

Organisational and Financial Models of World Exhibitions¹

Izabela Sykta

Modele
organizacyjne
i finansowe wystaw
światowych¹

Key words: world exhibitions, expo, financing, organisational models

Introduction

According to Siegfried Giedion international exhibitions created “a particular unity of forms created by trade, religious and secular ceremonies, folk games and pastimes” (Giedion, 1968). When the first world exhibitions were organised, in the second half of the 19th century, the mission of promoting culture and civilisation progress and sharing innovative technological ideas was particularly emphasised (de Jong, Mattic, 1994). With time, as the organisers became increasingly profit-oriented, such events became more mass-oriented so the focus shifted to equipping exhibition grounds with facilities that would attract crowds of visitors. Initially this function was performed by the exhibition facilities themselves, as they competed by originality and innovativeness, in this way “baiting” the “sightseeing industry”. This is where cultural capital [Bourdieu 2007] translated into economic capital, by linking the appeal of the new exhibition architecture to the growing economic attractiveness of exhibition spaces. Umberto Eco pointed to strong links between architecture and the laws of economics, writing: “Architecture operates in a commodity-based society. It is governed by market conditions more than other kinds of artistic activity – to

the same extent as mass culture products” [Eco 1970, p. 320]. Architecture and landscape that was “sold” during the largest trade fairs in modern history were governed by these laws in a particular way. Exhibitions, as national events, were strongly involved in politics. Propaganda became the main tool for the creation of exhibitions, which was manifested in the aggressive nationalism of facilities and in creating an artificial, false reality of their environment – the specific expo landscape [Jencks, 1989].

High technological and cultural aspirations of the exhibitions became insufficient, giving way to popular entertainment and commerce, while quality gave way to mass entertainment and attendance became the main indicator of success². Entrance fees were the economic “signature” of each expo. The organisation of exhibitions involved financial risk. Many of them, such as the exhibitions in Vienna in 1873, Paris in 1878 or New York in 1964, suffered major losses due to failure to attract the planned number of visitors. Government support was important, because speculative enterprises, based mainly on private financing, were unable to achieve the status needed to gather large crowds. The first exhibitions – in London in 1851 and 1862 and in Paris in 1855 attracted millions of people because of their innovativeness. However, in the last decades of the 19th century, when exhibitions became increasingly popular, wonders of technology became insuf-

Słowa kluczowe: wystawy światowe, expo, finansowanie, modele organizacyjne

Wprowadzenie

Według Siegfrieda Giediona [1968] wystawy międzynarodowe tworzyły: „szczególną wspólnotę form zrodzonych przez handel, ceremonię religijną i świecką, gry i zabawy ludowe”. Na początku ich organizacji, w drugiej połowie XIX w., eksponowano misję propagowania kultury i postępu cywilizacyjnego oraz wymianę nowatorskiej myśli technicznej [de Jong, Mattic 1994]. Z czasem rosnące podążanie organizatorów za zyskiem doprowadziło do nadania tym wydarzeniom charakteru masowego, a zatem przeniesienia punktu ciężkości na wyposażenie terenów wystawowych w atrakcje, które mogą przyciągnąć rzesze zwiedzających. Początkowo stanowiły je same obiekty wystawowe, konkurujące między sobą oryginalnością i nowatorstwem, magnetyzujące publiczność przynęty „przemysłu zwiedzania”. Dokonywało się tu przełożenie kapitału kulturowego [Bourdieu 2007] na kapitał ekonomiczny – poprzez powiązanie atrakcyjności nowych obiektów architektonicznych ze wzrostem ekonomicznej atrakcyjności przestrzeni ekspozycyjnych. Umberto Eco, wskazując na silne powiązania architektury z prawami ekonomii, pisał: „Architektura działa w spo-

łeczeństwie towarowym. Podlega ona uwarunkowaniom rynkowym bardziej niż inne rodzaje działalności artystycznej – w tym samym stopniu, co wytwory kultury masowej” [Eco 1970, s. 320]. Architektura i krajobraz „sprzedawane” na największych targach we współczesnej historii były podporządkowane tym prawom w sposób szczególny. Wystawy jako wydarzenia państwowe były silnie uwikłane w politykę. Propaganda stawała się głównym narzędziem architektury wystaw, co przekładało się na nachalny nacjonalizm obiektów oraz kreowanie ich sztucznego, fałszującego rzeczywistość otoczenia – specyficznego krajobrazu expo [Jencks 1989].

Wysokie aspiracje techniczne i kulturalne wystaw przestawały wystarczać, oddając pole popularnej rozrywce i handlowi. Jakość przeszła w masowość, głównym wyznacznikiem sukcesu ekspozycji stawała się frekwencja². Opłaty za wstępy były ekonomicznym stępem każdego expo. Z organizacją wystaw wiązało się ryzyko finansowe. Wiele z nich, np. wiedeńska w 1873 r., paryska w 1878 r. czy nowojorska w 1964 r., miało poważne straty z powodu nieosiągnięcia zakładanej frekwencji. Ważne było wsparcie rządowe, gdyż przedsięwzięcia spekulacyjne, opierające się głównie na prywatnym finansowaniu, nie były w stanie uzyskać odpowiedniej rangi, by ściągnąć tłumy zwiedzających. Pierwsze wystawy londyńskie (1851, 1862) oraz paryska (1855) swoim nowatorstwem

przyciągnęły miliony. Jednak w ostatnich dekadach XIX w., kiedy wystawy stawały się powszechniejsze, cuda technologii przestały wystarczać. Doszła do głosu rozrywka, oferując kulturalną mieszankę nowych oryginalnych urządzeń – od atrakcji dla wyrafinowanej publiczności z dziedziny sztuki, opery i *haute couture*, po tanie, masowe produkcje – stragany, karuzele, kolejki, zmagania sportowe, estrady i pokazy odmieńców. Kultura wysoka i popularna mieszały się ze sobą w środowisku, w którym wszelkie zasady zdawały się być czasowo zawieszane. Formy rozrywki ewoluowały w tradycję wystaw: zmagania sportowców przekształciły się w zawody i olimpiady, pokazy dziwaków, stragany, zespoły muzyczne – w wioski narodowe itd. Coraz bardziej eksponowano nowoczesne technologie, tak że w XX w. towarzyszące wystawom wielkie parki rozrywki przypominały futurystyczne miasta przyszłości, coraz luźniej powiązane z elementami kultury i edukacji. Zwiedzający miał być zahipnotyzowany, oderwany od codziennego życia i sprzedany za prezentowaną wizję świata i jego towarów. Dużą frekwencję gwarantowały masowość urządzeń i obecność przedstawicieli różnych grup społecznych. Do połowy XX w. urządzenia rozrywkowe były kluczowe dla wizerunku terenów wystawowych i finansowego sukcesu expo, a jednocześnie w coraz większym stopniu je kompromitowały [Greenhalgh 2011]. Na wystawach przełomu XX i XXI w.

ficient. Entertainment took over, by offering a cultural mixture of new, original attractions – from pastimes for sophisticated audiences, connected with the opera, art and *haute couture*, to cheap mass productions such as stalls, merry-go-rounds, rides, sports competitions, performances and freak shows. High and popular culture mingled in an environment where all rules seemed temporarily suspended. Forms of entertainment in the tradition of exhibitions evolved: sports games turned into regular competitions and Olympic games, freak shows, stalls, music bands – into national villages etc. Modern technologies were increasingly displayed, so that in the 20th century the great theme parks accompanying the exhibitions resembled futurist cities only loosely linked to cultural and educational elements. The aim was to hypnotise visitors, to detach them from everyday lives and to “sell them” for the presented vision of the world and its commodities. The mass nature of the exhibits and the presence of representatives of various social groups guaranteed high attendance. Until the mid-20th century, entertainment facilities were essential for the image and financial success of the expositions, while at the same time bringing them into disrepute [Greenhalgh 2011]. During exhibitions at the turn of the 20th and 21st centuries the catchy ideas of ecology, environmental protection and manifesting local identity became the new drawcards.

Host cities and countries doubtlessly benefitted from organising expos. Exhibitions, being closely linked to the commercial, communications, information, transport and tourist service sectors as well as with town planning and spatial development, generated high revenue by providing many employment opportunities and stimulating socio-economic growth. An economic phenomenon and at the same time quite a discovery of the expo was the exhibition industry, which uses post-expo facilities and grounds [Yaocheng 2007]. The tourist industry is a beneficiary of exhibitions, yielding direct revenues from such expo products as: entrance tickets, gastronomy, souvenirs, publications, hotels, etc. and indirect benefits in the form of general development of tourism in the region. Tourist revenue from the exposition creates a specific product of the event, which usually becomes the leader in the tourist industry [Lei 2011].

Expo gave a strong boost to town development and revitalisation. Long years of preparations preceding the exhibition resulted in a thorough modernisation of the communication system and touristic infrastructure, renovation of historical districts, improving the aesthetics of existing public areas and creating new ones. After the exhibition had been closed, the host city received state-of-the-art exhibition grounds that were then made available for further, profitable activities. Sometimes, although they were planned as temporary, exhibi-

tion facilities were not demolished but remained a permanent element of the exhibition grounds, becoming landmarks of the city landscape, new tourist attractions that generated constant revenues. Some of the best-known *landmarks* of the economic and spatial success of exhibitions include, for example, the Eiffel tower in Paris or *Atomium* in Brussels. On a larger scale they included, for example, the improvement of environment quality and living conditions after Expo'2010 in Shanghai.

Money and politics influence the design of exhibition facilities and grounds as well as host city image and positioning to a greater extent than culture and education, as seen both retrospectively and in the consequences of contemporary world exhibitions. To demonstrate this, various models of exhibition financing are discussed herein, along with the contribution of political factors in their organisation as well as the economic and special benefits for host cities from expos.

The British model

The Great London Exhibition in 1851 created a model of organisation and financing for all subsequent British exhibitions, which was copied by other countries until World War I. Due to the political and celebrative objectives of the exhibition³, Prince Albert, representing the royal house, became the Honorary President of the

nowymi przynętami stały się nośne idee ekologii, ochrony środowiska i eksponowania lokalnej tożsamości.

Na organizacji expo bez wątpienia zyskiwały goszczące je miasta i kraje. Wystawy jako ściśle powiązane z sektorami usług handlowych, komunikacyjnych, informacyjnych, transportowych, turystycznych oraz urbanistyką i gospodarką przestrzenną kreowały wysoką wartość ekonomiczną, zapewniając szerokie możliwości zatrudnienia i stymulując wzrost wskaźnika społeczno-ekonomicznego. Ekonomicznym fenomenem i niejako odkryciem expo stał się przemysł wystawienniczy, wykorzystujący obiekty i tereny powystawowe [Yaocheng 2007]. Beneficjentem wystaw jest turystyka, dając bezpośredni dochód z produktów expo, jak: bilety wejściowe, gastronomia, pamiątki turystyczne, wydawnictwa, hotele itp., i pośredni w postaci ogólnego rozwoju turystyki w regionie. Przychód turystyczny z expo tworzy specjalny produkt wydarzenia, który zazwyczaj staje się wiodącym w przemyśle turystycznym [Lei 2011].

Expo dawało silny impuls do rozwoju i rewitalizacji miast. Efektami poprzedzającymi wystawę wieloletnich przygotowań były: gruntowna modernizacja systemu komunikacji i bazy turystycznej, rewaloryzacja zabytkowych dzielnic, estetyzacja istniejących przestrzeni publicznych i tworzenie nowych. Po zamknięciu wystawy miasto otrzymywało nowocześnie urządzone przestrzenie eks-

pozycyjne, udostępniane dla dalszej, przynoszącej profity działalności. Niekiedy, mimo zakładanej tymczasowości obiektów wystawowych, nie ulegały one likwidacji, pozostawały na terenach wystawowych, stając się wyróżniającymi elementami krajobrazu miasta, nowymi atrakcjami turystycznymi, generującymi stały dochód. Takimi *landmarkami* sukcesu ekonomicznego i przestrzennego wystaw są chociażby paryska wieża Eiffla czy brukselskie *Atomium*, a w szerszej skali poprawa jakości środowiska i warunków życia po Expo'2010 w Szanghaju.

