

Санкт-Петербургский государственный университет
Факультет политологии
Кафедра политического управления

**Выпускная квалификационная работа
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

**НА ТЕМУ: «Выставочная деятельность как элемент публичного
пространства в современной России»**

По основной образовательной программе высшего образования бакалавриата
«Политология» по направлению 030200 «Политология»

Студента

Филитова Дениса Игоревича

Рецензент

Научный руководитель

Завершинский Константин Федорович

Кулакова Татьяна Александровна

*Доктор политических наук
Профессор кафедры теории и
философии политики*

*Доктор политических наук
Доцент кафедры политического
управления*

наличие неправомерных заимствований (%) _____

Санкт-Петербург
2016

Оглавление

Введение.....	3
1. Теоретические основы исследования публичного пространства.....	6
1.1 Становление понятия публичного пространства в политической науке.....	6
1.2 Структура публичного пространства как развивающейся системы.....	15
1.3 Функции публичного пространства в современном мире.....	22
2. Выставочная деятельность, ее определение виды и функции.....	28
2.1 Выставочная деятельность как форма публичного диалога.....	28
2.2 Функциональные и пространственные составляющие выставок. Типология выставок.....	33
2.3 Особые функции ведущей выставочной площадки Санкт-Петербурга «Ленэкспо».....	40
Заключение.....	47
Список литературы.....	51

Введение

На современном этапе развития общества все более актуальной и востребованной у политологов и социологов становится концепция публичного пространства. Научные труды по данной тематике появляются все чаще, но исследования начинаются и интерпретаций фундаментальных концепций, разработанных еще в XX веке такими философами, как Х. Арендт, Ю. Хабермас, Р. Сеннет, П. Бурдьё и др. Современные концепции публичности становятся востребованными в связи с тем, что государство начинает уделять этому феномену все большее внимание, полагая публичную сферу за один из основных базисов современного демократического общества.

Публичная сфера имеет разнообразную структуру, включая в себя как индивидов и группы, взаимодействующие в ней, так и большой набор публичных площадок. Одной из институционализированных форм публичной сферы является выставочная деятельность. Целью данной выпускной квалификационной работы ставится выявление особенностей выставочной деятельности как структурного элемента публичного пространства в современной России на базе анализа ведущей выставочной площадки Санкт-Петербурга «Ленэкспо».

В соответствии с поставленной целью, в данной работе ставятся следующие задачи:

1. Анализ фундаментальных теоретических концепций, положивших основу изучения этого феномена;
2. Определение структурной и функциональной составляющих понятия публичного пространства;
3. Анализ выставочной деятельности как формы публичного диалога и площадки публичного пространства;
4. Анализ выставочной деятельности площадки «Ленэкспо» и ее функциональности;

5. Выявление функциональной и структурной связи выставочной деятельности с публичным пространством;

6. Определение выставочной деятельности в качестве элемента публичного пространства.

Актуальность данной дипломной работы обуславливается, как написано выше, большим ростом интереса к изучению и использованию публичной сферы и быстрыми темпами развития института выставок в нашей стране и в мире. На сегодняшний день, выставочная деятельность начинает играть все более определяющую роль в экономической, государственной, художественной и международной сфере.

Объектом исследования в данной работе является выставочная деятельность разнообразного характера, от книжных ярмарок до международных фестивалей инноваций. Предметом изучения в дипломной работе является публичное пространство.

Методами, позволяющими достичь поставленной цели дипломной работы являются теоретический анализ собранной информации, и метод сравнения, который позволит выделить в выставочной деятельности признаки структурного элемента публичного пространства.

Работа состоит введения, двух глав, одна из которых теоретическая (содержит три параграфа), а вторая практическая (содержит 4 параграфа), заключения и списка литературы. В первой главе проведен теоретический анализ уже имеющихся исследований в сфере публичного пространства (Х. Арендт, Ю.Хабермас, Р. Сеннет и П. Бурдьё), выделены его структурный и функциональный компоненты. Во второй главе выставочная деятельность проанализирована как публичный диалог, а также на основе исследования деятельности площадки «Ленэкспо методом сравнительного анализа особенностей ее функционирования доказано, что выставочная деятельность является элементом публичного пространства.

1. Теоретические основы исследования публичного пространства

1.1 Становление понятия публичного пространства в политической науке

Феномен публичной сферы с каждым днем начинает все больше и больше использоваться в современном дискурсе. Споры о понятии публичности ведутся уже довольно долгое время, и ниже будет рассмотрена эволюция и развитие понятия публичного пространства в рамках основополагающих для данного понятия концепций.

За последнее время в российской политической науке появилось много новых терминов, часть из которых пришла из западной политической школы. Среди таких понятий важное место занимают концепции, связанные с публичной жизнью людей и их взаимодействиями с государством. В эту группу можно отнести словосочетания «публичная политика» и «публичное пространство». О публичном пространстве писали многие известные ученые: Х. Арендт (античная публичная сфера), Ю. Хабермас (буржуазное публичное пространство), П. Бурдье (концепция социальных полей) и Р. Сеннет (упадок общественного человека). При всем этом, и Арендт, и Хабермас, и Сеннет в своих трудах делали ставку на сужение публичной сферы в современном мире. Они писали об ее упадке и исчезновении публики в качестве активных граждан, находящихся постоянно в состоянии диалога друг с другом и государством, с целью обсудить актуальные проблемы общества и государства. Каждый из этих ученых представлял свой идеал публичности, основанный на конкретной временной эпохе (Древняя Греция у Х. Арендт) или принципе взаимодействия (структура социальных полей у Бурдье).

Чтобы доказать, что выставочная деятельность действительно является важной частью публичного пространства, необходимо разобраться в данном понятии, а сделать это возможно только при исследовании базовых концепций публичности, которые формируют этот феномен в современной науке.

Сама концепция публичной сферы, как принято считать, берет свое начало в немецкой науке, а позже находит свое продолжение в англосаксонской

научной школе. В научном сообществе считается, что понятие публичной сферы было найдено в словаре «Fischer Lexikon» в 1964 году. Однако англоязычной и отечественной литературе существует мнение, что этот термин был введен Ю. Хабермасом, который является автором большого количества работ, посвященных этой теме, как, например, его труд 1962 года «Структурная трансформация публичной сферы». В определении Хаберамса публичная сфера использовалась для обозначения "грамотного буржуазного общества" (и позже "общества в целом"), способного действовать в качестве критического противовеса государству.

Ю. Хабермас – это немецкий философ и социолог, внесший огромный вклад в развитие и становление понятия публичной сферы. Хабермас рассматривал зарождение пространственно-структурного аспекта публичности в двух проявлениях: во-первых, появление публичных сфер спровоцировало вопросы критического суждения вне феодализованных публичных площадок. Во-вторых, развитие явления публичности послужило причиной появления новых публичных мест (кофейни, например) в качестве площадок для этого критического осуждения. Идеальным нормативным понятием публичной сферы по Хабермасу является публичность, которая создается частными индивидами, собирающимися вместе и обсуждающими общественные проблемы¹. С помощью диалога в публичном пространстве создаются установки, которые могут позволить либо принять что-то, либо поставить под сомнение, в зависимости от этих установок может меняться ситуация в управлении государством. Также идеальная публичность должна быть источником мнения всего общества, которое необходимо для успешного функционирования любого демократического режима, а конкретно для легитимации в нем власти.²

Началом философии публичного пространства для Хабермаса считается понятие «Lebenswelt». Оно подразумевает под собой «жизненный мир», который доступен для познания и принят за очевидную реальность.

¹Хабермас, Ю. Политические работы / Ю. Хабермас. - М.: Праксис, 2005.

²Берберих М.В. Коммуникативный подход и историческая концепция Юргена Хабермаса / М. В. Берберих. – Волгоград: Линия М, 2011

Публичность, по Хабермасу, существовала в рамках *Lebenswelt*. Однако, в более поздних работах ученый делает разделение между жизненным миром и политической публичной сферой гораздо более четким. В 1990-е годы Ю.Хабермас усовершенствовал свою теорию: во-первых, он пришел к пониманию того, что публичная сфера порождается силами, которые лежат вне истории; во-вторых, он понял, что коммуникация внутри публичного пространства имеет сетевой характер, а информационные потоки в ней играют очень значимую роль. Публичное пространство Хабермас начинает описывать как сеть, которая передает информацию, и воспроизводится в процессе коммуникации.³

В 2006 году Хабермас дал публичной сфере новое определение, которое он базировал на дуалистической модели делиберативной демократии.⁴ Он представил ее в качестве системы коммуникации, которая связывает формально организованные и неформальные обсуждения, которые находятся на разных полюсах политической системы. На основе этой теории Хабермас позже разработал свою спиральную схему демократической коммуникации, что позволило ему присоединиться к традиции «коммуникативной концепции политики» Ханны Арендт, немецко-американского философа, тоже активно занимавшейся изучением публичного пространства.

Ханна Арендт – известный философ XX века, она наравне с Хабермасом внесла огромный вклад в становление понятия публичного пространства в политической науке. Ее работа «*Vita activa*» 1958 года – это один из основных трудов, которые повлияли на понятие публичности и публичной сферы.

