

Новый вариант поезда «Акварель»

Выполнили: Аксёнова Ксения, Алумов Сергей, Барсегова Эмма, Плеснявый Данил, Анна Полятыкина, Терк Мария, Чернозуб Софья, Шило Варвара

История формата поезда «Акварель»

Поезд “Акварель” существует в нынешнем виде уже четыре года. в 2015-м в поезде сделали “капитальный ремонт”: если изначально он был поездом-галерей лишь на словах, с пятнадцатого года в каждом вагоне убрали с одной стороны вагонов сиденья и на их место поместили “картины” - постеры-репродукции Андрияки и учеников его школы, которые находятся в специальном защитном стекле и не имеют специальных экспликаций, зато каждая из таких картин оснащена индивидуальным освещением. такая пространственная реконфигурация поезда сделала его сильно похожим, хотя бы визуально, на действительную картинную галерею.

В чем проблема?

несмотря на то что поезд, на наш взгляд, колоссально интересный и классный, в нем есть некоторые проблемы, потому как такой союз транзитного пространства поезда метрополитена и картинной галереи порождает конфликты между двумя этими началами. мы провели небольшое расследование, чтобы описать и проанализировать нынешний способ существования поезда “Акварель” и понять, как можно сделать его комфортабельнее и в целом лучше.

Как выглядит поезд «Акварель»



Исследование — метод — этнографирование

что мы фиксировали:

- расположение объектов в поезде (картины, сиденья, поручни, осветительные приборы и т.д.);
- пространственные характеристики (с точки зрения планировки пространства вагонов и их взаимосвязанности в качестве части целостного поезда)
- поведение людей и их взаимодействие или не взаимодействие с экспонируемыми картинами (смотрят ли, как реагируют, отводят ли глаза, стоят в стороне, чтобы другим тоже было видно, облакачиваются на них или нет, трогают ли т.д.);
- различные детали, такие как качество и количество освещения, кондиционирование
- расположение людей в вагоне. здесь мы почти использовали метод space syntax, но скорее в его наименее качественной форме и на теоретическом уровне, потому не указываем его как инструмент самого исследования.
- план движения поезда, его расписание

Пространственные характеристики

- часть сидений убрана
- из-за этого возникает проблема в час-пик
- две роли человека: пассажир и посетитель галереи
- концентрация людей в определенном месте вагона
- блокировать/ не блокировать обзор картин

Наше решение

- модификация пространства
- изменение интерьера поезда
- сотрудничество с галереями и музеями
- интеграция «Акварели» в культурную сферу

Проблема

- не эффективно работает как галерея и как поезд метро
- неверная планировка пространства

