

*А. А. Харитонова*

## ТЕНДЕНЦИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ФОРМИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ВЫСТАВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Современный коммерческий выставочный комплекс является неотъемлемой частью любого крупного города мира. Обзор международных выставок 1999 г., проводимых в наиболее престижных выставочных комплексах мировых столиц, крупных городах Европы и Америки дает представление о широком спектре тематики выставок. Краткий исторический экскурс всемирных выставок, начиная с парижской выставки декоративного искусства 1925 г., явившейся предвиденьем и началом нового архитектурного стиля, и современных выставочных тенденций дает понять истоки формирования коммерческих выставочных комплексов.

Новый архитектурный стиль основывался на достижениях современной техники, современного архитектурного материала, геометрически чистых и логических формах, позволяющих приступить к строительству по-новому, на базе унифицированных железобетонных элементов. Призыв организаторов выставки — “проявлять максимум новизны и минимум традиций”.

Известный французский исследователь архитектуры В. Жорж писал, что новые павильоны выставки — обнаженная конструкция, поставленная в пространстве и обеспечивающая максимум обозрения, — дома из стекла и бетона, себестоимость которых, наряду с новизной, безусловно, ниже сооружений, “находящихся в плену декоративного, украшательского искусства”. Железобетон дал возможность ограничиться немногими стенами-перегородками домов, расширяя тем их внутреннее пространство; позволяя делать крыши плоскими — устраивать на них террасы, разбивая сады и солярии.

Во время выставки 1925 г. в Париже Ле Корбюзье предложил открыть постоянную выставку жилищного строительства, экспозиция которой регулярно обновлялась бы и пропагандировалась такими средствами информации, как кино, радио и специальный бюллетень. Это позволило бы, по мнению Ле Корбюзье, воспользоваться материальным прогрессом других стран (Скандинавии, США, Швейцарии, Голландии и др.). Архитектор разработал новый тип павильона, в котором внутренний объем как бы вращался и переходил во внешнюю среду. Комбинации этих элементов могли создавать объемы, идущие ввысь или распластывающиеся вширь. Намечалось переустройство архитектурной среды. Внутреннее содержание павильона Ле Корбюзье было создано по принципу так называемого “свободного плана”, когда использование внутреннего пространства было обусловлено задачами выставки.

Так, впервые в истории выставок, архитектура павильона создала эстетически полноценную среду, отразила ее материальную основу, потребности быта человеческого общества.

Выставка 1925 г. материализовала итог развития эстетики функционализма, заменила критерий “красивости” критерием целесообразности. По мнению Ле Корбюзье, это было его предложением “срочных и эффективных практических мер преодоления отсталости в экономике Франции”.

Новые прогрессивные идеи парижской всемирной выставки были развиты на выставке 1929 г. в Барселоне. Ван дёр Рое писал, что вопрос об индустриализации строительства он считал самым важным для архитекторов вопросом современности, и выразил идею формирования эстетической среды на базе промышленного производства. Он отстаивал необходимость единства стиля интерьера и всех предметов быта.

Экономический кризис, поразивший мир в конце 20-х г., сказался и на выставках, которые реагировали на спад промышленного производства, на изменение его структуры. Выставка в Антверпене, прошедшая в 1930 году, отразила первые попытки повысить спрос на товары путем придания им более совершенной эстетической формы. Но она ничего не дала в области новых архитектурных форм и игнорировала тенденции к новой организации экспозиции, нашедшие ранее свое проявление в Париже и Барселоне.

Чикагская выставка 1933–1934-х г. восстановила традицию установления девиза выставки, избрав “Век прогресса”. После тяжелого экономического кризиса начало нового подъема вселяло надежды, создавало иллюзию полного преодоления кризисных явлений, вступления в безоблачный век прогресса. Девиз отгораживался от надвигающейся опасности фашизма, и не вносил новизны в развитие выставок.