Началом такого явления как публичное пространство Ханна Арендт называет Древнюю Грецию. Она выделяет две структурных единицы : непубличное, то есть приватное. Сюда Арендт относит все, что связано со сферой экономики. То, что связано с политической сферой она определяет как

³Мотрошилова, Н.В. О лекциях Юргена Хабермаса в Москве и об основных понятиях его концепции . Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность / Н. В. Мотрошилова. – М.: Полис , 1992

⁴Твардовский, Д.В. Концепция коммуникативной рациональности в трудах Ю. Хабермаса / Д. В. Твардовский. – М.: Москва

составляющую пространства публичного. В свою очередь публичное пространство по Арендт не связано с общностью людей, рассматриваемой как отдельная единица или толпа. Публичное пространство, напротив, является площадкой для индивидуального выражения каждого человека. Оно дает возможность человеку представить себя как нечто отдельное от всех и по-своему уникальное⁵. Стоит отметить, что в концепции Арендт действия, направленные на выделение своей индивидуальности, конструктивны только в публичном пространстве, в приватной сфере они имеют пагубное и разрушительное для него влияние. Таким образом, Арендт описывает публичное пространство как уникальную среду, в которой возможен прогресс и движение вперед для всего человечества. Только при попадании в публичное пространство можно получить возможность развития, точно так же, как при попадании в приватное эту возможность легко потерять. В качестве примера подходит институт труда в Новое время. Практически все инновации, например, разделение труда или диверсификация, родились после вхождения труда в пространство публичного и появления возможности прогресса в нем.⁶

Ханна Арендт выделяет две основополагающих функции, присущих публичности: во-первых через нее миру придается реальность, а во-вторых она задает нам «общий мир», который не похож на приватную сферу. Мир в ее работе «*Vita Activa*» определяется как все, что создано человеком и все, что происходит между людьми в процессе их взаимодействия. Арендт даже использует понятие «бытие» по отношению к публичному пространству, имея в виду, что в этом пространстве все получает свое существование. Однако публичность, как бытие не подразумевает под собой только настоящее, но также включает в свой состав и прошлое, и будущее. В работе Арендт одной из главных характеристик публичного пространства является способность к воспроизводству мира и его продолжению. Ханна Арендт, при разработке понятия публичности, также делает акцент на том, что не является возможным

⁵Арендт, Х. *Vita activa*, или О деятельной жизни / Х. Арендт. - СПб.: Модерн, 2000

⁶Арендт, Х. Ситуация человека / Х. Арендт. - СПб.: Вопросы философии, 2002.

сделать мир, обеспеченный этой публичностью миром одного поколения. «Он является чем-то большим, чем человек и его жизнь, в него вступают при рождении и уходят при смерти, разделяя этот мир с теми, кто жил раньше, а также с теми, кто будет жить в будущем»⁷. Арендт ставит вопрос о сохранении публичности наряду с вопросом о выживании общества. Она называет публичность «вызовом смерти и ключевой составляющей бессмертия».

Философ также высказалась по поводу возможности контроля над самой публичностью. Управлять публичным пространством невозможно, так как каждый человек, присоединяясь к нему, присоединяется к явлению, в котором уже протекает огромное количество процессов, начавшихся задолго до него, Арендт сравнивает это с вплетением своей нити в общее одеяло. Однако существует возможность влиять на публичность в разрезе своего в нем участия, влиять на его развитие, не управляя им напрямую.

Отдельного внимания заслуживает междисциплинарная концепция известного французского социолога Пьера Бурдьё. В своих трудах этот ученый разработал идею о том, что общество состоит из структур, которые можно разделить на две реальности: реальность первого и второго порядка. Реальность первого порядка имеет материальную основу и представляется через распределение материальных благ и ценностей, тогда как реальность второго порядка выражается в суждениях, эмоциональных оценках и поведении индивидов.⁸ Бурдьё в своих работах практически не использует термин публичного пространства, но тем не менее исследует именно этот феномен. Он говорит о разделении пространства на физическое и социальное. Предпосылкой этого утверждения у Бурдьё является то, что человек является одновременно как представителем биологического мира, так и социальным агентом. Взаимодействие физического и социального пространства строится следующим образом: физическое пространство является проекцией социального пространства, а главной его сутью является объективация социальных

⁷Арендт, Х. *Vita active, или О деятельной жизни* / Х. Арендт. - СПб.: Модерн, 2000

⁸Бурдьё, П. *Социальное пространство и символическая власть* / П. Бурдьё - М.: Socio-Logos, 1994

отношений и натурализация их в физическом мире. Выраженное таким образом социальное пространство представляет собой, например, распределение благ и ресурсов в физическом мире.

Важнейшим моментом концепции дуального пространства П. Бурдьё является понятие социального поля. Социальное поле представляет собой систему объективных связей между различными позициями, находящимися в согласии или противостоянии⁹. Эти связи имеют социальную природу и практически не зависят от физического состояния индивида. Поле является совокупностью структурированных позиций, являющихся его основным определителем. Можно выделить для примера поле религии или поле политики. Бурдьё выделил закономерности существования социальных полей. Это в первую очередь автономизация, определение специфических интересов агентов внутри поля, противостояние из-за разделения внутри поля на управляющих и управляемых и социальные установки, оценивающие сложившееся деление. Социальное пространство и социальные поля можно соотнести с географическим пространством и областями, оно имеет такую структуру, что чем ближе находятся друг к другу в нем индивиды, тем больше у них схожих черт, они подчиняются схожим правилам, у них схожий набор установок. Социальный мир, согласно П. Бурдьё, обладает очень жесткой структурой. Агенты, которые наполняют социальное пространство и взаимодействуют в нем, чаще всего обладают набором связанных друг с другом характеристик.¹⁰ Эти характеристики выполняют роль знаков в нашей действительности, но существуют также и различия (позитивные или негативные), и в разрезе распределения этих характеристик мир предстает в виде системы, которая характеризуется, например, различными стилями жизни. Таким образом, П. Бурдьё разработал очень интересную междисциплинарную концепцию, которая несет в себе новый взгляд на взаимодействие людей в обществе и определении публичного пространства.

⁹Бурдьё, П. Структуры, habitus, практики / П. Бурдьё. - М.: Socio-Logos, 1995

¹⁰Бурдьё, П. Начала / П. Бурдьё. - М.: Socio-Logos, 1994

В заключение, следует рассмотреть так же представление о публичном пространстве в философии британского мыслителя Ричарда Сеннета, изложившего свое видение этого феномена и определение понятия в книге «Падение публичного человека», вышедшей в 1977 году. Сеннет так же рассматривает диологию публичного и частного пространства. Как становится ясно из названия, он очень большое внимание уделяет именно феномену публичного человека и его поведению в публичном и частном пространстве. По его мнению, современность можно сравнить с эпохой упадка Римской Империи. Эта схожесть заключается в том, что и в момент упадка Рима, и сейчас, отношение людей к публичной сфере схоже – они воспринимают ее и взаимодействие в ней как необходимые обязанности, участие в ней из-за этого становится все более и более пассивным. Различие же заключается в понимании частности тогда и сейчас. В древние времена в частности люди пытались искать противостояние публичности, а сегодня, по словам Сеннета, люди ищут в частном отражение самих себя.¹¹

Публичное пространство, по мнению Р. Сеннета, находится в деструктивном состоянии. Он пишет о том, что капитализм и секуляризация сформировали новую светскую городскую капиталистическую культуру, что вызвало раскол в публичном человеке, превратив его из актора в зрителя, что ставит под вопрос существование публичности. Сеннет объясняет ее сохранение феноменом проекции. Люди, боясь обнаружить себя внутри мертвого публичного пространства, создают иллюзию его наличия. Таким образом, мы получаем все тот же набор «псевдоактеров», которые создают вокруг себя общую иллюзию публичного пространства, по факту не действующего, а находящегося только в сознании людей.

Сеннет также противопоставляет публичное пространство и пространство интимное, но в его философии публичное пространство с течением времени неизменно приходит в упадок. В своей книге он противопоставляет свою

¹¹Сеннет, Р. Падение публичного человека / Р. Сеннет, пер. с англ. О. Г. Исаевой, Е. Л. Синекопова. – М.: Нора, 2007

теорию Дэвиду Рисмену и его труду «Одинокая толпа», в которой Рисмен утверждал, что общество движется от состояния направленности на себя, к состоянию направленности на других. Сеннет же говорит об обратном, люди начинают слишком сильно углубляться в интимную сферу своей жизни, что не только подрывает саму основу публичного пространства, но и меняет отношение людей к нему. Они начинают воспринимать публичные обязанности через призму интимности, а так же люди перестают быть активными акторами, все это делает публичное пространство постепенно исчезающим понятием.¹²

Таким образом, в данной главе мы рассмотрели основные концепции, которые формируют современное представление о публичном пространстве. В основе каждой из них лежит противопоставление и выделение сферы публичной как противоположности сферы приватной¹³. Все идеологи публичного пространства, описанные выше, ставят значение публичной сферы на ведущие позиции в жизни общества. Х. Арендт говорит о том, что сохранение публичности равно сохранению жизни всего государственного и общественного организма, Ю. Хабермас наделяет публичную сферу важнейшими функциями легитимизации власти и выработки новых общественных установок в процессе публичного диалога, П. Бурдье представляет весь физический мир в качестве проекции общественного пространства, в котором происходит распределение ресурсов. Р. Сеннет говорит о кризисе общества из-за кризиса публичного пространства, вызванного ориентацией людей на интимную сферу своей жизни.

В итоге, при совмещении основных моментов всех четырех концепций, можно выработать универсальную характеристику публичной сферы. Публичная сфера – это та часть общественной жизни, в которой индивиды взаимодействуют друг с другом, и, обмениваясь своими мнениями, приходят к выработке третьей истины, с которой соглашаются остальные участники

¹²Сеннет, Р. Падение публичного человека / Р. Сеннет, пер. с англ. О. Г. Исаевой, Е. Л. Синекопова. – М.: Нора, 2007

¹³Алексеева, Т. А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? / Т. А. Алексеева. – М.: Философские науки, 2005

коммуникации. Публичная сфера является важнейшим компонентом жизни общества и без ее развития многие его сферы придут в упадок. Для примера можно взять отношение общества и государства. Именно в публичной сфере происходит большая часть процесса легитимации политической власти. Люди, находясь друг с другом в процессе коммуникации и общественного диалога, способны передавать установку «власть легитимна» или «власть нелегитимна», в зависимости от того, как ведет себя государство по отношению к публичности – в публичном пространстве будет транслироваться одно или второе суждение.

Таким образом, публичность является важнейшей составляющей общественной жизни, и взаимодействие внутри нее определяет направления развития во многих других сферах.

1.2 Структура публичного пространства как развивающейся системы

Существование публичного пространства характерно для любого общества, так как именно в нем формируются самые значимые общественные установки, регулирующие социальное бытие.

Публичное пространство несет в себе все признаки динамичной и открытой системы, находящейся в развитии.

Структуру публичного пространства можно представить как многообразие взаимодействующих в нем акторов и публичных площадок, на которых они взаимодействуют. Без людей публичное пространство не может существовать, но для акторов необходимо также наличие структурных единиц публичности, на которых происходят коммуникационные процессы. Этими структурными единицами стоит считать такие явления: интернет, выставки, дебаты, СМИ, форумы, конференции, общественные слушания, фестивали, съезды, общественные советы. Ниже будет рассмотрена как сущность основных из них, так и особенности их функционирования внутри публичной сферы.

