

## ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

*Статья посвящена ретроспективному обзору выставки как публичного мероприятия. Выделены этапы развития рынка выставочных услуг. Дана классификация современных выставок.*

**Ключевые слова:** выставка, ярмарка, экспонат, экспонент, экспозиция.

*Стаття присвячена ретроспективному огляду виставки як публічного заходу. Виділені етапи розвитку ринку виставкових послуг. Дана класифікація сучасних виставок.*

**Ключові слова:** виставка, ярмарок, експонент, експонат, експозиція.

*The article concerns the retrospective review of the exhibition as a public measure. The stages of development the show-services market are determined. The classification of modern exhibitions is given.*

**Keywords:** exhibition, fair, exhibitor, exhibit, exposition.

**Актуальность.** В настоящее время выставочная деятельность как в Украине, так и в других странах приобретает исключительно актуальное значение. Выставки как фактор научно-технического и культурного прогресса в современных условиях имеют большое значение для повышения эффективности и качества производства, развития экономических связей, международного сотрудничества в решении комплексных проблем. Требования современности, обусловленные стремлением к европейскому стандарту как к норме, стимулируют развитие выставочной базы, модернизацию существующих выставочных площадей и создание новых, создание экспонатов, привлекающих широкий общественный интерес, так как демонстрация промышленной продукции и предметов искусства отражает уровень экономики и культуры.

**Степень исследования проблемы.** Выставочная деятельность явилась объектом интереса и предметом интенсивного изучения многих исследователей, среди которых можно назвать Р. Кликса, М. Горелова, Б. Бродского, В. Борисова, В. Глазычева, Г. Богданова, Э. Гусева, Д. Дондуря и др. Многие исследования относятся к советскому периоду или посвящены истории развития всемирных выставок. Сегодня, наряду с современной индустрией, выставкам необходима и своя современная наука. Вопрос создания этой науки в Украине пока остается открытым, поэтому перспективы развития выставочной деятельности в нашей стране требуют теоретических исследований в сфере художественного проектирования выставок, развития искусства экспозиции.

**Цель статьи** заключается в изучении выставочной деятельности в аксиологической сфере современной культуры. Ценность выставок состоит в том, что они отражают материальную и духовную деятельность человека, политические,

экономические, социальные и научно-технические условия этой деятельности. Выставка – это показ, основная цель которого состоит в просвещении публики путем демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества, для удовлетворения потребностей, а также прогресса, достигнутого в одной или нескольких областях его деятельности, или будущих перспектив. Выставка сегодня – это не только активный проводящий канал товаров и услуг на рынок, но и один из основных видов продвижения новых технологий, научно-технических достижений. Выставочно-ярмарочное мероприятие включает в себя также проведение конференций, конгрессов, конкурсов и т. д., что расширяет информационное поле и эффект от участия в них.

В контексте данной темы целесообразно выяснить этимологию терминов «*выставка*» и «*ярмарка*». В этимологическом словаре Даля *ярмарка* (в славянском языке – *ярмонка*) – большой торговый съезд и привоз товаров в определенное (срочное) в году время, годовой торг. Различаются ярмарки общие – на всякий товар и частные – на отдельные виды товара. В немецком языке *jarmarket* означает ежегодный рынок. В то же время ярмарка в английском языке – *fair* – подразумевает не только рынок товаров, но и во многом рынок развлекательных услуг (аттракционы, сцены и т. п.), что соответствует старому русскому пониманию. Кроме *fair*, в английском языке существуют *exhibition*, *exposition*, *show*, *display*. Во французском языке к ним добавляется *salon* – термин, который перекочевал и в русский язык [1, с. 5]. Таким образом, под ярмарками исторически понимались: 1) регулярные торжища широкого значения; 2) рынок, регулярно, периодически организуемый в традиционно определенном месте; 3) сезонная распродажа товаров одного или многих видов.