Pieniądze i polityka bardziej znacząco niż kultura i edukacja – i to zarówno w ujęciu retrospektywnym, jak i analizie skutków wystaw światowych, widocznych we współczesnym krajobrazie – wpłynęły na kształtowanie terenów i obiektów wystawowych oraz kreowanie wizerunku i pozycjonowanie miast gospodarzy. Aby to wykazać, przedstawiono różne modele finansowania wystaw, udział czynników politycznych w ich organizacji oraz pozytywne skutki ekonomiczne i przestrzenne płynące z expo dla goszczących je miast.

Model brytyjski

Wielka Wystawa Londyńska w 1851 r. stworzyła wzór organizacji i finansowania dla wszystkich późniejszych brytyjskich ekspozycji, naśladowany w innych krajach do

I wojny światowej. Polityczne i celebracyjne cele wystawy³ sprawiły, że reprezentujący dom panujący Książę Albert został Honorowym Prezydentem Królewskiej Komisji ds. Wystawy, powstałej w efekcie lobbingu prowadzonego przez Królewskie Stowarzyszenie Sztuki oraz naczelną eminencję ekspozycji Henry Cole'a, ojca założyciela brytyjskich wystaw [Greenhalgh 2011]. Jej zadaniem było stworzenie podstaw prawnych i finansowych przedsięwzięcia⁴. W wysokości opłat za wstępy uwzględniono reprezentatywny wybór społeczeństwa, ujawniając sztywność angielskiej struktury klasowej. Najtańszy bilet kosztował 1 szyling – tyle, by niepożądani przedstawiciele niższych warstw społecznych nie byli obecni na wystawie. To właśnie „ludzie za szylinga”, podejrzewani o brak właściwych manier, stanowili najliczniejszą grupę zwiedzających⁵, co w epoce wiktoriańskiej przyjmowano z wyraźnym oporem. Dzięki formule, wykorzystującej organy rządowe do legitymizowania swoich działań oraz środkiem pochodzącym głównie z sektora prywatnego od drobnych sponsorów, a także filantropijnym celom upowszechniania nauki i sztuki wśród średnich warstw społecznych, Wystawa Londyńska 1851 odniosła finansowy sukces⁶. Istotna była polityczna rola komisji – miała być „straszakiem” dla elementów wywrotowych, których spodziewała się „porządna” część społeczeństwa [Greenhalgh 2011,

Royal Commission for the Exhibition, established as a result of lobbying by the Royal Society of the Arts and the main personality of the exhibition, sir Henry Cole, the father founder of all British exhibitions [Greenhalgh 2011]. The aim of the Commission was to create a legal and financial basis for the enterprise⁴. The admission fees reflected a representative sample of society, disclosing the rigidity of British class society. The cheapest tickets cost 1 shilling – enough to prevent unwelcome lower class members from visiting the fair. It was precisely the “shilling people”, suspected of having no proper manners, who were the largest group of visitors⁵, which was met with a noticeable reluctance in the Victorian era. The formula that used public authorities to legitimise the activities and was based mainly on funds obtained mainly from small-scale sponsors in the private sector, as well as on philanthropic ideas of popularising science and the arts among middle classes allowed the Great Exhibition to become a financial success⁶. The political role of the Commission was important – it was supposed to “scare away” revolutionary elements that were expected by the “proper” part of society [Greenhalgh 2011, Sykta 2007]. A spectacular sign of the power of the Empire and the great possibilities of the Commission was supposed to be the special exhibition building constructed specially for the event, so-called Crystal Palace⁷ [de Jong, Mattic 1994]. It became

the scene of a hypocritical “green” debate – in order to reject the Parliament’s objections against the Exhibition, a compromise was proposed, consisting in leaving three elm trees inside the facility [Greenhalgh, 2011, Hobhouse 2005] (Fig. 1).

After the success of the Great Exhibition in 1851, generating the interest of exhibitors or indeed, obtaining funds for subsequent exhibitions⁸ did not cause any problems. This was the achievement of Queen Victoria, who, in 1862, issued a special Charter granting organisers a wide range of rights⁹. The problem of exhibition grounds was solved in a beneficial way, by spending the revenue from the Great Exhibition 1851 on the purchase of land in South Kensington, where further exhibitions were organised until the turn of the century. Numerous permanent trade fair facilities and museums¹⁰ were erected there (some of them are still operating). The organisers of the British Exhibitions paid great attention to the content level and scientific credibility of the exhibition, manifesting a haughty attitude towards the lowering of the cultural status of exhibitions and the increasing participation of popular entertainment, which took place in France and the USA. The fact that they ignored the lesson that it is not didacticism, but rather a mixture of popular and high culture, with a higher share of the former, that is the key to the financial success of the event, resulted in fading interest and a financial fiasco of

the exhibitions. The last significant exhibitions in South Kensington were annual specialist trade fairs addressed to a narrower audience¹¹. Generally, only the Colonial and Indian Exhibition in 1886 was a success, mainly due to its exotic, spectacular subject¹². The British managed to learn the French and American lesson properly as late as during the French-British Exhibition in 1908, which was based on the American organisational and financial model, with a company as the main organisational body. The general commissary of the Exhibition, Imre Kiralfy, craftily moved the philanthropic approach to educating masses aside, to the benefit of broadening the entertainment programme. Modelled on the Chicago Exhibition of 1853, the exposition zone, equipped with large-scale entertainment facilities was named the *White City*. Its advantage over American and French competition consisted in the use of water, electric lighting and Oriental details to create the atmosphere of a spectacular show, and the fair, which operated until 1914, proved to be one of the most profitable exhibition grounds in history. The financing of the *White City* exhibitions was a combination of government contribution (ideological supervision) and private sponsorship¹³. Never before in Europe were there so many shows focused on earning money. During the next, *Latin-British Exhibition* 1912, the list of entertainment facilities was broadened, by opening so-called national villages to amuse

Sykta 2007]. Spektakularnym pokazem potęgi imperium brytyjskiego oraz możliwości komisji miał być nadzwyczajny obiekt ekspozycyjny, tzw. Pałac Kryształowy⁷ [de Jong, Mattic 1994, Giedion 1968, Hobhouse 2005, Sykta 2007]. Stał się on sceną obłudnej „zielonej” debaty – by oddalić sprzeciw parlamentu wobec wystawy, zaproponowano kompromis pozostawienia trzech wiązków wewnątrz obiektu [Greenhalgh 2011, Hobhouse 2005] (ryc. 1).

Po sukcesie Wystawy 1851 generowanie zainteresowania wystawców czy pozyskiwanie funduszy dla kolejnych ekspozycji⁸ nie stanowiło problemu. Zasłużyła się tu królowa Wiktoria w 1862 r. nadającą poprzez specjalną Kartę szerokie uprawnienia organizatorom⁹. Korzystnie rozwiązano sprawę przestrzeni wystawowych, przeznaczając dochód z Wystawy 1851 na zakup terenów

w South Kensington, gdzie organizowano kolejne ekspozycje aż do przełomu wieków. Postawiono tam wiele stałych obiektów targowych i muzeów¹⁰ (niektóre funkcjonują do dzisiaj). Organizatorzy brytyjskich wystaw wielką wagę przykładali do poziomu merytorycznego oraz wiarygodności naukowej ekspozycji, prezentując wyniosłą postawę w stosunku do obniżania statusu kulturalnego wystaw i zwiększania udziału popularnej rozrywki, co działo się we Francji i Ameryce. Ignorowanie przez nich lekcji, że kluczem do finansowego sukcesu wystawy nie jest dydaktyzm, a mieszanka kultury popularnej i wysokiej, z przewagą tej pierwszej, prowadziło do słabnącego zainteresowania i finansowego fiaska wystaw. Ostatnie znaczące wystawy w South Kensington były corocznymi ekspozycjami specjalistycznymi adresowanymi do węż-

skich grup odbiorców¹¹. W zasadzie tylko Wystawa Indyjska i Kolonialna 1886 odniosła sukces dzięki egzotycznej, widowiskowej tematyce¹². Anglikom udało się dobrze odrobić francuską i amerykańską lekcję dopiero na Wystawie Francusko-Brytyjskiej 1908, gdzie zastosowano amerykański model organizacyjny i finansowy z kompanią jako nadrzędnym ciałem organizacyjnym. Dzięki przebiegłości generalnego komisarza Imre Kiralfy odsunięto na bok filantropijne podejście do edukowania mas na rzecz rozszerzenia programu rozrywkowego. Wzorem Wystawy Chicagowskiej 1853 strefę ekspozycyjną, wyposażoną w wielkoskalowe urządzenia rozrywkowe nazwano *White City*. Miała ona przewagę nad amerykańską i francuską konkurencją w zastosowaniu wody, oświetlenia elektrycznego i orientalnych detali, kreując atmos-

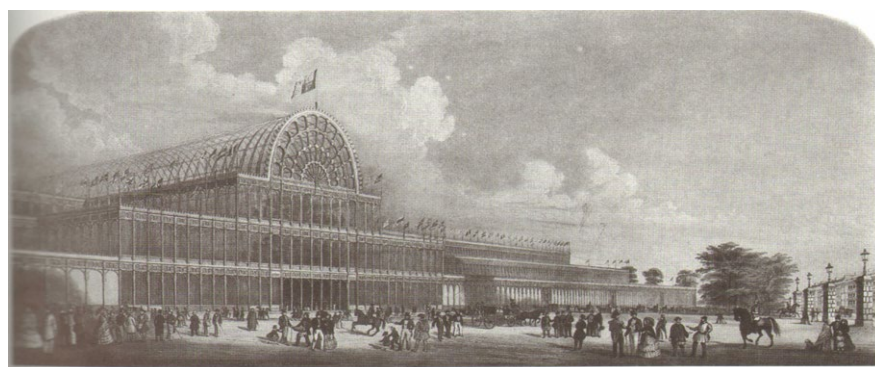


Fig. 1. Crystal Palace at the Great London Exhibition 1851, located in Hyde Park [Mattie 1998]. Big elms left inside the Crystal Palace [Mattie 1998]

Ryc. 1. *Crystal Palace* na Wielkiej Wystawie Londyńskiej w 1851 r., zlokalizowany w centrum Hyde Parku [Mattie 1998]. Wielkie wiązki pozostawione wewnątrz obiektu [Mattie 1998]



the crowds. Thus, British Exhibitions had gone a long way since the dry educational spirit of South Kensington [Greenhalgh 2011].

Exhibitions à la française

The first French *Expositions Universelles* (1855, 1867, 1878), were financed only from public funds, obtained from the government and Paris municipal authorities, which was a unique solution until 1939 and still remains rare. Initially, the *Champs de Mars* were designated as permanent exhibition grounds, later expanding to further areas along the Seine, to the *Esplanade des Invalides and Tuileries*, and, additionally, *Parc de Vincennes* [Greenhalgh 2011, Sykta 2007]. Administrative and organisational functions were performed by the Emperor's Committee, the inspection of the displayed products was carried out by a special jury, and practical issues, such as the accommodation of the arriving crowds, were the duty of various bodies at the city council. The system of financing French exhibitions was subject to several modifications, particularly after the economic fiasco in 1878. In 1889, state owned entities were joined by banks¹⁴, which sold entrance passes, so-called "coupons" that took part in a lottery¹⁵ which remained an important element of the French strategy until 1964¹⁶, as an encouragement to purchase tick-

ets. The 1889 exhibition, which was a major success, became a model for the financing of French exhibitions in the 20th century. Here, fees for renting exhibition spaces in private pavilions and the financial contribution of colonies became an additional source of financing [Greenhalgh 2011]. A solution that diverged from the common practice was the manner of financing the greatest attraction of the fair – the Eiffel tower. The major part of the costs of realisation, organisation of construction works and the financial risk of the enterprise was covered by the designer, Gustave Eiffel, who received quite a small subsidy from the city¹⁷ He was supposed to recover the invested funds by being granted the exclusive right to operate the facility for twenty years following the exhibition. After that period, the tower became municipal property [de Jong, Mattic 1994, Sykta 2007]. Thus, the famous "Parisienne" was supposed to be not only an original entrance gate and showcase of the exhibition, but also a profitable technological facility with a lift that took passengers to a height of 300 meters for a charge. The tower passed its difficult test in economics with flying colours. As far as exhibitions before 1900 were concerned, the subject of economic debate was excessive state control and favouring foreign exhibitors¹⁸, to the disadvantage of French interests. The government did not plan to increase the contribution of private exhibitors in the official exhibition spaces, so more dynamic

companies erected private facilities, which had a negative influence on the quality of national exhibitions, resulting in loss of profits. In 1884, the Foreign Exhibitions Committee was appointed for the purposes of representing French companies who were dissatisfied with the weak interest of the state in promoting national products at international fairs. The Committee successfully promoted French interests on the international arena [Greenhalgh 2011]. A new quality of exhibition areas that was introduced by the French was pavilion development, first used in 1867. Since 1878, when participation in exhibitions started to be treated as a form of promoting the country, pavilions were erected by exhibitors from individual countries to accommodate national expositions [de Jong, Mattic, 1994]. These objects, usually in the politically approved style of the Second Empire, were typically imitations of historical objects of dubious quality. They dripped with luxury, without counting the costs, entering the domain of pretentious eclecticism that created the atmosphere of a noisy funfair and attracted mainly an undemanding audience. Many exhibition pavilions from the end of the 19th century were ill-considered from an aesthetical and functional point of view, so they were demolished after the end of the fair and did not leave any valuable architectural traces in the city landscape [Sykta 2007]. The new face of French dynamism was revealed only as late as during the 1889

ferę efektownego widowiska, a działając do 1914 r., udowodniła, że jest jednym z najbardziej dochodowych terenów wystawowych w tradycji. Finansowanie wystaw w *White City* było kombinacją wkładu rządowego (ideologiczne prowadzenie) i prywatnego sponsoringu¹³. Nigdy wcześniej w Europie tak wiele pokazów nie było skoncentrowanych na robieniu pieniędzy. Podczas kolejnej wystawy *Latin-British Exhibition* 1912 rozszerzono listę urządzeń rozrywkowych, dla uciechy mas, otwierając tzw. wioski narodowe. Brytyjskie wystawy przeszły więc daleką drogę od czasów suchego edukacjonizmu South Kensington [Greenhalgh 2011].

