
ОСНАЩЕНИЕ МУЗЕЙНЫХ ЭКСПОЗИЦИЙ



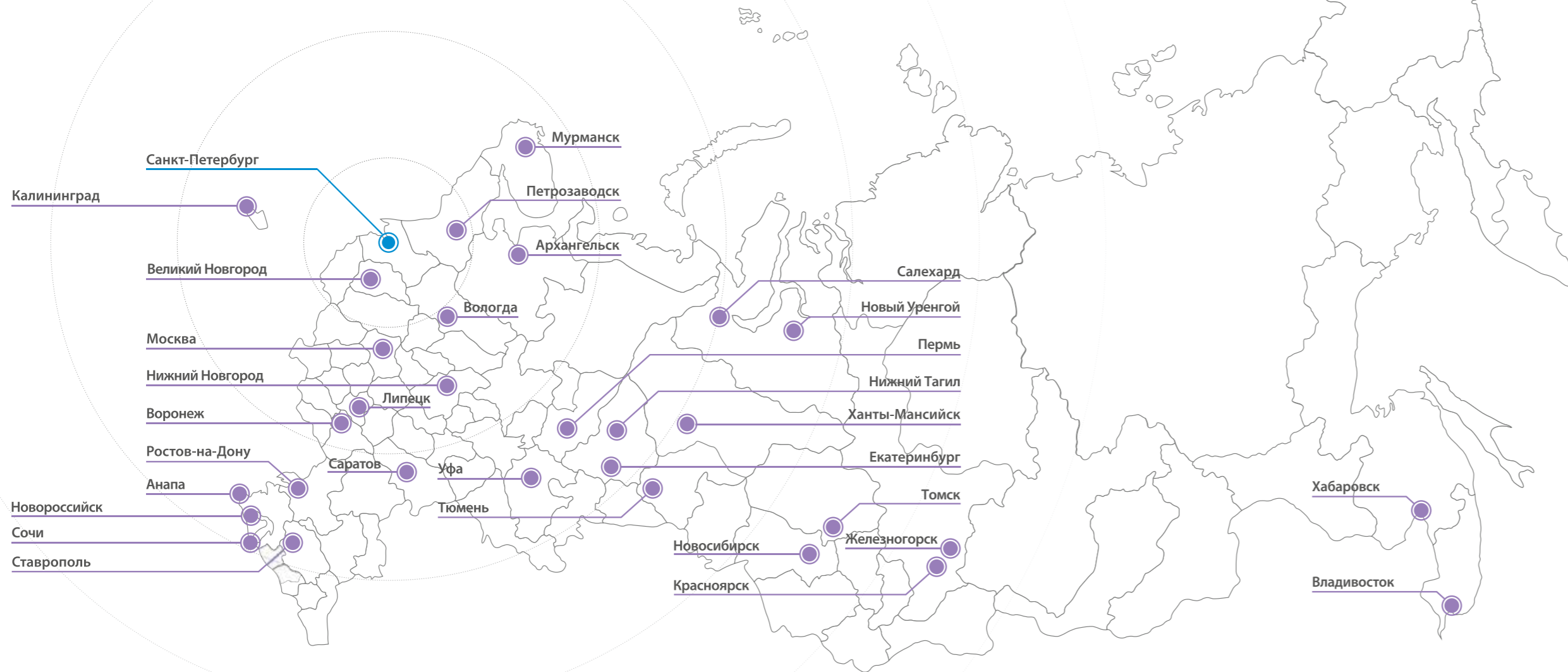
ASCREEN



СОДЕРЖАНИЕ

ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТОВ	4
О КОМПАНИИ	5
КАК МЫ РАБОТАЕМ	7
ИНСТРУМЕНТАРИЙ	13
Дизайн	14
Проекционные технологии	17
Дисплейные решения	18
Мультимедийные стенды	20
Дополненная реальность	22
Кинетика	25
Детские экспозиции	26
Звук	29
Мультимедийный контент	30
Свет	32
Витрины	35
Инфографика	37
Брендинг	38
ПРИМЕРЫ НАШИХ РАБОТ	41
НАМ ДОВЕРЯЮТ	52

ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТОВ



О КОМПАНИИ

Компания «Аскрин» с 2001 года работает в сфере комплексного мультимедийного оснащения. Одно из самых любимых и творческих направлений деятельности – разработка интерактивных инсталляций, креативных концепций и комплексного мультимедийного оснащения для музеев. Мы специализируемся на том, как продуманно внедрять современные технологии в пространство музейной экспозиции.

Собственное производство, штат инженеров, студия компьютерной графики, статус официальных поставщиков у крупных мультимедийных брендов позволяют успешно реализовывать самые сложные проекты.