Важнейшим элементом структуры публичного пространства являются его акторы. Без людей, публичное пространство недействительно и весь набор публичных площадок недееспособен. Люди взаимодействуют в публичности и ведут публичный диалог каждый день, обеспечивая тем самым динамичное развитие всей системы. Встречаясь в рамках разнообразных институтов, о которых будет сказано ниже, акторы публичного пространства вступают в процесс коммуникации, направленный на изменение и выработку общественного дискурса. Чем больше человеческая активность направлена в публичность, тем больше пользы получается от самого процесса коммуникации. Акторы должны не просто общаться внутри публичной сферы, они должны обмениваться мнениями и своими общественными установками. Обычное повседневное общение не несет в себе никакой пользы для общества, оно несет частную пользу для индивида и относится больше к приватной сфере его

жизни, при большем преобладании которой публичная сфера неизменно приходит в упадок. Главным принципом взаимодействия акторов является выработка принципиально нового мнения, которое изменит сложившееся представление в какой-либо сфере (экономика, политика, религия). Например, во время публичного диалога в СМИ, из общественных установок «правлящие элиты узурпируют власть» и «многие представители правящей элиты трудятся на благо общества» может появиться абсолютно новое суждение: «некоторые представители элиты сдерживают развитие общества из-за того, что узурпируют власть, в то время как другие трудятся на благо». Если при выработке этой установки были задействованы мнения, совпадающие с мнением большинства граждан, она получит в широкую поддержку в публичной сфере¹⁴. Таким образом, эта установка начнет набирать все большую поддержку и станет проблемой, требующей от государства срочного решения. Этот процесс показывает, насколько важна роль самих акторов в публичном пространстве, они являются его движущей силой и напрямую влияют на его развитие, а не просто бесцельно взаимодействуют на заранее заданных площадках.

В первую очередь из институтов публичного пространства стоит выделить СМИ. Средства массовой информации играют важнейшую роль в побуждении социальной системы к саморефлексии. Смысл существования средств массовой информации в публичной сфере заключается не в том, чтобы сформировать общественные установки и общественное мнение, а в том, чтобы предоставить информацию, необходимую для этого акторам. СМИ может вводить в общественный дискурс именно те проблемы, в незамедлительном решении которых нуждается общество, тем самым обеспечивая успешное функционирование публичной сферы. Если же масс-медиа перестает поддерживать общественный диалог и помогать людям формировать свои

¹⁴Гадышев, С.А. Современные подходы к определению публичной политики / С. А. Гадышев. – М.: Гуманитарный вектор

установки, то публичная сфера неизбежно придет в упадок, потеряв такой важный структурный сегмент.

Так же СМИ играют большую роль во взаимодействии государства и публичной сферы, являясь агентом публичной политики. Информационная сфера в последнее время стала важным объектом государственного регулирования. Для снижения социальной напряженности и выработки политики, направленной на удовлетворение действительных потребностей общества, а не правящих элит, власть должна быть заинтересована в организации рабочей системы обмена информацией с гражданами и разработкой правил дешифрования и реагирования на получаемую информацию¹⁵. Такая система должна действовать в обе стороны, не только для государства, но и для людей, СМИ должны являться каналом, соединяющим публичную и государственную сферы.¹⁶ Государство должно обеспечить свободный доступ к информации для своих граждан, быть заинтересованным в предоставлении для них наиболее полного объема структурированной информации о жизни и состоянии общества. В результате, являясь структурным элементом публичной сферы, в демократичном обществе, СМИ не являются подвластными ни государству, ни публичности, являясь «мостом» для передачи требований и установок между ними. СМИ играют роль артикуляции публичного дискурса¹⁷, повышая значимость событиям, которые следует осветить в сторону публичной сферы или сторону государства.

Очень важной площадкой взаимодействия в публичном пространстве является фестиваль. Согласно словарю, фестиваль – это широкая общественная праздничная встреча, сопровождающаяся просмотром достижений каких-либо видов искусства: музыкальный, театральный, кинематографический фестиваль. Очень важным для публичного пространства видом является фестиваль инноваций. На таком мероприятии собирается большое количество людей,

¹⁵Бумагина, Е.Л. Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества

¹⁶Малинова О.Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в современной России / О. Ю. Малинова, под ред. И. Т. Машко. – М.: Полис, 2007

¹⁷Кондрашина, М. И. Российские СМИ в условиях диверсификации публичной сферы. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология / М. И. Кондрашина

представляющих свои инновационные инициативы, присутствует жюри фестиваля, которое выбирает лучшие из них для дальнейшего развития. На фестивалях инноваций представляется видоизмененный публичный диалог, во время которого акторы обмениваются не своими мнениями, а своими инновационными проектами в разнообразных сферах (экономика, общественное планирование, экология и так далее). В результате голосования жюри отбираются самые перспективные концепции, которые получают свое развитие в дальнейшем. В результате общество получает набор инновационных практик, которые, получая финансовую или любую другую поддержку, вводятся в общественную жизнь, обеспечивая поступательное движение вперед.

Дебаты — это «чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Эта разновидность публичной дискуссии направлена на то, чтобы участники дебатов убедили в своей правоте третью сторону, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью формирование у аудитории определённого мнения по поставленной проблеме». Дебаты так же являются важнейшей площадкой публичного пространства. Главными их принципами в рамках публичной сферы являются общедоступность, отсутствие привилегий и рациональный диалог. Обмен мнений на этой площадке проходит между равными индивидами.¹⁸ Свободные критические дебаты в публичной сфере должны приводить к консенсусу по важным обсуждаемым проблемам для всего общества в результате свободного согласования интересов.

Интернет является новой движущей силой публичной сферы, представляя собой большую и универсальную коммуникативную площадку. Глобальная сеть создает новый характер взаимодействия акторов, позволяя вести диалог вне территориальных границ¹⁹. Сегодня все члены информационного общества могут получить разнообразные установки и мнения со всего мира, что выводит

¹⁸Кондратов, С. А. Большая энциклопедия. Т. 55: Флемальский мастер – Хабермас

¹⁹Казаков, М.Ю. Интернет как сетевая публичная сфера. Современные проблемы науки и образования / М. Ю. Казаков

публичное пространство на новый уровень. Индивиды получают альтернативный источник мнения в противовес устоявшимся (религия, идеология, традиция), что позволяет им вести диалог на совершенно другом уровне²⁰.

Члены информационного общества, получив возможность равного доступа к информации, меняют свое отношение к власти, получают сведения, заставляющие критически относиться к действиям правящих кругов. Таким образом, новый коммуникационный режим информационного общества становится мощным фактором, разрушающим монологическую форму отношений власти с обществом и способствующим построению диалогической формы общения.

Важной площадкой взаимодействия акторов в публичной сфере является такая институциональная форма как общественный совет. Общественный совет – образование с участием представителей общественности, которое имеет внутреннюю формализованную структуру. За общественным советом государственные органы закрепляют определенные полномочия и консультируются с ним по вопросам принятия и исполнения государственных решений. Общественные советы являются одним из действенных механизмов общественного участия в органах государственной власти и местного самоуправления. Главным отличием общественных советов является большая вовлеченность граждан в работу руководящих органов, это могут быть органы местной, законодательной или исполнительной власти. Общественный совет является одним из самых главных образований, обеспечивающих связь общества и государства как института публичного пространства. Важным фактором, отражающим большую роль этой публичной площадки, является главное условие ее существования. Общественные советы существуют из-за заинтересованности государства в общественном мнении. Она может выражаться как в двусторонних консультациях, так и предоставлении

²⁰Трахтенберг, А.Д. Интернет и возрождение «публичной сферы» Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН / А. Д. Трахтенберг. – Екатеринбург: ПОЛИТЭКС, 2007

гражданам, входящим в совет, информации широкого спектра по государственным вопросам, чтобы помочь населению разобраться в вопросах государственной политики и получить мнение широких слоев населения. Механизм действия общественного совета в публичной сфере выглядит следующим образом: люди, входящие в него, несут в себе набор общественных установок, выработанных из своего жизненного опыта и при взаимодействии с другими индивидами на других публичных площадках. Они, встречаясь вместе, ведут диалог, результат которого складывается из обмена установками под призмой вовлеченности в работу государственных органов. В итоге, при идеальном развитии событий, общественный совет дает государству информацию о требованиях и нуждах общества, государство со своей стороны включает членов совета в работу по их выполнению. Этот процесс обеспечивает легитимность власти с одной стороны и быстрый ответ государства на нужды общества, с другой.

В итоге, в данном параграфе мы рассмотрели структуру публичного пространства в разрезе акторов и площадок, на которых они взаимодействуют. Публичная сфера является системой, в которую входят разнообразные институты, выступающие в роли площадок для взаимодействия людей. Люди являются движущей силой этой системы, обеспечивая ее динамичное развитие тем, что они находятся в постоянном взаимодействии друг с другом, что способствует выработке новых установок. Этот процесс не является самоцелью каждого человека, его задачей не является получение новых знаний. Чаще всего акторы публичного пространства вступают в диалог с целью доказать свою правоту и ценность своей установки. При идеальном варианте развития, в процессе публичного диалога установки участвующих в нем людей начинают видоизменяться, стремясь к консенсусу, в виде которого публичная сфера получает качественно новое суждение, которое как раз и обеспечивает ее развитие.

В данном параграфе в качестве структурных элементов были рассмотрены публичные площадки, на которых осуществляется описанный выше процесс. Публичные площадки (арены) являются важным элементом публичной сферы, предоставляя актерам возможность взаимодействовать в заранее заданной комфортной структуре, которая настроена на поощрение свободного диалога. Очень важным элементом в данной системе является сеть интернет. Она выводит коммуникацию пользователей на качественно новый уровень, стирая территориальные границы. В сети интернет пользователи могут свободно участвовать в диалоге вне зависимости от их пола, возраста, статуса и так далее. Это, с одной стороны, является плюсом, с другой стороны, очень часто значительно снижает качество такого диалога или делает его деструктивным. Многие публичные площадки также выполняют не только роль плацдарма общественного диалога, но и обеспечивают связь с государством, доводя до него выработанные на их платформах общественные установки (СМИ, общественный совет).