Выставка трактовалась как публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека. Под выставками понимались рыночные мероприятия с ограниченным временем проведения. Адресуя свои экспонаты преимущественно обычным посетителям-неспециалистам, участвующие в выставке предприятия представляют и реализуют характерные товары и услуги одной или нескольких отраслей или информируют потребителей с целью содействия сбыту товаров.

Сходство определений выставки и ярмарки приводит к нахождению главного общего в них – наличие рыночного характера выставочно-ярмарочных мероприятий. Но если ярмарки ориентируются главным образом на специализированного посетителя-покупателя, оптовика, на осуществление продаж экспонентами демонстрируемой продукции, то выставки – на более широкий круг возможных потребителей, на привлечение их внимания к товару.

На Марсельском конгрессе (октябрь 1995 года) Международного союза ярмарок было принято следующее определение ярмарки: «Ярмарка – это международная экономическая выставка образцов, которая *независимо от ее наименования* в соответствии с обычаями страны, на территории которой она проводится, представляет собой рынок товаров широкого потребления (или оборудования) и действует в установленные сроки в течение ограниченного периода времени в одном

и том же месте и экспонентам которой разрешается представлять образцы своей продукции для заключения сделок в национальном или международном масштабах» [1, с. 6].

Под выставкой понимаются мероприятия, не преследующие торговые (коммерческие) цели, к которым в первую очередь относятся всемирные выставки ЭКСПО, выставки произведений искусств из коллекций музеев, не предназначенных для продажи, и выставки, организуемые при проведении конгрессов. Главная направленность любой выставки в настоящее время – реклама инноваций в виде товаров и услуг, заключение контрактов на продажу образцов после окончания выставки, поставку партий показанного товара или заключения фьючерских сделок. Поэтому в современном выставочном лексиконе выставка и ярмарка хотя и имеют различные названия, а порою несколько отличные организационные формы, в русском языке представляют близкие по содержанию мероприятия и могут быть классифицированы по общим признакам.

В контексте данной темы следует рассмотреть историю становления и развития выставочно-ярмарочных услуг в мире и провести ретроспективный обзор выставки как публичного мероприятия. Рассмотрим развитие выставки в экономике, которая, как любая экономическая система, проходила определенные этапы. С учетом истории формирования рынка выставочных услуг выделяются следующие этапы его развития, что позволяет проследить процесс формирования международного рынка выставочно-ярмарочных услуг:

- до начала XIX века – зарождение выставки как публичного мероприятия;
- начало – середина XIX века – популяризация национальных выставок как способа демонстрации достижений страны;
- середина XIX века – зарождение международной выставочной деятельности в форме Всемирных выставок;
- начало XX – середина XX века – формирование и развитие коммерческой выставочной деятельности (в том числе и международной);
- современный этап – этап зрелости международной выставочной деятельности [2, с. 6].

В изначальном представлении выставка – способ визуального информирования о чем-либо новом, лучшем и редком, а также способ установления человеческих контактов для достижения каких-либо целей.

Выставочная деятельность имеет богатую историю. Первое упоминание о выставках относится к 558 году до н. э. Предприниматели Месопотамии и Египта собрались в городе Тир, чтобы на городских площадях обменяться образцами своей продукции.

История выставок в современном понимании началась позднее. Первыми публичными экспозициями были выставки художественных изделий. Самая первая из них была предпринята Французской академией в Париже в 1677 году. Эта выставка предназначалась для очень узкого круга лиц. Публично доступная художественная выставка была устроена в Англии только в 1745 году. Первая публичная мануфактурная выставка родилась также в Англии, в Лондоне, в 1756 году. Именно

на ней впервые Общество поощрения искусств, промышленности и торговли дополнило смотр товаров назначением премий за лучшие росписи мануфактур, ковров и фарфора. Через пять лет оно же спонсировало организацию выставки лучших машин и действующих моделей с наградами и призами их изобретателям. Примеру Англии последовала Женева (1789), Гамбург (1790) и Прага (1791), устроившие выставки сельских и фабричных машин, медицинской техники и научных инструментов.