>150
штатных
сотрудников



СОБСТВЕННОЕ
ПРОИЗВОДСТВО



СТУДИЯ
КОМПЬЮТЕРНОЙ
ГРАФИКИ



ИНЖЕНЕРНЫЙ
ПОТЕНЦИАЛ



ТВОРЧЕСКАЯ ГРУППА
ПО МУЗЕЙНЫМ
РЕШЕНИЯМ



>300
реализованных
проектов
в городах России
и СНГ



14 ЛЕТ
на рынке
системной
интеграции



140
компаний-
партнеров



PROINTEGRATION
AWARDS
профессиональные
награды



ШОУРУМ
в Санкт-Петербурге



Приложение «Запуск ракеты» на панорамном экране.
Шоурум Ascreen, Санкт-Петербург



КАК
МЫ РАБОТАЕМ?

ОБЩИЕ ПОДХОДЫ

Музей, вставший на путь модернизации, не всегда оказывается доволен результатами этого выбора. Это происходит по разным причинам: закупка разрозненного оборудования, непродуманность сценария применения новшеств, некачественное наполнение.

Что же нужно учесть, чтобы в результате модернизации получались яркие проекты, привлекательные для посетителей и удобные для ежедневной работы музейных сотрудников?

■ **Оправданность применения технологий**

Технологические решения в музее должны отвечать общему концептуальному замыслу и не вступать в противоречие с художественным оформлением. Оборудование является не самоцелью, а удобным подспорьем в создании экспозиций. При этом стоит задуматься о работе выбранных средств в будущем. Мультимедийная система музея должна обладать свойством расширяемости и развития.

■ **Тип экспозиции**

В музеях с богатой экспозицией задача технологий – не отвлекать внимание от предмета, а раскрывать его мир более полно, ярко. Здесь приемлемы аккуратные «вкрапления» в виде зон погружения, электронных этикеток и пр. В познавательных музеях, в музейно-информационных центрах, напротив, использование интерактивных инсталляций непосредственно в экспозиции может быть уместно и крайне увлекательно для посетителей!

■ **Функциональные особенности помещения**

Если для выставочных залов с большим количеством экспонатов принципиально важно спрятать технику, сделать её практически невидимой, то, например, установки для образовательной зоны могут носить более утилитарное назначение и быть менее требовательными с точки зрения оформления.



■ **Тип аудитории**

Обязательно необходимо учитывать, кто основной посетитель музея. Для групповых экскурсий разрабатываются инсталляции «сотворчества». Для семейного посещения – проекты, интересные и доступные (в том числе и по росту) разным возрастным группам.

Задача внедрения технических средств для индивидуального посетителя – избавить его от «информационного одиночества».

■ **Тип познания**

Мультимедийные инструменты позволяют учитывать особенности человеческого восприятия и могут работать как на разные типы познания («аналитики», «непоседы», «фантазёры», «любители головоломок»), так и на разные каналы восприятия (аудиальный, визуальный, кинестетический).



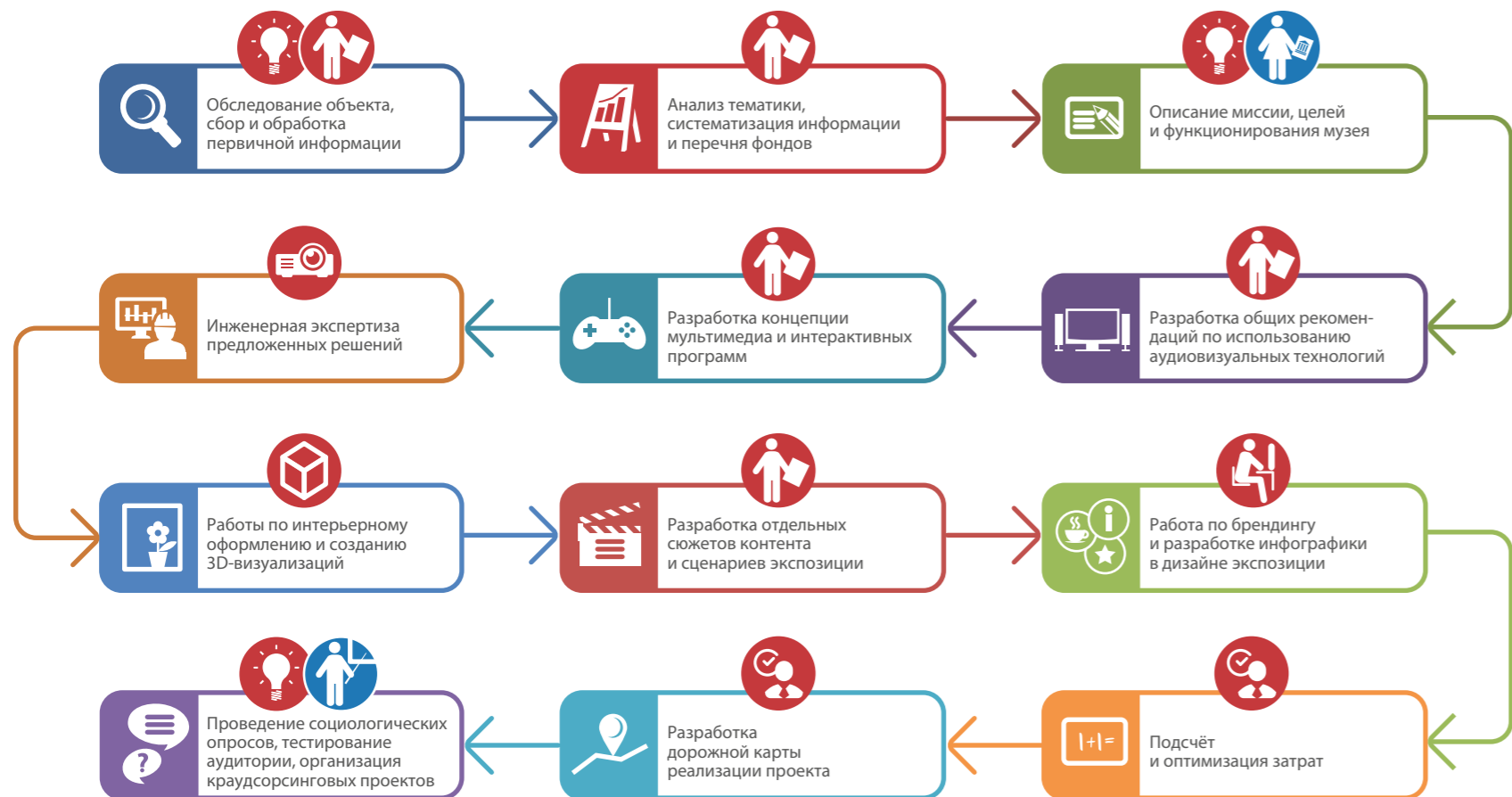
**Мультимедиа-технологии –
лишь инструмент
в опытных руках мастера!**

