАБОТА

**Методические указания
для обучающихся заочной формы
по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
Профиль подготовки «Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг»**

Иваново 2019

Составитель

Кандидат физико-математических наук, доцент Ф.И. Каган

Научный рецензент

Доцент Г.К. Белугина

Для учебной дисциплины «Выставочная работа» приведены цель изучения дисциплины и ее место в образовательном проекте, общие методические рекомендации студентам по ее освоению, тематический план дисциплины, содержание разделов и тем, перечень практических занятий и тем для самостоятельной проработки.

В пособии приведены также краткое изложение лекций по важнейшим темам, примерная тематика заданий для домашних работ и список рекомендуемой по курсу литературы.

Для обучающихся заочной формы по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»).

С о д е р ж а н и е

1. Цель изучения дисциплины и ее место в образовательном проекте	04
2. Общие методические указания студентам	04
3. Тематический план дисциплины	05
4. Содержание разделов и тем дисциплины	06
6. Перечень практических занятий (семинаров)	07
7. Перечень тем и их разделов, выносимых на самостоятельную проработку	08
8. Краткое изложение лекционного материала по важнейшим темам	08
9. Примерная тематика домашних работ	24
Перечень основной литературы	24
Перечень дополнительной литературы	25

1. Цель изучения дисциплины и ее место в образовательном проекте

Дисциплина «Выставочная работа» стоит в общем ряду с дисциплинами «Музееведение», «Реклама в туризме», «Связь с общественностью», а также с экономическими дисциплинами в той их части, которая связана с маркетингом и продвижением туристских продуктов, услуг индустрии гостеприимства.

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.

Целью изучения дисциплины является уяснение важнейших требований к организации современной выставки и овладение основными приемами разработки выставочной экспозиции.

2. Общие методические указания студентам

1. Необходимо как можно скорее осознать, что по курсу нет учебника, полностью соответствующего программе курса. Поэтому потребуются знакомство и работа со многими источниками.
2. Курс имеет прямое отношение к будущей профессиональной деятельности в области социально-культурного сервиса и туризма, ибо выставочная работа вместе с рекламой и связью с общественностью имеет прямое отношение к продвижению продукта, к успешному развитию любого бизнеса.
3. При этом нужно иметь в виду, что участие в выставках – дорогостоящее, но совершенно необходимое занятие. Поэтому нужно многое уметь делать самому и уж, во всяком случае, хорошо понимать, какого качества выставочных услуг нужно добиваться от профессионалов в этой сфере за свои немалые деньги.
4. Изучение дисциплины не будет носить чисто академического характера. При небольшом количестве лекций вам придется посетить большое количество разнообразных выставочных и музейных экспозиций, чтобы научиться их анализировать и критически оценивать.
5. Вам предстоит выполнить проектные работы по созданию реальной выставки по индивидуальным домашним заданиям, что поможет осознать по-настоящему специфику выставочной работы и приобрести необходимые практические навыки.
6. Следует также знать, что лучшие выставочные проекты будут реализовываться в практике выставочной работы культурно-туристского центра «Ювента» и культурно-исторического центра «Наследие».

3. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество часов согласно РУП					Контроль знаний: домашняя работа (ДР), зачет с оценкой
	Всего	Лекции	Практические занятия (семинары)	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
Введение						
Раздел 1. Создание экспозиции						
Тема 1.1. Проектирование экспозиции						Инд собес.
Тема 1.2. Предметная форма						
Тема 1.3. Требования к экспозиции, вытекающие из особенностей человеческого зрительного восприятия						
Тема 1.4. Дизайн в экспозиции						
Раздел 2. Организация выставки						
Тема 2.1. Архитектурные и интерьерные решения						
Тема 2.2. Специальное выставочное оборудование						
Тема 2.3. Организация рекламы						
Тема 2.4. Работа стендиста						
Тема 2.5. Работа с экспонентами						Инд. собес.
Раздел 3. Специфика выставок						.
Тема 3.1. Выставки в музее						
Тема 3.2. Художественные выставки						
Тема 3.3. Выставки в сфере социально-культурного сервиса и туризма						Защита ДР
Всего						Зачет с оц.

4. Содержание разделов и тем дисциплины

Введение

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

Раздел 1.Создание экспозиции

Тема 1.1. Проектирование экспозиции

Определение идеи и темы выставки. Разработка концепции. Разработка тематико-экспозиционного плана. Разработка общих требований к художественному проекту.

Тема 1.2.Предметная форма

Форма и содержание. Геометрическая и материальная форма. Характеристики формы. Средства гармонизации формы. Системы пропорционирования.

Тема 1.3. Требования к экспозиции, вытекающие из особенностей человеческого зрительного восприятия

Требования к максимальным размерам в экспозиции. Требования к минимальным размерам в экспозиции. Некоторые принципы построения экспозиции, вытекающие из психологии зрительного восприятия.

Тема 1.4. Дизайн в экспозиции.

Дизайн как вид человеческой деятельности. Основные принципы композиции при создании экспозиции. Цвет в экспозиции. Общее художественное решение экспозиции. Суперграфика.

Раздел 2. Организация выставки

Тема 2.1. Архитектурные и интерьерные решения

Общие требования к архитектурно-планировочным решениям и функциональному зонированию помещений для выставочных экспозиций. Специальные выставочные комплексы (отечественный и зарубежный опыт). Общие требования к интерьерным решениям выставочных помещений.

