

РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ / АРХИТЕКТУРА И АЙДЕНТИКА

ИТОГИ АВГУСТА / 2022



В этом выпуске мы хотим затронуть тему сертификации устойчивого строительства на примере наиболее известных рейтинговых стандартов его оценки.

Интерес к «зеленым» стандартам строительства растет с каждым годом, увеличивается число проектов, успешно прошедших международную сертификацию. Какие выгоды дает такой сертификат?

Устойчивое развитие определяется как развитие, при котором удовлетворение потребностей нынешних поколений осуществляется без ущерба для интересов будущих. На сегодняшний день концепция устойчивого развития стала общепризнанным мировым трендом, который в той или иной степени проявляется во всех сферах жизни. В строительной отрасли наиболее полное отражение концепция нашла в сертифицирующих системах – «зеленых» стандартах, впервые появившихся в Европе и Америке на рубеже XXI века. В большинстве своем такая сертификация носит рекомендательный характер, она оценивает объект на соответствие целому ряду эко-критериев. В каждой «зеленой» системе есть свои особенности, но в целом их принципы схожи.

Национальные системы оценки существуют во многих странах, однако международную известность и признание получили три из них: британская BREEAM, американская LEED и немецкая DGNB.

В России «зеленые» стандарты начали приобретать популярность с 2010 г., когда были выданы первые сертификаты на коммерческие объекты. В 2014 г. по инициативе Российской гильдии управляющих и девелоперов на основе четвертой версии системы LEED была создана система устойчивого развития в строительстве – Green ZOOM. Она адаптирована к российским реалиям и учитывает требования российских нормативно-технических документов.

Основной стимул сертификации коммерческой недвижимости – маркетинг. Однако высокая маркетинговая привлекательность объекта – только вершина айсберга. В целом стандарты устойчивого развития задают ориентир и понимание того, каковы на текущий момент лучшие практики в области гражданского проектирования и строительства.

Таким образом, сертификация – это сильный инструмент, продвигающий инновационные подходы и технологии, которые позволяют получить наилучший результат при снижении любых видов затрат. Кроме того, зелёное строительство нацелено на учет потребностей людей, благодаря чему жить и работать в таких зданиях значительно комфортнее.

Развитие и распространение национальных зеленых стандартов значительно стимулирует рынок строительных материалов и технологий. Если тенденции к развитию рынка «зеленых» технологий сохраняют темп, взятый в сегодняшней действительности, через несколько лет можно ожидать настоящей революции в области строительства при реализации ряда государственных программ.

Настоящее издание является некоммерческим, издается в познавательных целях. Все права авторов представленных материалов защищены.

Содержание:

Брендинг

- 03 Как найти лицо города и сделать из него бренд
- 12 Здание говорит: архитектура и шрифт

Большая архитектура

- 16 Блеск металла
- 17 Кровля ВЕМО для уникального памятника Гёбекли Тепе с 12000-летней историей

Малая архитектура

- 19 Площади, парки и променады: 10 лучших общественных пространств в мире
- 23 Павильон livMatS
- 25 3D-печатные табуреты The Tidal Stool

Визуальная коммуникация

- 27 Освещение на транспорте. Свет в общественных пространствах
- 31 Как выглядит самый крупный мультимедийный фонтан в России

Как найти лицо города и сделать из него бренд

Территориальный брендинг определяет идентичность и имидж, суть, традиции и уникальность самого города или страны. Проще говоря, бренд — это визитная карточка территории.

Чтобы привлекать большое количество туристов, инвестиций, специалистов и повышать качество жизни самих жителей, страны и отдельные города стремятся стать самостоятельными брендами. Иногда бренд города является частью бренда государства, но в то же время имидж города имеет собственный культурный код, отличный от общего имиджа страны.

Для создания этого бренда нужно сформулировать чёткое представление характеристик: здесь и социальные особенности страны, история и главные достопримечательности территории. В качестве вдохновения может послужить национальная еда, ритм города, или, например, архитектурные памятники. Брендинг территорий требует взвешенных и дальновидных решений: в отличие от товарного брендинга, где неудачный продукт можно снять с производства или заменить — город и целую страну никуда не деть, да и быстро исправить что-то тоже довольно сложно. Поэтому основная стратегическая работа в таких проектах, как правило, не видна со стороны. Но графическое оформление мы можем оценить.