Таким образом, структуру публичного пространства составляют акторы, успешное взаимодействие которых на публичных площадках, так же входящих в эту структуру, обеспечивает динамику и прогресс не только публичного пространства, но и всего общества и государства.

1.3 Функции публичного пространства в современном мире

Публичное пространство, будучи неотъемлемой частью любого общества, выполняет ряд значимых для него функций. Публичность представляет собой явление, взаимодействие которое отражается проекцией практически на все стороны общественной жизни. Следовательно, функции публичной сферы в современном мире также являются разносторонними. Они делятся на функции, имеющие определяющее значение для общества, функции, имеющие определяющее значение для индивида (как у Х. Арндт) и функции, имеющие определяющее значение для государственной жизни.

В этом параграфе будут рассмотрены три вида функций, которые публичное пространство выполняет относительно общества, а так же функции, выполняемые им в масштабе одного индивида, который в нем функционирует, а также и государства.

Одной из главных функций публичного пространства является коммуникативная функция. Именно в публичной сфере сегодня происходит подавляющее большинство коммуникации между людьми. Между ними происходит обмен информацией, трансляция экспертного мнения, выработка важных общественных установок. Важным понятием в разрезе коммуникации в публичном пространстве является публичный диалог. Публичный диалог - это разновидность диалога, при которой коммуникация разворачивается при наблюдении индивидом со стороны, это наблюдение носит не спонтанный, а направленный характер. Публичный диалог является не только особой формой коммуникации в публичном пространстве, но и делает ее качественно лучше, позволяя более глубокий обмен информацией. Важно понимать, что от характера коммуникации внутри публичного пространства очень зависит состояние и характер самого общества. Например, от того, какое место в публичном пространстве занимает экспертное сообщество, и от мотивации этого сообщества, может зависеть стабильность всей политической системы и ее успешное функционирование.

Публичное пространство так же выполняет регулятивную функцию. За все время своего существования в нем выработались шаблоны поведения людей и шаблоны отношений между ними. Эти нормы сохраняются внутри публичного пространства, и поддерживаются акторами изнутри. Например, индивид, действующий в публичности вразрез с общепринятыми шаблонами поведения, подвергнется давлению со стороны других людей, чтобы вернуть его к нужной модели, принятой в этом пространстве.

Важным элементом функциональности публичного пространства также является интегративная функция. Она обеспечивает взаимосвязь институтов и индивидов внутри себя. При успешном выполнении этой функции обеспечивается успешное поступательное развитие общества, так как многие разногласия в общественных установках разных индивидов, которые могли бы помешать прогрессу, исчезают или трансформируются в консенсус во время публичного диалога.

Являясь динамичной системой, публичное пространство также обеспечивает и прогрессивное развитие всего общества. Это происходит за счет выражения инновационных практик. Такие практики могут выражаться на абсолютно любой публичной площадке, они обсуждаются во время диалога, и, если большинство акторов их поддерживают, получают развитие. Выражение инновации в такой схеме можно сравнить с выработкой общественной установки. Если во время публичного диалога на публичной площадке большинство участвующих поддерживают установку или практику, она принимается в обществе, причем чем больше поддержка, тем быстрее происходит процесс принятия. Примером может стать фестиваль инноваций INFOFEST, проведенный 14-16 апреля 2016 года на базе Уральского Федерального Университета. Это бизнес-фестиваль, на котором желающие студенты могли представить свои бизнес-концепции, проекты и идеи. Результатом являлся отбор самых перспективных работ на особую образовательную программу. Мы видим, как в публичном пространстве на

площадке фестиваля, студенты представляли свои проекты, лучшие из которых получили шанс дальнейшего развития. Таким образом, в публичной сфере были выражены инновационные практики, принятые позже в разработку.

Важнейшей функцией публичности также является согласование материальных ресурсов. В публичной сфере постоянно происходит коммуникация, затрагивающая абсолютно все сферы общественной жизни, в том числе и экономическую. Такое общение происходит на специфических площадках. В основном, это происходит на бизнес-форумах, конференциях, встречах или съездах. Акторы обсуждают процесс распределения своих или государственных (зависит от того, кого эти акторы представляют) ресурсов. У каждого из них есть свое представление о том, как эти ресурсы должны быть распределены, тогда начинается диалог. В его процессе обсуждаются детали, каждым коммуникантом выражается та концепция, которую он считает верной. Позже, в течение публичного диалога, как правило, вырабатывается третья позиция, происходящая из консенсуса в результате диалога. В итоге, эта третья позиция принимается участниками и выражается в материальном мире в виде модели распределения ресурсов, наличие которой необходимо для развития любого общества на всех его уровнях.

Взаимодействие людей в публичной сфере влияет на структуру всех сторон общественной жизни, поэтому публичную сферу и ее функции нельзя рассматривать в отрыве от государства.

Первой функцией является артикуляция общественных интересов граждан, которые невозможно выделить самой власти. Такие интересы должны прозвучать в сторону государства со стороны общества, чтобы на них обратили должное внимание. Последствия выражаются в двух направлениях. Во-первых, артикуляция интересов создает повестку дня для публичной политики за счет давления со стороны общества; во-вторых, появляется возможность свободного обмена мнениями со стороны разнообразных общественных групп. Второй функцией является публичный контроль деятельности власти. При постоянном

желании элиты отгородиться от общества и не считаться с его мнением, в современном мире это сделать все сложнее, так как на площадках публичного пространства всегда идет диалог и выработка убеждений и взглядов на власть у простых граждан, и когда они переходят в масштаб всего общества, не считаться с ними практически невозможно. Третьей функцией является влияние на государственную политику и легитимация власти. Государство как институт призвано выражать именно интересы общества, это является его главной функцией, но в любой стране существует гораздо больше внутренних частных и общественных сил, влияющих на формирование политики. Таким образом, в публичной сфере формируются предпочтения о нужной политике в стране, и то, как власть сможет учесть эти предпочтения и вплести их в свой курс, определяет уровень ее легитимности. В таком государстве, где превалирует частный интерес отдельных элитарных групп, уровень легитимности власти будет низким, что неизбежно приведет к кризису. Задача государства и правящей элиты найти точку равновесия между публичными и частными интересами.

Выше были рассмотрены функции публичного пространства в масштабе всего общества и государства. Но следует также уделить внимание тому, какие функции оно выполняет для индивида, который находится в этом публичном пространстве. Публичность является важнейшей частью жизни человека и оказывает огромное влияние как на формирование, так и на изменение его личности²¹. Большое количество ученых отводили публичному пространству важнейшую функцию самореализации индивида. Человек, прошедший социализацию наделен набором личностных качеств, социальных ролей и установок, согласно которым он функционирует в обществе. Этот набор качеств является разнообразным и уникальным для каждого индивида, но не является абсолютно стабильным. Именно в публичном пространстве происходит тот процесс коммуникации между людьми, который способен повлиять на их внутреннее развитие. Постоянный процесс взаимодействия в сфере

²¹Арендт, Х. Ситуация человека / Х. Арендт. - СПб.: Вопросы философии, 2002.

публичности несет в себе не односторонний характер подачи информации от человека к человеку. Наоборот, во время такой коммуникации реципиентами являются оба (или более двух) индивида, и эта коммуникация оказывает непосредственное влияние на всех участников. Таким образом, публичное пространство также выполняет функцию, которая даже шире вторичной социализации. В нем люди, взаимодействуя друг с другом, не только меняют свои личностные установки и модели поведения, но и приобретают новые, публичное пространство является тем феноменом, который помогает им осуществить комплексное изменение личностных характеристик в процессе взаимодействия.

В данном параграфе, были рассмотрены три модуля функций, которые присущи публичному пространству в современном мире.

Был выявлен набор функций, важных для общественной жизни и общественного прогресса. Важнейшей является коммуникативная функция публичного пространства. Главным процессом внутри него является публичный диалог между индивидами, в процессе которого происходит обмен информацией и выработка новых установок. Характер процесса коммуникаций в публичной сфере может быть определяющим для всего характера общественной жизни. Важную позицию занимают регулятивная и интегративная функции. Первая транслирует накопленный в публичном пространстве формат поведения для новых акторов, приобщая их к общепринятым нормам, вторая обеспечивает связь между индивидами и институтами внутри публичности, вырабатывая согласие между ними, которое помогает прогрессивному развитию всего общества. Была так же рассмотрена функция разработки и внедрения инновационных практик. Она занимает одно из главных мест в функциональной системе публичной сферы, обеспечивая как публичность, так и все общество качественно новыми практиками, помогающими динамичному развитию.

В данном параграфе также были рассмотрены функции публичности, характерные своей направленностью на индивида. Люди, находясь в постоянном процессе коммуникации, имеют шанс регулярного получения нового знания и улучшения и углубления уже имеющегося, что важно для реализации каждого индивида.

Третий функциональный модуль характерен для государства. В основном, как было рассмотрено выше, он ответственен за успешное взаимодействие общества и государства, обеспечивая легитимность власти и соответствующую ее реакцию на общественные нужды.

Таким образом, функции публичной сферы разнообразны и направлены на многие стороны общественной, индивидуальной и государственной жизни, и успешное выполнение этих функций ведет к поступательному движению вперед в перечисленных сферах.

2. Выставочная деятельность, ее определение виды и функции

2.1 Выставочная деятельность как форма публичного диалога

Для начала требуется разобрать само понятие выставочной деятельности. Существует жесткое общепризнанное определение того, что такое выставка. Выставка- это мероприятия, на которых разные организации и агенты (экспоненты) представляют на основе выставочных образцов своих продуктов разнообразные товары и услуги²². Так же смежным с выставкой понятием выделяется понятие ярмарки. Ярмарка – это регулярно организуемое рыночное мероприятие с ограниченным временем проведения, адресатами которых являются преимущественно квалифицированные специалисты. Таким образом, в сравнении этих двух понятий, мы видим, что выставочная деятельность – явление более широкое, направленное на большие социальные группы, как создателей и производителей товаров, услуг, идей, так и их потребителей, что позволяет ей функционировать как элемент публичного пространства. Цель выставки не ограничивается только демонстрацией товара для его дальнейшей продажи. Поэтому в данной работе мы будем рассматривать не только понятие выставки, привязанное к рынку, но и такие виды выставочной деятельности, как ,например, выставки предметов искусств, книжные выставки, ЭКСПО выставки.

