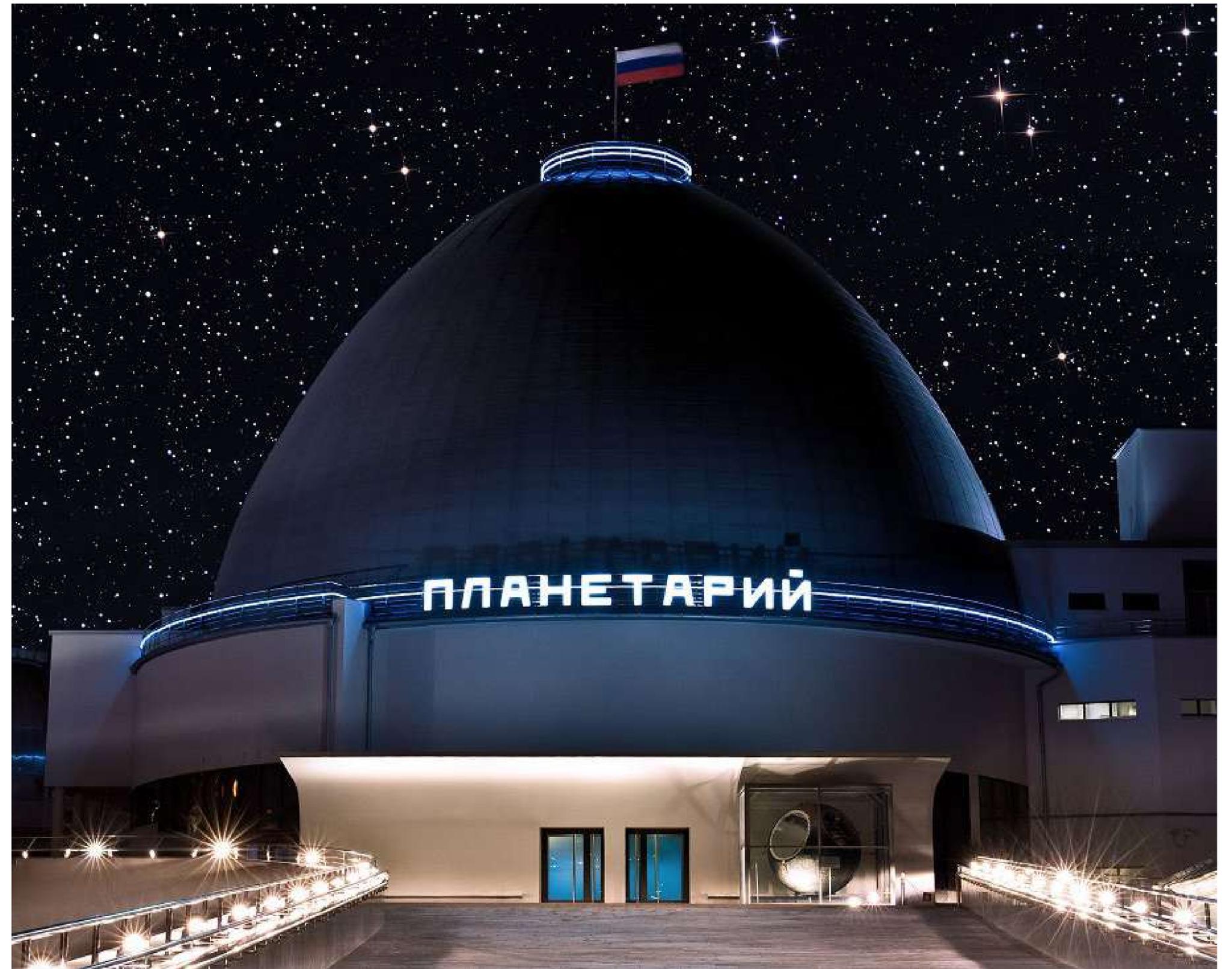


Интеграция мультимедийных решений в дизайн экспозиции

«Золотой век» музеев

- Сегодня в мире более 80 000 музеев. Еще 30 лет назад их было в 2 раза меньше.
- Музей — одновременно самая демократичная и самая консервативная культурная институция.
- Музей — пространство, максимально применяющее и утилизирующее современные технологии и оборудование.