Использование технических средств в более широком смысле, не как «экранов», но как авторских произведений, в соответствии с задачами экспозиции, с продуманной системой управления – вот, пожалуй, рецепт, который делает мультимедийные и интерактивные части экспозиции максимально «работающими».

И в дополнение: чем раньше в процессе проектирования или модернизации экспозиции будет разработана концепция мультимедиа и мультимедийных программ, тем выше вероятность, что технологии станут органичной частью музея.



РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ. ЭТАПЫ



РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ. КОМАНДА





ИНСТРУМЕНТАРИЙ

ДИЗАЙН

Дизайн – это основа любой успешной экспозиции. Под дизайном нужно понимать не только общее оформление, но и выверенное с точки зрения удобства восприятия размещение экспонатов и мультимедийных инсталляций.

Дизайн экспозиции и интерьера, дизайн мультимедиа и инфографики, музейный брендинг – всё это специфические направления, которым нужно уделять внимание при создании или модернизации экспозиции. И все эти направления не должны быть разрознены, их общая цель – пространство, привлекательное и информативное для посетителя и удобное для работы музейных сотрудников.



Музей и центр археологии SMAC,
Хемниц, Германия



Игра с жестовым управлением «Полёт в космос». Шоурум Ascreen, Санкт-Петербург

ПРОЕКЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При взвешенном подходе проекционные решения способны рассказать музейную историю ярко и впечатляюще. Нужно помнить, что стандартная связка «экран+проектор» – это далеко не всё, на что способны проекционные технологии в целом. Создавать изображение сегодня можно практически на любой поверхности, что рождает массу идей для запоминающихся инсталляций.

- Высококонтрастная проекция обеспечит хорошую видимость видеоматериалов в освещённом помещении.
- Панорамный экран переместит посетителя в нужную эпоху или атмосферу. Благодаря использованию периферийного зрения посетитель чувствует себя полноценным участником действия.
- Сценическая голограмма позволит показать в объёме сложные технологические процессы или персонажей прошлого.
- Интерактивные книги покажут историю музея в наглядном, интерактивном и захватывающем виде.