Выставочная деятельность также выполняет ряд важных общественных функций, которые следует отметить в этом параграфе. Выставочная деятельность является одной из основных площадок, позволяющих заинтересованным людям завязать личностные и доверительные отношения. В результате исследования, проведенного агенством «Симмонс», более половины посетителей выставки пользуются «бесценной возможностью... обсудить проблемы с другими профессионалами в профессии или отрасли», 76 % посетителей приходят на выставку с заранее составленной программой посещений .

²²Акилова, Е. В. Выставочная деятельность / Е. В. Акилова. – Самара: Аудит и налогообложение, 2006

Выставки являются также прекрасным инструментом изучения рынка. На выставках конкурирующие компании предлагают потенциальному покупателю разные, похожие и часто однотипные продукты. В результате у посетителей, собравших «конкурентную информацию в сжатое время, есть возможность сравнения. 94 % посетителей используют выставки как средство сравнения однотипных продуктов.²³

В коммуникативном аспекте, выставки служат площадкой для распространения информации, запуска и апробирования инновационных процессов в отрасли. Как выразился Уильям МакКинли, выставки являются «хронометристами прогресса». Статистика показывает, что 50% посетителей идут на выставку за новыми продуктами и достижениями. 81% посетителей используют выставку для сбора текущей информации о последних достижениях и тенденциях развития их отрасли.

Рассмотрим подробнее механизм коммуникации на выставке. Процесс коммуникации представляет собой обмен новостями и информацией. На выставочных мероприятиях обычно и происходит обмен информацией, причем участник выставки со своим стендом, своими товарами и своим персоналом выступает поначалу как первоочередной передатчик информации, а посетитель поначалу выступает в роли получателя информации, но потом так же активно вступает в процесс обмена информацией. Выставочное мероприятие принимает при этом на себя роль средства коммуникации. В этом смысле центральной функцией торговых ярмарок и выставок является коммуникативная функция.

В рамках выставочного мероприятия может быть достигнута высокая интенсивность личных контактов между экспонентами и посетителями. Выставка позволяет сообщать информацию о товаре/услуге более интенсивно, т. к. он может быть увиден воочию.

Более того, участие/посещение выставки носит в высокой степени характер события. «В сравнении с другими коммуникативными средствами выставка за счет своей мультифункциональности приобретает особое значение.

²³Евгеев, М.А. Современное состояние и проблематика выставочной деятельности в России

Никакое другое средство коммуникации не может быть использовано так индивидуально, и нигде больше нельзя вступить в столь непосредственный контакт с покупателем, чтобы пробудить у него потребность в получении информации или, соответственно, удовлетворить уже имеющуюся потребность в получении информации»

Поэтому в рамках выставки могут быть скорее и непосредственнее восприняты изменения в покупательской структуре и приобретательской тактике. Личный контакт, завязанный в выставочном зале, создает чувство срочности, которое позволяет ускорить принятие решения о покупке.

Американский центр исследований выставочной статистики (CEIR) сообщает, что выставки являются первоочередным источником информации, нужной для покупки, для 90 %²⁴ представителей руководства компаний и организаций.

Выставочную деятельность вполне можно представить как форму публичного диалога. Чтобы доказать это, следует выявить в ней его ключевые свойства. Во-первых, публичный диалог предполагает под собой подготовленность заранее, в нем нет места спонтанности, он структурирован и для него характерна большая степень предметности. Выставочная деятельность всегда направлена на один предмет или явление общественной жизни, предполагает под собой тщательную подготовку и структуру. Для публичного диалога характерно наблюдение со стороны, что так же является неотъемлемой частью любой выставочной деятельности и является ее сущностью изначально.

В процессе участия в той или иной выставке, индивиды составляют свое мнение о ее предмете, при этом, прислушиваясь к организатору этой выставки, который дает информацию о товаре, услуге или любом другом явлении, являющейся ее предметом. Организатор в этом случае выступает модератором публичного диалога. Он ставит тему диалога, напоминая об основных аспектах и характеристиках предмета, а люди уже начинают сам диалог, обмениваясь своим мнением по вопросу и формируя новые суждения и установки. Таким образом, в результате столкновения разных позиций и убеждений во время

²⁴Встретимся на выставке : приметы эффективного стенда / Маркетолог. – М.: Тонен, 2010

диалога формируется третья истина, которая не является проекцией личных мнений взаимодействующих индивидов, а представляет собой новое мнение о предмете.

В данном параграфе было дано определение понятию выставочно-ярмарочной деятельности. Мы рассмотрели ее основные коммуникативные функции, заключающиеся в распространении информации, распространении инновационных практик, а также выделили сам процесс коммуникации на выставке. Во время этого процесса посетитель выставки из реципиента коммуникации превращается в ее активного актора.

Главной задачей данного параграфа и одной из задач дипломной работы было рассмотрение выставки в качестве публичного диалога. Проведя анализ, можно прийти к заключению, что выставочная деятельность является таковым. Она обладает всеми значимыми характеристиками публичного диалога, такими как подготовленность заранее, рациональность и аргументированность, структурированность, направленность на один предмет и выработку новой инновационной общественной установки.

Во время проведения выставки, как и во время публичного диалога, можно выделить одних и тех же акторов. Это модератор публичного диалога (субъект выставки, представляющий продукт) и акторы, которые являются реципиентами информации. Они принимают ее от модератора и начинают взаимодействие в рамках выставочной деятельности, направленное на обсуждение существующих и выработку новых инновационных установок или на поддержку и распространение установок, предоставленных им модератором, в случае того, если они их полностью устраивают.

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели выставочную деятельность, определили ее, а также выявили ряд важных функций, которые она выполняет, следуя из чего, выделили между выставочной деятельностью и публичным диалогом схожие закономерности, что позволило представить ее как диалог в публичном пространстве.

2.2 Функциональные и пространственные составляющие выставок.

Типология выставок

Как правило, выставка – это публичная демонстрация достижений в каких-либо отраслях с целью проведения маркетинговых исследований, обмена мнениями и идеями. Виды выставок выделяются по многим признакам.

Формирование выставок происходит по сценарно-тематическому принципу решения их содержания. В течение последних лет выделились основные тематики выставочно-ярмарочной деятельности, которые включают в себя межотраслевые темы. Появились периодические выставки, проходящие ежегодно на темы, которые актуальны на момент их проведения. Выставки одной тематики включают в себя разнообразные разделы, косвенно связанные между собой, такие разделы связываются сценарием выставки. Сценарий является сюжетно-тематической основой решения экспозиции и коммуникационных элементов выставки. Сценарий определяет состав различных тем, в котором отдельную тему может представлять как экспонат, так и раздел выставки. Данные выставочные темы связываются понятием под названием «сюжетная схема». Выставочная информация доходит до индивида с помощью экспонируемого продукта – информационного или товарного. В зависимости от выставочного продукта меняется информация, которую получает посетитель выставки. Товарный продукт представляет статичную и материальную информацию, экспонат доступен для осмотра и может даже быть испытан.

Информационный продукт имеет более динамичную структуру и рассчитан на единовременное восприятие²⁵. Для демонстрации продукта используются предметно-стендовые элементы выставки (товарный продукт) – экспонаты и стенды. Для демонстрации информационного продукта используются гораздо более широкий спектр средств, например, электронные средства подачи информации с наличием интерактивных компонентов.

²⁵Быстров, Ю. Л. Выставки - инструмент маркетинга / Ю. Л. Быстров. – СПб.: Матинг, 2005

Отдельным способом демонстрации информационного продукта являются диалогово-контактные мероприятия в виде:

1. Мероприятия делового характера – круглые столы, конференции, переговоры, которые направлены на достижение прямого экономического эффекта (контракт, договор); мероприятия образовательного характера – мастер-класс, семинар, консультация, такие мероприятия направлены на увеличение интереса общественности или партнеров к выставочному продукту; квалификационные мероприятия – смотры, конкурсы или фестивали, они выполняют задачу поощрения тех, кто выставляет продукт и рекламу этого продукта;

2. Мероприятий массового характера: церемониальные – процесс открытия и закрытия выставки; награждение участников; рекламно-развлекательные шоу-программы, презентации, дефиле.

Все экспозиции классифицируются по нескольким признакам.

По отраслевой принадлежности мероприятия:

- отраслевые (выставки одной строго определенной специализации, участие в которой принимают представители нескольких однонаправленных отраслей);
- межотраслевые (выставки, охватывающие множество различных отраслей, производящих самую разную продукцию).

По территориальному признаку экспозиции:

- региональные (выставки проводятся на территории одной страны, но в разных ее регионах);
- международные (участие в них принимают предприятия из многих стран; спектр продукции очень широк – от потребительской продукции до инновационных технологий);
- гостевые (выставки проводятся с привлечением только иностранных производителей);

- национальные (выставки, посвященные экономике и специфике деятельности одной страны).

По целевой направленности:

- выставки, поддерживающие существующий имидж компании (направлены на постоянных клиентов и партнеров компании, поэтому основное внимание уделяется фирменному стилю предприятия);
- пробные выставки (направлены на потенциальных потребителей, когда имидж компании находится на стадии формирования; выставка помогает его закрепить и представить публике).

Существует еще целый ряд вторичных признаков для классификации выставок. По целевому назначению экспозиции бывают торговые (выставки-продажи) и демонстрационные (носят просветительский характер). По времени проведения бывают постоянные, регулярно проводимые и единоразовые мероприятия. По своей доступности для посетителей – платные и бесплатные выставки.

По тематической принадлежности можно выделить следующие виды выставок:

- творческие;
- художественные;
- технические;
- рекламные;
- научные;
- промышленные;
- торговые;
- образовательные.

Отдельного внимания заслуживают формы экспозиций. Их можно выделить огромное количество, все зависит от фантазии организаторов.

Например, можно назвать такие виды выставок, как показ, отчет, демонстрация, викторина, интерактивная, живая выставка и т. д.