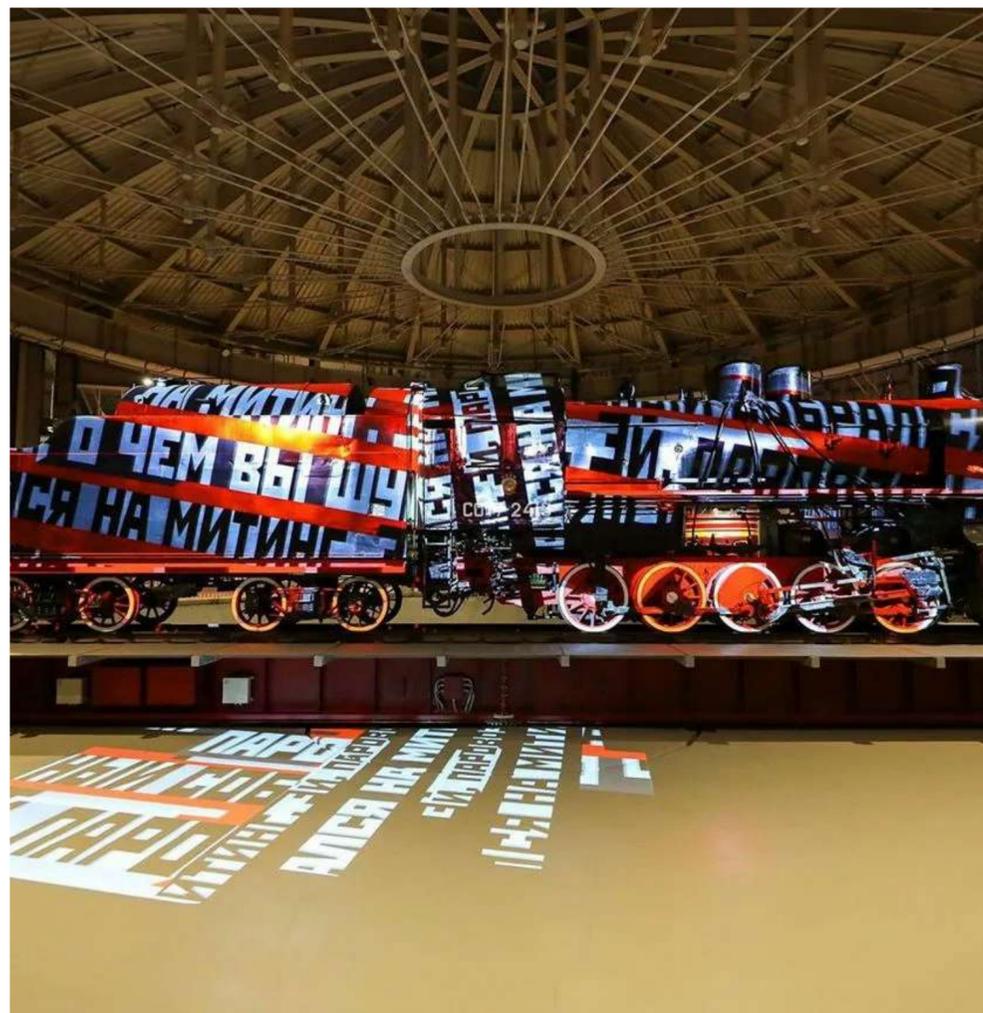
Трансформация роли музея

«Музеи сегодня стали преобладающей деталью нашего культурного ландшафта, именно они формируют наши представления о прошлом, настоящем и о нас самих».

(М. Фуко)



Что такое мультимедийность?



Музей железных дорог России



Музей русского зарубежья



Центр Вознесенского

Объединение в единое целое разных каналов передачи информации при помощи изображения, звука и света.