Тема 2.2. Специальное выставочное оборудование

Модульные системы для выставочного оборудования (принципы, элементы, дополнительные возможности). Технические системы для освещения, информационного обеспечения, звукового сопровождения, визуализации.

Тема 2.3. Организация рекламы

Организация рекламной кампании: печатная реклама, реклама в электронных СМИ, издание каталогов, наружная реклама, рекламные акции.

Тема 2.4. Работа стендиста

Требования к стендисту. Специфика работы стендиста на выставках из сферы социально-культурного сервиса и туризма.

Тема 2.5. Работа с экспонентами

Предварительная работа с потенциальными экспонентами. Ценовая политика. Информационное и организационное обеспечение работы экспонентов на выставке. Организация монтажа и демонтажа экспозиций. Организация сопутствующих выставке акций (презентации, семинары, круглые столы, обмен опытом и т.п.).

Раздел 3. Специфика выставок

Тема 3.1. Выставки в музее

Музейная экспозиция. Предметы и вещи. Разные подходы к формированию музейной экспозиции. «Новый музей»: концепция и примеры. Художник в музее. Постмодернистский подход. Основные приемы постмодернистского экспонирования.

Тема 3.2. Художественные выставки

Разновидности художественных выставок. Некоторые принципы построения экспозиции. Требования к помещению и его освещению. Концептуальные выставки. Специфика организации открытия художественных выставок.

Тема 3.3. Выставки в сфере социально-культурного сервиса и туризма

Разновидности выставок в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Крупнейшие выставки в России и за рубежом. Специфика организации таких выставок. Особенности в организации презентаций для дестинаций на подобных выставках.

4.Перечень практических занятий (семинаров)

№№ пп	Наименование практического занятия (семинара)	Наименование темы тематического плана	Количество часов	Рекомендуемые методические разработки
1	2	3	4	5
1	Проектирование экспозиции (разработка концепции, тематико-экспозиционного плана)	Тема 1.1		ОЛ1-3, ЛД1- 9
2	Требования к экспозиции, вытекающие из психологии зрительного восприятия	Тема 1.3		ЛО1 – 3, ЛД5 - 7
3	Дизайнерские приемы в экспозиции	Тема 1.4		ЛО1 -3
4	Интерьерные решения для выставки	Тема 2.1		ЛД8 9
5	Специальное выставочное оборудование	Тема 2.2		ЛД20
6	Организация рекламы выставки	Тема 2.3		ЛД27
7	Работа стендиста выставки	Тема 2.4		ЛД24
8	Работа с экспонентами выставки	Тема 2.5		ЛД20
9	Организация выставок в музеях	Тема 3.1		ЛО4, ЛД16 - 18
10	Организация художественных выставок	Тема 3.2		ЛД2, 6 - 9
11	Организация выставок в сфере социально-культурного сервиса и туризма	Тема 3.3		ЛД26 - 28

6.Перечень тем и их разделов, выносимых на самостоятельную проработку

№№ пп	Наименование тем и разделов тематического плана, выносимых на самостоятельную проработку	Количество часов	Рекомендуемая учебная и учебно-методическая литература
1	2	3	4
1	Проектирование экспозиции: разработка концепции экспозиции и тематико-экспозиционного плана по индивидуальному заданию		ЛО1, 2 ЛД4, 16, 17, 23. 28
2	Выставки в музее: анализ особенностей музейных экспозиций и музейных выставок в музеях города		ЛО4 ЛД 16 - 18
3	Художественные выставки: анализ особенностей экспозиций в выставочных залах города		ЛО1 ЛД1, 2, 4 - 6
4	Выставки в сфере социально-культурного сервиса и туризма: анализ экспозиций в выставочных комплексах Москвы		ЛД 20 – 23, 25, 26, 28

8. Краткое изложение лекционного материала по важнейшим темам

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.

2. 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 доминант-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.

Тема 1.2. Предметная форма и ее свойства

Форма и содержание. Геометрическая и материальная форма. Характеристики формы. Средства гармонизации формы. Системы пропорционирования.

1. Форма и содержание

Форма в философском понимании является категорией, соподчиненной с категорией содержания. Содержание – это определяющая сторона целого, единство всех составляющих элементов объекта, его свойств, внутренних процессов, связей, противоречий и тенденций. Форма – это способ существования и выражения содержания. Форма также связана со структурой объекта.

В искусстве содержание указывает на то, что именно отражено и выражено в произведении искусства, а форма – на то, какими средствами это достигнуто.

Художественная форма в широком смысле – это структура, организация, внешнее выражение художественного содержания. В более узком смысле – это приведенная к единству совокупность художественных средств в отдельном произведении.

Содержание и форма находятся в диалектическом единстве и борьбе «нового» содержания и «старой» формы, а также при обратной коллизии. Чрезмерное увлечение формой порождает негативную идеологическую оценку

«формализм», которая в тоталитарном обществе используется как негативный ярлык.

2. Геометрическая и материальная форма. Характеристики формы

Применительно к форме изделия можно говорить о ряде требований – социальных, функциональных, эргономических и эстетических.

В дизайне условно разделяют три формы: функциональную (утилитарную), конструктивную и эстетическую. Лучше говорить не о трех формах, а о трех аспектах рассмотрения единой формы.

Основополагающие свойства формы – материальность и характер расположения в пространстве. Материальную форму условно называют объемом. Объем ограничивает часть пространства определенной конфигурации и величины.