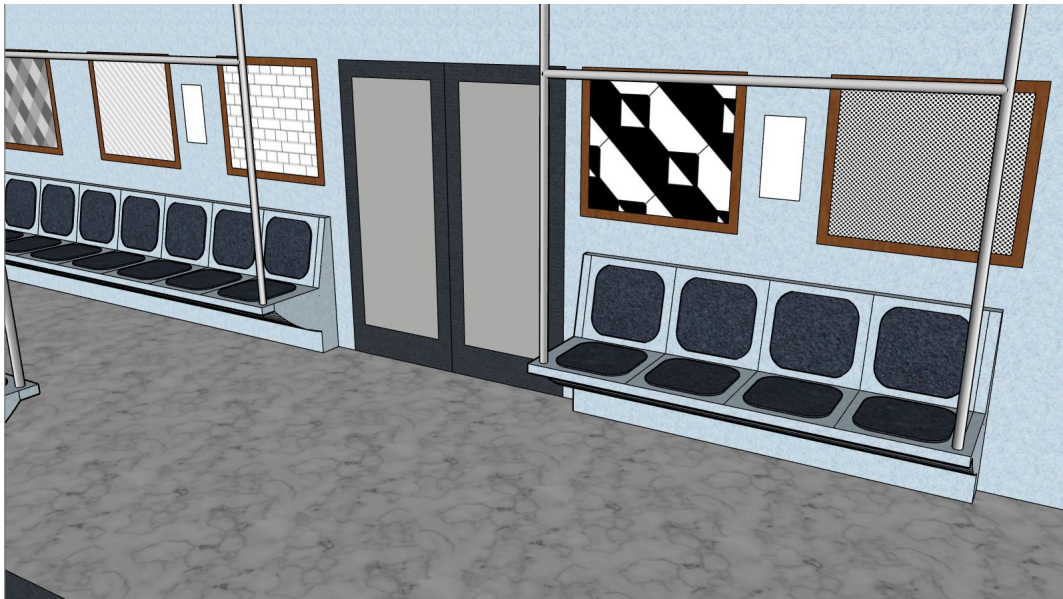
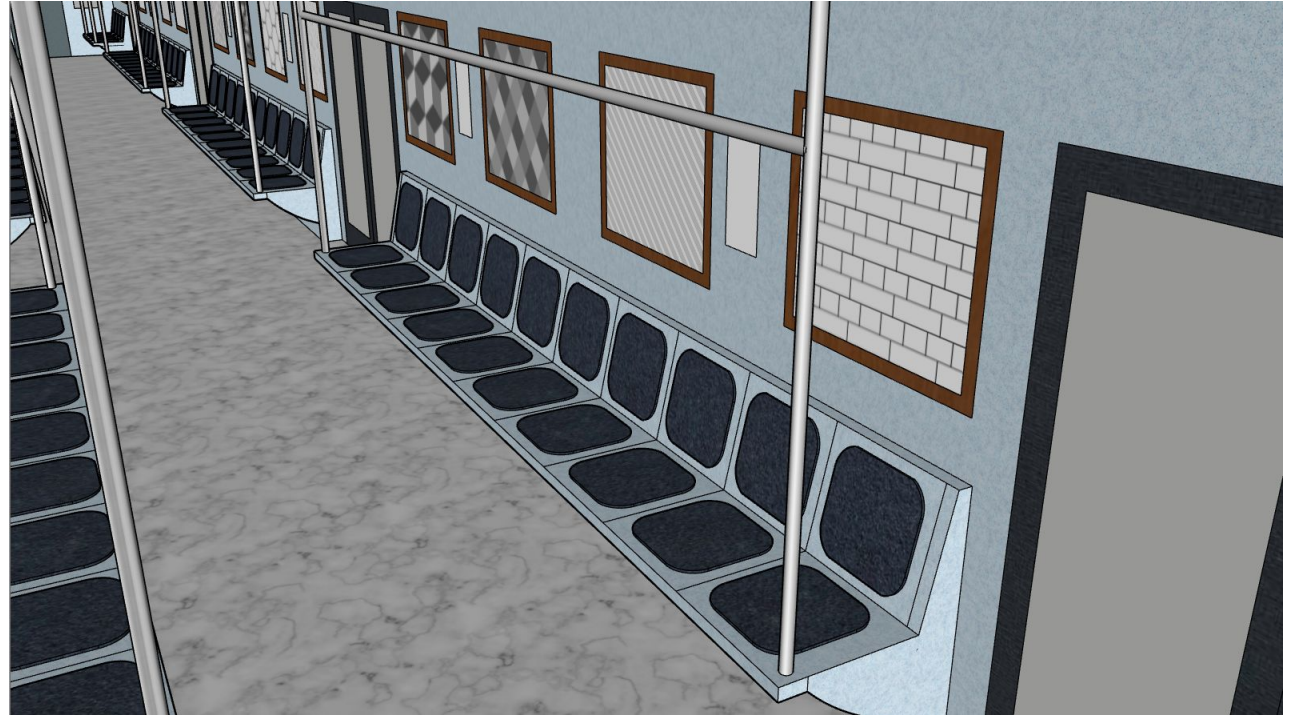
К чему это приведет