Wystawy à la française

Pierwsze trzy francuskie *Expositions Universelles* (1855, 1867, 1878) były finansowane wyłącznie z funduszy publicznych, pochodzących od rządu i miasta Paryża, co było rozwiązaniem unikalnym do 1939 r. i wciąż należy do rzadkości. Na stałe tereny wystawowe wyznaczono początkowo Pola Marsowe, z czasem zajmując dalsze tereny wzdłuż Sekwany aż do *Esplanade des Invalides* i *Tuileries* oraz dodatkowo *Parc de Vincennes* [Greenhalgh 2011, Sykta 2007]. Funkcje administracyjne i organizacyjne pełniła Komisja Cesarska, kontrolą wystawianych produktów zajęło się specjalne jury, a praktyczne kwestie

jak m.in. akomodacja napływających tłumów były w gestii różnych organów przy radzie miasta. System finansowania francuskich expo ulegał modyfikacjom, szczególnie po ekonomicznym fiasku w 1878 r. Od 1889 r. do państwowych podmiotów dołączyły banki¹⁴ sprzedające karnety wejściowe, tzw. bony, biorące udział w loterii¹⁵, która jako zachęta do kupna biletów pozostawała aż do 1964 r. ważnym elementem francuskiej taktyki¹⁶. Zakończona wielkim sukcesem wystawa w 1889 r. stała się wzorem finansowania dla francuskich ekspozycji w XX w. Dodatkowym źródłem dochodów stały się tu opłaty za wynajem przestrzeni ekspozycyjnych w prywatnych pawilonach oraz wkład finansowy kolonii [Greenhalgh 2011]. Rozwiązaniem odbiegającym od powszechnych praktyk był tryb finansowania największej atrakcji wystawy, wieży Eiffla. Koszty realizacji, organizację robót budowlanych i ryzyko finansowe przedsięwzięcia ponosił w przeważającej części projektant Gustave Eiffel, który od miasta otrzymał stosunkowo niewielką subwencję¹⁷. Zainwestowane przez siebie środki miał odzyskać dzięki wyłącznemu prawu do eksploatacji budowli przez kolejnych dwadzieścia lat po wystawie. Potem wieża przeszła na własność miasta [de Jong, Mattic 1994, Sykta 2007]. Tak więc słynna „Paryżanka” miała być nie tylko oryginalną bramą i wizytówką wystawy w 1889 r., ale także przynoszącym dochód urządzeniem technicznym z windą,

wywożącą zwiedzających za opłatą na wysokość 300 metrów. Trudny egzamin z ekonomii wieża zdała celująco. W wystawach do 1900 r. przedmiotem debaty ekonomicznej były zbyt duża kontrola państwa oraz forowanie zagranicznych wystawców¹⁸, co działało na niekorzyść francuskiego interesu. Ponieważ rząd nie przewidywał zwiększenia udziału prywatnych wystawców w oficjalnych przestrzeniach ekspozycyjnych, prężniejsze firmy wznosiły prywatne pawilony, co negatywnie odbijało się na jakości ekspozycji narodowych, prowadząc do utraty zysków. Do reprezentowania francuskich przedsiębiorstw, niezadowolonych ze słabego zainteresowania państwa wystawianiem rodzimych produktów na zagranicznych targach, powołano w 1884 r. Komitet Wystaw Zagranicznych, który z sukcesem promował francuskie interesy na arenie międzynarodowej [Greenhalgh 2011]. Nową jakością wprowadzoną przez Francuzów w przestrzeniach ekspozycyjnych była zabudowa pawilona, zastosowana po raz pierwszy w 1867 r. Od 1878 r., gdy udział w wystawach zaczęto traktować jako formę promocji kraju, pawilony mieściły narodowe ekspozycje i były wznoszone przez wystawców z poszczególnych państw [de Jong, Mattic 1994]. Utrzymane zazwyczaj w usankcjonowanej politycznie stylistyce Drugiego Cesarstwa obiekty te stanowiły wątpliwej jakości imitacje historycznych budowli. Nie licząc się z kosztami, nurzały się w przepychu,

exhibition, when two avant-garde objects were presented: the gigantic Machine Hall and the spectacular Eiffel Tower, the main drawcard that attracted crowds of visitors with its scandalous aura of artistic provocation, and which still remains a significant source of revenues for the city [de Jong, Mattic 1994, Giedion 1968, Sykta 2007].

The organisation of French exhibitions was strongly influenced by political factors. Initially, they were dominated by the ambitions of Napoleon III to introduce the spirit of *laissez-faire* into the trade policy, to realise the vision of industrial progress and to educate French society. The 1867 exhibition, which indulged in grandeur of the bombastic image of the Second Empire, was particularly tainted by the emperor's optimism towards the paternalistic economic ambitions of Saint-Simon who perceived society as a finely tuned machine capable of solving any conflicts in which the era abounded. Excessive extravagance manifest in the monumental style of the erected buildings (such as the Trocadéro Palace) failed to generate sufficient attendance, which led to an ideological and financial fiasco of the exhibition. The celebrative objectives of the fair adopted in 1889 in connection with the 100th anniversary of the French Revolution also proved to be an economic and political failure. As a result, nearly all European monarchies refused to participate and the event was boycotted by French aris-

ocracy. Internal political divisions of the French society in the aftermath of the Dreyfus scandal nearly led to the failure of the 1900 exhibition. During the 1889 and 1900 exhibitions, anarchist activity increased, which focused public attention on irritation with the organisers, which in turn led to a reduced number of visitors. In spite of that, Paris expositions enjoyed gigantic attendance given the standards of the era¹⁹, as a result of the organisers' efforts aimed at making the exhibition a mass event. French exhibitions, in particular, the most popular ones in 1889 and 1900 were opened to poor audiences much more effectively than in other countries [Greenhalgh 2011].

The French were the first to recognise the importance of entertainment as an attendance increasing factor. Until the 1867 exhibition, whose plans foresaw an entertainment park and a market, such activities had usually been hidden at the far end of the exhibition grounds, covered with makeshift stalls and kiosks. Since 1889, exhibition grounds have been transforming into entertainment areas, dominated by the Eiffel tower, joined by the *Celestian Globe* that shocked the crowds in 1900 as well as other shows and attractions littering the whole area (Fig. 2). The exhibition copied a series of entertainment facilities from the American Columbian Exhibition in 1853, including the famous "Ferris wheel" or an electric moving walkway. Colonial exhibitions stopped

focusing on anthropological education, turning into freak shows and the facilities were designed in an exotic, kitschy style. The hypnotising effect was reinforced by the application of electric light (used on a great scale in 1900), water cascades, glass, mirrors and oriental details. Until World War II, the theme-park image of world exhibitions gave visitors a promise of entertainment and a spectacular show, although not necessarily on a high cultural level or in good taste. Yet, the aim of the exhibitions was to suspend the strictness and seriousness of reality for the duration of the event and to succumb to the charm of glamour and fantasy for the price of the ticket. At least this is how the French saw it [Greenhalgh 2011].

The American model

American exhibitions focused more on commercialisation, mass audiences and de-politicising. The contribution of political factors was hindered due to the complex relations between state and federal authorities. Generally, the exhibition organisation and financing system stabilised by 1893. Various financing sources were used, including private sponsorship, contribution of federal, state and municipal authorities as well as funds obtained from companies established specially for this purpose. Even contributions from foreign countries were accepted. All these funds were then combined by special companies and

wkraczając w obszar pretensjonalnego eklektyzmu, tworzącego nastrój hałaśliwego lunaparku, przyciągając głównie niezbyt wymagającą publiczność. Wiele pawilonów wystawowych końca XIX w. to obiekty chybione estetycznie i funkcjonalnie, rozbierane po zakończeniu targów i niepozostawiające wartościowych architektonicznych śladów w krajobrazie miasta [Sykta 2007]. Nowe oblicze francuskiego dynamizmu pokazała dopiero wystawa w 1889 r. poprzez realizację dwóch awangardowych obiektów gigantycznej Hali Maszyn oraz spektakularnej wieży Eiffla, głównej przynęty przyciągającej rzesze zwiedzających aurą skandalu i artystycznej prowokacji, stanowiącej do dziś istotne źródło dochodów dla miasta [de Jong, Mattic 1994, Giedion 1968, Sykta 2007].

Czynniki polityczne wywierały istotny wpływ na organizację francuskich wystaw. Pierwsze z nich były zdominowane determinacją Napoleona III do wprowadzenia w polityce handlowej ducha leseferyzmu, realizacji wizji postępu w przemyśle i edukacji francuskiego społeczeństwa. Szczególnie wystawa w 1867 r. pływająca się w blichtrze bombastycznego wizerunku Drugiego Cesarstwa była naznaczona cesarskim optymizmem ekonomicznych ambicji paternalizmu Saint-Simona, widzącego społeczeństwo jako wspaniałe dostrojoną maszynę, rozwiązującą wszelkie konflikty, w które obfitowała ówczesna epoka. Nadmierna rozrzutność widoczna

w monumentalizmie wzniesionych budowli (m.in. Pałac Trocadéro) nie była w stanie wygenerować wystarczającej frekwencji, co doprowadziło do ideowego i finansowego fiaska wystawy. Ekonomicznym i politycznym niewypałem okazały się przyjęte w 1889 r. celebracyjne cele wystawy, związane z setną rocznicą rewolucji francuskiej. Poskutkowało to odmową udziału ze strony prawie wszystkich monarchii europejskich oraz bojkotem wydarzenia przez francuską arystokrację. Wewnętrzne podziały polityczne francuskiego społeczeństwa wywołane przez skutki afery Dreyfusa niemal doprowadziły do upadku wystawy 1900 r. Podczas wystaw w 1889 i 1900 r. nasiliła się działalność anarchistyczna, skupiając uwagę publiczną na irytacji na organizatorów ekspozycji, przyczyniając się do zredukowania liczby zwiedzających. Mimo to wystawy paryskie szczyły się astronomiczną frekwencją jak na ówczesne standardy¹⁹, nad czym pracowali organizatorzy, dążąc do nadania im jak najbardziej masowego charakteru. Wystawy francuskie, a zwłaszcza rekordowo popularne w latach 1889 i 1900, były otwierane dla biedniejszych obywateli zdecydowanie skuteczniej niż w innych krajach [Greenhalgh 2011].