Строение формы можно представить как результат равномерного движения, повтора, чередования одинаковых элементов. Такое строение формы называется *метрическим*. Строение формы, являющееся следствием равномерного ускоренного или замедленного движения, чередования элементов, называют *ритмическим*. Ритм и метр относятся к основным средствам композиции формы.

Художественно осмысленное выражение степени напряженного состояния материальной формы представляет закономерность композиции, называемая *тектоникой*.

Важная характеристика физического свойства материальной формы – цвет.

К физическим свойствам поверхности формы могут быть отнесены *фактура*, т. е. внешняя структура поверхности (гладкая, шероховатая, зеркальная, и т. п.), а также *текстура*, т. е. своеобразный рисунок внутренней структуры материала (например, рисунок на срезе дерева или полированной поверхности камня).

Сочетание признаков объемно-пространственной структуры тектоники и ритма объединяются одним общим понятием – *пластика*.

3. Средства гармонизации формы

Эстетические достоинства материальной формы характеризуются также такими средствами композиции, как пропорции, масштаб, контраст, нюанс. Эти средства, в отличие от рассмотренных выше формообразующих, могут быть названы *гармонизирующими средствами композиции*.

Гармония – предмета или ансамбля предметов – неизменный спутник красоты. Красота, целостность формы достигаются целенаправленным применением средств гармонизации. Средства гармонизации устанавливают определенную взаимосвязь элементов формы предмета, окружающей среды и человека.

Гармония – это, прежде всего, мера, качественная мера частей и целого. *Пропорции* устанавливают эту меру с помощью различных математических отношений. Закономерности *масштаба* и *масштабности* определяют соответствие величины предмета его назначению, размерам человеческого тела, характеру среды. *Контрастные* и *нюансные* отношения подчеркивают

резко или слабо выраженные различия между однородными элементами предмета или составляющими ансамбля.

4. Системы пропорционирования

Поиски систем велись в Древнем Египте, Древней Греции, Древнем Риме, в эпоху Возрождения и т. д. Известнейшие труды принадлежат римскому теоретику архитектуры Витрувию, Леонардо да Винчи, архитекторам ренессанса Палладио и Альберти, современному архитектору Ле Корбюзье и др.

Проблемам пропорционирования был посвящен Международный конгресс в Милане (1951) с участием архитекторов, художников, искусствоведов, математиков, философов.

Вера в существование «божественных пропорций», в абсолютное совершенство правильных геометрических построений идет от Платона и Пифагора.

Построение систем пропорционирования должно исходить не только из математических закономерностей, но и из особенностей психологии человеческого восприятия, законов формообразования в живой природе, изучения особенностей формы природных объектов и человеческого тела, законов механики, законов эстетики и т. д.

Применение тех или иных систем пропорционирования социально обусловлено и исторически конкретно. Оно связано с утверждением господствующих эстетических идеалов, стилевых особенностей форм, типичных композиционных приемов.

Типичные способы получения сечения отрезка:

- Среднее арифметическое: $a - b = b - c, \quad b = (a + c) / 2,$
- Среднее геометрическое: $a : b = b : c, \quad b = \sqrt{a \times c},$
- Среднее гармоническое: $1/b = (1/a + 1/c) / 2$
- «Золотое сечение»: $a : b = b : (a - b), \quad a = b \times (1 + \sqrt{5})/2 = b \times 1,618$

Различные способы образования рядов чисел:

- арифметическая прогрессия,
- геометрическая прогрессия,
- ряд «золотого сечения»: 0,146 – 0,236 – 0,382 – 0,618 – 1,0 – 1,618 - ...,
- ряд чисел Фибоначчи (Италия, 13 в.): 2 – 3 – 5 – 8 – 13 – 21 - ...,
- ряд квадратных корней из последовательных натуральных чисел.

Система предпочтительных пропорций определена в ГОСТ 8032-56 «Предпочтительные числа и ряды предпочтительных чисел».

Тема 1.3. Требования к экспозиции, вытекающие из особенностей человеческого зрительного восприятия

Требования к максимальным размерам в экспозиции. Требования к минимальным размерам в экспозиции. Некоторые принципы построения экспозиции, вытекающие из психологии зрительного восприятия

1. Требования к максимальным размерам в экспозиции

Угол зрения – это угол, под которым человек видит предмет при неподвижном положении головы и глаз. Наилучший угол зрения составляет 23

градуса. За нормальный угол зрения принимается угол в 28-30 градусов. Как исключение допускается угол зрения в 45 градусов.

Ориентировочно рекомендуемое расстояние от воспринимающего человека до предмета в экспозиции принимается равным двум диагоналям воспринимаемого прямоугольника при угле зрения 28-30 градусов и полутора диагоналям при угле зрения 45 градусов.

При демонстрации схемы в зрительном зале ее максимальные размеры определяются из расчета расположения зрителя в центре зала.

2. Требования к минимальным размерам в экспозиции

Глаз способен различать предметы только в пределах телесного угла не менее 1 минуты. Если величина удаления D , а толщина элемента буквы – d , то $d = D * \text{tg}1' = D 0.000291$. Например, при расстоянии в 7 м толщина элемента буквы составит 2.1 мм. Как правило, высота буквы относится к ее ширине как 5:3. Отсюда минимальная высота $2.1 \times 5 = 10.5$ мм, а ширина $2.1 \times 3 = 6.3$ мм. Практически размеры для надписей удваиваются, что сделано в расчете на восприятие при недостаточном освещении.