Мы взяли несколько примеров и тщательно проанализировали их визуальную составляющую.

Осло



было



Oslo

стало

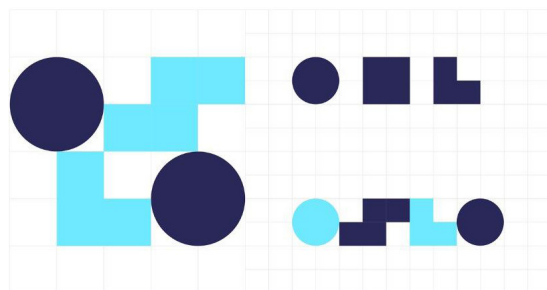
Новый логотип — это современная и упрощённая вариация герба города.

Использование простых геометрических фигур позволяет легко и игриво комбинировать их в более сложные паттерны. В данном случае простота делает иллюстрации самобытными, а фирменный стиль — гибким. Все элементы легко подогнать под различные городские мероприятия и предприятия в муниципалитете Осло, которые и создают комплексный образ города.

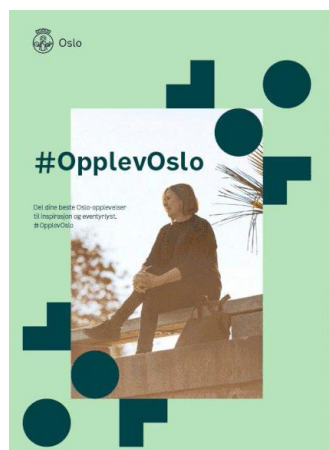
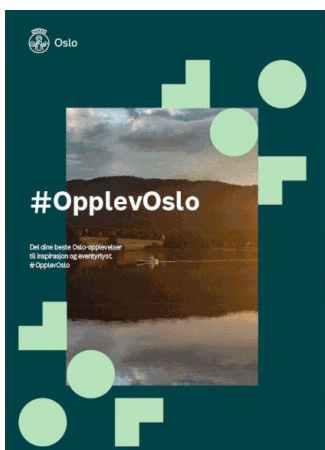
Если уж есть к чему придраться, так это к разной толщине линий предмета в левой руке относительно остальных элементов. Можно было прийти к единому знаменателю: например, уменьшив толщину оставшихся частей человека.



Интересно, как из логотипа вытекает фирменный стиль, который представлен всего тремя простыми фигурами. Они символизируют архитектурные формы, характерные для достопримечательностей города и, следуя из описания, происходят из букв слова "Oslo".



Если логотип — лицо города, то в данном случае его затмевают массивные фигуры графического образа. Почти на всех носителях тонкие линии логотипа еле различимы на фоне простых геометрических форм и крупной типографики. Цельный образ складывается, но с первого взгляда не удастся определить его принадлежность именно к городу Осло.



САН ПАУЛУ



Привлекательное многообразие цвета и вариативность графических элементов логотипа отражает дух самого города Сан Паулу: с его бешеным ритмом, разнородным населением и безудержным весельем. Есть в нем что-то именно бразильское, фестивальное.



Открытые цвета, незамысловатые, но характерные формы и типографика создают узнаваемый и индивидуальный образ города, не забывая о его ценностях, традициях и образе жизни. Элементы логотипа трансформируются в яркий графический образ, который хорошо работает на различных носителях и имеет огромную вариативность.

ПЕРУ



Графически выразительный логотип отражает уникальную природу и культуру страны. Цветовая гамма соответствует флагу Перу. Преобладающий красный символизирует энергию, силу, мужество. Буква «Р», выполненная в форме спирали, напоминает рисунки древних андских культур. Также в спирали можно увидеть отпечаток пальца, это добавляет человечности знаку и поддерживает идею бренда «Перу – страна для всех».



Скорее всего, именно из-за поддержки на государственном уровне бренд успешно используется и развивается. Со времени запуска бренда в 2011 году более 200 компаний запросили у PromPerú лицензию на использование, которая бесплатна у них на сайте. Наиболее широко бренд используется в таких областях, как туризм, сельское хозяйство, текстиль.

Весь стиль интуитивно понятен, и визуально не теряет своей актуальности по сей день, хоть и строится в основном вокруг одного логотипа.