Francuzi pierwsi zdali sobie sprawę z ważności rozrywki jako czynnika zwiększającego frekwencję. Do wystawy w 1867 r., w plany której wpisano park rozrywki i targowisko, działalność taka była

wstydliwie lokalizowana na krańcach terenów wystawowych, gdzie ciągnęły się rzędy prowizorycznych kramów i kiosków. Od 1889 r. tereny wystawowe były przekształcane w wehikuły rozrywki. Królowała wieża Eiffla, do niej dołączył w 1900 r. wstrząsający tłumami *Celestian Globe* oraz inne atrakcje i pokazy zaśmiecające cały teren (ryc. 2). Wystawa duplikowała szereg urządzeń rozrywkowych z amerykańskiej Wystawy Kolumbijskiej 1853, w tym słynne „koło Ferrisa” czy elektryczny ruchomy chodnik. Ekspozycje kolonialne przestały skupiać się na antropologicznej edukacji, a stały się pokazami odmieńców, zaś obiekty otrzymały egzotyczną i kiczową stylizację. Porażający publiczność efekt wzmacniało zastosowane na wielką skalę w 1900 r. światło elektryczne, a także kaskady wodne, szkło, lustra i orientalne detale. Aż do II wojny światowej lunaparkowy wizerunek wystaw światowych dawał zwiedzającym obietnicę rozrywki i efektownego widowiska, niekoniernie na najwyższym poziomie kulturalnym czy w dobrym guście. Ale wystawy były po to, by na czas ich trwania zawiesić surowość i powagę rzeczywistości, ulec – za cenę karnetu wejściowego – urokowi blichtru i fantazji. Tak przynajmniej widzieli to Francuzi [Greenhalgh 2011].

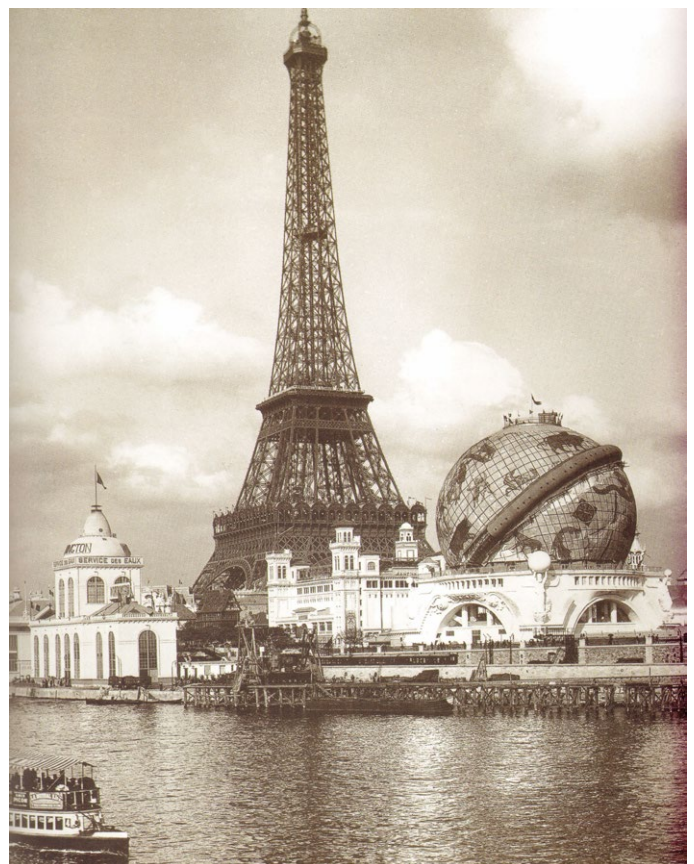
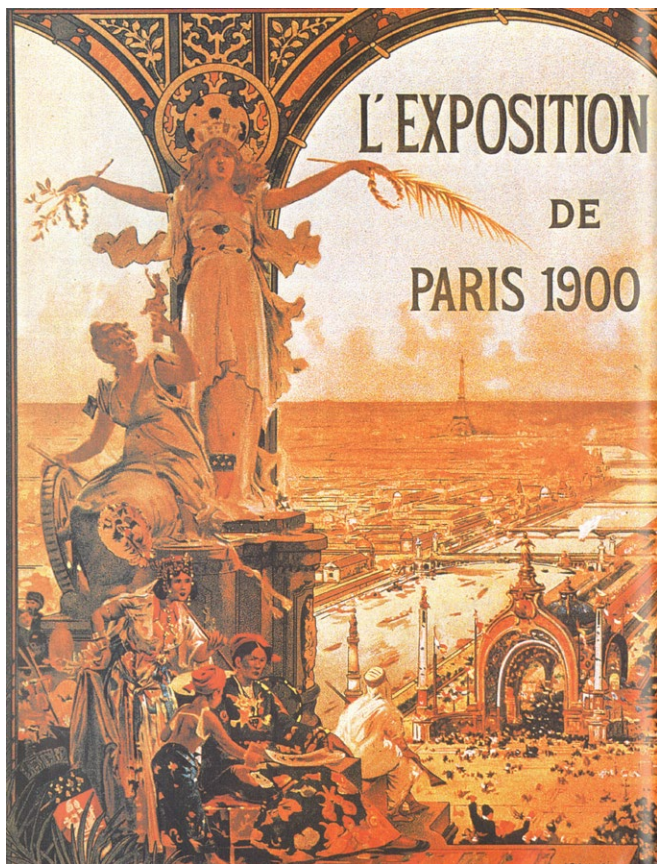


Fig. 2. Paris Exposition 1900. Promotional poster with the panorama of the exhibition grounds [Mattie 1998]. Entertainment facilities of exposition – Eiffel Tower and Celestial Globe [Greenhalgh 2011]

Ryc. 2. Wystawa Paryska w 1900 r. Plakat promocyjny z panoramą terenów wystawowych [Mattie 1998]. Urządzenia rozrywkowe wystawy – wieża Eiffla i *Celestial Globe* [Greenhalgh 2011]

the central governing bodies of the organising entity. The companies dealt with formal issues, acquired land and established committees to select exhibitors and products. Initially, they also used funds from sponsors, with time generating new means by using appropriate tactics, conducting advertising and promotional campaigns²⁰ [Greenhalgh 2011].

The first American international fair took place in New York in 1853 and, although it was treated as a kind of a commercial enterprise,

it ended with an economic fiasco. In fact, the proper organisational and financial structure, supervised by the Centennial Board of Finance, started operating properly as late as the Philadelphia Exhibition in 1867. Financing was provided by private sponsors, recruited in the USA and among international participants, although most of the means were obtained from state funds²¹. During the Columbian Exhibition 1893 in Chicago, the organisation and model of financing were significantly modi-

fied, setting the American standard in this area. The Chicago Company was established, which became a model for future companies dealing with the business aspects of American expos. The Company paid great attention to advertising and promotion of the event in order to attract the highest possible number of visitors²². Most of the funds were provided by few rich sponsors and commercial corporations, limiting government supervision to the minimum. In spite of this, neither the Chicago Company

Model amerykański

Wystawy amerykańskie nastawione były na większą komercjalizację, masowość i odpolitycznienie. Udział czynników politycznych był utrudniony ze względu na skomplikowane relacje między władzami stanowymi i federalnymi. W zasadzie system organizacji i finansowania wystaw ustabilizował się do 1893 r. Wykorzystywano różne źródła finansowania, w tym prywatny sponsoring, wkłady od władz federalnych, stanowych i miejskich oraz środki pozyskiwane od specjalnie utworzonych spółek. Akceptowano nawet wkłady od innych krajów. Wszystkie środki były łączone przez specjalne kompanie i władze centralne organizatora wystawy. Kompanie zajmowały się kwestiami formalnymi, pozyskiwały tereny, zakładały komitety wybierające wystawców i produkty. Początkowo korzystały z funduszy od sponsorów, z czasem generowały nowe środki, stosując odpowiednie taktyki, prowadząc kampanie reklamowe i promocyjne²⁰ [Greenhalgh 2011].

Pierwsze amerykańskie targi międzynarodowe odbyły się w Nowym Jorku w 1853 r. i mimo że traktowane jako rodzaj komercyjnego przedsięwzięcia, zakończyły się finansowym fiaskiem. Właściwa struktura organizacyjna i finansowa, nadzorowana przez Radę Finansowania Stulecia, zaczęła właściwie działać dopiero od Wystawy Filadelfijskiej 1867. Finansowanie zapewnili indywidualni sponsorzy,

rekrutowani w Stanach i spośród zagranicznych uczestników, przy czym większość środków pochodziła z funduszy stanowych²¹. Na Wystawie Kolumbijskiej w Chicago w 1893 r. nastąpiła zasadnicza zmiana organizacji i sposobu finansowania, ustanawiając amerykański standard w tej dziedzinie. Utworzono Kompanię Chicagowską, pierwowzór dla przyszłych kompanii zajmujących się sprawami biznesowymi na amerykańskich expo. Kompania dużą wagę przykładała do promocji i reklamy wydarzenia w celu osiągnięcia jak najwyższej frekwencji²². Większość środków zapewniała garstka bogatych sponsorów i komercyjnych koncernów, ograniczając kontrolę rządową do minimum. Mimo to nie udało się Kompanii Chicagowskiej oraz federalnej Komisji Narodowej uniknąć uwikłania wystawy w wiele społecznych, politycznych i ideologicznych sporów. Były one widoczne już podczas rywalizacji poszczególnych stanów o możliwość zorganizowania wystawy celebrującej 500-lecie odkrycia Ameryki. Ostatecznie konflikt pomiędzy konkurującymi w ostatniej fazie Nowym Jorkiem i Chicago musiał rozwiązać Kongres. Konkurencyjny model administrowania stworzyła kompania na wystawie w Saint Louis w 1904 r., dzięki przebiegłości dyrektorów ratując od upadłości ryzykowne przedsięwzięcie o największym w historii terenie ekspozycyjnym [Greenhalgh 2011]. Bardzo efektywne były również działania kompanii z wystawy

nowojorskiej w 1939 r., najbardziej niezależnej od rządu w całej historii wystaw i zagospodarowującej na cele wystawy drugi co do wielkości teren wystawowy w świecie Corona Dumps, przekształcając go w park Flushing Meadows, jeden z największych funkcjonujących do dzisiaj parków Nowego Jorku. Wystawa Nowojorska, zorganizowana pod hasłem „Świat Jutra”, zapisała się w historii wystaw śmiałymi i ekspresyjnymi obiektami, amerykańskimi odpowiednikami paryskiej wieży Eiffla: wysoką na 190 m iglicą *Trylon* i kulą o średnicy ponad 50 m *Perisphere* (proj. W.K. Harrison, J.A. Fouilhoux), które wydatnie przyczyniły się do zwiększenia frekwencji [Cotter 2009, Sosnowska 2012, Sykta 2007].

Amerykanie rozwinęli zapoczątkowaną we Francji ideę rozrywki do gigantycznych rozmiarów. Zwiastunem było rozmieszczenie straganów wokół terenów wystawowych na wystawie *Philadelphia Centennial*. Zabawa w wielkiej skali z programem zintegrowanym z rozplanowaniem całości terenów wystawowych pojawiła się dopiero na *Chicago Columbian* 1893, gdzie kwestie te przejął przedsiębiorca rozrywki P.T. Barnum, kładąc nacisk na wielkość, obfitość i różnorodność urządzeń, inaugurując tym samym kreowanie cyrkowo-jarmarcznego wizerunku wystaw amerykańskich. Eleganckie *White City* na Wystawie Kolumbijskiej, neoklasycystyczny świat marzeń z idealną bielą monumentalnej architektury i rzeźby,

nor the federal National Committee managed to avoid involving the exhibition in numerous social, political and ideological disputes. They were visible as early as during the period when individual states competed for the possibility to organise the exhibition to celebrate the 500th anniversary of discovering America. Finally, the conflict between New York and Chicago, who competed in the last phase, had to be settled by Congress. A competitive administration model was created by the company of the Saint Louis 1904 exhibition, whose directors craftily saved the risky venture with the largest exhibition area in history from bankruptcy [Greenhalgh 2011]. The New York 1939 exhibition company also operated very efficiently. The company's operations were the most independent from the government in the whole history of exhibitions. For the purposes of the fair, it developed the second-largest exhibition area in the world, Corona Dumps, transforming it into the Flushing Meadows park, which is one of the largest parks in New York that has been functioning until the present day. The New York exhibition, organised under the slogan "The World of Tomorrow" marked its place in history by bold and expressive facilities, the American counterparts of the Eiffel Tower in Paris: the 190 m high *Trylon* and the *Perisphere* – a sphere more than 50 m in diameter (designed by W.K. Harrison, J.A. Fouilhoux), which greatly contributed

to increased attendance [Cotter 2009, Sosnowska 2012, Sykta 2007].