3. Некоторые принципы построения экспозиции, исходящие из психологии зрительного восприятия

Психологи указывают, что оптимальное количество воспринимаемых предметов равно шести-деяти.

При расстоянии посетителя от стенда в два метра и угле зрения 60 градусов нужно сделать экспозицию такой, чтобы посетитель одновременно видел не более 9 экспонатов.

Рекомендуется следовать следующему закону ограничения: не больше трех – в материале, в деталях, в цвете.

При выборе характерных элементов композиции рекомендуется:

- объединение по однородным признакам, форме, цвету, текстуре, фактуре;
- выявление наиболее важной однородности, которую необходимо подчеркнуть в композиции;
- включение в композицию контрастов, которые создают в ней напряжение, например, хрустальные сосуды выглядят в контрасте с изделиями из керамики.

Очень полезно также руководствоваться следующими рекомендациями

Основа живой композиции – неравносторонний треугольник. Основа статичной композиции – симметрия.

Необходима группировка предметов, чтобы выбранный материал располагался не смешанной кучей, а группами из двух-трех элементов.

Между группировками необходимо свободное пространство, чтобы не терялась красота и значимость отдельных частей композиции в плотном расположении. «Воздух» необходим также, чтобы не утомлять восприятие чрезмерной перегруженностью экспозиционного пространства.

Подчеркивание субординации (соподчинения) между группировками. Необходимо, чтобы взгляд посетителя сначала направлялся на наиболее важные по значению элементы.

Взаимосвязь между группировками и внутри их достигается линией, пластикой, а также, когда одни элементы обращены впол оборота к другим элементам и к зрителю (закон сцены).

Соблюдение оптического равновесия путем правильного размещения крупных, тяжелых, темных форм относительно малых, легких, светлых.

Следование естественному расположению предметов, а также естественному росту, движению, развитию. Например, растительный материал располагается так, как он мог бы расти.

Тема 2.4. Работа стендиста выставки

1. Требования к стендисту

Стендист – «работник выставки, обслуживающий стенд, показывающий посетителям экспонаты» (из толкового словаря русского языка). В отличие от стендиста экскурсовод выставки, гид или гид-переводчик выполняют работу, связанную с определенным маршрутом.

Стендист в первую очередь должен:

- быть квалифицированным специалистом в определенной области;
- хорошо знать представляемую им продукцию, сравнительные характеристики продукции отечественных и зарубежных аналогов;
- быть коммуникабельным, внимательным, доброжелательным и чутким в общении, настойчивым в проведении своей линии или отстаивании своих позиций;
- владеть своим языком, уметь оперировать своими знаниями и опытом, технической и коммерческой терминологией, связно и внятно излагать проблему, понятно членить фразы для переводчика;
- иметь склонность к рекламно-информационной работе и достаточный опыт участия в ней;
- владеть искусством убеждения, искусством рассказа, диалога и полемики;
- владеть техникой показа и демонстрации, в т. ч. с использованием современных технических средств;
- обладать достаточной силой воли, чтобы сдерживать свои эмоции в острополемической или критической ситуации;
- сохранять ясность и гибкость мышления в публичных дискуссиях;
- обладать достаточной эрудицией, быть в курсе актуальных политических и социально-экономических проблем современности.

Тема 3.1. Выставки в музее

Музейная экспозиция. Предметы и вещи. Разные подходы к формированию музейной экспозиции. «Новый музей». Художник в музее. Постмодернистский подход. Новые приемы постмодернистского экспонирования.

1. Музейная экспозиция

Экспозиция является основой музейной деятельности. Именно в музеях накоплен значительный опыт экспонирования, который реализуется как через постоянные музейные экспозиции, так и через многообразные выставочные экспозиции, которые сопутствуют деятельности любого музея. Поэтому

рассмотрение экспозиционной деятельности естественно начать именно с музеев.

2. Предметы и вещи

Один и тот же предмет может последовательно (исторически) или одновременно (при различных типах потребления) принимать различные вещные значения. Люди и окружающие их предметы не могут рассматриваться изолированно друг от друга: непрерывно происходит взаимное отражение человека и предмета. “Человеческие” свойства предмета выявляются в системе взаимовлияний и взаимозависимостей, в которые вступает предмет как элемент социального общежития.

Предмет является элементом технического мира, подчиняется его законам и конструируется в соответствии с ними. Вещь является элементом “человеческого” мира, существующего в тесной взаимосвязи с техническим миром, но не идентичного с ним.

Вещь является слепком всей совокупности человеческих отношений. “Социальные функции” как бы дремлют в вещи.

Утилитарные, информационные, функционально-эксплуатационные, эстетические и многие другие значения вещи конфликтны, не согласованы между собой и несоизмеримы прямо, поэтому множество вещей не может продиктовать структурных качеств мира вещей как целостности.

Вещи и люди составляют времязависимую систему. Поскольку в вещи всегда есть характеристики, отражающие человека со всеми его специфическими проблемами, постольку через вещи можно показать и людей, и историю, и отношения, т.е. вещь можно «читать».

Через вещи художник называет качества человека и общества.

При современном понимании вещь определяется как элемент культурной коммуникации.

Человек, человеческое содержание предметной среды является целью, фокусом художественного проектирования.