Идея проведения национальных торгово-промышленных выставок, инициированных государством, принадлежит Франции. В 1798 году в Париже состоялась первая французская выставка, которая собрала более 100 участников. Успех ее был так велик, что Наполеон включил выставки в арсенал своих самых излюбленных политических средств. Позже выставки проводились в 1801, 1802 и 1806 годах. С 1819 года реализуется идея проведения регулярных (раз в четыре года) национальных выставок. По примеру Франции регулярные выставки сразу же были учреждены в Америке, Австрии, Пруссии, Баварии и Богемии. Первая выставка российских мануфактурных изделий (по образцу французских) состоялась в Санкт-Петербурге в 1829 году.

История возникновения выставок переплетается с историей развития ярмарок, официальная история которых началась несколько раньше – в эпоху становления товарного производства. Ярмарки проводились еще в древних государствах. В раннем средневековье они проходили практически во всех важнейших центрах суконного, красильного, кожевенного, судостроительного, ремесленного и кустарного дела и на важнейших перекрестках торговых путей Европы. Приуроченные к разного рода праздникам, ярмарки уже в то время имели не только экономическое, но и социальное значение. Многие крупные ярмарки древности стали носить международный характер. За тысячу лет до нашей эры на Финикийскую ярмарку в Трире стекались продукты и изделия со всего Средиземноморья.

В Европе ярмарки возникли в раннее средневековье в условиях господства натурального хозяйства и экономической разобщенности, когда торговля носила непостоянный характер и обслуживала преимущественно состоятельные слои общества, снабжая их редкими и дорогостоящими привозными товарами. Первая в Европе ярмарка после падения Римской империи была организована в 629 году в Сен-Дени близ Парижа. С середины XII до середины XIV века широкой известностью пользовались ярмарки в Шампани. В XIV – XVI веках ярмарки проводились в городах Бристоль, Сорбридж, Бордо, Руан, Лион, Архангельск, Лейпциг, Франкфурт-на-Майне, Франкфурт-на-Одере. Однако войны, не затухающие на континенте, не давали им возможности превратиться в реальные центры мировой торговли.

В эпоху Возрождения ярмарки стали местом встречи мыслителей. На фоне оживленной торговой деятельности осуществлялись контакты представителей профессиональных кругов, шла демонстрация искусства алхимиков, магов, фокусников. К ярмаркам приурочивались разного рода игры и спортивные состязания, зачастую имевшие прикладной характер. На ярмарочных подмостках разыгрывались интермедии, пантомимы, кукольные спектакли.

Ярмарки создали, с одной стороны, правовую форму торговых встреч, а с другой – дали начало архитектуре, подчиненной специфическим условиям обмена. Приспособленные исключительно к потребностям покупателей и купцов, временные строения давали возможность рационально организовать место продажи товаров.

Наряду с развитием ярмарок уже в средние века организуются показы предметов, не связанные непосредственно с их продажей. В престижных целях церковь периодически выставляла напоказ свои сокровища – произведения искусства и предметы культа. В 1483 году в Вене было построено специальное здание для показа драгоценных предметов культа из соборов. Оно называлось Хайльтумштуль. Зрители сидели на скамьях на улице и смотрели, как священнослужители выставляли на украшенные коврами подоконники драгоценную церковную утварь.

Со второй половины XVI века в городах Европы устраивают выставки работ мастеров и учеников монастырских школ, художников-ремесленников. Они преследуют скорее информационные и престижные, чем торговые цели. Начала систематизации и организации форм показа были заложены в XVII веке. Начиная с 1667 года, Французская академия регулярно проводила в Большой галерее Луврского дворца выставку картин и предметов искусства.