Всемирная Брюссельская выставка 1935 г. проходила в тревожной обстановке надвигающейся войны. Судьба мира висела на волоске, и девиз “Мир всем народам”, избранный для выставки, импонировал широким массам, хотя и носил скорее декларативный характер. Реальные действия правительств государств ничем не могли подтвердить гуманный девиз, который оказался оторванным от характера выставки, весьма далекой от социальных проблем. Приуроченная к 100-летию со времени открытия первой железной дороги в Бельгии выставка в промышленном отношении была достаточно содержательна, показав ряд технических новинок. Интересной особенностью этой выставки явилось внимание к спорту. Сооруженный тогда стадион на 75000 зрителей действует до сих пор. Ради выставки были проведены большие работы по реконструкции и реставрации старой части бельгийской столицы.

В 1939 г., в канун второй мировой войны, в Нью-Йорке под девизом “Мир завтрашнего дня” открылась выставка, в которой приняли участие 60 стран, 22 из которых имели свои национальные павильоны. Центральный сектор выставки был подразделен на 7 зон, посвященных главным элементам прогресса: средствам связи и информации, градостроительству, сельскому хозяйству, медицине и общему здравоохранению, науке и просвещению, производству и распределению, транспорту.

В центре выставки, по проекту Гаррисона и Фуйу, была построена композиция из центрального выставочного павильона (“Перифера”) и радиостанции (“Трилон”), связанных между собой мостом и спиральным эскалатором. Центральный павильон представлял собой шарообразное здание высотой в 18 этажей (диаметр — 61 метр), а радиостанция — узкую пирамиду высотой 214 метров. Эти сооружения явились композиционным центром и эстетической эмблемой выставки.

Выставка находилась в 15 км от центра Нью-Йорка, обеспечивала прием 160 000 посетителей в час. Посетители попадали на выставку через 9 ворот и передвига-

лись внутри выставки по магистральным дорогам с учетом возможного сосредоточения на площадке 300–400 человек.

Одновременно с Нью-йоркской выставкой в Сан-Франциско проводилась крупная международная выставка, которая именовалась ярмаркой. В ней приняли участие 30 стран. Ведущую роль на этой ярмарке играли западные штаты США. Ярмарка получила название “Золотые ворота” в честь пролива, служащего входом в залив Сан-Франциско, и прославила три инженерных сооружения: мост через пролив, самый длинный в мире мост через залив, напрямую связывающий оконечность полуострова, на котором расположен Сан-Франциско, с материком, и искусственный, созданный в заливе островок “Остров Сокровищ” площадью около 200 га, на котором и расположилась выставка.

Главной темой выставки была культура и экономика стран бассейна Тихого океана. В ее архитектуре преобладали мотивы культовых сооружений Юго-Восточной и Южной Азии. В экспозиции были широко использованы скульптура, монументальная живопись, бассейны и фонтаны.

Все эти выставки являлись всемирными и не имели строгой тематической направленности, а лишь объединялись общим девизом. Страны-участники представляли достижения в различных отраслях

Сейчас давно определены приоритеты стран и городов — лидеров того или иного предмета показа. Календарь международных выставок не имеет пробелов, и даже многие выставки совпадают по датам их проведения. Все, приведенные ниже, примеры выставок проводились в 1999 г. Их перечень далеко не полный, но отражает основную тематическую направленность, приоритеты стран и городов в проведении международных выставок.

Без сомнения, Италии принадлежит ведущая роль по количеству проводимых ежегодно выставок. Верона в октябре проводит ежегодную выставку мебели, осветительной аппаратуры, керамики, строительной техники. В Вероне ежегодно в октябре проводятся дни дизайна и интерьера, где выставляются современные решения ванных комнат, кухонь, дизайна интерьеров, ткани двери и окна. Ей предшествует сентябрьская выставка мрамора, камней и новых технологий их обработки, такая же выставка мрамора проводится в городе Каррар. В это же время принимает посетителей выставка техники и технологии для керамической промышленности. И уже в марте в Вероне проходит выставка строительной техники.

Город Бари в сентябре проводит выставку строительных материалов, техники и оборудования для строительства, землеройных машин, сборных конструкций, транспорта. Болонья в феврале проводила выставку декоративных изделий из гипса. В марте представляет компоненты строительства и внутреннего убранства. В сентябре — октябре проходит одно из самых престижных и авторитетных мероприятий, болонская выставка керамики для строительной индустрии и оборудования ванных комнат. Салон 1999 года, семнадцатый по счету, стал рекордным по популярности: он собрал 1078 фирм — мировых лидеров по производству керамики более чем из 30 стран и 100 000 посетителей. После открытия состоялся семинар “Проблемы третьего тысячелетия”, на котором присутствовало 120 журналистов из всех уголков мира: из Западной и Восточной Европы, Северной и Латинской Америки, Азии, с Ближнего Востока, из Океании и Африки. Россия была представлена пятью участниками-производителями.