3. Разные подходы к формированию музейной экспозиции

- Хронологически последовательный рассказ о прошлом через атрибутированные экспонаты, дополняемые пояснительными текстами, схемами, макетами, диаграммами, муляжами, новоделами.
- Тематические экспозиции, исходящие из совокупности музейных экспонатов, раскрывающих тему.
- Экспозиции с погружением в историческую среду.
- Мемориальные экспозиции, основанные на подлинниках в сочетании с новоделами.
- Экспозиции-образы.
- Синтетические музейные экспозиции с применением специально организованной предметной среды в особо создаваемом экспозиционном интерьере, аудио-видео-слайдо-кинотехники, осветительной аппаратуры, управляемых от ЭВМ, а также произведений изобразительного искусства (станковая и декоративная живопись, скульптура), специального

экспозиционного оборудования, в том числе с возможностями динамического показа экспонатов.

- Экспозиции с элементами театрализации.
- Экспозиции с применением современных подходов: инсталляции, перформансы, хэппенинги, художественное проектирование музейной среды.

4. «Новый музей»

Так называемый «новый музей» отличается от традиционного, прежде всего, господством в экспозиции художественного образа. Отбор и показ предметов ведется с художественно-образных позиций.

Оформление становится настолько активным, что превращается в подобие экспонатов, а иногда и заменяет их. Архитектурное пространство музея сменяется эмоциональным пространством экспозиции.

В конце 70-х гг. музейный дизайн становится самостоятельной областью дизайна, но, в основном, на уровне выставляемых макетов музейных экспозиций.

Пример: проект музея К. Батюшкова для Вологды, выполненный в 1981 году в Сенежской студии художественного проектирования.

Константин Батюшков, русский поэт первой половины 19 в., был предшественником Пушкина в разработке литературного языка, близкого к разговорному. В качестве офицера русской армии участвовал в войне против Наполеона. В 1832 г. он вернулся в Вологду, измученный тяжелой душевной болезнью. Готовилась к открытию мемориальная квартира поэта. Но он жил среди этих стен в совершенно особом мире: странном – для здравомыслящих, знакомом – поэтам, родном – безумным поэтам. В этом мире образов, воспоминаний, прежней любви провел он 33 года своей жизни.

Проект музея и построен на разграничении и сопоставлении мира реальностей и мира образов. Трещина или проем в стене открывают зрителю этот второй мир – белого гипса и белых бумажных цветов. Там живы тени былых друзей, там висят его рисунки – удивительные, почти детские изображения птиц, зверей, раскрашенные, вырезанные, наклеенные на картон, пестрящие золотой и серебряной бумагой.

Проект породил ожесточенные споры и был отвергнут. Но время «нового музея» наступало. Художники почувствовали вкус нестандартных решений и довольно быстро перешли от экспонирования макетов музейных экспозиций к реализации новых идей.

Экспозиция музея Маяковского в Москве - наиболее явное выражение искусства «нового музея».

В «новом музее» художник рассчитывает, прежде всего, на мгновенное впечатление, на человека, лишь заглянувшего в зал, которого надо заинтересовать, буквально схватить за рукав. А уж потом предложить расшифровывать метафоры, разглядывать экспонаты – при желании. Хотя желание это, как выяснилось, появляется не у каждого.

Музейная экспозиция становится родственной современной сценографии – этакая сценическая машина, структура, установка, обладающая не меньшей, чем в театре, образностью.

В «новом музее» как бы на сцене появляются экспонаты, возникает своеобразный «театр вещей». Художникам «нового музея» все чаще приходится иметь дело не с подлинниками, а с муляжами, с произведениями изобразительного искусства, специально создаваемыми для экспозиции. При этом даже исторический музей становится как бы художественным.

Музейные образы создаются не только из экспонатов и музейных натюрмортов. В угоду образности могут создаваться скульптуры вещей, может трансформироваться сама архитектура музейного здания.

«Новый музей» находится в сложных отношениях с экспонатами. Он может их отвергнуть, переукрасить, может создать заново, а может и потребовать большей документальности

Появились музейные монументальные росписи, музейная скульптура, музейная живопись. Но самое интересное, это искусственные вещи – скульптуры предметов как материализованные мысленные образы предмета, который никогда не будет употреблен в своем практическом назначении.

«Новый музей» за немногими исключениями равнодушен к использованию техники: проекция, звук, свет.

5. Художник в музее

Раньше художник был просто оформителем музейных витрин (расположение экспонатов; их подача – фон, цветовое решение; схемы, диаграммы, этикетаж).

Художник в современном музее решает комплекс проблем: интерьер музея, применение произведений изобразительного искусства, художественное решение экспозиции, использование технических средств, экспозиционного оборудования и их дизайн, маршруты осмотра экспозиции, определение выгодных точек осмотра, забота о снятии усталости посетителей, о создании их настроения, выстраивание принципов работы экскурсовода в экспозиции, решение синтетических проблем при создании «музейных сеансов».

Художник работает в огромном кругу профессионалов разных специальностей: научные сотрудники музея, историки, живописцы, скульпторы, архитекторы, графики, дизайнеры, мастера декоративно-прикладного искусства, инженеры-механики, электрики – специалисты по свету, звуку, кино, телевидению, программисты ЭВМ, электроники, режиссеры и операторы, экскурсоводы, проектировщики, строители, монтажники, наконец, руководители музея, органов культуры, спонсирующих организаций, органов муниципального управления.

При этом на долю музейного художника выпадает роль дирижера, организующего начала, творца и организатора воплощения общей партитуры синтетического проекта.

При создании «нового музея» необходим с первых шагов тройственный союз: архитектор + художник + музей.