Выставка является важным средством комплексной информации. Она создает у посетителя настроение, необходимое для восприятия заложенной в выставке информации. Перед посетителями возникает зрелище, привлекающее его внимание, дающее материал для памяти, для последующего переосмысления увиденного и услышанного. По сравнению с другими средствами коммуникаций выставка характерна тем, что ее информация воздействует на зрение и слух и дает возможность конкретно воспринять свойства предмета. Необходимые впечатления появляются у посетителя в результате изучения экспоната и восприятия информации, комментирующей экспонат. В функциональном отношении экспозиция включает в себя показ, информацию и коммуникацию, причем каждый из этих элементов главенствует в разные исторические периоды.

Выставка пробуждает интерес человека к новому, неизведанному или малоизвестному, показывая качественно новые явления или рассказывая об уже известных, но в новом ракурсе, в новой взаимосвязи и с большими подробностями. Выставки отражают уровень общественного производства и вместе с тем являются одним из средств его повышения. Как культурно-просветительные мероприятия они имеют большое общественно-воспитательное значение.

Характерной чертой, определяющей успех развития выставок, является их ориентация в будущее. Обобщая передовой опыт, популяризируя достижения науки, техники, искусства, они дают толчок принципиально новым направлениям в развитии.

Современные выставки, независимо от разнообразия их наименований и организационных форм, можно классифицировать следующим образом:

- по целям проведения – на торговые, которые организуются в основном с коммерческой целью, и просветительно-познавательные – художественные, научно-технические, прикладного искусства и т. п., которые, как правило, не преследуют

коммерческих целей;

- по периодичности проведения – на регулярно проводимые с определенной периодичностью (ежегодно, через год, два и т. п.), нерегулярные, организуемые в связи с какой-либо юбилейной датой, отдельными конгрессами, съездами или по случаю других событий, и постоянно действующие, например, ВДНХ;

- по значимости мероприятия для экономики города / региона / страны: федерального, межрегионального, местного значения;

- по тематическому (отраслевому) принципу или содержанию представленных экспонатов – на универсальные (общепромышленные), когда на них можно демонстрировать продукцию и достижения всех отраслей экономики, науки, техники и культуры, и специализированные (отраслевые), где демонстрируются продукция и достижения одной или нескольких отраслей промышленности, сельского хозяйства, искусства и т. п. (сюда же относятся мемориальные выставки, посвященные выдающимся лицам и историческим событиям);

- по географическому составу экспонентов – на всемирные, международные, национальные, региональные и локальные (местные).

Выставка – это событие, в ее условиях может быть достигнута высокая интенсивность личных контактов между экспонентами и посетителями. Экспонент обладает многими возможностями для того, чтобы превратить пребывание посетителя на выставке и презентацию своего товара во впечатляющее шоу. Выставка многофункциональна, поэтому никакое иное средство коммуникации не может быть использовано столь же индивидуально, как выставка. Неоспоримым преимуществом выставки в сфере коммуникации является возможность непосредственного наблюдения за конкурентами. В рамках выставки экспонент может скорее и непосредственнее воспринять изменения в покупательской структуре и приобретательской тактике.

В развитии искусства экспозиции большое социально-историческое и экономическое значение имеют всемирные выставки. В связи с этим необходимо проанализировать характерные черты организации экспозиций некоторых из них. Так, первая всемирная выставка, именуемая «великой», состоялась в Англии в 1851 году в Лондоне, в Гайд-парке. Это было не случайно, так как Англия в середине XIX века была самой мощной в экономическом отношении страной. Она предложила другим странам участвовать в общем празднике, крупнейшем показе национального благосостояния. В выставке приняли участие 32 страны. Ее девизом стал призыв «Пусть все народы работают совместно над великим делом совершенствования человека» [3, с. 19].