Многослойность: от понятия к образу

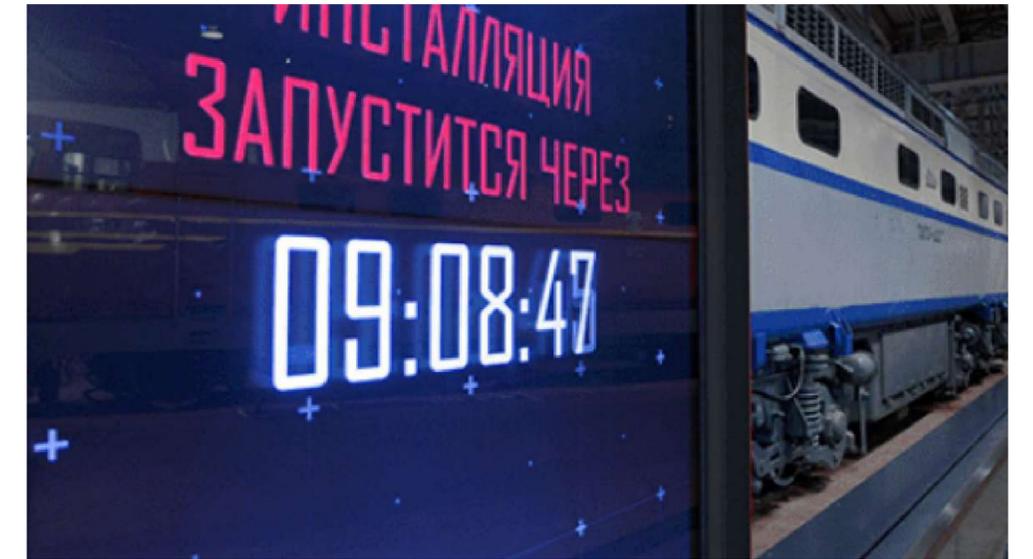


National Funeral Museum



Выставка «Мечта москвича» на ВДНХ, музей транспорта

Наглядность



Виртуальный разрез тепловоза ТЭП-70. Пятиметровая медиа-стена движется вдоль вагона по 22-метровому треку, показывая внутреннее устройство локомотива.