Художник стремится создать экспозиции, музейщики – продемонстрировать фонды музея. Упреки «новый музей» в эстетстве, музейщики предлагают, чаще всего, не эмоциональную, а логическую подачу материала.

В случае удачного преодоления этих противоречий возникает удивительное синтетическое искусство, родственное театру и почти ничем не стесненное в изобразительных средствах.

Примеры (см.):

1. Мемориальный музей В.Г. Белинского в Пензе.
2. Экспозиция творчества М.Ю. Лермонтова в Тарханах.
3. Музей В.В. Маяковского в Москве.
4. Музей истории Днепропетровска и Музей Сталинградской битвы.
5. Выставочная экспозиция «Пять веков польской поэзии».

6. Постмодернистский подход

Постмодернизм – условное наименование исторического периода развития искусства второй половины 20 в. Термин впервые появился в книге Р. Панвица «Кризис европейской культуры» (1914). В 1947 г. (отсюда ведется отсчет постмодернизма) А. Тойнби в книге «Постижение истории» придал термину историко-культурный смысл: конец господства традиционных западноевропейских культурных ценностей.

Характерные черты постмодернизма:

- ◇ смена евроцентризма глобальным полицентризмом;
- ◇ утрачивают абсолютный характер вера в рационализм, прогресс науки и техники;
- ◇ кризис западноевропейской культуры рассматривается не как конец, а как начало новой культуры;
- ◇ трагический нигилизм сменяется иронией;
- ◇ утверждение всеобщей амбивалентности (двойственности, неоднозначности);
- ◇ смещение акцента с произведения на процесс его создания, с предмета на язык, с автора на аудиторию;
- ◇ искусство постмодернизма безразлично к содержанию и поэтому растворяется в трансэстетике банальности;
- ◇ стремление к свободной ассоциативности, цель художника – не содержание, а получение удовольствия от эроса языка («мир как текст»);
- ◇ нейтрализация авторитетов;
- ◇ пародийность;
- ◇ двойное кодирование (сопоставление двух или более миров, стилей, методов);
- ◇ пастиччо, или пастиш (соединение разнородных элементов);
- ◇ дискретность и фрагментарность мышления;
- ◇ ощущение мира как хаоса, в котором отсутствуют ценностные ориентиры;
- ◇ вместо традиционного понятия «образ» все чаще используется термин «имидж» (вид, облик);

- ◇ место композиции как художественно-образной целостности заняли инсталляция, перформанс, презентация, хэппенинг, акционизм, арт-дизайн, боди-арт, дадаизм, поп-арт, лайф-арт);
- ◇ утверждается, что реальности просто нет, есть различные виртуальные реальности;
- ◇ вместо классического понятия «мимесис» (подражание) вводится понятие «симулякр» (подобие, видимость, отображение), но не в традиционном значении видимого подобия, образа, а в качестве игры, подмены действительности ее знаком;
- ◇ склонность к «новой эклектике», «смешению и расширению языков»;
- ◇ в новом дизайне 1980-х гг., в постмодернистской архитектуре 1990-2000 гг. наблюдается возврат к классическим мотивам, но это не выходит за границы стилизации и эклектики;
- ◇ стилистический коллаж вместо целостного стиля – характерная черта постмодернистского искусства.

Постмодернизм является эстетикой переходной эпохи, в которой утрачены и осмеяны идеалы предшествующего времени, а новые не созданы. Некоторые аналоги этой ситуации можно увидеть в культуре Модерна рубежа 19 и 20 вв.

7. Основные приемы постмодернистского экспонирования

Утверждение постмодернизма как некоего нового мироощущения породило множество новых подходов к построению экспозиций. Далее дается краткая характеристика основных течений и приемов, определяющих постмодернистский взгляд на принципы и способы создания современных экспозиций.

«Ар-брют» (от брутальный, грубый) – течение, вошедшее в моду в сер. 20 в. Использует естественные, грубые материалы: песок, камень, цемент, древесная кора.

Арт-дизайн – течение авангарда (с 1980-х г.), в основном в СССР и странах Восточной Европы, соединение приемов авангардного изобразительного искусства и промышленного дизайна, странное, нелепое сочетание бытовых предметов, обломков механизмов, промышленных деталей, фрагментов политических плакатов, фотографий, манекенов, муляжей. Подчеркивание абсурдности, банальности массовой культуры, примитивности политической агитации. Главное выразительное средство – нехудожественная природа материалов. В отличие от поп-арта, где этим, в основном, и ограничивались, в арт-дизайне имеется идеологический подтекст, некая форма протеста против окружающей лжи общественной жизни.

Ассамбляж – расширение традиционного коллажа, нагромождение, соединение в одном объеме или рельефе выхваченных из обыденной жизни объектов, бытовых предметов, их частей.

«Бедное искусство» (арте повера) – течение в авангардном искусстве Италии 1960-х гг. Произведения обычно представляют собой инсталляции из «бедных», скоротечных материалов – бумаги, воска, губки, с помощью

которых выражается идея скоротечности, эфемерности материальной жизни, особенно в постиндустриальном обществе.

«Боди-арт» – течение авангардного искусства 1960-70-х гг., близкое к поп-арту. В качестве материала и объекта искусства используется собственное тело, с помощью которого устраиваются разные акции: демонстрация в обнаженном и полуобнаженном виде, покрытие тела гипсом, татуировками, причудливыми росписями, шокирование зрителей изуверскими разрезами, уколами либо просто безучастное сидение на полу, в углу выставочного зала. Цель – социальный протест, эпатаж или коммерческие цели.