АЗЕРБАЙДЖАН



Простой и искренний стиль туристического бренда для Азербайджана построен на многогранности достопримечательностей, культуры и природы. Подкупает идея бренда — «Взгляни по-новому!»: она предлагает каждый раз открывать для себя страну с новой стороны.

Знак состоит из двух фигур, сложенных в форме строчной буквы «а», которые представляют собой «объектив». Он же служит бренд-мотивом для всей айдентики. Буквы в логотипе выполнены в строчном регистре, что делает его более дружелюбным и показывает, что страна стала более ориентирована на потребителя.



Через объектив бренд показывает, насколько разнообразен и контрастен Азербайджан: сопоставляются история и современность, природный ландшафт и архитектура, культурные события и ритуалы. Сочетания красочных фотографий притягивают к себе внимание зрителя. Однако таким графическим приемом следует быть аккуратным в работе и подборе фотоматериала: иногда, как в случае с конём, результат выглядит жутковато.



В типографике также обыгрывается контраст: в одном заголовке используются массивный гротеск и тонкий наклонный шрифт с засечками. Источником вдохновения для цветовой гаммы стали узоры традиционных ковров.

БОЛОНЬЯ

В 2013 году в старейшем университетском центре Европы Болонье был объявлен конкурс на новый логотип и айдентику города. Концепция Маттео Бартоли и Микеле Пастори «è



Bologna» — «это Болонья» обошла около 500 конкурсантов.

Дизайнерами была разработана система графических элементов, каждый из которых вдохновлён символами города и соответствует определённой букве в алфавите. Из этих элементов при помощи сетки генерируется логотип, за основу которого берутся слова, связанные с городом. Например, «Культура это Болонья» или «Салаборса это Болонья».

Per descrivere i caratteri tangibili e non di Bologna, è stato progettato un alfabeto di segni geometrici.	estratti. Sono forme riconducibili a un immaginario storico comune tipicamente italiano.	Dalle 5 forme base sono tratte 516 varianti, accomunate dalla perfetta leggibilità una volta sovrapposte.	La distribuzione delle lettere non è casuale, ma è ottimizzata in base alla loro frequenza nella lingua italiana.	Gli altri più frequenti e quelli meno frequenti: E A I O N L R T S C D P U M V O H F B Q Z.			
	il mosaico di S. Maria della Seta						
	la croce presente nel Confronto						
	il giglio presente nel Confronto						
	il rombo presente nello stemma antico						
	la forma esagonale della cinta muraria						



Задумка хороша. Система алфавита, составленного из графических символов, гарантирует гибкость использования получаемого логотипа в айдентике. Он всегда уникален и при этом не выбивается из

системы. Сгенерированный логотип может использоваться как в качестве паттерна, так и в качестве отдельно существующего знака. С визуальной точки зрения он не противоречит городской среде и даже в чём-то ей подыгрывает.

Спорным моментом является эффект прозрачности, применяемый к графическим элементам логотипа. Усугубляется это наличием сетки, которая закрепляет размещение графических символов на определённых позициях. Наложение сразу нескольких фигур на один квадратный сантиметр может создать неприятный эффект перегрузки и превратить лого в набор чернильных пятен. Это проблема, с которой придётся столкнуться организации, в названии которой мало повторяющихся букв.

Стиль графически завязан на множестве генерируемых логотипов и не имеет продолжения в сторону айдентики. Это создаёт проблему брендинга различного рода носителей, так как оставляет совсем небольшой набор инструментов для выполнения данной задачи, а также не подходит для брендинга носителей в тех случаях, когда использование графически перегруженных логотипов невозможно или недопустимо. Например, при использовании в монохроме.

Шрифтовая часть логотипа «è Bologna» в основном используется в связке с графической частью и выглядит довольно безлико в роли самостоятельной единицы брендинга.

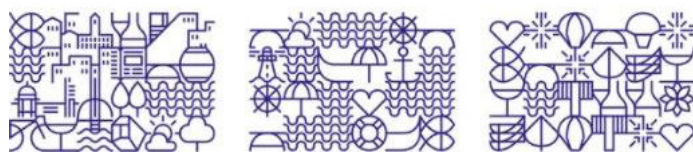


ПОРТУ



В 2014 году агентство White Studio разработало айдентику для второго по величине города Португалии — Порту. Вдохновившись эстетикой плитки азулежу, которой украшены дворцы, церкви, фасады и интерьеры португальских домов, дизайнеры разработали более семидесяти линейных иконок.

