

УДК 747.012 + 747.5

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ЭКСПОЗИЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ

О.В. Финаева

В статье рассмотрены общие вопросы проектирования экспозиционного оборудования: область применения, конструктивные и технологические особенности оборудования в зависимости от его назначения, варианты объемно-планировочных решений. Уделяется внимание вопросам применения современных материалов и технологий, анализируются характерные проектные методики создания экспозиций и наиболее яркие концепции экспозиционных решений.

Ключевые слова: экспозиция; оборудование; проектирование; дизайн; архитектура.

В условиях современного рынка товаров и услуг наиболее успешным оказывается тот продукт, который не только отвечает предъявляемым к продукту группы критериям качества производства, эксплуатационной надежности и долговечности, комфортности использования и т.п., но и отвечает «заявленным ожиданиям», которые предъявляются к данной группе товаров. То есть, в рамках концепции моделирующего маркетинга (маркетинга идей) потребитель «ищет» товар, ориентируясь на внедренные в его сознание всеобщие идеи, мифы или стереотипы. Мощнейшим фактором управления спросом является реклама, «продавая» потребителю новые идеи и прокладывая путь в сознании потребителя от некоей всеобщей идеи к конкретному продукту. В этом смысле она моделирует потребительское поведение, разрушает старые и навязывает новые потребительские стандарты и стереотипы потребителю, который ассоциирует себя с определенной социальной группой [1, с. 73].

Рекламный маркетинг трансформируется в способ коммуникации, который взаимодействует с потребителем, в том числе и посредством экспозиции.

Слово «экспозиция» происходит от латинского глагола *expono* (выставлять напоказ, раскладывать) и производного от него существительного *expositio* – изложение, описание. Экспозицией можно назвать размещение любых предметов, представленных для обозрения.

Основываясь на общих установках современного дизайна, целью которого является творческая деятельность по формированию выразительной предметно-пространственной среды, – под экспозиционным дизайном мы понимаем искусство средового проектирования (формообразования),

использующего комплекс эстетических, конструктивных, технологических и других средств для создания художественно-образного строя экспозиций и выставок [2].

Основная задача экспозиции:

- привлечь внимание посетителей или потенциальных покупателей к выставочному образцу;
- ознакомить потребителя с новинками;
- напомнить потребителю об ассортименте производителя.

Основными задачами экспозиционного дизайна следует считать обеспечение единства формы и содержания экспозиций, образного выражения концептуального замысла, создание условий, благоприятствующих сохранению экспонатов и удобства функционирования экспозиций, т.е. обеспечение ее высоких утилитарно-функциональных качеств; формирование высокого уровня коммуникаций – «экспонат – экспозиция – зритель».

Находясь на грани нескольких дисциплин дизайна, архитектуры, рекламы и маркетинга и прочего проблемы художественного проектирования экспозиций требуют профессиональной ориентации во всех этих областях. На сегодняшний день экспозиционное оборудование задействовано практически во всех сферах человеческой деятельности. Начиная от демонстрационных стендов и витрин магазина и заканчивая выставочными павильонами международных выставок – ЭКСПО, где в качестве презентационного материала представлена страноведческая информация, а целью самой экспозиции является формирование благоприятного имиджа целой страны – знакомство с ее экономическим и культурным потенциалом, географией и разнообразием природных ресурсов, народностями страны и их традициями (рис. 1).

Экспозиционное оборудование чрезвычайно разнообразно по своей структуре и концепциям создания экспозиции, однако все оно подчиняется некоторым общим правилам. В целом, выставочное оборудование можно рассматривать по нескольким аспектам:

- по виду экспонируемых объектов;
- по месту размещения оборудования;
- по объемно-пространственной структуре;
- по конструктивным особенностям;
- по применяемым материалам;
- по применяемым технологиям;

Среди экспонируемых объектов можно выделить такие группы как культурно-просветительские (музейные) экспозиции; различные товары народного потребления (одежда, бытовая техника, электроника и т.п.); продукты питания и сопутствующие товары; растения, семена и садовый инвентарь; ткани и товары для рукоделия; книги и печатная продукция; строительные материалы; машины и агрегаты, и многое, многое другое.