Видео-арт – использование средств видеотехники и компьютерного программирования с целью создания «опусов», демонстрирующих двусмысленность иллюзорного отражения реальности, так же как и абсурдность виртуальной реальности. Видео-арт в этом смысле можно считать разновидностью концептуального искусства.

Визуальная культура – отражение всеобщей тенденции «визуализации» мышления человека. Достоинства – информационная емкость, универсальность, быстрота и легкость потребления. Недостатки – небольшая глубина, поверхностность по сравнению с чтением или рассматриванием произведений живописи.

Дигитальная графика, живопись – изображение, созданное кодированием светового сигнала на компьютере. Предтечи – В. Вазарелли и М.К. Эшер.

Инсталляция – состоит в демонстрировании обычных бытовых предметов в абсурдных сочетаниях и невозможных ситуациях. В инсталляциях сюрреалистически обыгрываются контрасты фактур материалов, функций предметов, падающие тени и отражения, разного рода анаморфозы. Из этих экспериментов, начатых М. Дюшаном в 1920-х гг., выросли поп-арт, оп-арт, арт-дизайн.

Интерактивность – усиление роли зрителя и даже подмена автора произведения зрительской активностью, творческим воображением дилетанта. Первые шаги в этом направлении были сделаны в формах инсталляции, арт-дизайна, хэппининга.

Кинематическое искусство – подмена художественного отображения движения, пространства, времени демонстрацией движения в естественном виде. Попытки начались в 1920-30-х гг.

Коллаж (от *наклеивание*) – техника создания изображения наклеиванием на какую-либо основу материала, отличающегося от нее фактурой и цветом. С 1912 г. технику коллажа стали применять французские кубисты, а затем футуристы, авангардисты.

Компьютерная графика – проектирование в индивидуальном концептуальном пространстве так называемой виртуальной реальности двух- или трехмерных моделей с применением богатейших возможностей современного персонального компьютера по обработке оцифрованных изображений. В ней есть опасность утраты творческого начала, сублимации творчества богатством предлагаемых компьютерной системой возможностей.

Аналогия с механическими средствами передвижения, лишаящими человека собственной двигательной активности и приводящими к телесной деградации.

Концептуальное искусство – взамен изобразительной деятельности по воплощению художественной идеи в материале зрителю предлагается сам «концепт» – идея вещи, явления. Но не в изображении, а в документальном виде – в форме артефакта (материального объекта), сопровождаемого документальными материалами: текстами, фотографиями, отрывками из энциклопедических изданий, чертежами. При этом сам артефакт является только приложением к справочному материалу. Главное в концептуализме – именно документальная фиксация концепта. Акцент переносится от перцепции к концепции, т.е. с конкретно-чувственного восприятия на интеллектуальное осмысление. Течение концептуализма считается переходным от авангарда к постмодернизму.

Лайф-арт – жизнь-искусство. Здесь ничего не создается, а только демонстрируется алогичность предмета, вырванного из жизненного контекста, из среды, в которой он возник и в которой имел определенные функции.

Минимализм – отход от образного мышления (базирующегося на взаимодействии абстрактного и конкретного) в сторону оформительской деятельности. Символ минимализма – «Черный квадрат» Малевича, который сам его назвал «нагой иконой нашего времени». В интерьере – гладкие плоскости стен, стекло, пластик. В выставочном пространстве это пустые ящики, жестяные конструкции, цилиндры, конусы, решетки, чистые планшеты и пустые рамы.

Новая эклектика – эстетика искусства постмодернизма. Эклектизм – особый способ мышления, характерный для кризисных, переходных эпох. В нем сочетание разнородных, несоединимых форм, приемов, источников, препятствующих созданию художественной целостности. В период постмодернизма эклектика отражает действительную пестроту и противоречивость массовой и элитарной культуры второй пол. 20 в.

Оп-арт – авангардное течение в 1950-60-х гг. Основывается на игре фигуры и фона, эффектах обмана зрения, использовании прозрачных материалов – пластика, стекла, а также движущихся конструкций с меняющимся освещением. Яркие представители: Вазарели, Эшер, Магритт.

Пастши, пастиччо (от фр., итал. паштет, смесь, путаница) – искусное соединение в оригинальном произведении элементов, заимствованных их произведений прошлого.

Перформанс (от англ. представление, выступление, игра) – акция, в которой автор средствами аудио- и видеотехники, пантомимы, музыки совершает некое действие, иногда предваряющее вернисаж, открытие экспозиции, выставки, целью которого является вовлечение публики в мир абсурдистского искусства, «растворение» искусства в окружающей действительности. Возникли в сер. 1960-х гг.

Поп-арт – течение в искусстве 1950-60-х гг., возникшее в результате стремления создавать естественное, популярное искусство из объектов самой жизни, не отделяя его от обыденной действительности. Крупнейшие

представители Дюшан, Раушенберг, Джоунс, Ольденбург, Уорхол. Дюшан стоял у истоков практики «найденных вещей», т.е. демонстрации прозаических вещей, освобожденных от привычной их утилитарности, за счет чего они становятся артефактами и, следовательно, приобретают историческую ценность.

Риджионализм – одно из течений в искусстве второй пол 20 в., в более широком смысле неоромантические устремления художников, их обращение к народным, этническим традициям, наивному искусству, стилизации мотивов, тем и сюжетов народного искусства.