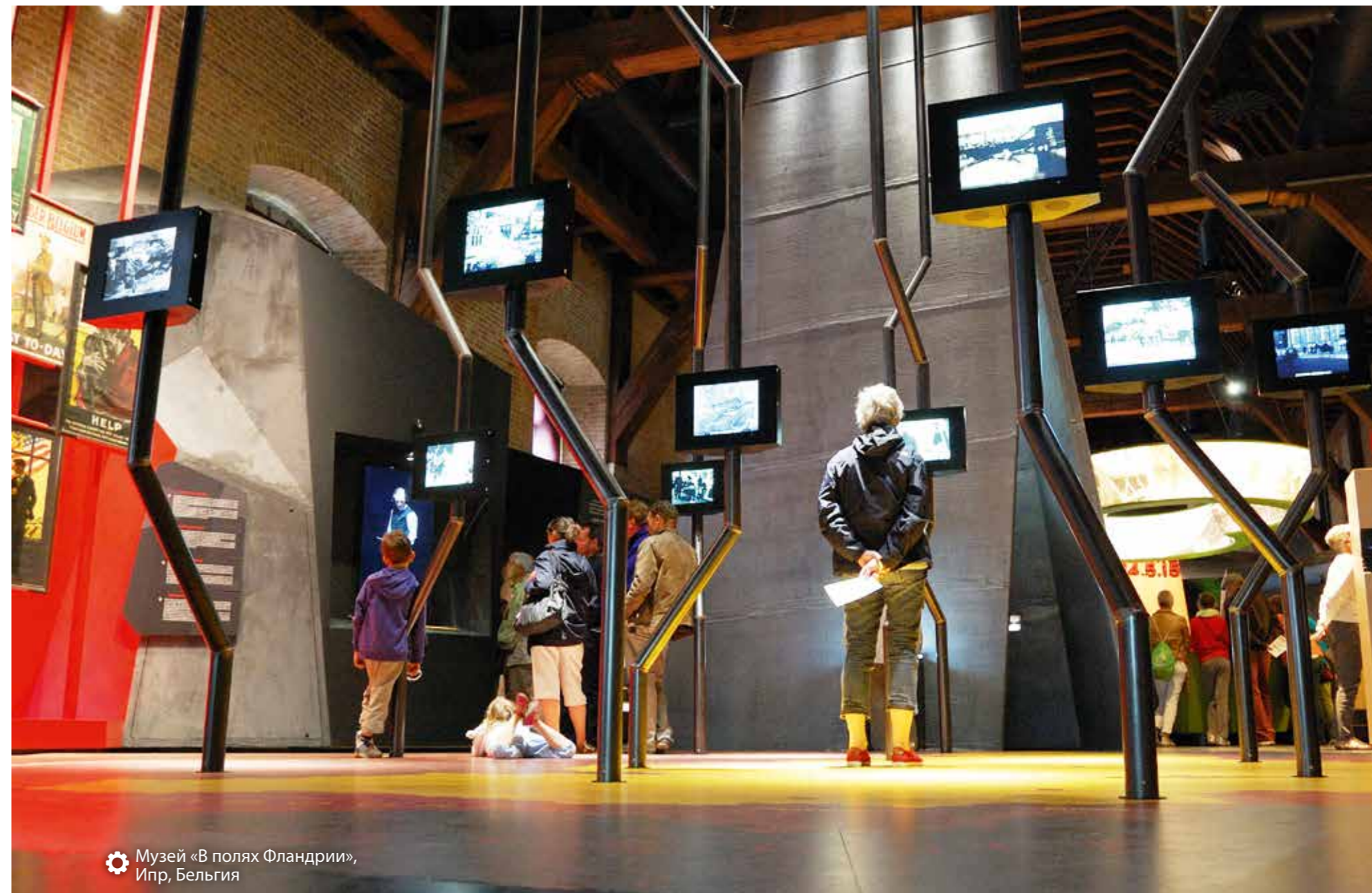
Видеомэппинг оживит любой объект – от небольшого макета до целого здания



ДИСПЛЕЙНЫЕ РЕШЕНИЯ

Дисплейные технологии в музее – это не только привычные информационные сенсорные киоски, но и необычно оформленные «оживающие портреты» и сенсорные видеостены с увлекательными презентациями, интерактивные «окна», передвижные терминалы и многое другое!

При использовании дисплейных технологий в музее важно уйти от стандартизированной подачи информации и форм исполнения, ведь посетители привыкли к использованию разнообразных сенсорных устройств (ноутбуки, смартфоны) в своей повседневной жизни. Без оформления, интересного содержимого, читаемости и понятности отображаемых материалов экраны могут стать чужеродным элементом в экспозиции.



Музей «В полях Фландрии»,
Ипр, Бельгия

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ СТЕНДЫ

Интерактивная витрина, или мультимедийный стенд, представляет собой конструктив, в состав которого могут входить витринные модули для экспонатов, инфографика и иллюстрации, а также разнообразные встроенные средства (сенсорные планшеты/электронные этикетки, прозрачные дисплеи, наушники, электронные микроскопы, выдвигающиеся ящики).

Данное решение позволяет получать информацию об экспонатах, не отходя далеко от витрины, а также иметь возможность воссоздания моделей непосредственно в витрине. Мультимедийные стенды оформляются в соответствии с тематикой музея.



«Детский экологический центр»,
Санкт-Петербург

ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Дополненная реальность – это совмещение реального объекта и виртуального «дополнения».

Как это можно применять в музее?

- Бинокли и дисплеи дополненной реальности позволят «нарастить» на экспонат или панорамный вид анимацию, архивные фотохроники, подписи.
- Стол с распознаванием меток поможет создать анимированную историю вокруг физических объектов.
- Хромакей* (съёмка на зелёном фоне, а потом замена этого фона в режиме реального времени на любые виртуальные изображения) подарит посетителям массу эмоций, встроив их изображения в видеоролик или анимированную фоторамку на экране.