Организация выставок позволяет посетителям сформировать наиболее полное впечатление о товаре или услуге. Интерактивные экспозиции предоставляют возможность общения, посетители могут задавать вопросы, получить консультацию и внести свои предложения.²⁶

В современной России одним из флагманов выставочно-ярмарочной деятельности является Санкт-Петербург. Город имеет богатые выставочные традиции и является вторым по величине выставочным центром России после Москвы: Санкт-Петербургу принадлежит около 10% всей выставочной деятельности России, ежегодно город принимает от 180 до 200 выставочных мероприятий при непосредственном участии 15 основных городских выставочных организаторов. В течение последних 4 лет наблюдается повышение ежегодного прироста на 20–40 проектов. Среди проектов выставочной деятельности выделяются специализированные выставки, число которых в городе составляет около 88–90% от числа всех проектов, или 180 выставок по 26 основным разделам тематического классификатора выставок Международного союза выставок и ярмарок²⁷. Ниже я бы хотел рассмотреть положительные качества площадок Санкт-Петербурга, позволяющих ему идти на лидирующих позициях выставочной деятельности в современной России, и также являющихся площадками публичного пространства.

Основные выставочные центры Санкт-Петербурга – это Выставочный комплекс «Ленэкспо», Дворец спорта «Юбилейный», Ленинградский дворец молодежи, Михайловский манеж (бывший зимний стадион), Петербургский спортивно-концертный комплекс (Петербургский СКК), Информационно-выставочный центр Северо-Запада РФ «Электронстандарт», Центральный выставочный зал «Манеж».

1. Ленэкспо — выставочный комплекс в Санкт-Петербурге.

Расположен на юго-западной оконечности Васильевского острова в

²⁶Алексеев, С.П. Выставочная деятельность: лидерство и marketing mix в цифровую эпоху /С. П. Алексеев. – М.: Инициативы XXI века

²⁷Трубина, Е. Г. Город в теории: опыты осмысления пространства / Е. Г. Трубина. - М.: Новое литературное обозрение, 2010

историческом районе Гавань на берегу Финского залива. Является одним из крупнейших выставочных центров России и считается самым большим в Северо-Западном федеральном округе.

Выставочный комплекс «Ленэкспо» – один из крупнейших и авторитетных выставочных центров России и самый значительный в Северо-Западном регионе страны. «Ленэкспо» с 1995 г. член Союза международных выставок (UFI), Союза выставок и ярмарок стран СНГ и Балтии, Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты и ТПП РФ.

2. Михайловский манеж представляет собой здание длиной 160 м, шириной 35,7 м, общей экспозиционной площадью 4.338 кв. м.

Данная площадка имеет удобное расположение, транспортное сообщение, а также большое количество сервисных услуг, которые сочетаются с высокотехнологичным оборудованием, позволяющим демонстрировать на высоком уровне не только товарный, но и информационный продукт. Михайловский манеж включает в себя конференц-залы, рестораны, спутниковую связь.

3. Центральный выставочный зал «Манеж» (ЦВЗ «Манеж») открылся в 1977 г. и предназначался для проведения выставок культурной и художественной направленности.

ЦВЗ размещается в одном из красивейших зданий Санкт-Петербурга – бывшем манеже лейб-гвардии Конного полка, расположенного в ансамбле двух больших площадей – Исаакиевской и Декабристов.

Общая экспозиционная площадь центрального зала – 3000 кв. м. Он состоит из нижнего яруса и второго этажа. Зал оснащен современным выставочным и техническим оборудованием и имеет прекрасные перспективы для проведения различных мероприятий.

4. Петербургский спортивно-концертный комплекс (Петербургский СКК) – крупнейший выставочный зал Санкт-Петербурга. Его основная выставочная арена позволяет развернуть экспозиции на площади более 10.000

кв. м. Кроме того, СКК располагает комфортабельным фойе для приема посетителей в 3.500 кв. м с пресс-центром, ресторанами и барами, международным терминалом связи, зимним садом и другими дополнительными удобствами. Посетители могут пользоваться стоянками для автотранспорта, расположенными вокруг комплекса.

В данном параграфе была рассмотрена функциональная и пространственная составляющая выставочной деятельности. Мы рассмотрели структуру отдельно взятой выставки в зависимости от ее тематики и выставляемого продукта. Было выявлено, что каждой выставке соответствуют такие определяющие понятия, как сценарий выставки и сюжет выставки. Они формируют внутреннюю структуру и порядок ее проведения.

Продукт, который представляется, также играет очень большую характеризующую само мероприятие роль. Продукты бывают двух видов: информационный и товарный. В зависимости от выставляемого продукта меняется характер его презентации: от выставочного стенда для товарного продукта до фестиваля инноваций для информационного продукта.

Так же в данном параграфе была рассмотрена типология выставок в зависимости от главных выделяемых признаков. Мы рассмотрели виды выставок по целевой направленности, территориальной принадлежности, отраслевой и тематической принадлежности.

В заключении мы рассмотрели основные выставочные площадки Санкт-Петербурга и их плюсы, позволяющие городу выходить на лидирующие позиции по показателю выставок ежегодно.

В итоге, в данном параграфе была рассмотрена структурная и функциональная составляющая выставки, а также специфика выставочной деятельности в зависимости от продукта и основные выставочные площадки Санкт-Петербурга, главной из которых является платформа «Ленэкспо».

2.3 Особые функции ведущей выставочной площадки Санкт-Петербурга «Ленэкспо»

Выставочная площадка «Ленэкспо» является одной из старейших в стране. Она была основана в августе 1968 года, во время проведения в Ленинграде выставки «Инрыбпром».

В данном мероприятии приняло участие около 420 фирм и организаций из 23 стран мира. Именно для проведения этой выставки на берегу Финского залива были выстроены 6 павильонов по проекту архитекторов Евдокимова и Травникова. Еще по два павильона были возведены на берегу Финского залива и площади Морской Славы.

Выставочную площадку собирались демонтировать после «Инрыбпром», но позже было решено использовать данные выставочные ресурсы, величиной 24 тысячи квадратных метров, для проведения экспозиций только в летнее время, так как в павильонах отсутствовало отопление. В течение нескольких лет комплекс пришел в упадок и снова началась подготовка к его сносу. Однако, по инициативе председателя горисполкома В. Ходырева была разработана концепция создания постоянно действующей выставочной платформы, основой для которой стал «Ленэкспо».

В 1989 году центр «Ленэкспо» выделился в особую структуру под названием «Внешнеэкономическое выставочное объединение «Ленэкспо». Выставочный комплекс подвергся плановому расширению и к 1990 году к очередной выставке «Инрыбпром» был простроен еще один современный, по тем меркам, павильон с площадью 4000 квадратных метров.

В 1991 году «Ленэкспо» стал членом Союза выставок и ярмарок СНГ и стран Балтии. Двенадцать выставок получили почетный Знак Союза выставок и ярмарок за высокопрофессиональный уровень организации и достижения в развитии экономики.

В 1993 году «Ленэкспо» стал акционерным обществом. Уже в 1995 году платформа вступила в международный союз ярмарок (UFI). Также в 1995 году

был построен еще один современный павильон площадью 10000 квадратных метров.

Сегодня держателями акций ОАО «Ленэкспо» являются около 700 юридических и физических лиц, не обладающих контрольным пакетом. Центр «Ленэкспо» является одним из крупнейших на территории России, его закрытая площадь составляет 25 тысяч квадратных метров, а открытая 60 тысяч. Сегодня центр состоит из 7 павильонов, располагающихся на Васильевском острове, и 2 павильонов в районе современных новостроек.

«Ленэкспо» является площадкой для приблизительно семидесяти выставок, в которых принимают участие около 8000 фирм из 60 стран мира. Ежегодная проходимость всех павильонов составляет 1500000 человек. Примеры проводимых выставок данного центра: «Балтика», «Мужчина и женщина», «Российский фермер», «Рождественская ярмарка», а также специализированные выставки промышленного и научно-технического направления: «Современная упаковка и дизайн», «Интерстройэкспо», «Энергетика и электротехника», «Сварка. Защита от коррозии», «Авто+Сервис Шоу Автомеханика СПб», «Нева», «Трантек» и др.

«Ленэкспо», являясь одной из ведущих выставочных площадок, обладает уникальными архитектурными особенностями, определяющими и его уникальные функции.

Таким образом, можно выделить основные следующие архитектурные особенности выставочного комплекса Ленэкспо.

1. Платформа для постройки комплекса выбрана исходя из необходимости наличия открытого пространства для рационального освещения всех выставочных залов²⁸. Важно отметить, что характерными особенностями расположения комплекса также являются удобные транспортные коммуникации, отсутствие жилых и промышленных построек непосредственно

²⁸Исаченко, В.Г. Архитектура Санкт-Петербурга: Справочник-путеводитель / В. Г. Исаченко. - СПб.: Паритет, 2002

рядом с комплексом, эти особенности дают возможность использования межпавильонного пространства для экспозиций.

2. Архитектурное пространство павильонов спроектировано специально для того, чтобы размещать экспозиции самого разнообразного направления, от художественных выставок до промышленных за счет монтажа внутренних перегородок.

3. Важно использование стекла в архитектуре комплекса, это решает следующие пространственные задачи. Во-первых, решается проблема освещения с помощью естественного света, а во-вторых, данный дизайн выполняет также и эстетическую функцию.

4. В составе комплекса не один, а несколько павильонов. Это дает уникальную возможность проведения одновременно многообразных тематических выставок, либо секторное тематическое деление выставки одной тематики.

5. Интересное решение дизайнеров комплекса по поводу главного входа хорошо вписывается в общий стиль застройки Васильевского острова, а многообразие использованных в постройке и оформлении материалов – конструкций из металла и стекла – придает данной выставочной площадке уникальность и ставит ее в один ряд с самыми интересными архитектурными сооружениями второй половины XX века в России.

6. Архитектурный стиль «Ленэкспо» подразумевает самостоятельность данного комплекса как архитектурного сооружения. Это суждение можно сделать исходя из того, что «Ленэкспо» обладает оригинальными архитектурными формами, следует основным канонам современной архитектуры. Само здание имеет уникальный и запоминающийся обывателю облик. Особое сочетание архитектуры фасадов, планировки центра и использование в оформлении современных материалов и технологий делает

выставочную площадку «Ленэкспо» одним из самых узнаваемых зданий в Санкт-Петербурге и России.²⁹

Выставочная площадка «Ленэкспо», принимая в учет все ее архитектурные и исторические особенности, выполняет большое количество самых разнообразных функций в публичном пространстве, которые будут рассмотрены ниже. Уникальная архитектура и многочисленность павильонов, находящихся в процессе постоянного развития, дает возможность осуществления как общих функций, описанных выше в параграфе 1.3, которые тоже будут рассмотрены в разрезе «Ленэкспо», так и уникальных, присущих только данной платформе.