Германия в своих международных выставках уделяет внимание энергосберегающим технологиям, экологии, строительной химии, дорожному покрытию, водообеспечению и спортивным товарам.

В Лейпциге в марте месяце проходит выставка- конгресс экологии и экологических технологий, строительной химии, защиты зданий, отделки.

В это же время во Франкфурте-на-Майне представляется комплекс систем водопровода, канализации, отопления, вентиляции и технологий их производства. А также выставляются печи и камины. Дюсельдорф и Кельн в мае проводят ежегодный форум организаций и функций городских служб коммунального хозяйства, содержания дорог, водообеспечения и транспорта.

Кельнская международная торговая выставка — ярмарка «Spoga», проводимая в сентябре, в 1999 г. собрала 1158 компаний из 53 стран мира. Доля иностранных представителей составила 73%, причем число участников-поставщиков увеличилось по сравнению с предыдущими годами на 9%, а доля иностранного участия поднялась на 13%. Особенно это заметно по количеству представителей из Азии, Китая, Индии, Индонезии.

Параллельно проводилась другая выставка — «Gafa», международная ярмарка товаров для сада. Самые важные секторы этой выставки включали летнюю мебель более чем от 625 поставщиков, малые архитектурные формы, садовое оборудование более чем 310 компаний, товары для конных видов спорта почти 300 компаний, товары для спорта и досуга более 170, а также водное оборудование сада и водных видов спорта более 50 компаний. Интерес к выставкам был вызван не только высоким качеством экспонатов: три специальных шоу привлекали и потребителей, и изготовителей своими интересными идеями. «Увлечение бамбуком» — так назывался специальный показ, посвященный экзотическому гиганту среди трав. Кельнский политехнический институт провел два специальных шоу. Студенты-архитекторы демонстрировали, что они могут не только разрабатывать проекты для размещения людей: их разработки были посвящены теме «мобильной солнечной защиты». Используя экспериментальные конструкции, они создали действующие прототипы и модели на системной основе. Архитекторы пробовали свои силы и в теме «помещения для лошадей»: результатом стали современные помещения, которые могут быть использованы для комплексов стойл.

Дополнительное освещение темы выставки продолжил показ мод «Поездка & Стиль» в центре конных видов спорта, где и проходила выставка. На комбинированных коммерческих выставках-ярмарках «Gafa» и «Spoga» зарегистрировано 48 000 посетителей из 94 стран — а это благоприятные экономические прогнозы для Германии и ее партнеров в области бизнеса. Весьма значительными оказались многосторонние деловые операции во всех областях рынка представленных на выставках товаров.

Экономические аспекты проведенных выставок-ярмарок положительно сказались на оптимизации товаров по идейному наполнению, качеству и цене — все это привело в итоге к большим дискуссиям, организации новых выставок и выпуску дискуссионных каталогов. Огромный отклик вызвали новинки, которые способны революционно оживить уровень продаж; на успех были ориентированы все новые разработки. Поставщики, разработчики и архитекторы самый большой интерес проявили к чистым формам и прогрессивному подходу в вопросах изготовления

новинок: экологичность, легкость, функциональность, утилизация и др. Спрос покупателей — самая верная оценка коммерческой выставки. Согласно обследованию — 79% посетителей — дилеры; 12% — производители; 8% — сфера услуг. 98% всех респондентов связывают посещение выставки с работой в своей компании. Получение информации о новых продуктах производства — 77%; продуктах в международной области — 65%; 59% респондентов также поддерживают существующий бизнес, 52% рассчитывает на подписание новых контрактов, наиболее важной причиной посещения выставки. Кроме того, следует заметить, что 48% планируют покупку после выставки, 34% рассчитывают продать товар во время экспозиции.