The Americans expanded the idea of entertainment invented by the French to a gigantic scale. It was signalled by placing stalls around the exhibition grounds at the *Philadelphia Centennial*. Large-scale entertainment with a programme integrated with the design of the whole exhibition grounds appeared as late as during the *Chicago Columbian* 1893, where these issues were taken over by the entertainment entrepreneur P.T. Barnum, who focused on the size, abundance and variety of facilities, thus inaugurating the creation of a circus and funfair image of American exhibitions. The elegant *White City* during the Columbian Exhibition, a neo-classicist world of dreams with perfectly white monumental architecture and sculptures, exquisitely shaped and illuminated by night, the exhibition landscape was a sensation in the tradition of fairs; it created a model that was copied by subsequent exhibitions. In Chicago, the whole exhibition grounds were shamelessly surrounded by an entertainment zone called *Midway Plaisance*, which offered shows of primitive cultures, performances by troupes of musicians and actors, exotic bars and myriads of various shows and facilities including the famous "Ferris wheel" [Greenhalgh 2011] (Fig. 3)

The 1893 Chicago exhibition defined the nature and scale of entertainment areas for future world

fairs, demonstrating that recreational facilities were the key element of the image of exhibition grounds. At the *Louisiana Purchase Exposition* 1901, *Panama Pacific* 1915 or the *Panama-California* 1915-16, the profit-driven intention of organisers was to transport the audience to unreal worlds by creating classicist, nostalgic landscapes softened by picturesque gardens, as an escape from the brutal reality of American cities of that era [Greenhalgh 2011].

In the 20th century the areas designed for entertainment were expanding, and expo guides were filled with advertisements of sponsors and lists of available entertainment. At the *Chicago Century of Progress Exposition* in 1933 recreation areas were named 'the Midway' to honour its famous predecessor. The *Texas Centennial* 1936 and the *Golden* 1939 boasted about their aesthetically ill-conceived combination of elements of the New York *Metropolitan Museum and Disneyland*. The New York World's Fair in 1939 broke records in the amount and quality of available entertainment facilities, including more ambitious ones, created by acclaimed authorities from the world of art²³, such as the controversial and at the same time commercial *Salvador Dalí's Living Pictures*²⁴ [Greenhalgh 2011, Koolhaas 2013]. It was in this way that the American exhibitions proved that entertainment facilities are the most profitable element of exposition grounds.



Fig. 3. Chicago Columbian Exposition 1893. White City [Mattie 1998]. Entertainment zone with dominating Ferris wheel [Greenhalgh 2011]

Ryc. 3. Wystawa Kolumbijska 1893 w Chicago *White City* [Mattie 1998]. Strefa rozrywki Midway Plaisance z górującym nad nią kołem Ferrisa [Greenhalgh 2011]

wykwintnie kształtowany i nadzwyczajnie iluminowany nocą krajobraz wystawowy zrobił furorę w tradycji wystaw, tworząc model naśladowany w kolejnych expo. W Chicago cały teren wystawy był bezwstydnie otoczony strefą rozrywki *Midway Plaisance*, w której znalazły się pokazy kultur ludów prymitywnych, występy trup aktorów i muzyków, egzotyczne bary oraz miriady rozmaitych *show* i urządzeń ze słynnym „kołem Ferrisa” [Greenhalgh 2011] (ryc. 3).

Wystawa chicagowska w 1893 r. określiła charakter i skalę stref rozrywki w przyszłych expo, ukazując, że urządzenia rekreacyjne są kluczowe dla wizerunku terenów ekspozycyjnych. Na *Louisiana Purchase Exposition* 1901, *Panama-Pacific* 1915 czy *Panama-California* 1915–1916 nastawioną na zysk intencją organizatorów było przeniesienie widzów w nierealny świat, poprzez kreację klasycyzujących, nostalgicznych krajobrazów, zmiękczonej malowniczo kształtowanymi ogrodami, stanowiących ucieczkę od ponurej rzeczywistości

ówczesnych amerykańskich miast [Greenhalgh 2011].

W XX w. coraz większe powierzchnie przeznaczano na rekreację, a przewodnikami po expo wypełniały reklamy sponsorów i listy dostępnych rozrywek. Na chicagowskiej *Century of Progress Exposition* 1933 tereny rekreacyjne mianowano *the Midway* w uznaniu jej słynnej poprzedniczki. *Texas Centennial* 1936 i *Golden Gate Exposition* 1939 chełpiły się chybioną estetycznie, kiczowatą mieszanką cech *Metropolitan Museum* w Nowym Jorku i Disneylandu. Wystawa Nowojorska 1939 biła rekordy ilości i jakości dostępnych rozrywek, w tym tych bardziej ambitnych, firmowanych przez znane autorytety w dziedzinie sztuki²³, jak m.in. kontrowersyjny, a zarazem komercyjny *Salvador Dalí's Living Pictures*²⁴ [Greenhalgh 2011, Koolhaas 2013]. W ten właśnie sposób wystawy amerykańskie udowodniały, że urządzenia rozrywkowe są najbardziej dochodowym elementem terenów wystawowych.

Mechanizmy finansowania i organizacji wystaw po II wojnie światowej ewoluowały, pozostając generalnie spójnymi z wcześniejszymi zasadami. Szersze było otwarcie przestrzeni między publicznym a prywatnym finansowaniem. Większość wystaw stanowiła efekt działań rządowych, wspieranych przez organy sektora publicznego. Część stanowiła prywatne, spekulacyjne przedsięwzięcia, tworzące na terenach wystawowych komercyjne parki tematyczne. Wielka Brytania i Francja wycofały się z konkurencji wystaw międzynarodowych, organizując jedynie wydarzenia o charakterze krajowym bądź specjalistycznym [Greenhalgh 2011]. Spośród powojennych wystaw amerykańskich duży rozgłos osiągnęła Wystawa Nowojorska w 1964 r., aczkolwiek okazała się porażką pod względem finansowym, politycznym i estetycznym²⁵ [Cotter, 2014, Greenhalgh 2011, Koolhaas 2013, Mattie 1998]. Zdecydowanie bardziej efektywną i satysfakcjonującą finansowo była wcześniejsza

After World War II, the mechanisms of financing and organisation of exhibitions evolved, although they generally remained consistent with previously set principles. The area between private and public financing was opened more widely. Most of the exhibitions were a result of government activities, supported by public sector entities, while others were private, speculative enterprises that created commercial theme parks on exhibition grounds. Great Britain and France withdrew from the international exhibitions competition, and started organising events of a local or specialist nature instead [Greenhalgh 2011]. One of the most famous post-war American exhibitions was the New York Fair in 1964, although it proved to be a failure from the financial, political and aesthetic point of view²⁵ [Cotter 2014, Greenhalgh 2011, Koolhaas 2013, Mattie 1998]. The earlier exhibition in Seattle in 1962 was much more impressive and satisfactory financially speaking [Cotter 2014, Greenhalgh 2011, Mattie 1998]. After that, the commercialisation, populism and poor quality of cultural and educational attractions transformed American exhibitions into pragmatically arranged theme parks based on the Disneyland model. The factors that contributed to the deteriorating condition of American exhibitions were the negative relations with the BIE²⁶, i.e. the main institution dealing with expo organisation, which ultimately resulted in the withdrawal of the USA from the Bureau in 2011

and a low degree of international participation. The fairs focused mainly on local economy and the use of popular entertainment as a driving engine, transforming exhibition grounds into funfairs that do not deserve to be discussed seriously in the context of world fair tradition. The expositions continued to use the previously developed financing system based on funds generated by special purpose companies. Municipal authorities were also often involved by granting specific amounts or collecting commissions from the area. Federal authorities participated seldomly, e.g. through awarding grants [Greenhalgh 2011].

The political driving engine of post-war exhibitions was the Cold War. Countries competed in the scale and originality of national pavilions as well as the innovativeness of the exhibitions that illustrated the space race, but first of all in propaganda. This was particularly visible during the *Seattle Century 21 Exposition*, which, having received a major capital injection from the federal government became an obvious means of American propaganda in its fight against the USSR. The *Space Needle*, the most expressive American monument connected with the exhibition tradition which still towers over Seattle, became a success symbol [Cotter 2010, Mattie 1998]. After Seattle, American expositions started to deteriorate, and competition moved to Europe and Asia. However, before that, the continent hosted the biggest exhibition in America and likely the

biggest event in the 20th century – Expo'67 in Montreal. As opposed to its rivals from the USA, it was based on co-operation with the BIE and it was mainly a government initiative supported by the province of Quebec and the city. It accommodated numerous private pavilions. Similarly to the Paris Exhibition in 1900, attendance in Montreal was much higher than the population of the whole country. Expo'67 marked its place in history by an extraordinary number of innovative architectural structures, such as the geodesic dome – the pavilion of the USA (designed by B. Fuller), the Habitat residential unit – Canadian pavilion (designed by M. Safdie, D. Barrott, Boulva) or the tent-like structures of the German pavilion (designed by F. Otto and R. Gutbrod), which marked a return to avant-garde tendencies in expo architecture. Expo'67 had a significant influence on the development of Montreal – the host city – and, at the same time, on the improvement of the image of the whole country. It initiated a collective ethos of optimism, progress and prosperity, which became an intrinsic element of Canadian national identity for many generations to come [Greenhalgh 2011, Mattie 1998, Sykta 2007].

Expo'70 in Osaka, which was also a government initiative in organisational and financial terms, carried out in close co-operation with the BIE, also had a positive influence on national pride and positioning of the host city. The Japanese government

wystawa w Seattle (1962 r.) [Cotter 2014, Greenhalgh 2011, Mattie 1998]. Po niej komercjalizm, populizm, niska jakość atrakcji kulturalnych i edukacyjnych sprawiały, że wystawy amerykańskie pozostawały pragmatycznie urządzone parkami tematycznymi, opartymi na modelu Disneylandu. Do podupadającej kondycji wystaw amerykańskich przysłużyły się złe relacje z BIE²⁶, naczelną instytucją zajmującą się expo, co zakończyło się wycofaniem Ameryki z tej organizacji w 2011 r., oraz niski stopień partycypacji zagranicznej. Skupiano się głównie na lokalnej ekonomii i wykorzystywaniu popularnej rozrywki jako koła

napędowego, przekształcając tereny wystawowe w wesołe miasteczka, niezasługujące na poważną dyskusję na tle tradycji wystaw światowych. Wystawy kontynuowały wypracowany wcześniej system finansowania, wykorzystując środki generowane przez specjalne kompanie. Często zaangażowane były również władze miejskie, przyznając konkretne sumy czy pobierając prowizję z terenu. Władze federalne włączały się rzadziej, np. przyznając granty [Greenhalgh 2011].