Во-первых, следует выделить коммуникативную функцию. Разнообразие выставок обеспечивает данную площадку многообразием посетителей, каждый из которых обладает уникальным набором собственных установок. Процесс выставки, как уже писалось выше, не является созерцательным процессом. Это проходящий по всем правилам публичный диалог. «Ленэкспо» в данном случае не является исключением. Участники выставки, как представляющие товарный или информационный продукт, так и простые обыватели, попадая в данную среду, получают мотивацию к коммуникации. Обмен информацией подразумевает собой не бесцельное общение, а продуктивное взаимодействие, в результате которого видоизменяется или формируется новая установка у участников диалога. В качестве примера можно рассмотреть выставку ТРАНСТЕК 2016, посвященную развитию портов и судоходства. В процессе взаимодействия на данной выставке инвесторы, государственные структуры и структуры смежных видов транспорта обменивались информацией и выработывали общие решения развития данной отрасли. Это показывает нам, что выставочная площадка «Ленэкспо» во время ТРАНСТЕК 2015 стала главной платформой для коммуникации в данной сфере, в результате взаимодействия на

²⁹Исаченко, В.Г. Архитектура Санкт-Петербурга: Справочник-путеводитель / В. Г. Исаченко. - СПб.: Паритет, 2002

которой участники пришли к консенсусу по многим вопросам, обмениваясь своими проектами. В результате выполняется функция обмена информацией между общественными акторами. Мы видим, что в данном случае, платформа «Ленэкспо» стала публичной площадкой для коммуникации. Стоит так же отметить, что данный процесс характерен для абсолютно любой выставки, даже форума садоводов. Люди взаимодействуют и обмениваются информацией, связанной с выставочным продуктом, вне зависимости от масштаба или тематики выставки.

Так же стоит рассмотреть специфику внедрения инновационных практик на выставочной платформе «Ленэкспо». В 2009 году в данном центре прошел крупнейший инновационный форум «Российская инновационная неделя», на котором были представлены инновационные проекты развития города. По его результатам было принято решение о создании инновационно-технологических центров и инновационных инкубаторов, производств на основе нанотехнологий, кластеров в самых разных отраслях промышленности. В данном случае мы видим осуществление инновационной функции на этой выставочной площадке. В процессе публичного диалога вырабатываются инновационные практики, они согласовываются и получают свое развитие в общественной (или государственной, как в случае с «Российской экономической неделей»). В результате выставочная деятельность на площадке «Ленэкспо» выполняет функцию публичности по внедрению инновационных практик, что является еще одним доказательством принадлежности выставочной деятельности к публичной сфере.

Одной из особенных функций публичности является согласование на ее поле распределения материальных ресурсов. После этого согласования, принимаются определенные меры, являющиеся проекцией решения в публичной сфере на материальный мир. Примером осуществления данного пункта на платформе «Ленэкспо» может являться абсолютно любая бизнес-выставка. В таких выставках участвуют коммерческие структуры, частные

предприниматели, государство, в процессе выставки они вступают в диалог. Каждый актер несет в данный диалог свое видение распределения ресурсов в реальном мире. В процессе коммуникации, при идеальном протекании публичного диалога, должно быть выработано устраивающее каждого участника решение. Оно принимается всеми актерами и переносится ими в материальную жизнь в качестве модели распределения ресурсов, о которой они договорились. В данном случае мы видим, что коммуникация на выставочной платформе, в частности «Ленэкспо», может влиять на распределение материальных ресурсов в общественной и государственной жизни.

Ленэкспо как выставочный комплекс продолжает развиваться. В северной части Санкт-Петербурга на проспекте Просвещения в двух павильонах находится фирма «Досуг», своего рода экспериментальная база «Ленэкспо». Впервые на этой площадке были проведены теперь уже традиционные выставки «Ярмарка вин и водок», «Пивной аукцион», «ЗООсфера». Теперь здесь разместился торгово-развлекательный центр³⁰.

Часть выставок «Ленэкспо» организует на паритетных началах с российскими, в частности, петербургскими партнерами, среди которых ВО «Рестэк», ассоциация «Регион», ЗАО «Всемирная ярмарка «Российский фермер», а также с зарубежными выставочными организациями из Австрии, Великобритании, Германии, Италии, США, Финляндии и других стран.

Службы и подразделения «Ленэкспо» готовы помочь в решении любых проблем. Участники выставок могут воспользоваться услугами Транспортно-экспедиционной Фирмы «ПанБалтСервис». Она возьмет на себя все заботы по экспедированию и перевозке экспонатов, поможет в таможенном оформлении и декларировании.

³⁰Гусев, Э. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом : учеб.-метод. пособие / Э. Б. Гусев. – М.: Дашков и Кш , 2004

Являясь особой выставочной площадкой, «Ленэкспо» также выполняет уникальные для себя функции, связанные с особенностью функционирования и архитектурой комплекса.

Во-первых, архитектурные особенности, описанные выше, являются очень мощным катализатором коммуникации индивидов. Стекло-бетонные стены, большое открытое пространство подсознательно побуждают человека к открытому диалогу, это явление социальной архитектуры. Люди, попадая в данную среду становятся более открытыми к диалогу, что очень сильно облегчает его процесс. На такой публичной площадке человек гораздо более склонен к приему установок от других людей и изменению своей, при наличии грамотных аргументов. Таким образом, именно на площадке «Ленэкспо», в связи с ее особенной архитектурой публичный диалог становится качественнее.

Во-вторых, большое многообразие павильонов обеспечивает большее разнообразие публичного диалога. В качестве примера можно рассмотреть ситуацию, при которой в одно время в трех соседних павильонах проходит выставка садоводов, художественная выставка и выставка под названием «Сотрудничество России и Китая». Люди, идущие на любую из трех выставок, являются заинтересованными выставляемым продуктом или продуктами конкретно той выставки, которую они выбрали. Но из-за близости павильонов, на данной площадке появляется уникальная возможность взаимодействия и коммуникации людей сразу с трех разных мероприятий. Общественный диалог в такой ситуации становится гораздо более разнообразным и динамичным, обогащаясь самыми разными установками от разных индивидов.

Таким образом, при сравнении общих и особых функций, выполняемых на платформе выставочного комплекса «Ленэкспо», с функциями, выполняемыми на публичных площадках в публичном пространстве, мы можем сделать вывод, что они идентичны. Выставочная деятельность является структурным элементом публичного пространства, который выполняется на платформе выставочных комплексов, таких как «Ленэкспо». Внедрение

инновационных практик, распределение материальных ресурсов, самореализация индивидов через коммуникацию и самая важная коммуникативная функция присутствуют в выставочной деятельности вместе с акторами, взаимодействующими друг с другом.

Заключение

Публичное пространство является важной структурной частью современной общественной и государственной жизни. Во время коммуникации людей внутри публичной сферы происходит выработка большого количества оригинальных практик, оказывающих прямое влияние на характер взаимодействия людей и институтов и характер развития многих сторон жизни современного социума. Работы известных ученых на данную тематику и концепции, разработанные ими еще в XX веке, продолжают набирать популярность и сегодня. Работы Х. Арндт, Ю. Хабермаса, П. Бурдьё становятся базисом для современных исследований этого феномена. В связи с этой тенденцией также повышается важность исследования не только философской, но и практической составляющей данного понятия. Сегодня публичная сфера рассматривается в разрезе ее структурных и функциональных компонентов, исследование которых может принести практическую пользу в выстраивании, например, каналов взаимодействия общества со структурами власти. Одним из таких компонентов, как было доказано в данной дипломной работе, является выставочная деятельность. Выставочная деятельность является структурным элементом публичной сферы, выполняя широкий спектр ее функций. Это связано в первую очередь со спецификой самого феномена выставок, позволяющей им становиться базой для обширного и разнообразного процесса коммуникации. В этом заключалась актуальность и оригинальность данного исследования. Впервые рассмотреть выставочную деятельность как элемент публичного пространства в современной России, взяв за основу выставочную площадку «Ленэкспо».

Данная дипломная работа состоит из двух частей. В первой части, состоящей из трех параграфов, был проведен теоретический анализ фундаментальных для понятия публичной сферы трудов таких ученых и философов как Х. Арндт, Ю. Хабермас, П. Бурдьё и Р. Сеннет. Несмотря на разный характер и уникальность исследований каждого из вышеперечисленных

ученых, были выделены ключевые моменты общей концепции публичного пространства. Они заключаются в противопоставлении публичного и частного пространства каждого человека и прямой зависимости между ними, а также в роли людей как акторов, являющихся ключевой структурной единицей публичного пространства, обеспечивая его функционирование. Также в данной главе были выявлены и проанализированы структурные и функциональные особенности публичной сферы. Мы рассмотрели структурные единицы публичности в виде акторов и основных публичных площадок, а также выделили особенности и специфику их функционирования. В последнем параграфе первой части было рассмотрено разнообразие функций публичного пространства в современном мире, в зависимости от их объекта (индивид, общество, государство). Таким образом, в теоретической части мы рассмотрели самые известные концепции публичной сферы и, проанализировав их, выделили ключевые особенности структурной и функциональной составляющих публичности, что помогло нам в практической части с выделением выставочной деятельности в качестве элемента публичной сферы.

Вторая часть данного исследования рассматривает выставочную деятельность как элемент публичного пространства. Она также состоит из трех параграфов. В первом параграфе дается понятие выставочной деятельности, описывается ее особенности и специфика, но главной составляющей первого параграфа является рассмотрение выставочной деятельности как публичного диалога. На примере выявления ключевых характеристик публичного диалога, таких как подготовленность заранее, структурированность и большая степень предметности, мы смогли выявить те же свойства у выставочной деятельности. Также роли, распределяемые между людьми в публичном диалоге (модератор, реципиент), подходят и к участникам выставок. Таким образом, выставочную деятельность можно назвать видом публичного диалога, что является первым аргументом в пользу того, что она является элементом публичной сферы. Во втором параграфе мы рассмотрели функциональные и пространственные

составляющие выставок, а также дали характеристику основным выставочным площадкам Санкт-Петербурга. В заключение практической части данной работы, мы проанализировали работу выставочного центра «Ленэкспо». В результате исследования были выявлены основные функции, которые выполняет выставочная деятельность на данной площадке, и сравнили их с функциями, которые выполняются публичной сферой. Проведя данное сравнение, мы пришли к выводу, что функциональная составляющая этих двух понятий пересекается, и выставочная деятельность может выполнять большой сегмент функций публичной сферы. Этот вывод в соединении с умозаключением о том, что выставочная деятельность является формой публичного диалога, дает основание полагать, что она является важным элементом публичного пространства.