Рэди-мэйд (от сделанный готовым, быстро, легко сотворенный) – течение авангардного искусства 1960-х гг., основанное М. Дюшаном. В отличие от поп-арта, в котором экспонируются вещи, вырванные из контекста жизни. в рэди-мэйд представляют абсурдные сочетания предметов, призванные символизировать прагматику «общества потребления».

Симулякр (от лат. подобие, видимость, призрак, тень) – в постмодернизме это не просто обманчивая видимость, но «копия без оригинала», своеобразное издевательство над изобразительным искусством, подмена художественной реальности конструированием псевдовещей, игрой в дизайн. Аналогом симулякра в массовой культуре является кич, комикс, пародия – триумф пошлости и примитива над художественно-образным мышлением человека.

Соц-арт – пародийное течение в советском искусстве 1960-70-х гг., доведение метода социалистического реализма до абсурда (художники Комар, Меламид, писатели Пригов, Рубинштейн, Кибиров, Сорокин, Пелевин, Соколов). В предтечах числят Зощенко и Платонова. Соц-арт – это смесь натурализма, фотографии, шаблонных советских лозунгов, цитат, расхожих плакатов, атрибутов быта, коллажа. Античная мифология соединялась с мифами недавнего прошлого страны. Использовались аллюзии академизма, классицизма, ампира.

Хэппенинг – действие заключается в сиюминутности, спонтанности некоего события, спровоцированного, но не задуманного автором. В действие вовлекается публика. Делается это на улицах, площадях шумного города. Хэппенинг включает элементы традиционного уличного театра, карнавала, но он демонстративно бесформен и стихийен. Он призван выразить абсолютную свободу человека от привычного порядка вещей. Искусство, как бы сливаясь с самой жизнью, исчезает.

Экспо-арт – выставки, экспозиции, на которых демонстрируются вещи, тексты, документы, раскрывающие живой, обыденный язык, действительный, а не придуманный способ общения людей.

9. Примерная тематика домашних работ

Задание для домашней работы предполагает разработку концепции и тематико-экспозиционного плана, а также организацию реальной выставки на площадях культурно-туристского центра «Ювента» и культурно-исторического центра «Наследие».

Примерная тематика подобных учебных выставочных проектов:

1. Выставки личных коллекций.
2. Художественные профессиональные и любительские выставки.
3. Тематические выставки, приуроченные к юбилейным датам и другим значимым событиям.
4. Выставки краеведческой направленности.
5. Выставки, раскрывающие культурно-историческое своеобразие и туристский потенциал различных территорий Ивановской области.
6. Концептуальные выставки, раскрывающие те или иные феномены мировой и отечественной культуры.

Перечень основной литературы

1. Розенблюм Е.. Художник в дизайне. М., 1974.
2. Олвуд Д., Монтгомери В. Выставки: планирование и дизайн. Новосибирск, 1991.
3. Нестеренко О.И. Краткая энциклопедия дизайна. М., 1994.
4. Основы музееведения: Учебное пособие / Отв. ред. Э.А. Шулёпова. М., 2005.

Перечень дополнительной литературы

1. Визуальная культура и визуальное мышление в дизайне. М., 1990.
2. Динамическая и кинетическая форма в дизайне. М., 1989.
3. Холмянский Л.М., Щипанов А.С.. Дизайн. М., 1983.
4. Рождественский К.. Ансамбль и экспозиция. М., 1970.
5. Аронов В.Р.. Художник и предметное творчество. Проблемы взаимодействия материальной и художественной культуры XX века. М., 1987.
6. Художник, вещь, мода. М., 1988.
7. Миронова Л.Н.. Цветоведение. Минск, 1984.
8. Пономарева Е.С.. Цвет в интерьере. Минск, 1984.
9. Искусство ансамбля. Художественный предмет. Интерьер. Архитектура. Среда. М., 1988.
10. Рязанцев И.. Искусство советского выставочного ансамбля. 1917-1970.
11. Николаев И.С., Мельников Н.П.. Всемирная выставка в Брюсселе. М., 1963.
12. Грамолин И.В.. Архитектура на выставке в Монреале. М., 1968.
13. Первые всемирные выставки. Ж. «Декоративное искусство СССР». 1970, № 9.
14. Посохин М.В.. Архитектура «Экспо-70». М., 1970.
15. Матвеева Н.Л.. Архитектура всемирных выставок и международных выставок и ярмарок. В сб. «Жилищное и гражданское строительство», вып. 5. Выставки. М., 1962.
16. Коротков В., Ривин В.. Музейная экспозиция. Проблемы синтеза науки, искусства, техники. В кн. «Художник, вещь, мода». М., 1988.
17. Тарханов А. «Новый музей»: искусство истории. Там же.
18. Федоров Н.. Музей, его смысл и назначение. М., 1982.

- 19.Миллер Стив. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. М., 1998.
- 20.Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. М., 1997.
- 21.Казаринова В.И.. Товароведу о красоте и композиции. М., 1978.
- 22.Борисов В.П. Как оформить выставку в городе. М., 1981.
- 23.Бродский Б.И.. Оформление выставок. Л., 1960.
- 24.Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки. Секреты мастерства. М., 2000.
- 25.Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред А.Д. Чудновского. М., 2000.
- 26.Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме. Минск, 1998.
- 27.Ромат Е. Реклама: Учебник. Киев-Харьков, 2000.
- 28.Комплекты журналов «Бизнес и выставки», «Деловой визит», «Декоративное искусство СССР», «Музеум», «Мир музея».