Будет большим плюсом, если посетитель сможет отправить получившиеся изображения и видео себе на почту или разместить в социальных сетях!

* Chromakey

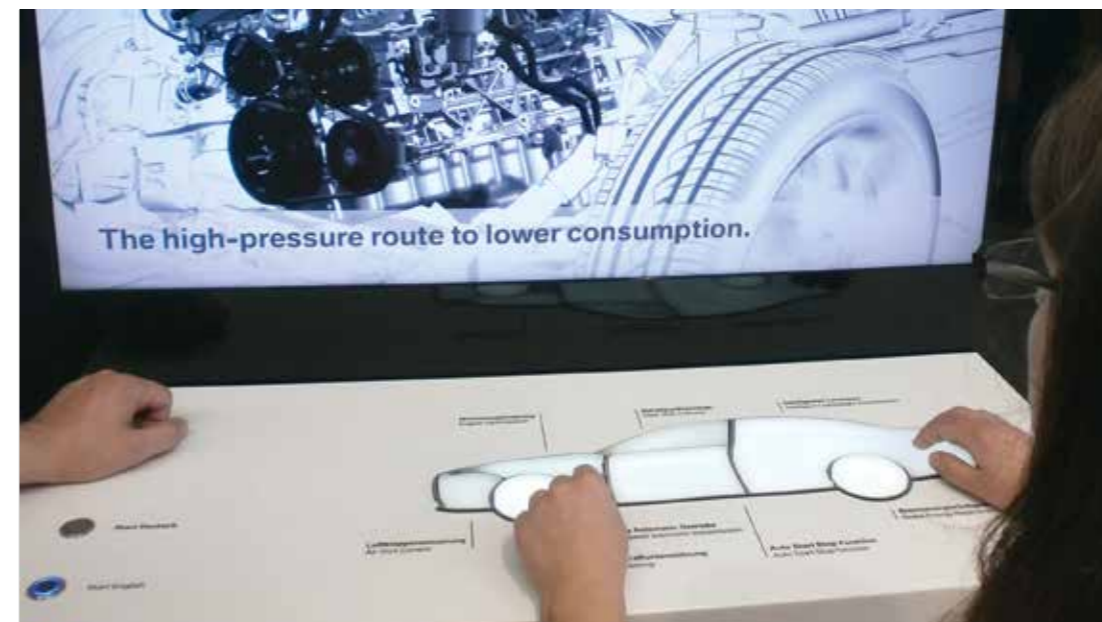




КИНЕТИКА

Возможность почувствовать себя непосредственным участником работы экспозиции – большая редкость. Роль «исследователя» позволяет посетителю значительно обогатить восприятие тем экспозиции. Особенно важна подобная форма участия для детской аудитории.

Кинетика в музейной экспозиции – это выдвигающиеся ящики витрин, передвижные дисплеи, «настоящие» кнопки, пазлы, схемы и работающие модели, лабиринты, тренажёры, меняющие форму конструкции. Даже люстра в музее может быть «живой»!



ДЕТСКИЕ ЭКСПОЗИЦИИ

Дети часто задаются вопросом «Как?», т.е. как это работает, как это использовали и т.д. Можно дать ответ по-разному: рассказать, продемонстрировать (что не всегда возможно) или, например, показать с помощью анимированных героев.



Мультимедийные средства позволяют реализовать детскую потребность «потрогать», что зачастую в музеях просто невозможно

В случае организованных групп особое значение приобретает совместная работа. Устав от довольно сухих повествовательных форм, школьники перестают оценивать важность материала. Музей может возродить и усилить интерес к предмету! При этом речь идет о возможности сделать процесс подачи материала более интерактивным.

Мультимедийные решения могут сопровождать работу детской группы в нескольких режимах: повествование (видео, анимация), познание (квесты, загадки), закрепление пройденного (научно-познавательные игры, викторины).

Преимущество мультимедийных средств заключается в том, что наполнение их может меняться в зависимости от возраста посетителей. Игровая составляющая должна быть тщательно продумана и не отвлекать, а увлекать детскую аудиторию. Немаловажно и то, что интерактивные инсталляции строятся с учётом детского роста.



Детская экспозиция в центре «Дарвинеум», Росток, Германия



Музей Варшавского восстания,
Варшава, Польша

ЗВУК

Звук в экспозиции – зачастую недооценённое средство, которое, тем не менее, способно воздействовать на посетителя музея, возможно, даже сильнее, чем визуальные образы.

Звук в музее можно использовать по-разному:

- Аудиоэтикетка позволит снабдить экспонат необходимой историей с возможностью выбора родного языка и без отягощения посетителя дополнительными устройствами.
- Узконаправленная акустика создаст звук в определённой зоне экспозиции.
- Общее звуковое оформление: шум производства, музыкальная композиция – задаст настроение, погрузит посетителя в определённую атмосферу или даже перенесёт в определённую эпоху.





МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ КОНТЕНТ

Что такое качественный контент? Во-первых, он отвечает поставленной задаче: обучать, увлекать или информировать. Во-вторых, это верно подобранное дизайн-решение, поддерживающее имя музея. И, в-третьих, это ясно структурированная, красочно поданная информация любого уровня сложности и специфики, которая становится доступной каждому.

Уникальный контент создаётся подразделением Ascreen Interactive Media под уже существующее или новое оборудование:

- видеоконтент – мультфильмы, фильмы, голографические и стереоролики;
- интерактивные приложения для мультитач-столов, панелей, киосков;
- 3D-мэппинг инсталляции;
- мультимедийные книги и индивидуальные контент-решения.



Обучающее приложение для тач-стола «Солнечная система», шоурум Ascreen, Санкт-Петербург

СВЕТ

Освещение экспозиции – одна из базовых составляющих музейного проектирования. Экспонат может ярко выделиться или, наоборот, потеряться на фоне стен в зависимости от правильности его освещения. Также вопрос света очень важен при внедрении в экспозицию мультимедийных средств, ведь определённые технологии, например видеомэппинг или прозрачные экраны, требуют значительного затемнения помещения.

Для использования различных световых сценариев в экспозиции можно предусмотреть использование системы управления световыми группами. Тогда экскурсовод или даже посетитель сможет сам управлять источниками света в нужной последовательности.





ВИТРИНЫ

Профессионально спроектированные и установленные витрины дают возможность посетителям всесторонне рассмотреть экспонаты, не отвлекаясь на выставочное оборудование. Безопасность хранения, герметичность, защита от солнечных лучей и пыли, экологичность применяемых материалов, подсветка и температурный режим – важные факторы при формировании витринного оборудования для экспозиции.

Современные витрины могут использовать встроенные дисплеи, управление подсветкой, а также обладать индивидуальным для тематики конкретного музея внешним видом.



**Размещение экспонатов в витринах –
базовая задача дизайна экспозиции**





Музейный центр «Ваприкки»,
Тампере, Финляндия



ИНФОГРАФИКА

Инфографика как направление дизайна, посвящённое оформлению информации, очень востребована в музеях. Как показать сложные данные наглядно? Как превратить скучные тексты в легко читаемые блок-схемы? Как красиво и необычно разместить названия, девизы, цитаты? Все эти вопросы стоит продумать при проектировании музейной экспозиции.

Хорошо составленная инфографика выглядит как увлекательная история, которая не нуждается в дополнительных пояснениях. При внесении инфографики в пространство экспозиции и в мультимедийный контент, важен целый ряд аспектов: точный выбор фактов, использование хронологии, интересы аудитории музея, цветовое и шрифтовое оформление, масштаб, общая визуальная целостность.



БРЕНДИНГ

Брендинг музея – это своего рода аккумуляция культурных, образовательных, эмоциональных аспектов мировоззрения, транслируемого обществу музеем. У любого бренда есть, в первую очередь, смысловая часть и есть визуальная часть, которая является последовательным отражением смысла.

Хороший узнаваемый бренд музея влияет на посещаемость. А это не только повышение уровня дохода, но и возможность дальнейшего развития, создания интересных программ для посетителей и многое другое.



Визуальная часть музейного бренда не ограничивается логотипом и сувенирной продукцией.

Везде, где посетитель «соприкасается» с музеем, можно использовать узнаваемые символы.

Таковыми точками коммуникации могут быть: этикетаж, инфографика, система навигации, буклеты, образовательные программы, афиши мероприятий, элементы формы сотрудников и т.д.



Пример использования брендинга в экспозиции, посвящённой шифрованию



Пример этапов разработки брендинга музея



Музей современного искусства MoMA, Нью-Йорк, США



Интерактивная картина.
Стенд Ascreen на фестивале «Интермузей-2014»



ПРИМЕРЫ НАШИХ РАБОТ



⚙ Видеомэппинг на рельефную карту.
Музей «Вселенная воды», Санкт-Петербург



⚙ Центр «Галактика»,
Сочи



⚙ Видеомэппинг.
Александринский театр, Санкт-Петербург



⚙ Видеомэппинг.
Здание Биржи, Санкт-Петербург



⚙ Музей «Вселенная воды»,
Санкт-Петербург



«Детский экологический центр», Санкт-Петербург



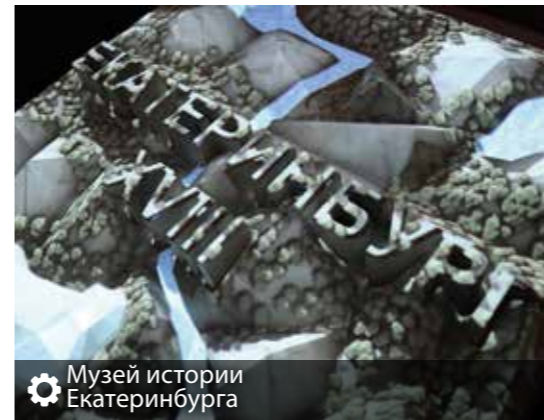
«Детский экологический центр», Санкт-Петербург