Музей железных дорог России



Экономия средств

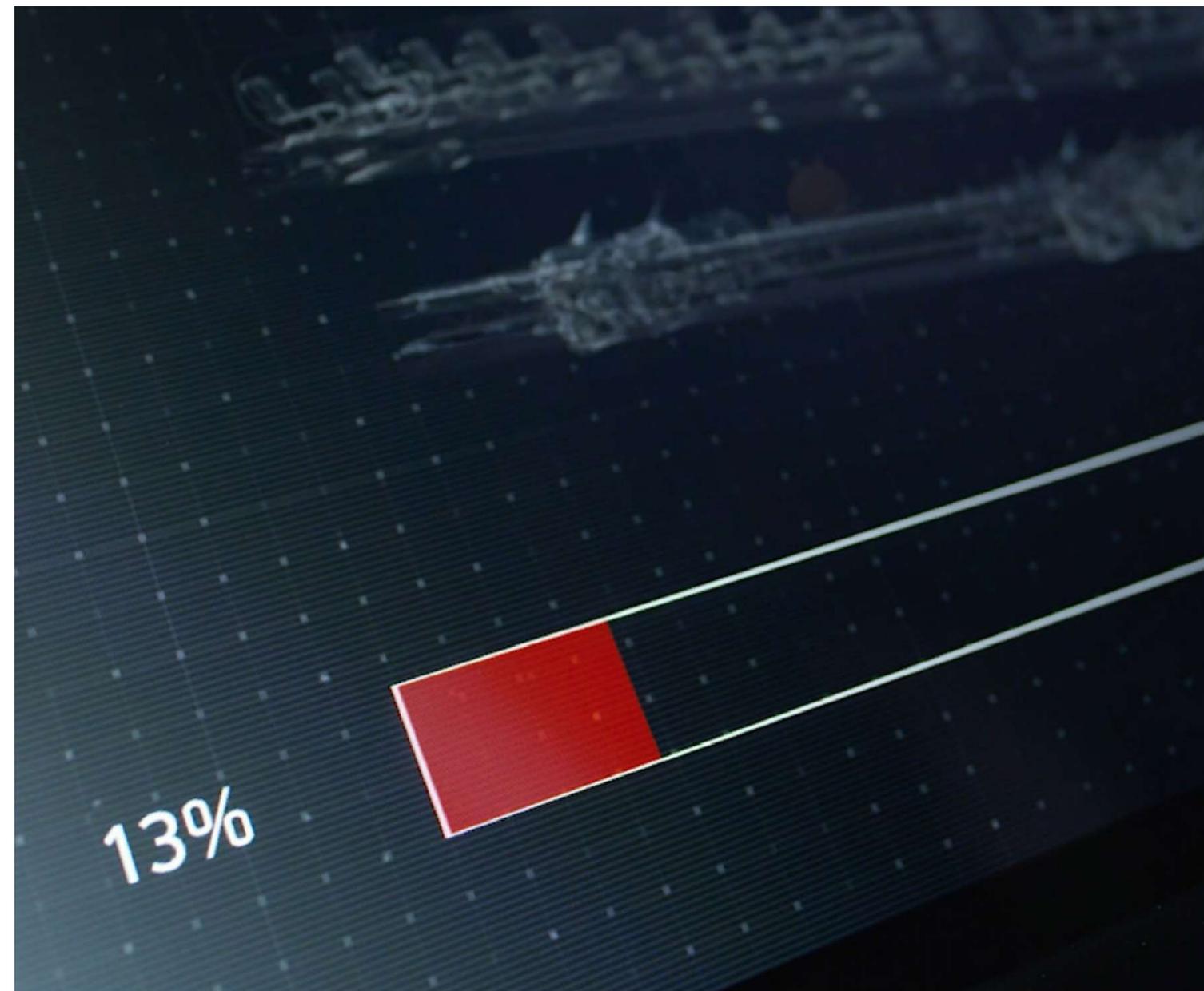
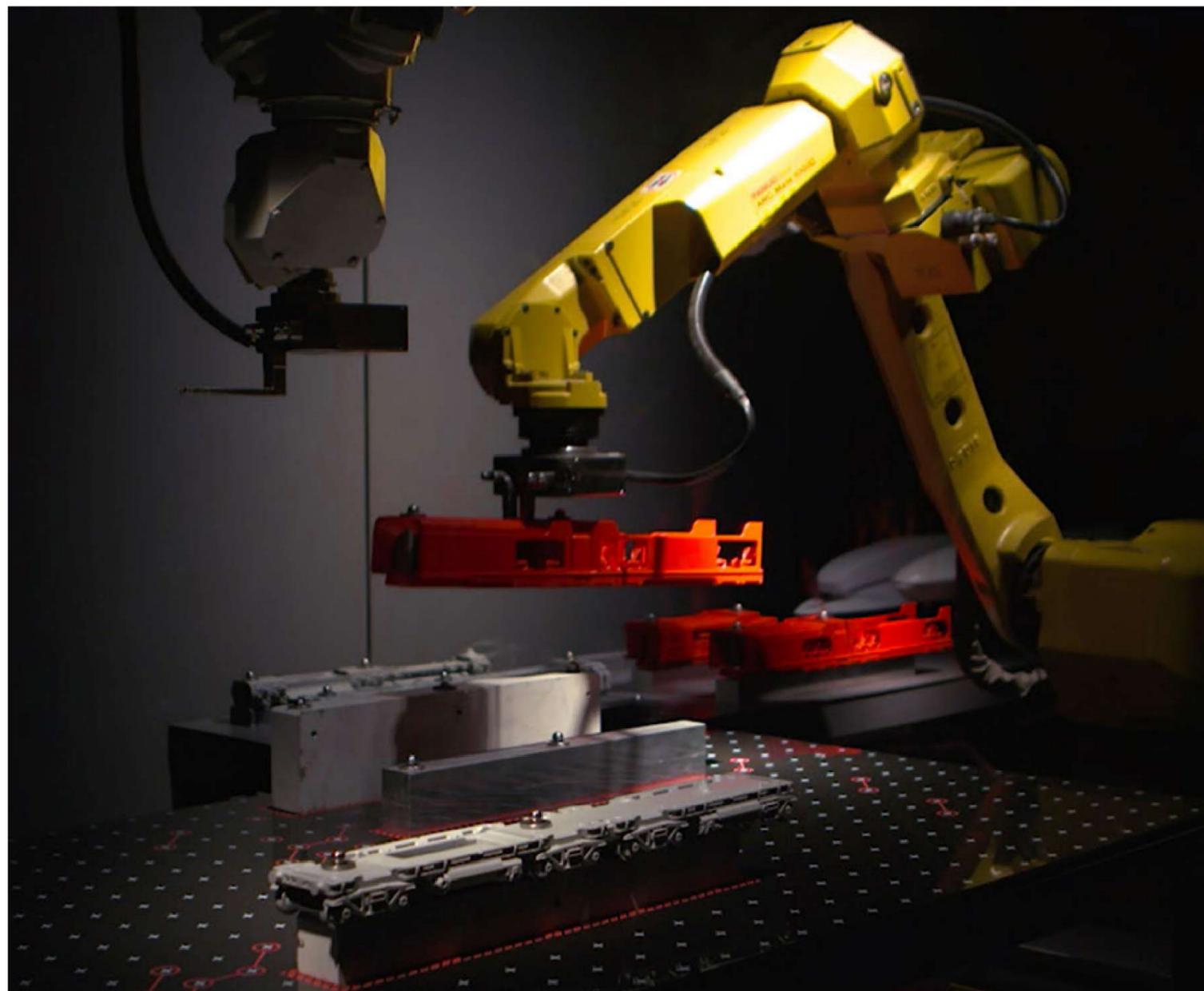


«Исторический» разрез вагона Полонсо. Задачей этой инсталляции было не показать техническое устройство вагона, а воссоздать его интерьеры и отобразить его комфорт на примере научно-художественной реконструкции использования вагона руководством СССР.