Таким образом, в двух частях данной работы были решены все задачи, поставленные во введении. Мы проанализировали фундаментальные концепции, являющиеся базисом для исследований публичной сферы, и определили ее структурную и функциональную составляющую. Это дало нам возможность рассматривать выставочную деятельность как элемент публичности в практической части. Во второй части мы решили следующие задачи: рассмотрели выставочную деятельность как форму публичного диалога, основываясь на результатах анализа из первой части, и проанализировали выставочную деятельность «Ленэкспо». В результате мы смогли выделить выставочную деятельность как элемент публичного пространства через сравнение функциональной и структурной связи данных понятий. Таким образом, была достигнута цель данной дипломной работы.

Практическая составляющая данного исследования заключается в том, что выставочная деятельность является феноменом, не рассматриваемым в качестве элемента публичного пространства, дающего возможность взаимодействовать с публичностью и управлять ей. Если рассматривать данный институт именно в ключе публичной сферы, то открываются новые

возможности коммуникации внутри нее. Функции публичности, итак выполняемые выставочной деятельностью, могут стать интенсивнее и качественнее. При правильном подходе и правильном распределении ресурсов (человеческих и материальных) государство может достигать больших результатов во многих сферах общественной жизни. Например, при грамотной организации инновационной выставки, учитывая особенности выставочной деятельности как элемента публичного пространства, и при грамотной профессиональной организации публичного диалога, можно получить результат гораздо более качественный, чем он получается обычно.

Таким образом, после планомерного решения поставленных во введении задач, в данной дипломной работе была достигнута поставленная цель, и было выявлено, что публичное пространство включает в себя выставочную деятельность в качестве своего элемента.

Список литературы

1. Акилова, Е. В. Выставочная деятельность / Е. В. Акилова. – Самара: Аудит и налогообложение, 2006. – 98 с.
2. Алексеев, С.П. Выставочная деятельность: лидерство и marketing mix в цифровую эпоху /С. П. Алексеев. – М.: Инициативы XXI века, 2012. – 216 с.
3. Алексеева, Т. А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? / Т. А. Алексеева. – М.: Философские науки, 2005. - 116 с.
4. Алексеева, Т.А. Современные политические теории/ Т. А. Алексеева. – М.: РОССПЭН, 2001. – 479 с.
5. Андрияка, С. Н. От административных стереотипов к новым технологиям / С. Н. Андрияка. – М.: Справочник руководителя учреждения культуры, 2004. – 132 с.
6. Андрющенко, В. И. Интенсификация деятельности в сфере выставочных технологий / В. И. Андрющенко. – М.: Экономика и производство, 2009. – 88с.
7. Арндт, Х. Vita active, или О деятельной жизни / Х. Арндт. - СПб.: Модерн, 2000. – 151 с.
8. Арндт, Х. Ситуация человека / Х. Арндт. - СПб.: Вопросы философии, 2002. – 172 с.
9. Беляева Н.Ю. Публичная политика в современной России: субъекты и институты / Н. Ю. Беляева. - М.: ТЕИС, 2006. – 107 с.
10. Бердышев С. Н. Организация выставочной деятельности : учебное пособие / С. Н. Бердышев. – М.: Дашков и К, 2010. - 228 с.
11. Берберих М.В. Коммуникативный подход и историческая концепция Юргена Хабермаса / М. В. Берберих. – Волгоград: Линия М, 2011. – 96 с.
12. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, К. Лукман. – М.: Дурма, 1995. – 387 с.

13. Борисова, О. О. Рекламные и выставочные технологии в библиотечно-информационной деятельности : учебно-практическое пособие / О. О. Борисова – М. : Литера , 2010. - 152 с.
14. Бумагина, Е.Л. Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества / Е. Л. Бумагина. - М.: Литера, 2002. – 105 с.
15. Бурдые, П. Начала / П. Бурдые. - М.: Socio-Logos, 1994. - 315 с.
16. Бурдые, П. Социология политики / П. Бурдые. - М.: Socio-Logos, 1993. - 267 с.
17. Бурдые, П. Структуры, habitus, практики / П. Бурдые. - М.: Socio-Logos, 1995. - 321 с.
18. Бурдые, П. Социальное пространство и символическая власть / П. Бурдые - М.: Socio-Logos, 1994. — 288с.
19. Быстров, Ю. Л. Выставки - инструмент маркетинга / Ю. Л. Быстров. – СПб.: Матинг, 2005. – 111 с.
20. Вахштайн, В. Лекция «Грамматика городского пространства» из цикла «Лекции в Политехническом» / В. Вахштайн. – СПб.: Офра, 2012. - 145 с.
21. Витгенштейн, Л. Логико-философский трактат/ Л. Витгенштейн. – М.: Гнозис, 1994. – 231 с.
22. Встретимся на выставке : приметы эффективного стенда / Маркетолог. – М.: Тонен, 2010. - N 2. – 32 с.
23. Вышкин, П. А. Выставочная деятельность. Русская галерея - XXI век / П. А. Вышкин. – М.: Логос, 2011. – 158 с.
24. Гадышев, С.А. Современные подходы к определению публичной политики / С. А. Гадышев. – М.: Гуманитарный вектор, 2010. – 90 с.
25. Гофман, И.Символы классового статуса/ И. Гофман. – М.: Логос, 2003 – 146 с.

26. Зайцев, А.В. Диалогика гражданского общества: истоки, понятие, смысл / А. В. Зайцев. – Кострома: Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова, 2012. –67с.
27. Гусев, Э. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом : учеб.-метод. пособие / Э. Б. Гусев. – М.: Дашков и Кш , 2004. – 514 с.
28. Евтеев, М.А. Современное состояние и проблематика выставочной деятельности в России / М. А. Евтеев. – СПб.: Вестник РАЕН , 2012. – 145 с.
29. Исаченко, В.Г. Архитектура Санкт-Петербурга: Справочник-путеводитель / В. Г. Исаченко. - СПб.: Паритет, 2002. – 413 с.
30. Казаков, М.Ю. Интернет как сетевая публичная сфера. Современные проблемы науки и образования / М. Ю. Казаков, В. А. Кутырев. М.: Омра, 2013. –89 с.
31. Комарова Е.В. Опыт развития выставочной индустрии Германии / Е. В. Комарова. – М.: Известия ИГЭА, 2012. – 124 с.
32. Кондратов, С. А. Большая энциклопедия. Т. 55: Флемальский мастер – Хабермас. – 590 с.
33. Кондрашина, М. И. Российские СМИ в условиях диверсификации публичной сферы. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология / М. И. Кондрашина. – Томск: Сомвит, 2010. – 50с.
34. Кременецкая, Е. М. Перспективы будущего. Бизнес и выставки / Е. М. Кременецкая. – М.: Логос, 2012. – 80 с.
35. Куренной, В. А. Кризис публичной сферы / В. А. Куренной. – Самара: Политический журнал, 2007. - № 3–4. – 45 с.
36. Лапшин, А.В. Пора принимать правила игры / А. В. Лапшин . – М.: Информ ЭКСПО, 2010. – 124 с.
37. Малинова О.Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в современной России / О. Ю. Малинова, под ред. И. Т. Машко. – М.: Полис, 2007. – 48 с.

38. Мильчик, М.И. Исторический город и современная архитектура / М. И. Мильчик. - Л.: Ленингр. орг. о-ва «Знание» РСФСР, 1990. – 103 с.
39. Мотрошилова, Н.В. О лекциях Юргена Хабермаса в Москве и об основных понятиях его концепции . Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность / Н. В. Мотрошилова. – М.: Полис , 1992. – 119 с.
40. Никитин Ю.А. Выставочный Петербург: От экспозиционной залы до Ленэкспо / Ю. А. Никитин. - Череповец: Полиграфист, 2003. – 203 с.
41. Паченков О. Б. Публичное пространство города перед лицом вызовов современности: мобильность и «злоупотребление публичностью». Новое литературное обозрение / О. Б. Паченков, под ред. У. С. Соколова. – СПб.: Вестник, 2012. - №117 – 204 с.
42. Риттер, М. Публичная сфера как идеал политической культуры. Граждане и власть: новые подходы / М. Риттер. – М.: Логос, 1998. – 199 с.
43. Сеннет, Р. Падение публичного человека / Р. Сеннет, пер. с англ. О. Г. Исаевой, Е. Л. Синекопова. – М.: Нора, 2007. – 201 с.
44. Твардовский, Д.В. Концепция коммуникативной рациональности в трудах Ю. Хабермаса / Д. В. Твардовский. – М.: Москва, 2006. – 22с.
45. Трахтенберг, А.Д. Рунет как публичная сфера: хабермасовский идеал и реальность / А. Д. Трахтенберг, под ред. В. С. Живорского. – Екатеринбург: Политэкс, 2006. – 153 с.
46. Трахтенберг, А.Д. Интернет и возрождение «публичной сферы» Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН / А. Д. Трахтенберг. – Екатеринбург: ПОЛИТЭКС, 2007. – 236 с.
47. Трубина, Е. Г. Город в теории: опыты осмысления пространства / Е. Г. Трубина. - М.: Новое литературное обозрение, 2010. – 245с.
48. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. - М.: Гивас, 2004. - 312 с.

49. Фремптон К. Современная архитектура: Критический взгляд на историю развития / К. Фремптон, пер. с англ. Е.А. Дубченко; Под ред. В.Л. Хайта. - М.: Стройиздат, 1990. –333 с.
50. Хабермас, Ю. Политические работы / Ю. Хабермас. - М.: Праксис, 2005. – 131 с.
51. Шматко Н.А. Феномен публичной политики / Н. А. Шматко. – Волгоград: Глобус В, 2001. - 255 с.