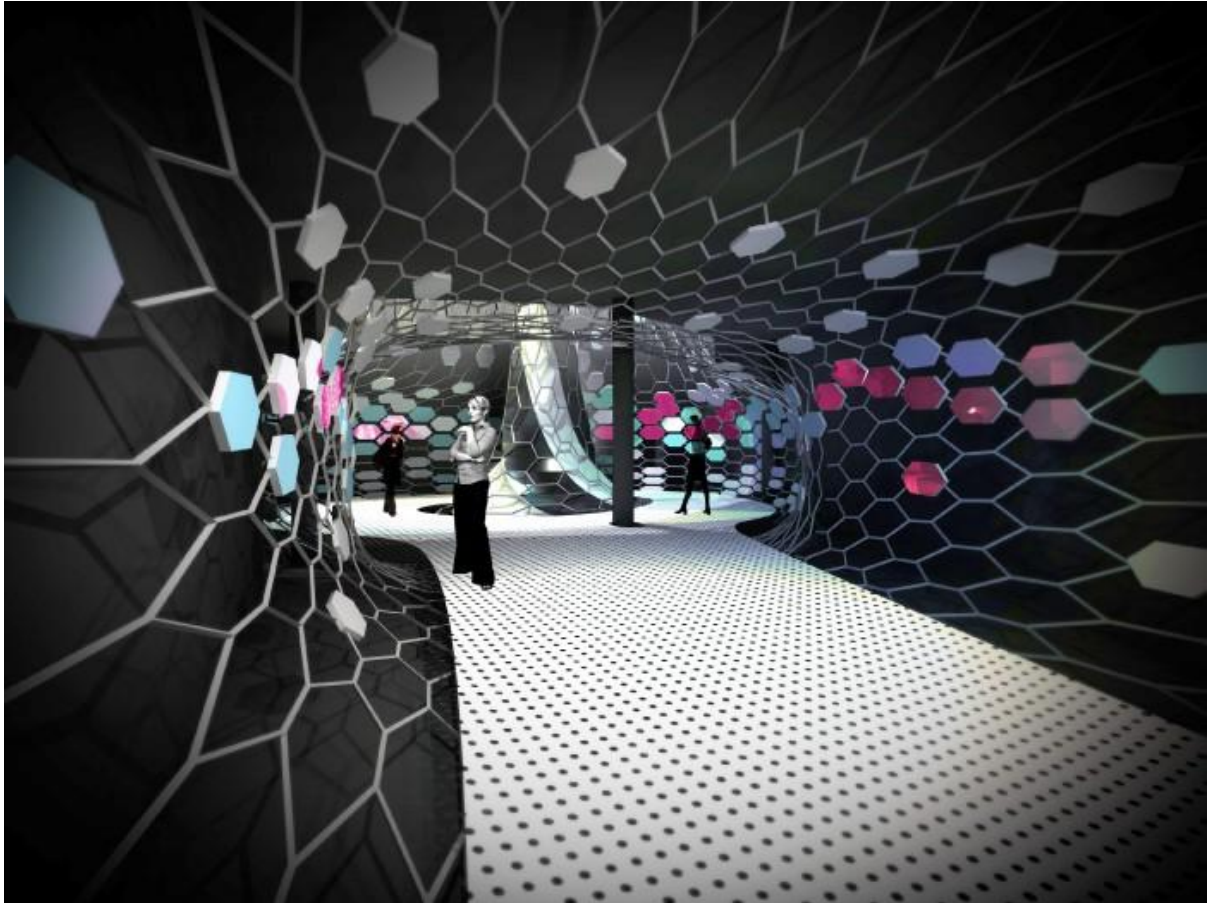


Рис. 1. Павильон «Роснано» на ЭКСПО 2010, Шанхай

По месту размещения экспозиционное оборудование можно разделить на размещаемое внутри помещений как в обособленном пространстве витрины, так и включаемое в выставочное пространство; размещаемое на открытом воздухе и универсальное.

В создании объемно-пространственной структуры экспозиции лежит принцип построения оптимального для восприятия информации пространства в системе «экспонат – экспозиция – зритель». Для достижения этих целей используют различные композиционные приемы: принцип или сценарий восприятия информации, разный характер и сложность пространственной структуры оборудования.

В зависимости от размеров и характера предлагаемого выставочного пространства экспозиции можно разделить по нескольким признакам. По восприятию информации – фронтальные (с обзором с одной стороны) и объемные (со всесторонним обзором). Объемные экспозиции могут иметь угловое, полуостровное или островное размещение, т.е. обзор с двух, трех или четырех сторон. При фронтальном размещении экспозиции задействована только одна сторона, однако, у стендов со сложной пространственной структурой может быть применен принцип сквозного прохода, когда посе-

титель, проходя по выставочному стенду, осматривает экспозицию с обеих сторон (см. рис. 1). По этому же принципу построено расположение двух стендов друг напротив друга (рис. 2).



