Юлия Владимировна Таранова

Санкт-Петербургский государственный университет

[j.taranova@spbu.ru](mailto:j.taranova@spbu.ru)

**Всемирная выставка «Экспо-2020» – взгляд в будущее и сохранение традиций**

В результате анализа коммуникации павильонов стран-участников выставки «Экспо-2020» в Дубае выделены ряд значимых трендов в их взаимодействии с посетителями: персонализация, адаптивность, иммерсивный опыт и др.

Ключевые слова: выставка, Экспо, коммуникация, цифровая среда.

Выставка «Экспо-2020» в Дубае открылась лишь в октябре 2021 г. – зато в оффлайне, а не только в виртуальном пространстве. Выставка проходила как с продолжением традиций знаменитых выставок прошлого, так и с внедрением новейших технологий с учетом современных трендов и требований, продиктованных пандемией Covid-19.

Можно сказать, что выставка проходит сразу в двух мирах – быстром и медленном, реальном и цифровом. Посетители могут выбрать, как им почувствовать атмосферу выставки – купить билет и обойти все своими ногами, попробовать гастрономические изыски разных стран и получить «живые» впечатления или же принять участие в виртуальном туре с помощью сайта [1], приложения и социальных сетей.

Современный мегаполис живет и функционирует в двух темпоральных пространствах. В быстром, с расчетом на мгновенную реакцию и способность к постоянной адаптации, примеряя на себя реальность с апгрейдом, то дополненную, то смешанную, населяя свои улицы роботами, а виртуальные гостиные – чат-ботами. И в медленном пространстве, необходимом как компенсация избыточной скорости. Наряду с активным освоением цифровых форматов пандемийный стресс четче обрисовал контуры стратегического характера коммуникаций территорий. Актуализировались проекты, опирающиеся на уникальные устойчивые характеристики территорий, в том числе подчеркивающие их природные особенности, культурную ценность, традиции (см. подробнее [3]). То же можно сказать и о всемирной выставке, по дистриктам которой путешествуют роботы-маскоты, здороваясь с посетителями, в киосках продают бумажные каталоги и сувениры, а специально созданный водопад и смотровая площадка в виде сада в небе позволяют получить необычный опыт и эмоции в дополнение к насыщенной деловой программе выставки.

Три главных тематических тренда выставки – мобильность, устойчивое развитие и возможности. Каждый тренд дал название своему дистрикту. В результате анализа коммуникации павильонов разных стран выделим ряд значимых моментов в их взаимодействии с посетителями.

1. Персонализация опыта. Один из самых ярких в этом контексте - павильон Японии. Само здание воздушное, будто оригами. Каждому посетителю выдают смартфон, который настраивается индивидуально, помогая создать эксклюзивный опыт, и дарят виртуальный цветок как символ японского гостеприимства.

2. Адаптивность и развитие. Адаптивные павильоны сообщают посетителям выставки: мы гибкие и готовы меняться с учётом нестабильной действительности. Фасад павильона Великобритании демонстрирует поэтическое послание, сгенерированное искусственным интеллектом и дополняемое посетителями. Павильон Китая с наступлением темноты устраивает световое шоу. Павильон России впечатляет своим архитектурным решением, воплощающим идею постоянного движения, развития смыслов и экспозицией, посвященной творческому разуму. Павильон Республики Корея привлекает динамическим фасадом: «Вращающийся куб имеет одну цифровую и три аналоговые цветные грани. Он стремится быть одновременно цифровым и аналоговым (digi\_logue)» [2]. Потрясающее здание павильона ОАЭ также готово к движению и похоже на крылья сокола: «На полную внешнюю трансформацию здания уходит всего 3 минуты» [2].

3. Связь технологий с природой. Павильон дистрикта Sustainability направляет посетителей по двум маршрутам – океан и лес, демонстрируя необходимость рационального потребления и заботы о природных богатствах. Особенно пронзительно демонстрируют значимость воды павильоны, где показана ее нехватка. В павильоне Оpportunity каждый может «попробовать» добыть воду сетью из тумана вслед за фермером из Перу.

4. Иммерсивный опыт. В павильоне Austria makes sense пространство взаимодействует с посетителем, активируя все органы чувств; в павильоне Швейцарии можно подняться на гору в тумане – все это создает посетителям уникальный опыт.

Всемирная выставка в Дубае завершится в марте 2022 г. и оставит после себя два следа: реальный и цифровой. Цифровой дольше сохранится в сети, реальный же опыт, испытанный нами, ярче отразится в нашей памяти.

Литература

1. Сайт Экспо-2020. <https://www.expo2020dubai.com/ru/understanding-expo>.

2. Юшкевич М. 12 павильонов, на которые стоит обратить внимание на Expo 2020 в Дубае. URL: <https://www.google.ru/amp/s/www.admagazine.ru/article/11-pavilonov-kotorye-stoit-uvidet-na-dubai-expo-2020/amp>.

3. Taranova Yu. V., Gavra D. P. Imperatives of the Fast and Slow Words in Strategic Communications of the Territory // Proceedings of the 2021 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS 2021). 2021. P. 118–121.