Politycznym kołem zamachowym powojennych wystaw była zimna wojna. Rywalizowano w skali i oryginalności form pawilonów naro-

dowych, nowoczesności ekspozycji, pokazujących wyścig w kosmos, ale przede wszystkim na platformie propagandowej. Szczególnie widoczne było to na *Seattle Century 21 Exposition*, która otrzymując potężny zastrzyk finansowy od rządu federalnego, stała się środkiem amerykańskiej propagandy w walce z ZSRR. Symbolem sukcesu została górująca do dzisiaj nad Seattle iglica *Space Needle*, najbardziej ekspresyjny amerykański monument związany z tradycją wystaw, będący metaforą wzrostu i amerykańskiej *prosperity* [Cotter 2010, Mattie 1998]. Po Seattle amerykańskie wystawy zaczęły podupadać, a konkurencja przeniosła się

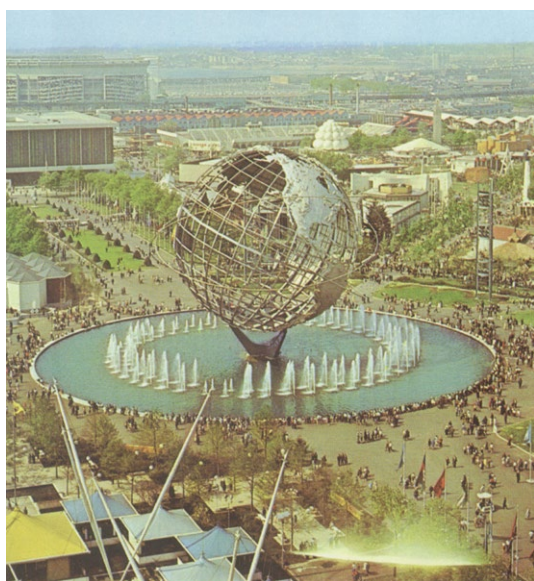


Fig. 4. New York Exhibition 1964 – in a center symbol of expo, criticized from aesthetical point of view [Mattie 1998]

Ryc. 4. Wystawa Nowojorska w 1964 r. – w centrum krytykowany pod względem estetycznym symbol wystawy *Unisphere* [Mattie 1998]



Fig. 5. Seattle *Century 21 Exposition* 1962. Symbol of an exhibition success and American *prosperity* tower *Space Needle* in the center of expo grounds [www.historiasztuki.com.plkodowane003-02-01-ARCHWSP-MODERNIZM-eng.php; Official Souvenir Book 1962]

Ryc. 5. *Century 21 Exposition* w Seattle 1962. Symbol sukcesu wystawy i amerykańskiej *prosperity* wieża *Space Needle* w centrum terenów wystawowych [www.historiasztuki.com.plkodowane003-02-01-ARCHWSP-MODERNIZM-eng.php; Official Souvenir Book 1962]



Fig. 6. Expo'1958 in Brussels – *Atomium* symbol of the exhibition. Expo postcard [Jackson 2008]

Ryc. 6. Expo w Brukseli w 1958 r. – *Atomium* symbol wystawy. Widokówka z Expo [Jackson 2008]



Fig. 7. Expo'1992 in Seville – exhibition area located on an island connected to the city by new bridges and cable car [www.gimf.us.es]

Ryc. 7. Expo w Sewilli w 1992 r. – tereny wystawowe położone na wyspie połączone z miastem nowymi mostami i kolejką linową [www.gimf.us.es]

invested a significant amount of funds in the organisation of the exhibition with the aim to present the new Japan, with its economic and industrial transformations, to the world. The exhibition fully embodied the vision of a great breakthrough. Since that time, Japan has been perceived from the point of view of perfection in cutting-edge technologies²⁷ [Greenhalgh 2011, Lei 2011, Mattie 1998].

In the post-war period, two major exhibitions took place in Europe: in Brussels in 1958 and in Seville in 1992. Both were financed mainly by public authorities and both had ambitions to maintain a national profile. Expo'58 was the last in the line of Belgian exhibitions, which positioned this country as one of the main exposition organisers in the modern era. Similarly to most expositions before 1970, Brussels too was marked by

the Cold War with a strange political combination of motifs: modernist architecture, nuclear power and Belgian Congo. The main symbol and attraction of Expo'58 was a gigantic model of a magnified iron crystal particle, the so-called *Atomium*, whose futurist skyline remains one of the key landmarks and tourist attractions of the city even today. The most important effect of Expo'58 was the fact that Brussels achieved the status of the political and organisational centre of Europe and the host of the European Union [Greenhalgh 2011, Mattie 1998, Sykta 2007]. On the other hand, Expo'92 in Seville, celebrating the anniversary of discovering America, was the first in many generations to show the power of culture as the main driving factor of large fair and exhibition events. The event, which was treated as a priority by the

Spanish government, had the strongest international participation in the history of exhibitions as well as an impressive set of cultural and scientific shows and facilities. It played a vital role in the development of the city. An estimated 10 billion dollars were spent on city infrastructure – roads, bridges (including the current landmark of the city – the Alamillo bridge designed by S. Calatrava, connecting the city with Isla de la Cartuja), telecommunications, land development and management, new parks and the revitalisation of historical buildings. All these activities transformed Seville into a global metropolis and they were a noticeable manifestation of the cultural revival of Spain in the post-Franco period, confirming that the Spanish government and the city invested their funds well [Greenhalgh 2011, Mattie 1998].

do Europy bądź Azji. Ale zanim to się stało, odbyło się tutaj największe w powojennej Ameryce i uważane za największe w XX w. Expo'67 w Montrealu. W przeciwieństwie do konkurentów z USA opierało się na współpracy z BIE i było głównie inicjatywą rządową, wspieraną przez prowincję Quebec i miasto. Znalazło się tutaj wiele pawilonów prywatnych. Podobnie jak Wystawa Paryska 1900 Montreal osiągnął frekwencję o wiele wyższą niż populacja całego kraju. Expo'67 zapisało się w historii wystaw nadzwyczajną ilością nowatorskich struktur architektonicznych, takich jak kopuła geodezyjna – pawilon USA (proj. B. Fuller), jednostka mieszkaniowa Habitat – pawilon Kanady (proj. M. Safdie, D. Barrott, Boulva) czy namiotowe struktury pawilonu Niemiec (proj. F. Otto i R. Gutbrod) – wracając do awangardowych tendencji w architekturze wystawowej. Expo'67 miało znaczący wpływ na rozwój Montrealu – gospodarza imprezy, a jednocześnie na poprawę wizerunku całego kraju. Zainicjowało kolektywny etos optymizmu, postępu i dobrobytu, który przyłgął do kanadyjskiej tożsamości narodowej na wiele pokoleń [Greenhalgh 2011, Mattie 1998, Sykta 2007].

Pozytywny wpływ na podniesienie dumy narodowej i pozycjonowanie miasta gospodarza miało także Expo'70 w Osace, będące również inicjatywą rządową pod względem organizacyjnym i finansowym, w ścisłym współdziałaniu z BIE. Rząd

Japonii zaangażował znaczne fundusze w organizację wystawy, chcąc zaprezentować światu nową Japonię z dokonującą się w niej transformacją w ekonomii i przemyśle. Wystawa w pełni wcieliła wizję wielkiego przelomu i odtąd Japonia zaczęła być postrzegana przez pryzmat doskonałości w zakresie zaawansowanych technologii²⁷ [Greenhalgh 2011, Lei 2011, Mattie 1998].

W Europie w okresie powojennym odbyły się dwie wystawy o większym znaczeniu – w Brukseli w 1958 r. i Sewilli w 1992 r. Obie – zainicjowane i finansowane głównie przez władze państwowe – miały ambicje promocji profilu narodowego. Expo'58 było ostatnim w linii belgijskich expo, ustanawiających ten kraj jednym z głównych organizatorów wystaw w czasach współczesnych. Tak jak większość ekspozycji do 1970 r., także brukselskie expo było naznaczone zimną wojną z dziwną polityczną kombinacją wątków: architektura modernizmu, siła nuklearna i Kongo Belgijskie. Główną atrakcją i symbolem Expo'58 był gigantyczny model powiększonej cząsteczki kryształu żelaza, tzw. *Atomium*, którego futurystyczna sylweta jest do dzisiaj jednym z głównych wyróżników krajobrazowych i atrakcji turystycznych miasta. Najbardziej znaczącym efektem Expo'58 było osiągnięcie przez Brukselę statusu politycznego i organizacyjnego centrum Europy, gospodarza Unii Europejskiej [Greenhalgh 2011, Mattie 1998, Sykta 2007]. Expo'92 w Se-

willi, celebrujące rocznicę odkrycia Ameryki, po raz pierwszy od wielu pokoleń pokazało moc kultury jako głównego czynnika animującego wielkie przedsięwzięcia targowo-ekspozycyjne. Traktowane priorytetowo przez rząd hiszpański, posiadało największy zagraniczny kontyngent w tradycji wystaw, a także zestaw kulturalnych oraz naukowych pokazów i urządzeń. Odegrało ogromną rolę w rozwoju miasta. Szacuje się, że wydano 10 bilionów dolarów na infrastrukturę miejską – drogi, mosty (w tym współczesny *landmark* miasta most Alamillo, proj. S. Calatrava, łączący miasto z Isla de la Cartuja), telekomunikację, urządzenie i zagospodarowanie terenów, nowe parki oraz rewaloryzację historycznej zabudowy. Wszystkie te działania przekształciły Sewillę w światową metropolię oraz stanowiły widomy znak w kulturalnym wskrzeszeniu Hiszpanii w okresie postfrankowskim, potwierdzając, że hiszpański rząd i miasto dobrze zainwestowały swoje pieniądze [Greenhalgh 2011, Mattie 1998].

Expo XXI wieku

W inaugurującym nowe stulecie *Hanover World Expo'2000* wzięto pod uwagę głównie czynniki ekonomiczne i ekologiczne, jak m.in. utylizację obiektów po zakończeniu wystawy. Stworzono 30 000 nowych miejsc pracy²⁸, nastąpiła modernizacja infrastruktury, budownictwa

Expo in the 21st century

The *Hanover World Expo '2000* that inaugurated the new century focused mainly on economic and environmental factors, including, among others, the disposal of facilities after closing the expo. 30.000 new jobs were created²⁸, infrastructure, city development and transport were modernised²⁹, which influenced the improvement of the host city image and of Germany as a whole [Lei 2011]. By responding to consumer demand, the Expo stimulated the investment environment. The trade fair exhibition areas were restructured and modernised, reinforcing Hannover's potential as the national centre of commercial activities. This trend continued after the expo, leading to an increase in the number of large commercial buildings in the city

in the years 2001–2002 [Yaocheng 2007, Mattie 1998].

Expo'2010 in Shanghai demonstrated that the key to success is a properly developed business strategy³⁰, that puts the event in the context of social, political and economic reality and linking it not only to the development of the host city but also of the region and even the whole country. Shanghai was chosen to host the Expo mainly due to its leading position in the most economically developed region of China – the Yangtze River Delta³¹ [Yaocheng 2007]. The economic potential of the region, particularly in the exhibition industry, was used to improve the attractiveness of the expo, and the main beneficiary became the tourist industry³². The Expo allowed for an employment increase, contributing to the lowering of unemployment in

Shanghai. New business opportunities appeared, stimulating numerous new investments in the fields of telecommunications, transport, as well as commercial and tourist services, often provided by foreign companies. The organisers made great efforts to improve the quality of city environment, in order to meet the challenge of the Expo'2010 slogan: "Better city. Better life." As a result, the share of vegetation in the city area increased by 40%, a green protection belt that significantly influences the purification of waters and atmosphere was created; new parks and arranged green areas were established as well as multi-functional public areas combining residential, commercial, service and arts sectors and finally, high-intensity residential estates. Emphasis was placed on the improvement of public transport, by means of

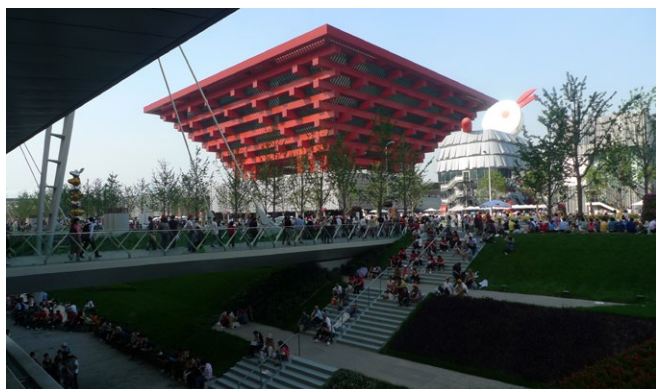


Fig. 8. Shanghai Expo'2010. Gigantic crowds of people visiting and waiting to enter pavilions. Obligatory trips for expo (photo by U. Forczek-Brataniec, 2010)

Ryc. 8. Expo'2010 w Szanghaju. Gigantyczne tłumy zwiedzających i oczekujących do wejścia do pawilonów. Obowiązkowe wycieczki na expo (fot. U. Forczek-Brataniec, 2010)

miejskiego i transportu²⁹, co wpłynęło na poprawę wizerunku miasta gospodarza i całych Niemiec [Lei 2011]. Expo, odpowiadając na popyt konsumentów, ożywiło środowisko inwestycyjne. Targowe przestrzenie wystawiennicze były restrukturyzowane i modernizowane, co wzmocniło potencjał Hanoweru jako centrum komercyjnych aktywności kraju. Ten kierunek kontynuowany był po expo, powodując wzrost liczby wielkich budowli komercyjnych w mieście w latach 2001–2002 [Yaocheng 2007, Mattie 1998].