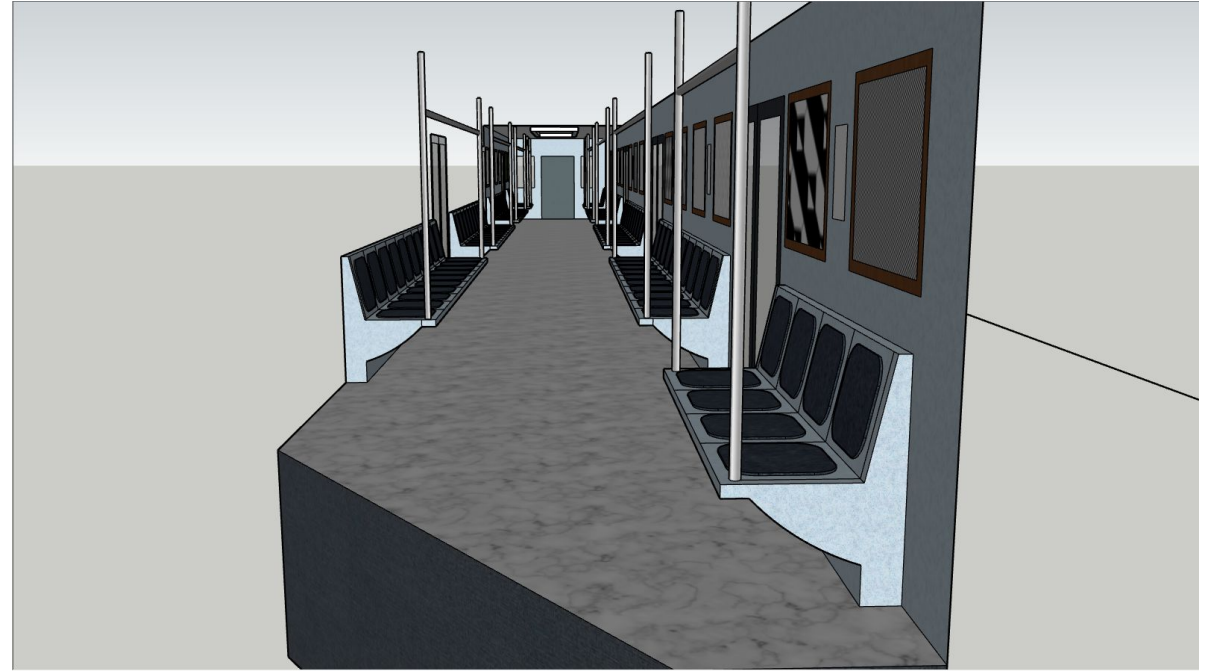
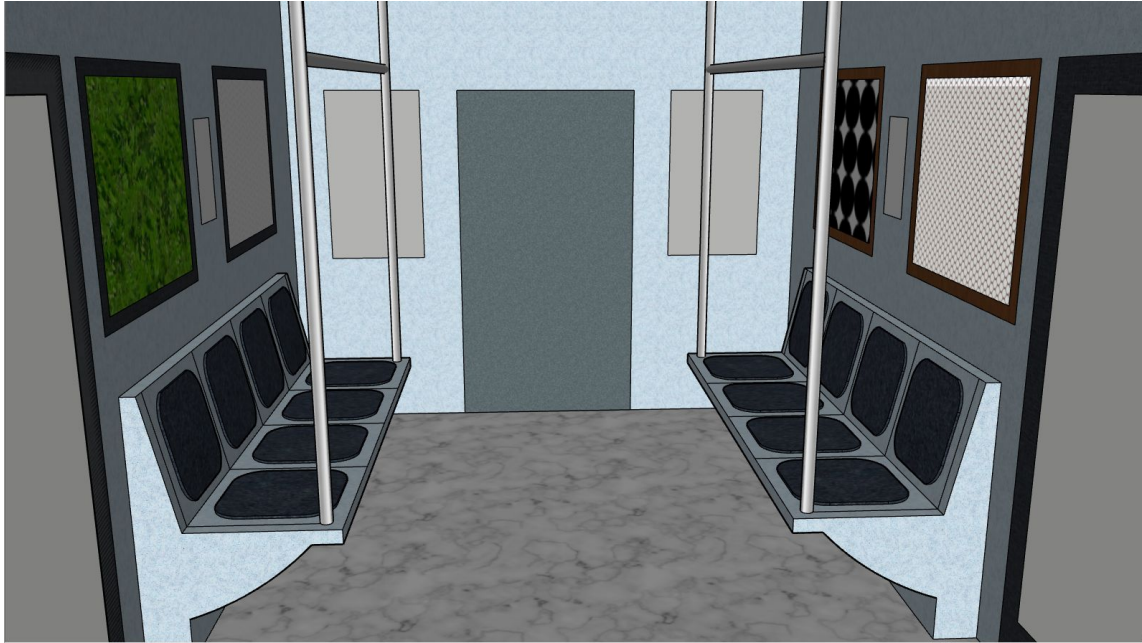
- комфортное средство передвижения
- опыт созерцания искусства
- повышение статуса метрополитена
- уникальное пространство (просвещение, общедоступность)
- запуск подобных проектов в дальнейшем
- снижение количества личного транспорта на дорогах Москвы