Берлин и Мюнхен является центром проведения выставок, в которых отражается тема энергосберегающих технологий в строительстве; вторичной обработки воды и удаления отходов; алюминия и алюминиевых конструкций, кирпича, камня, бетона, дерева, кафеля, керамики, стекла. Подобные выставки проводятся ежегодно в этих городах ежегодно. Мюнхен проводит строительную выставку гостиничного хозяйства, которая также стала периодической.

Великобритания в сентябре является местом проведения выставки «Glee», где встречаются серьезные покупатели всего мира. Рынок товаров для сада и досуга развился весьма успешно за последние годы, генерируя новые идеи в соответствии с текущими направлениями и улучшая рыночные показатели. Многие участники использовали британскую выставку «Glee» для представления новых товаров, чтобы расширить круг деловых перспектив, — они получили все, что запланировали. И посетители, и участники утверждают, что «эта выставка существует не для того, чтобы смотреть, а для того, чтобы делать серьезный бизнес».

Общее число зарегистрированных посетителей составило 17 547 человек, в числе которых 15 798 представителей Великобритании и 1749 из других стран. Основные показы были организованы с целью привлечения покупателей из Европы, Австралии, Новой Зеландии и Дальнего Востока для контакта с участниками. 72% опрошенных собирается посетить выставку в следующем году. Более 43% зарубежных покупателей, появившихся на выставке впервые, чтобы установить связи, по окончании выставки в 84% принимаются решения о подписании контрактов. Маркетинговые исследования — часть программы регулярных исследований, содействующих приросту и разработке программ выставок в будущем.

Франция является центром проведения самой крупной в мире выставки строительной индустрии. Она проходит ежегодно в Париже, в октябре. В январе проводится более узкая строительная выставка: тепловодоснабжение, строительство и реконструкция гражданских сооружений и гостиничного хозяйства.

Менее крупные по своему масштабу строительные выставки проходят в Гренобле и Лионе в январе. Они затрагивают вопросы строительства и реконструкции гражданских сооружений, гостиничного хозяйства.

Австралия является одним из художественных центров проведения выставок изобразительного искусства и архитектуры. Они проводятся ежегодно в г. Грац Швейцария г. Базель в феврале становится центром проведения выставки по проектированию, финансированию, реконструкции жилых и гражданских сооружений; систем отопления, освещения, вентиляции. Эти специальные строительные вопросы получили отражение в тематике базельской выставки, которая является престижной, демонстрирует самые последние достижения в этих областях.

США также имеет приоритеты проведения строительных выставок. Лас-Вегас ежегодно в марте проводит выставку строительной и дорожной техники, передовых инновационных строительных технологий. А Нью-Йорк является центром проведения самой крупной в Америке строительной выставки.

Нидерланды в августе становятся центром притяжения фирм — участников выставки ландшафтного дизайна. 15 500 посетителей, 250 компаний и организаций приняли участие в выставке в этом году. Турецкий город Анталья ежегодно в октябре становится местом проведения конгресса — выставки экологически чистых материалов — одной из самых актуальных вопросов производства современного общества. Данная тематика выставок получает очень широкое освещение и в других странах.

Япония в проведении своих международных выставок особое внимание уделяет водообеспечению, водоподготовке и водоотведению. Осака в сентябре проводит выставку, посвященную данным вопросам.

Россия имеет опыт в проведении международных строительных выставок. Они проводятся в Москве и Санкт-Петербурге как специализированные строительные выставки. В этом году в марте Москва проводила первый международный фестиваль архитектуры и дизайна интерьера.

Екатеринбург в мае проводил симпозиум и выставку, посвященную водообеспечению промышленных центров; стандартов качества и сертификации воды, новые технологии водоподготовки.

На основе анализа тематики наиболее крупных международных выставок, прошедших за последние годы, можно сделать вывод о том, что специализация выставок имеет тенденцию к более узкой направленности. Даже всемирные выставки в настоящее время объединяются общими направлениями. В 1998 году, например, выставка Экспо была посвящена теме освоения мирового океана и связанным с ним вопросам.

Современный мир интересуется вопросы экологии материалов, производства, утилизации, а также вопрос водообеспечения — вторичного использования воды, очистки, новых технологий ее производства. Коммунальное хозяйство городов — одна из самых последних тем в проводимых выставках.