Expo'2010 w Szanghaju pokazało, że przepis na sukces tkwi w dobrze opracowanej strategii biznesowej³⁰, osadzeniu przedsięwzięcia w społeczno-polityczno-ekonomicznych realiach oraz powiązaniu wystawy z rozwojem nie tylko miasta gospodarza, ale szerszego rejonu, a nawet państwa. Szanghaj został wybrany na gospodarza expo głównie z racji pozycji lidera najbardziej rozwiniętego pod względem gospodarczym regionu Chin – Deltę Rzeki Jangcy³¹ [Yaocheng 2007]. Potencjał ekonomiczny regionu, szczególnie w branży wystawienniczej, został wykorzystany do zwiększenia atrakcyjności wystawy, a głównym beneficjentem stał się przemysł turystyczny³². Dzięki expo zwiększono zatrudnienie, przyczyniając się do obniżenia poziomu bezrobocia w Szanghaju. Pojawiły się możliwości biznesowe, stymulujące wiele nowych inwestycji w dziedzinie transportu, telekomunikacji, usług

komercyjnych, turystycznych, prowadzonych często przez zagraniczne kompanie. Organizatorzy włożyli wiele wysiłku w poprawę jakości środowiska miejskiego, by sprostać tematowi Expo'2010 „Lepsze miasto. Lepsze życie”. W efekcie pokrycie terenu miasta zielenią wzrosło o 40%, stworzono zielony pas ochronny, wydatnie wpływający na oczyszczenie wód i atmosfery, założono nowe parki i tereny zieleni urządzonej, powstały wielofunkcyjne przestrzenie publiczne, łączące sektory mieszkalnictwa, komercji, usług i sztuki oraz osiedla mieszkaniowe o wysokiej intensywności. Duży nacisk położono na usprawnienie transportu publicznego, stworzenie systemu ciągów pieszych i rowerowych oraz ograniczenie ruchu samochodowego w centrum miasta. Wszystkie te działania miały na celu poprawę stanu środowiska w szybkim czasie, ale także w dłuższej perspektywie. Pokaz chińskiej potęgi odbywał się na wielkim obszarze (5,28 km²) na obu brzegach rzeki Huangpu, wyposażonym w olśniewające obiekty i urządzenia oraz efektownie komponowane tereny ogrodowe i parkowe. Żaden z dotychczasowych organizatorów expo z taką gorliwością jak Chińczycy nie zadbał o rekordową wręcz frekwencję 70 milionów [Lei 2011]. W gigantycznych kolejkach do pawilonów ustawiały się tysiące dumnych chińskich obywateli, przywożonych na obowiązkowe wycieczki autokarami z najodleglejszych zakątków wielkiej ojczyzny (ryc. 4).

Podsumowanie

Historia i współczesność wielkich międzynarodowych ekspozycji uczą, że ich sukcesu ekonomicznego i politycznego nie powinno się widzieć wyłącznie w bezpośrednim zysku organizatora. Należy go dostrzegać w szerszym kontekście rozwoju miasta – regionu – kraju gospodarza i w perspektywie długoterminowej, wybiegającej daleko poza czas trwania samej wystawy. Profity płynące z expo to z pewnością nowe możliwości biznesowe i inwestycyjne, wzrost zatrudnienia oraz pozytywne skutki przestrzenne i środowiskowe, generowane przez rozwój turystyki, poprawę jakości infrastruktury komunikacyjnej, technicznej, architektonicznej czy zieleni.

Ponad 160-letnia tradycja wystaw światowych wskazuje, że pieniądze i polityka stanowiły ich motory napędowe. Natomiast sukces wystaw zależny był od proporcji udziału tych czynników. Przedsięwzięcia nastawione wyłącznie na zys i masowość, podbijające wyniki frekwencji przez przekształcanie terenów wystawowych w wehikuły rozrywki i targowiska, hołdujące niskim gustom i popkulturze nie były w stanie sprostać ideowym założeniom wielkich ekspozycji, do których należały: promocja techniki i sztuki, ukazywanie postępu cywilizacyjnego oraz edukacja. Wystawy zdominowane przez politykę, za pomocą której indoktrynowano tłumy, nie miały szans włączenia w tę grę pozalo-

creating a system of walkways and bicycle paths and limiting car traffic in the city centre. All these actions were aimed at improving the condition of the environment within a short time, but also in the long run. The demonstration of Chinese power took place in a huge area (5.28 km²), located on both banks of the Huangpu river, equipped with stunning objects and facilities as well as impressively arranged garden and park areas. None of the previous Expo organisers was so eager to ensure record attendance as the Chinese, who finally reached 70 million visitors [Lei 2011]. Thousands of proud Chinese citizens who went on mandatory bus trips from the furthest corners of their vast home country, waited in gigantic queues to enter the pavilions (Fig. 4).

Conclusion

The history and contemporary times of great international exhibitions have taught us that their economic and political success should not be seen only from the point of view of direct profits of the organiser. It should, however, be viewed in the broader context of the host city, region and country development and in a long-term perspective, extending far beyond the duration of the exhibition itself. Doubtless benefits from expo include new business and investment opportunities, increased employment and positive spatial and environmental effects generated by the development

of tourism, improvement of the quality of communication, technical and architectural infrastructure or greenery.

Over 160 years of the history of world exhibitions show that their main driving factors were money and politics, while their success depended on the proportional share of these factors. Events that focused mainly on profit and mass attendance, boosting numbers of visitors by transforming exhibition grounds into entertainment facilities and fairs or favouring low taste and popular culture were unable to meet the ideological objectives of great exhibitions, i.e. the promotion of technology and the arts, reflecting civilizational progress and education. Exhibitions dominated by political factors and tainted by government ambitions to turn the event into a political arena to indoctrinate the crowds never had a chance to attract wider audiences to join the game as such audiences expected world fairs to promote values beyond political divisions.

Izabela Sykta

Institute of Landscape Architecture
Faculty of Architecture
Krakow University of Technology

Endnotes

¹ The publication is co-financed from the funds of the European Union, within the European Social Fund – University of Technology of the 21st century – Development Programme of the Krakow University of Technology – highest quality of education for future Polish engineers.

² Attendance records: London Exhibition 1851 – 6 million visitors, Paris 1889 – 48 mil-

lion, Osaka 1970 – 64 million [in:] de Jong, Mattic 1994. Expo in Shanghai declared 70 million visitors [in:] Gil 2008.

³ The aim of the 1851 Exhibition was to celebrate the reach and power of the British Empire, which was combined with the counter-revolutionary aspect. The demonstration of the power of the Empire was supposed to raise respect among the rebels (revolutionary movements that had been gaining strength in Europe since 1848, strong position of the Chartists and trade unions in the United Kingdom).

⁴ The Committee established sub-committees to publicise its activities, it organised a group of sponsors who guaranteed initial financing, issued regulations, collected applications from potential exhibitors and sent invitations to foreign governments. Total expenditure amounted to 335.742 £ and it was mainly covered by thousands of small investors on a stock principle. Government contribution amounted to 1/10 of the initial costs. The exhibition grounds were subject to temporary lease. A competition for the design of exhibition facility was announced. In 1851, the Parliament argued against the exhibition. After a series of debates, disputable issues were settled by a series of compromises.

⁵ Nearly 4.5 million of the total 6 million visitors were the “shilling people” – mainly affluent craftspeople and traders, who were perceived as the reflection of the status of the working classes in Britain.

⁶ The 1851 exhibition declared a net profit of 522,179 £ = 186,437 £, which ensured a reimbursement of costs for shareholders and a considerable amount for the Committee itself.

⁷ *Crystal Palace*, designed by J. Paxton, contributed to the financial success of the 1851 Exhibition and it created a specific model that was used as reference for the construction of exhibition facilities throughout the world.

⁸ The revenues from exhibition tickets in the years 1883-1886 were the second largest in the broader context of national economy.

⁹ Queen Victoria granted the Royal Committee and the Royal Society permission to dispose of the revenues obtained from the

kalnej publiczności, oczekującej od wystaw światowych propagowania wartości pozostających ponad politycznymi podziałami.

Izabela Sykta

Instytut Architektury Krajobrazu
Wydział Architektury
Politechnika Krakowska

Przypisy

¹ Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego – Politechnika XXI wieku – Program rozwojowy Politechniki Krakowskiej – najwyższej jakości dydaktyka dla przyszłych polskich inżynierów.

² Rekordy frekwencji: Wystawa Londyńska (1851 r.) – 6 mln zwiedzających, Paryż (1889 r.) – 48 mln, Osaka (1970 r.) – 1964 mln [w:] de Jong, Mattie 1994. Expo w Szanghaju w 2010 r. deklarowało 70 mln zwiedzających [w:] Gil 2008.

³ Celem wystawy w 1851 r. było uczczenie zasięgu i potęgi imperium brytyjskiego, co połączono z wymiarem kontrrewolucyjnym. Pokaz siły miał wzbudzić respekt buntowników (nasilające się od 1848 r. ruchy rewolucyjne w Europie, mocna pozycja Czartystów i związków zawodowych w Wlk. Brytanii).

⁴ Komisja tworzyła komitety w celu upubliczniania swoich działań, organizowała grupę sponsorów gwarantujących wstępne finansowanie, wydawała przepisy, zbierała zgłoszenia od potencjalnych wystawców i wysyłała zaproszenia do zagranicznych rządów. Całkowite wydatki wyniosły 335 742 funtów i były w większości pokryte przez tysiące drobnych sponsorów na zasadzie akcji. Wkład rządu stanowił 1/10 wstępnych kosztów. Teren wystawy był tymczasowo wynajmowany. Ogłaszano konkurs na projekt obiektów wystawowych. W 1851 r. parlament opowiedział się przeciwko wystawie. Po serii debat kwestie sporne rozwiązano przez szereg kompromisów.

⁵ Spośród ponad 6 mln zwiedzających prawie 4,5 mln stanowili „ludzie za szylinga” – głównie dobrze prosperujący rzemieślnicy i handlowcy, uważani za odbicie kondycji klas pracujących w Wielkiej Brytanii.

⁶ Wystawa w 1851 r. deklarowała 522,179 funtów, zysk netto 186,437 funtów, zapewniając udziałowcom zwrot kosztów oraz okazałą kwotę samej komisji.

⁷ *Crystal Palace* zaprojektowany przez J. Paxtona przyczynił się do finansowego sukcesu Wystawy w 1851 r. i stanowił rodzaj wzorca, do którego odwoływano się przy budowie pawilonów ekspozycyjnych na całym świecie.

⁸ Dochody z biletów na wystawy w latach 1883–1886 zajęły drugie miejsce w szerszym kontekście ekonomii narodowej.

⁹ Królowa Victoria wydała Komisji Królewskiej i Królewskiemu Stowarzyszeniu pozwolenie na dysponowanie dochodami z *Crystal Palace* oraz Kartę pozwalającą na rozproszenie funduszy.

¹⁰ Rodzaj obiektów wystawowych i tematykę ekspozycji regulowała oficjalna karta specyfikacyjna z 1862 r. Model ten lub jego warianty były wykorzystywane przez organizatorów późniejszych wystaw na całym świecie jako podstawowy wymóg prawny dla wystawców.

¹¹ Od 1862 r. powtarzano ekspozycje co 10 lat. Po 1871 r. odbywały się wystawy coroczne o zmniejszonym programie, częściowo w tymczasowych obiektach. Za większą częstotliwością podążała węższa specjalizacja wystaw.

¹² Wystawa Indyjska i Kolonialna zaspokoili wiele celów politycznych i propagandowych rządu.

¹³ Środki pochodziły z różnych źródeł: Rada Miasta Londynu, kolonie, prywatni sponsorzy, rząd francuski, kompania wystawy, wynajmujący teren. Po otwarciu wystawy dołączyły przychody z reklam, wejściówek, sprzedaży materiałów promocyjnych i gadżetów, restauracji i lokali rozrywkowych. Z organizatorami ściśle współpracowały gazety, zapewniając publiczność wystawom w *White City*. Pomocy administracyjnej udzieliły: parlament, biuro burmistrza Londynu oraz kluby polityczne.

¹⁴ W 1889 r. podstawowe nakłady wyniosły 41,5 mln franków, państwo zapłaciło 17, rada miasta 8, resztę banki.

¹⁵ Nagrodami w loterii były obrazy.

¹⁶ Loterie organizowano również w Anglii na pocz. XX w. z nagrodami w postaci wejściówek na wystawy.

¹⁷ Eiffel doprowadził projekt i budowę wieży do ukończenia w ciągu 2 lat. Wymagało to talentu organizatorskiego, stosowania dodatkowych bodźców ekonomicznych dla pracowników i potężnego wkładu inwestycyjnego.