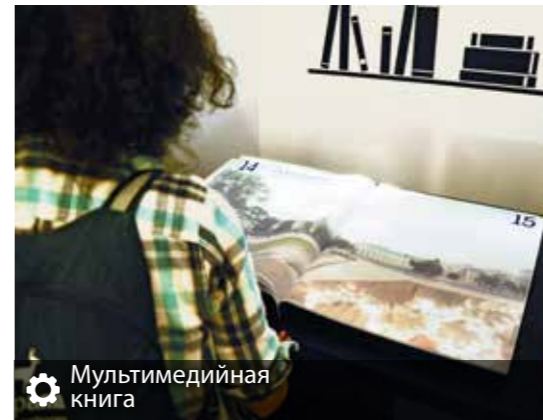
«Детский экологический центр», Санкт-Петербург



Музей «Вселенная воды», Санкт-Петербург



Музей истории Екатеринбурга



Мультимедийная книга



Витрина с прозрачным дисплеем



Мультимедийная установка «Первый фольклор Исети», Музей истории Екатеринбурга



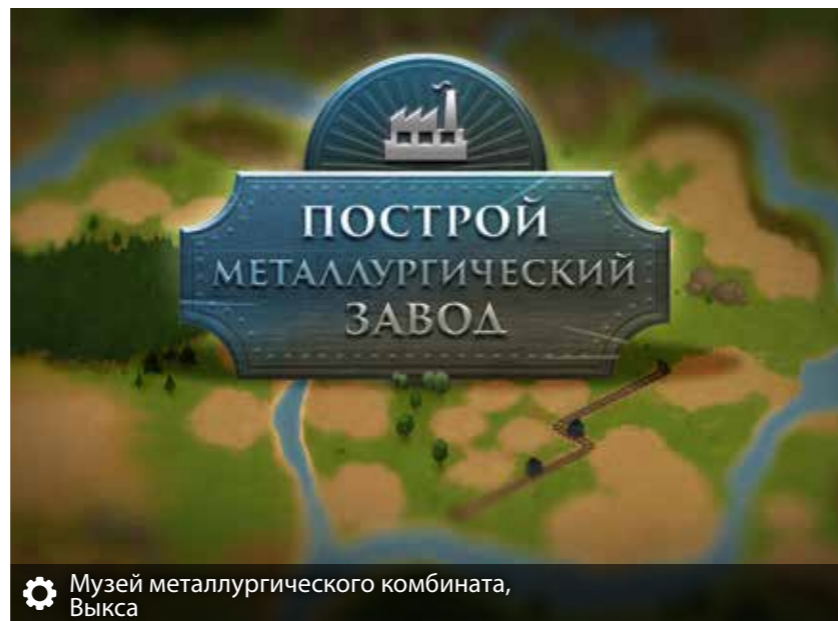
Интерактивная инсталляция
«Объекты культурного наследия UNESCO»



Корпоративный музей
«Мостоотряд 19»



Музей Державина,
Санкт-Петербург



Музей металлургического комбината,
Выкса



Музей металлургического комбината,
Выкса



⚙️ 3D-модель животного для инсталляции «Биосфера», Государственный Дарвиновский музей, Москва



⚙️ Энциклопедия с иллюстрациями для медиакниги «Семейные досуги», Музей «Государевы потехи», Санкт-Петербург



⚙️ Управляемая жестами викторина для видеостены «Эпоха в искусстве», Русский музей, Санкт-Петербург



⚙️ Образовательное приложение «Карта древней Руси», Выставка «Моя история. Рюриковичи»



⚙️ Информационно-справочное приложение «История кремля», Московский Кремль



⚙️ Голографический ролик для установки Pepper's ghost, «Детский экологический центр», Санкт-Петербург