Рис. 2. Построение музейной экспозиции

По пространственной структуре экспозиции могут быть с простой структурой (линейные) и со сложной объемно-пространственной структурой (открытые и закрытые). Для открытых экспозиций характерен максимальный пространственный обзор. Для закрытых – некоторое ограничение обзора по периметру для создания определенного сценария восприятия информации. По количеству объектов экспозиции делятся на простые (композиция из одного объекта) и сложные (композиция из нескольких объектов) (рис. 3).

Материалы, применяемые при проектировании экспозиционного оборудования – это металл, стекло, текстиль, дерево и продукты деревообработки, синтетические материалы, в т.ч. пластик, полимеры и проч., а также различные сочетания перечисленных выше материалов.

Поскольку цель экспозиционного оборудования – представление определенного продукта, в связи с этим к внешнему виду самого оборудования предъявляются повышенные репрезентационные требования – качественная отделка поверхностей, тщательно проработанные детали, безопасность

и экологичность используемых материалов. Правильно подобранные материалы помогают максимально выявить творческий замысел проектировщика и достичь желаемого эффекта. Так, обилие металла уместно на стенде тяжелой промышленности, а сочетание металла, стекла и полимерных материалов – для высокотехнологичной компании.

Конструктивные особенности экспозиционного оборудования напрямую зависят от его формы, назначения и объемно-пространственной структуры.

Несущие конструкции, как правило, делают из металла (сталь, алюминий). Каркасная система удобна при монтаже и эксплуатации. В качестве ограждающих элементов выступают стекло, облегченные полимеры и композитные материалы.



Рис. 3. Построение экспозиции салона обуви

Важным элементом в создании художественной концепции экспозиции является освещение. Направленное освещение помогает сфокусировать внимание на определенном объекте экспонирования, подчеркнуть определенные свойства, создать интересный визуальный эффект. Современные технологии позволяют применять различные осветительные системы – от обычных ламп и точечных светильников до световых трубок различной конфигурации и световых панно.

Современное экспозиционное оборудование может быть как просто корпусным, так и иметь «умную начинку». К разновидностям «умной начинки» относятся различные интерактивные системы, использование сенсорных элементов, лазерных проекторов и пр.

Также экспозиционное оборудование может иметь подвижные части и элементы, как автоматизированные, так и приводимые в действие посетителем. Например, в Международном Музее Парфюмерии в Грассе, Франция, посетителей ждет интерактивная экспозиция, на которой можно не только увидеть, но и понюхать различные ароматы всевозможных ингредиентов парфюмерии, попробовать синтезировать собственный аромат, пройти небольшой курс цвето-свето-ароматерапии. Запахи сопровождают посетителей всю экскурсию. От совсем простых, вроде розы и бергамота, до кокаина и опиума (рис. 4). Стенды с выдвигаемыми ящиками дают возможность понюхать различные запахи – кожу, землю, древесину и многое, многое другое.



Рис. 4. Международный Музей Парфюмерии, Грасс, Франция.
Оборудование для демонстрации аромата «Розовая эссенция»

Анализ структурных элементов художественной организации экспозиции, области применения оборудования, его конструктивных и технологических особенностей в зависимости от назначения, вариантов объемно-

планировочных решений дает возможность упорядочить многочисленные аспекты формирования облика экспозиционного оборудования, выявить основные современные проектные направления, определить ведущие тенденции и перспективы развития.

Наряду с архитектурно-планировочными приемами, применение современных материалов и технологий, оказывает существенное влияние на формирование облика современного экспозиционного оборудования и позволяет вывести его проектирование на качественно новый уровень.

Рассмотренные варианты применения различных аспектов проектирования экспозиции позволяют повысить уровень качества организации восприятия экспозиции, а значит увеличить функциональность и конкурентоспособность проектируемой среды в современных условиях.

Библиографический список

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: Учебник / К.В. Антипов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. – 328 с.

2. Майстровская, М.Т. Композиционно-художественные тенденции формирования музейной экспозиции: В контексте искусства, архитектуры, дизайна (Техническая эстетика и дизайн): автореферат дис. ... д-ра иск. / М.Т. Майстровская. – М., 2002. – 289 с. – URL: <http://www.dissercat.com/content/kompozitsionno-khudozhestvennye-tendentsii-formoobrazovaniya-muzeinoi-ekspozitsii-v-kontekst#ix-zz45cGFz0n6>.

[К содержанию](#)