¹⁸ Zagraniczne produkty, niepodlegające jak francuskie osądowi jury, skupiały zainteresowanie publiczności, odbierając uwagę rodzimym produktom.

¹⁹ Od 4 mln w 1855 r., przez 11 – w 1867 r. i 16 – w 1878 r., po 32 i 50 mln zwiedzających na wystawach w 1889 i 1900 r. Populacja Francji w 1900 r. wynosiła ok. 35 mln, z czego wynika, że paryskie wystawy przyciągały więcej zagranicznych gości niż inne, a ludność miejscowa była na nich licznie reprezentowana.

²⁰ Nowym towarem stały się materiały reklamowe, produkowane przez prywatne firmy, jak książki, przewodniki, foldery oraz różne gadżety wystawowe, widokówki, ceramika, tkaniny itp.

²¹ Stany sprzedawały udziały swoim obywatelom.

²² Utworzono departament promocyjny do celów reklamowych, drukujący biuletyny i ulotki wkładane do gazet na całym świecie. Wystawa była szeroko reklamowana we wszystkich mediach.

²³ W *Official Guide Book of the New York World's Fair 1939*, Exposition Publication Inc., New York 1939, wymieniono ponad sto pokazów i kolejek. Wśród ambitniejszych rozrywek były m.in.: *Artistic Village* – „gigantyczna paleta ozdobiona przysłowiowymi malunkami i malowana końcówkami pędzla... w otwartych kabinach prezentujących naprzeciwko siebie artystów z wielu krajów”. *Crystal Palace* – „trasa przez amerykańskie wystawy światowe 1853–1939” czy Bell Geddes *Mirror*

Crystal Palace and a Charter that allowed for the dispersion of funds.

¹⁰ The type of exhibition facilities and the subject of the exposition were regulated in the official specification chart of 1862. This model or its variants were used by organisers of later exhibitions throughout the world, as the main legal requirement for participants.

¹¹ Starting from 1862, expositions took place every 10 years. After 1871, annual exhibitions were organised, with a reduced programme and partly in temporary facilities. Higher frequency resulted in a narrower specialisation of the fairs.

¹² The Indian and Colonial Exhibition satisfied numerous political and propaganda-related objectives of the government.

¹³ Funds were obtained from various sources: The London City Council, colonies, private sponsors, the French government, the exhibition company, tenants of the land. After opening the exhibition, this was supplemented by revenues from advertisements, tickets, the sale of promotional materials and gadgets, restaurants and entertainment facilities. Newspapers co-operated closely with the organisers attracting audiences to the *White City exhibitions*. Administrative support was provided by: the Parliament, the Office of the Mayor of London and political clubs.

¹⁴ In 1889 basic expenditure amounted to 41.5 million francs, of which the state paid 17, the city council 8 and the rest was covered by banks.

¹⁵ Prizes in the lottery were paintings.

¹⁶ Lotteries were also organised in England at the beginning of the 20th century, and the prizes were entrance tickets to the exhibitions.

¹⁷ Eiffel completed the design and construction of the tower within 2 years. This required organisational skills, the use of additional economic incentives for workers and a huge investment expenditure.

¹⁸ Foreign products that were not subject to jury assessment, unlike the French ones, attracted the audience's attention to the disadvantage of national products.

¹⁹ From 4 million in 1855 through 11 in 1867 and 16 in 1878 to 32 and 50 million visitors at the 1889 and 1900 exhibitions. The French population in 1900 was approx. 35 million people, which means that French exhibitions attracted more visitors than others and that local population was strongly represented.

²⁰ Advertising materials manufactured by various companies, including books, guidebooks, folders and various gadgets, such as postcards, pottery, fabrics etc. became a new commodity.

²¹ The states sold shares to their citizens.

²² A promotion department that printed brochures and leaflets inserted into newspapers throughout the world was created for advertising purposes. The exhibition was widely advertised in all media.

²³ The *Official Guide Book of the New York World's Fair 1939*, Exposition Publication Inc., New York 1939, lists more than a hundred shows and rides. Some more ambitious forms of entertainment included: *the Artistic Village* – "a gigantic palette decorated with proverbial paintings and painted with the tip of a brush – in open cabins presenting, opposite each other, artists from numerous countries", *Crystal Palace* – "a tour of the American world exhibitions 1853–1939" or the Bell Geddes Mirror Show, where "known throughout the world as an industrial designer of very serious intentions, Norman Bell Geddes took a holiday and focused on the brighter side of life" [in:] Greenhalgh, 2011, p. 75–76.

²⁴ On the façade of the pavilion designed by Dali, high art was combined with *peep show*, which was embarrassing even for the surrealists themselves, not to mention the average visitor.

²⁵ The New York Exhibition in 1964 that was modelled on its famous predecessor from 1939, lacked a consistent plan, architectural "edge", cultural content and, first of all, the spirit of optimism that stimulated the previous event. The main attraction, the pretentious *Unisphere* (designed by G. Clarke) was an aesthetic failure. In the business aspect, the exhibition was based on hard corporate structure, with the *Fair Corporation*, run by R. Moses who was already

known from the 1939 fair and whose policy dominated all aspects of the exhibition, likely threatening its creative potential. He caused the termination of co-operation with the BIE and, as a result, the lack of official participation of international exhibitors. Attendance at the exhibition was lower than expected by half, which led to a complete fiasco of the project.

²⁶ BIE – *Bureau International des Expositions* = The International Exhibitions Bureau

²⁷ Osaka became the economic centre of the Kansai region thanks to its rapid development following Expo'70.

²⁸ Employment in the tourism industry accounted for over 2/3 of the whole service sector.

²⁹ The creation of the new residential district Moenchsberg called the Municipal Garden District solved housing problems of 3 thousand people. A network of express regional trains was created and rapid urban trains.

³⁰ *The 2010 Shanghai World Expo Market Development Plan* was an important part of preparations for the exhibition, attracting participants. It was formulated basing on *China 2010 Shanghai World Expo Initiative Framework and Registration Report*, the commercial experiences of the previous expos and other large international events, such as the Olympic Games.

³¹ Nearly 6% of the population of China and almost 22% of the total GDP (Gross Domestic Product) is accumulated in the Yangtze River Delta, which accounts for only 1% of the territory of China.

³² Earlier simulations estimated that the revenues from tourism during Expo'2010 would exceed 80 billion RMB (8.58 billion Euros), while the direct profits from tourist products such as entrance tickets, gastronomy, souvenirs would amount to approx. 9.11 bln RMB (0.97 bln Euros). Visitors spent even more on tourist services outside the exhibition grounds, such as accommodation, transport, leisure, sightseeing, shopping etc.

Show, gdzie „znany w całym świecie jako industrialny designer o nadzwyczaj poważnych intencjach, Norman Bell Geddes tutaj wziął urlop i zwrócił swój talent ku jaśniejszej stronie życia” [w:] Greenhalgh 2011, s. 75–76.

²⁴ Na fasadzie zaprojektowanego przez Dalego pawilonu wysoka sztuka łączyła się z *peep show*, wprawiając w zażenowanie nawet samych surrealistów, nie mówiąc już o przeciętnym zwiedzającym.

²⁵ Wystawie nowojorskiej w 1964 r. wzorującej się na słynnej poprzedniczce z 1939 r. brakowało spójnego planu, architektonicznego pazura, kulturalnego wypełnienia, a przede wszystkim ducha optymizmu, który animował wcześniejsze wydarzenie. Największa atrakcja, pretensjonalna *Unisphere* (proj. G. Clarke), poniosła estetyczne fiasko. Wystawa opierała się biznesowo na twardej strukturze korporacyjnej z *Fair Corporation*, kierowaną przez R. Mosesa, znanego już z wystawy w 1939 r., którego polityka zdominowała wszystkie aspekty wystawy, prawdopodobnie narażając jej potencjał kreatywności. Doprowadził on do zerwania współpracy z BIE i w efekcie do braku oficjalnego udziału zagranicznych uczestników. Frekwencja na wystawie była połowę mniejsza od spodziewanej, co doprowadziło do całkowitego fiaska przedsięwzięcia.

²⁶ BIE, *Bureau International des Expositions*, tj. Międzynarodowe Biuro Wystaw Światowych.

²⁷ Osaka stała się centrum ekonomicznym rejonu Kansai dzięki swojemu gwałtownemu rozwojowi po Expo'70.

²⁸ Zatrudnienie w przemyśle turystycznym stanowiło ponad 2/3 całości branży usługowej.

²⁹ Powstanie nowej dzielnicy Moenchsberg, nazwanej Miejskim Dystryktem Ogrodowym, rozwiązało problem mieszkaniowy 3 tys. osób. Stworzono sieć ekspresowych pociągów regionalnych oraz szybką kolejkę miejską.

³⁰ *2010 Shanghai World Expo Market Development Plan* stanowił ważny etap przygotowań do wystawy, zachęcający do uczestnictwa. Został sformułowany na podstawie *China 2010 Shanghai World Expo Initiative Framework*

and Registration Report, opierając się na komercyjnych doświadczeniach operacyjnych poprzednich wystaw i innych wielkich wydarzeniach międzynarodowych jak olimpiady.

³¹ Prawie 6% ludności Chin i blisko 22% całościowego GDP (przychodu narodowego) znajduje się w Yangtze River Delta, stanowiącym zaledwie 1% terytorium Chin.

³² We wcześniejszych symulacjach przewidywano, że przychody z turystyki na Expo'2010 osiągną ponad 80 bln RMB (8,58 bln euro), przy czym bezpośredni dochód z produktów turystycznych, jak wejściówki, gastronomia, pamiątki, wyniesie około 9,11 bln RMB (0,97 bln euro). Zwiedzający wydali więcej na usługi turystyczne poza terenem expo, jak noclegi, transport, rozrywka, zwiedzanie, zakupy itp.

Literature – Literatura

1. Bolotin N., Laing Ch., 2002. *The World's Columbian Exposition. The Chicago World's Fair of 1893*. University of Illinois Press Urbana and Chicago, Champaign Illinois, USA.
2. Bourdieu P., 2007. *Reguły sztuki*. Universitas, Kraków.
3. Cotter B., 2010. *Images of America. Seattle's 1962 World's Fair*. Arcadia Publishing, Charleston South Karolina, USA.
4. Cotter B., 2009. *Images of America. The 1939–1940 New York World's Fair*. Arcadia Publishing Charleston, South Karolina, USA.
5. Cotter B., Young B., 2014. *Images of Modern America. The 1964–1965 New York World's Fair*. Arcadia Publishing, Charleston, South Karolina, USA.
6. Eco U., 1970. *Pejzaż semiotyczny*. PIW Warszawa.
7. Giedion S., 1968. *Przestrzeń, czas i architektura. Narodziny nowej tradycji*. PWN Warszawa.
8. Gil I. (red.), 2008. *Shanghai Transforming*. Actar, Unia Europejska.

9. Greenhalgh P., 2011. *Fair World. A History of World's Fairs and Expositions from London to Shanghai 1851–2010*. Papadakis, Great Britain.

10. Hobhouse P., 2005. *Historia ogrodów*. Arkady, Warszawa.

11. Jackson A., 2008. *Expo. International Expositions 1851–2010*. V&A Publishing, London.

12. Jencks C., 1989. *Architektura późnego modernizmu*. Arkady, Warszawa.

13. de Jong C., Mattie E., 1994. *Architectural Competitions 1792 – Today*. Taschen, Kolonia.

14. Koolhaas R., 2013. *Deliryczny Nowy Jork. Retroaktywny manifest dla Manhattanu*. Karakter, Kraków.

15. Lei U.T., 2011. *World Expo 2010 Shanghai China. An Analysis of the possible impacts of World Expo 2010 Shanghai on the tourism development*. LAP Lambert Academic Publishing, Saarbrücken, Germany.

16. Mattie E., 1998. *World's Fairs*. Princeton Architectural Press, New York, USA.

17. Sosnowska J.M. (red.), 2012. *Wystawa Nowojorska 1939. Materiały z sesji naukowej Instytutu Sztuki PAN Warszawa, 23–24 listopada 2009 roku*. Instytut Sztuki Polskiej PAN.

18. Sykta I., 2007. *Znaczenie wyróżniających się, kontrowersyjnych obiektów architektury współczesnej dla kształtowania i percepcji krajobrazu miejskiego*. Praca doktorska, PK <http://www.biblos.pk.edu.pl>

19. Yaocheng H., 2007. *Shanghai Expo*. Thomson Learning, Singapore.