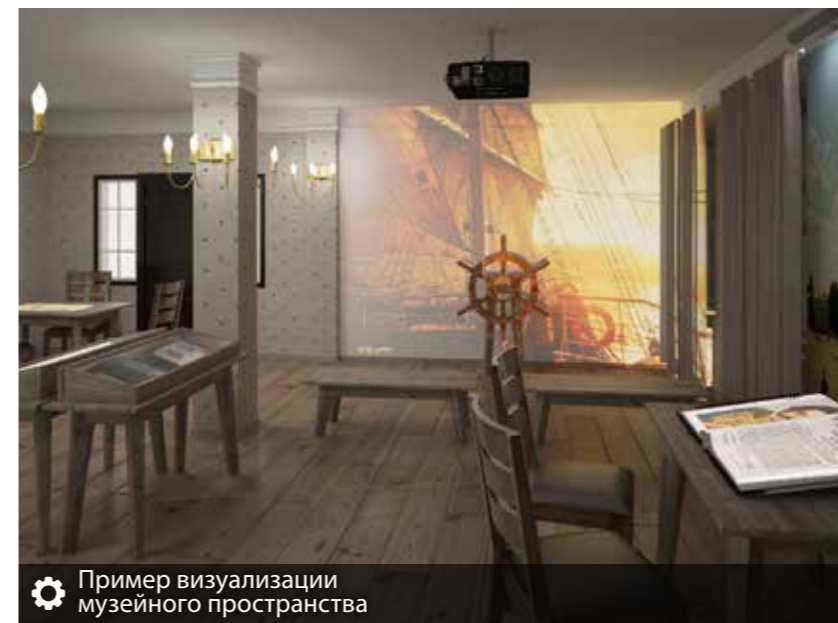
Концепт инсталляций для театрального музея



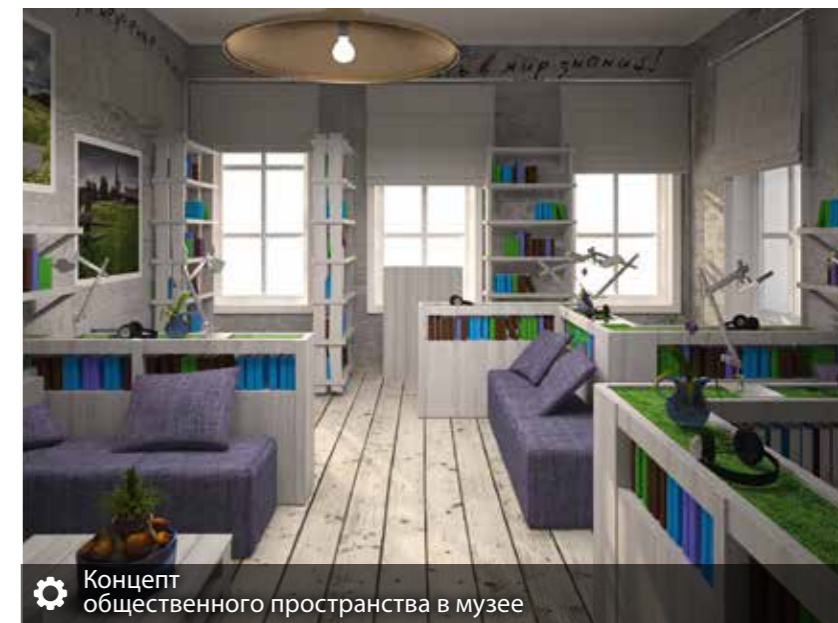
Концепт интерактивных зон погружения - «гримёрных»



Пример визуализации музейного пространства



Пример визуализации музейного пространства



Концепт общественного пространства в музее

НАМ ДОВЕРЯЮТ



Музейный комплекс
Вселенная воды и Детский
экологический центр
ГУП Водоканал



Александринский театр



Государственный
Эрмитаж



Музей современного
искусства Эрарта



Музей истории
Екатеринбурга



Калининградский
областной историко-
художественный музей



Центральный
военно-морской музей



Музеи
Московского Кремля



Государственный
Русский музей



Плёсский
музей-заповедник



Музей театрального
и музыкального искусства



Сургутский
краеведческий музей



Производство
государственных бумаг



Усадебно-промышленный
комплекс
Баташевых-Шепелевых



Российский комитет
Международной
организации музеев ICOM



Музей-усадьба
Л.Н.Толстого
"Ясная поляна"



Государственный
музей-заповедник
Петергоф



Музей геологии,
нефти и газа



Строительная компания
"Мостоотряд 19"



Государственный музей-
заповедник Изборск



Национальный
исследовательский
университет



Музейно-выставочный
комплекс
Новый Иерусалим

*Сначала неизбежно идут:
мысль, фантазия, сказка.
За ними шествует научный расчёт,
и уже, в конце концов,
исполнение венчает мысль.*

Циолковский К. Э.



Приглашаем посетить Уникальный мультимедийный центр Ascreen в Санкт-Петербурге. Мы расскажем, как мультимедиа-технологии могут улучшить коммуникации с посетителем, сделать экспозицию яркой и запоминающейся, а работу музейных сотрудников – удобной. Будем рады новым друзьям и партнёрам!



ASCREEN

**ОСНАЩЕНИЕ
МУЗЕЙНЫХ ЭКСПОЗИЦИЙ**

+7 (812) 457 08 95
e-mail: td@ascreen.ru

197374, Санкт-Петербург
Торфяная дорога, 7Ф
БЦ «Гулливёр-2», офис 1126
www.ascreen.ru