Первая всемирная выставка породила новую архитектурную форму в виде знаменитого Хрустального дворца, в котором историки искусств видят начало современной архитектуры и о котором современники говорили как о несравненном, сказочном сооружении [3]. Автором проекта выставочного павильона стал Джозеф Пакстон – садовник, известный тем, что сконструировал оригинальную оранжерею и выращивал в ней водяные лилии. Этот опыт использования стекла и металла как строительных материалов пригодился ему для возведения Хрустального дворца в

Гайд-парке. Огромный павильон (564×125 м) был сооружен (собран) за рекордный для того времени срок – всего за шесть месяцев – благодаря применению унифицированных для всего здания элементов: 3300 чугунных колонн одинакового наружного и различного внутреннего диаметра, соответствующее количество однотипных металлических балок и деревянных рам, 300 тысяч листов стекла для стен и крыши. Унифицированные элементы были основными конструкциями дворца. Минимальный размер повторяющихся элементов (кубиков), называемый модулем, составил 12 футов (3,66 м) [3, с. 20]. Впервые было возведено здание из единой, крупного размера, прозрачной, как бы нематериальной защитной оболочки без сооружения замкнутых, отделенных друг от друга традиционных помещений. Лондонская выставка явилась важным этапом развития выставочного дела не только потому, что это была первая всемирная выставка, но и потому, что на ней появился новый тип архитектурного сооружения – выставочный павильон.

Особого внимания заслуживает Парижская выставка 1889 года, которая была приурочена к 100-летию Французской буржуазной революции. Она явилась своего рода вехой, вернее, оставила в истории «веху» в виде знаменитой Эйфелевой башни. Под влиянием промышленного развития в 90-х годов XIX века сталь, заменив собой чугун, приобрела права гражданства в качестве строительного материала. С этого момента она становится непременным компонентом в арсенале архитектора и строителя. Инженер Густав Эйфель использовал сталь как материал для создания своей башни. Изящное ажурное сооружение, окрашенное вначале в золотой цвет, стало украшением города, неотъемлемой частью его силуэта, его символом.

Эйфелева башня достигла бóльшей популярности, чем какой бы то ни было другой архитектурный памятник. Благодаря своей красоте и совершенно новому конструктивному решению, она явилась поворотным пунктом в истории современной архитектуры. В творении Эйфеля вызвала восхищение техника, с помощью которой стала возможна реализация такого гигантского замысла, сама конструкция – легкая, ажурная, с неправдоподобной свободой взмывающая в небо, ее высота. Эйфелева башня стала олицетворением промышленной революции XIX века и постоянно действующим экспонатом.

Общей чертой для всех всемирных выставок XIX века является то, что они продемонстрировали свой символический язык, свободный от аллегорий и метафор, в котором техника, пространство и идея сливались воедино. История всемирных выставок продемонстрировала развитие искусства экспозиции.

**Выводы.** Во все времена выставка имела своей целью показать научно-технические достижения одной страны или различных стран в одной или нескольких отраслях производства, науки, техники, искусства, так как в самой природе выставочного искусства заложено стремление ко всему новому и передовому. Выставочное искусство позволяет осуществлять при относительно низкой себестоимости экспериментальную проверку новых решений, способов реализации творческих замыслов художника, художественных стилей. Взаимодействуя с архитектурным и природным окружением, произведения выставочного искусства органически дополняют его, внося в окружающую среду новые, неожиданные черты.

Сегодня, в условиях независимости и становления новых социально-экономических отношений, выставочная деятельность в Украине становится способом выражения уровня экономики и культуры общества.

**Литература:**

1. *Гусев Э. Б.* Выставочная деятельность в России и за рубежом : учеб.-метод. пособие / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салашенко ; под ред. акад. РАН Н. П. Лаверова. – М. : Изд.-торг. корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2004. – 516 с.
2. *Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Л. Е. Стровский, Е. Д. Фролова, Д. Л. Стровский и др.* – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 288 с.
3. *Кликс Р. Р.* Художественное проектирование экспозиций : монография / Р. Р. Кликс. – М. : Высшая школа, 1978. – 368 с.
4. *Литвинов В. В.* Практика современной экспозиции / В. В. Литвинов. – М. : Плакат, 1989. – 192 с.