



Рисунок 1 – П.П. Рубенс
"Похищение дочерей Левкипа"

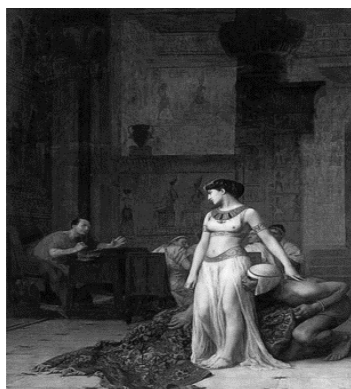


Рисунок 2 – Жан-Леон
Жером «Клеопатра
и Цезарь»



Рисунок 3 – В.М. Васнецов
«Гамаюн птица вещая»

Заключение. Мифология является значимым аспектом культуры любых народов, она многообразна и многогранна, а потому её влияние на искусство огромно. На основе мифологии создавались классические сюжеты и архетипы, которыми мы пользуемся и сегодня, формировались жанры. Художественные образы, выстроенные на основе фольклора позволяют тонко выстраивать аллюзии и ассоциации, рассказывать более глубокую историю и выстраивать сложные сюжеты.

1. Миф и изобразительная деятельность человека: к постановке проблемы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://history.wikireading.ru/8599> – Дата доступа: 10.09.2023

2. Миф в изобразительном искусстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mif-i-izobrazitelnaya-deyatelnost-cheloveka-k-postanovke-problemy/viewer> – Дата доступа: 09.09.2023

3. Мифологическая живопись [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artrecept.com/zhivopis/zhanry/mifologicheskiy> – Дата доступа: 08.09.2023

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСТАВОЧНОГО ПРОЕКТА

Васёха В.М.,

*магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Цыбульский М.Л., канд. искусствоведения, доцент*

Ключевые слова. Выставочный проект, этапы проекта, планирование, организация, мероприятие.

Keywords. Exhibition project, project stages, planning, organization, event.

Выставочная деятельность является одним из важнейших аспектов арт индустрии. Это позволяет художнику коммуницировать с аудиторией, заявить о себе и демонстрировать свои работы. Для аудитории это возможность культурно обогатиться, познакомиться с новыми мастерами и получить положительные эмоции. Детские выставки демонстрируют успехи учеников той или иной художественной школы, уровень работы преподавателей, помогают в продвижении юных дарований.

Целью данного исследования является систематизация знаний об особенностях проведения выставок, этапах их подготовки и важных аспектах организации.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили общие сведения по теории выставочной деятельности и арт-менеджмента из научной литературы и открытых источников. При исследовании использовались аналитический и сравнительно-сопоставительный методы, метод обобщения и систематизации.

Результаты и обсуждение. Прежде всего стоит обозначить, что выставкой может называться как демонстрация достижений в самых различных областях общественной, научной и культурной жизни общества, так и непосредственно место проведения меро-

приятия. Ранее термин «выставка» был тождественен термину «экспозиция», но в последние десятилетия эти понятия дифференцировались. «Экспозицией» начали называть собрания имеющие относительно постоянный характер, тогда как «выставка» представляет собой явление временное [1].

Основными этапами работы над выставкой можно назвать:

- Предвыставочная работа
- Работа на выставке
- Работа после выставки

Подготовку к выставке следует начинать заранее и чем масштабней планируемое мероприятие, тем больше времени потребуется на подготовку. Предполагается, что предвыставочная работа начнётся вскоре после утверждения темы выставки. Важно учитывать не только общий масштаб мероприятия, но и место его проведения, поставленные цели и материальную базу.

Для учета всех аспектов производится планирование выставочного процесса, в котором отражаются все виды деятельности, в зависимости от поставленных задач, в четкой временной последовательности. Планирование предусматривает конкретизацию целей, аналитические данные о подобных мероприятиях и настроениях аудитории, смету расходов и организационный процесс (подбор персонала, выбор экспонатов, стенда, режима работы и т.д.) [2].

Далее следует позаботиться о месте проведения, договориться с художниками либо организациями, готовыми предоставить свои работы для участия в выставке. Провести отбор и осуществить транспортировку экспонатов, подготовить стенды. Внешний вид выставки имеет большое значение, по первому впечатлению посетители будут оценивать качество и уровень мероприятия.

Для любой выставки большую роль играет рекламная компания. Очень важно осветить новость и донести ее до масс, обозначить основную информацию и привлечь внимание.

По завершении всех предварительных работ начинается второй этап: непосредственная работа на выставке. Сюда так же входит планирование локальных мероприятий: работа со зрителями, встречи с авторами, критиками и искусствоведами, темы бесед, возрастные и социальные аспекты. Организация вспомогательных материалов, таких как видео и аудио сопровождение, информационные стенды, работа консультантов и дополнительное привлечение внимания. Второй этап длится на протяжении всей работы выставки и является наиболее показательным. Именно на этом этапе как правило проявляются недочеты предварительной работы, а потому его можно считать самым напряженным.

После закрытия выставки начинается третий этап, работа на котором предполагает доведение до конца всех финансовых и технических вопросов, подведение итогов и общую оценку мероприятия. Так как большинство проектов предполагает продолжение и развитие, закрытие выставки может стать только переходным, подготовительным этапом для дальнейших действий. Собрание экспонатов может быть отправлено в другой город или страну для участия в иных мероприятиях. В таком случае рекламная компания продолжится. Нередко на основе одной выставки формируется база для нового проекта, переосмысливается и оценивается результат.

Заключение. Таким образом, организация выставочного проекта представляет собой сложную систему, поделенную на три основных этапа, каждый из которых предполагает постановку конкретных целей и выполнения определенных задач. Первый и наиболее длительный этап посвящен подготовительной работе и планированию. Он требует большого внимания и кропотливой работы. Второй этап – сама выставка и все сопутствующие ей мероприятия, их проведение и организация. Последний этап подразумевает оценку проделанной работы и подготовку к новому витку в жизни проекта.

1. Симонов, К. В. Современные технологии управления выставочными проектами / К. В. Симонов // Менеджмент в России и за рубежом. - 2007. - N 4. - С. 125-129.

2. Выставочная и ярмарочная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/marketing/prodvizhenie_produkcii_marketingovye_kommunikac – Дата доступа: 07.09.2023

3. Технологии организации выставочной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/eZPv88x2HQC.html> – Дата доступа: 10.09.2023

4. Технологии выставочной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/tehnologii-vystavochnoj-d> – Дата доступа: 11.09.2023