Музей железных дорог России



Интерактивность и зрелищность



«Сборка будущего» рассказывает о платформенно-модульной роботизированной сборке железнодорожного транспорта.

Музей железных дорог России

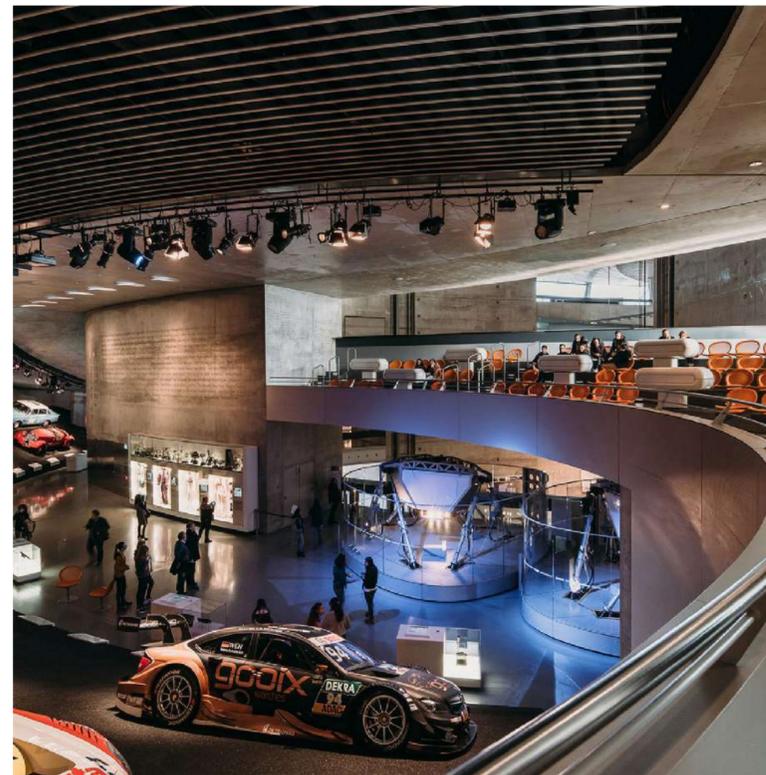


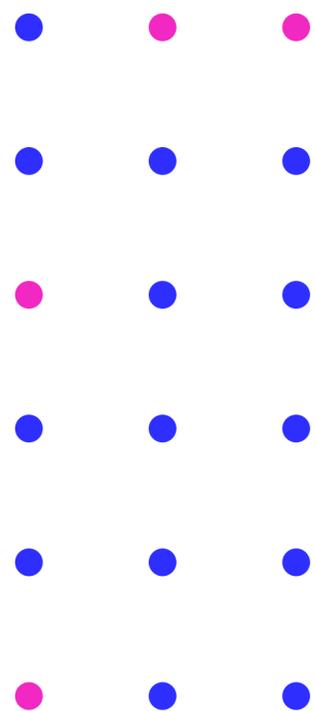
Проблематика

— Музеи набирают популярность, выходя за пределы привычных им функций. Они становятся центрами комьюнити и культурной жизни, их суть становится все более гибридной. При этом им приходится бороться за публику, соревнуясь со смартфон-культурой и индустрией развлечений. Как следствие, молодежь посещает музеи меньше, чем раньше и предпочитает получать информацию из интернет. Для того, чтобы эта аудитория пришла в музей, ее нужно привлечь.

— Технологии не меняют суть происходящего в музее. Они дали возможность умножить уровни содержания и обеспечили более комфортный/эффективный просмотр (вплоть до домашнего), но основные трансформации в музее приходят из мира идей и этики (инклюзия, деколонизация, превращения зрителя в со-куратора).

— Чтобы технологии что-то меняли, должна быть подготовлена ментальность, способ чувствовать, понимать. Например, чтобы интерактивные экспонаты захватили, нужно была переориентация с просвещения на вау-эффект. Важно различать эффект от технологий для обычных посетителей и специалистов. Часто вау-эффект и технологии склоняют нас к более поверхностному восприятию, хотя практически могут обеспечить более глубокое, что является предметом проектирования.





**Спасибо
за внимание**



Борис Кислицин
Креативный директор

+7 967 134 03 70
bk@pitch.ru