Как мы это делаем

модифицируем пространство в стиле «белого куба» (традиция организации музейного пространства):

1. избавляемся от окон в каждом вагоне для размещения там картин
2. установка стеклянных дверей в пол
3. усовершенствование системы кондиционирования
4. установка мощных светодиодных ламп
5. более обтекаемая форма вагона (прямоугольник со скругленными углами)
6. черные глянцевые сиденья с черной обивкой
7. стены и потолок белого цвета (краска водоотталкивающая и с противозагрязняющими свойствами)
8. пол черно-матового цвета
9. отказываемся от рекламы в вагоне поезда





Продвижение проекта:

метрополитен (мэрия)
галереи

Техническая сторона вопроса:

- переоборудование действующего состава поезда
- стоимость одного вагона Русича составляет 60 млн рублей. В нашем случае цена сократиться, тк заново строить вагон не нужно. Однако многие детали придётся закупить, тк конструкцию нужно расширять, а окна заделывать.
- поезд снят с производства, а значит специализированное оборудование для его постройки могло быть списано. Этой информации нет в открытом доступе, но это необходимо учитывать, тк это может сильно поднять цену производства вагона. Так или иначе, эти вопросы будут решаться с АО «Метровагонмаш» которые отвечают за производство вагонов.
- производство репродукций картин и экспликаций не вызовет трудностей, их могут предоставить галереи.
- сейчас поезд «Русич» ходит по Филевской линии, это стоит оставить без изменений.

Выгода для мэрии и метрополитена

Как продвигать:

- WiFi сеть в метро – реклама на главной странице повысит интерес людей к поезду, тк охват у этой рекламы очень большой. Стоимость рекламного баннера 1000 р. за 1000 показываний, но (возможно) нам не придётся платить за это, тк поддержка Москвы.
- если 1 поезд разрастётся в акцию, эту акцию вполне можно использовать как часть PR кампании Мэрии.

Однако, могут возникнуть трудности:

- контроль государства, это может мешать при выставлении некоторых экспозиций.
- восприятие людьми и галереями поезда-арт проекта как агитпоезда. От части эта проблема решается правильным позиционированием в СМИ.

Выгода для наших партнеров

Как использовать предлагаемый нами формат поезда

1. как тизер конкретной выставки
2. как реклама галереи в целом
3. как выставочное пространство бюджетных или благотворительных проектов.
4. как экспозиционная площадка для работ учеников университетов/институтов/школ изобразительного искусства (что, например, сейчас уже есть в случае с учениками Андрияки).
5. как привлечение туристов в регионы

Наши потенциальные партнеры

московские картинные галереи и музеи
фотографии

1. Третьяковская галерея
2. Новая Третьяковка
3. Пушкинский музей
4. ММОМА
5. МАММ
6. Музей русского импрессионизма
7. Музей современного искусства «Гараж»
8. Центр фотографии имени братьев Люмьер
9. Еврейский музей и центр толерантности
10. Центр современного искусства «Марс»
11. Школа Дизайна НИУ ВШЭ
12. РГУ им. А.Н. Косыгина
13. МАрхИ
14. МГХПА им. С.Г. Строганова

Продвижение проекта

профильные и городские медиа, паблики в соц. сетях,
телеграм-каналы, лидеры мнений

Профильные — АРТГИД, Art Newspaper Russia, Искусство,
Арзамас

Городские медиа — The village, Strelka Magazine, Афиша
Daily, Buro 24/7

Телеграм-каналы — Психо Daily, Artpology

Лидеры мнений в Instagram — @museums_4_all,
@chtopovystavkam, @eliz_art, @op_pop_art

Возможно также офлайн продвижение. Открытие выставки,
куда пригласят лидеров мнений, известных деятелей
искусства и вообще. Также не будем забывать о таком
ежегодном событии Москвы, как Ночь Музеев. Можно
будет устроить ограниченную спец-экспозицию,
организовать экскурсии (с живым гидом или с помощью
цифрового носителя - например, приложения на телефоне
или сайта) и так далее.

Спасибо!