Каждый житель видит свой город по-разному. Именно из этой разницы восприятия одного города складывается набор иконок, которые впоследствии могут абсолютно разными путями взаимодействовать друг с другом, а также складываться в один большой паттерн, воссоздавая тем самым город, который для всех такой разный.



Основная версия логотипа представляет из себя гротесковое написание «Porto» с точкой на конце, заключённое в прямоугольный бокс. Логотип используется на всех носителях как в соседстве с иконками, так и отдельно в тех случаях, когда их использование невозможно.

Айдентика универсальна: она хорошо сочетается с городской средой и не нарушает визуальный облик города, как в его исторических районах, так и в новых кварталах. Набор иконок может легко пополняться новыми иллюстрациями исходя из меняющихся тенденций и веяний жизни современного общества.



Главная проблема айдентики Порту кроется как раз в её главной силе: явившись миру, она была встречена множеством позитивных отзывов, а в последствии породила за собой кучу клонов. Спустя 6 лет после её выхода, она выглядит очень попсо́во и заезженно.

СТОКГОЛЬМ



Этой айдентике уже около 9 лет. Её достоинство как раз в том, что по ней этого сказать невозможно. С другой стороны, в сердце она тоже не западает. Разработанный фирменный шрифт хоть и содержит некоторые интересные детали, но в целом довольно нейтральный и даже стерильный. Логотип тоже довольно прост — это упрощённый герб города.

Разнообразная цветовая гамма, в которой нет места для ожидаемых жёлтого и синего — это безусловный плюс. Вместе с фирменным шрифтом и чистой вёрсткой они создают нужное ощущение чего-то скандинавского. Однако мне кажется, что такой замечательный город, как Стокгольм, заслуживает чего-то более характерного.

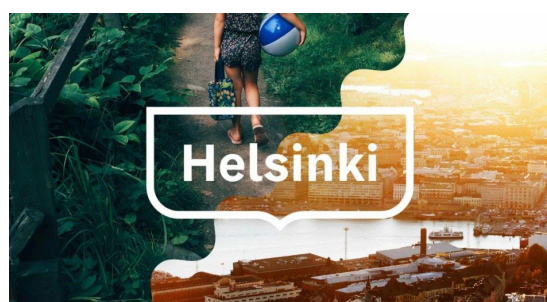
В реальности айдентика используется, в основном, на сайтах в виде логотипа. При этом всё остальное наполнение этих сайтов довольно разное, поэтому цельного образа бренда города не складывается. Наиболее полно и эффективно фирменный стиль используется на сайте ежегодного стокгольмского фестиваля культуры.



Несмотря на некоторые вопросы, это хороший пример территориальной айдентики, особенно в сравнении с большинством российских. Она достаточно гибка, чтобы подойти для решения разных задач, и выглядит уместно в любой ситуации. Характерно, что главный элемент айдентики — скорее не логотип, а фирменный шрифт.



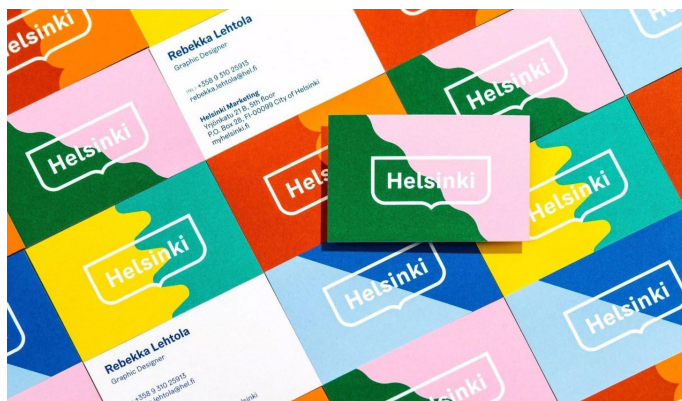
ХЕЛЬСИНКИ



Возможно, за всю историю дизайна это одна из лучших территориальных айдентик — потому что она живёт реальной жизнью. И, что важно, во всех исполнениях выглядит этот фирменный стиль хорошо. Так что, если только финны не рождаются сразу отличными дизайнерами, для реализации этой айдентики были сделаны хорошие гайдлайны. В этом также помогает и то, что все составляющие здесь довольно просты, их легко масштабировать и адаптировать для любых целей и ситуаций.

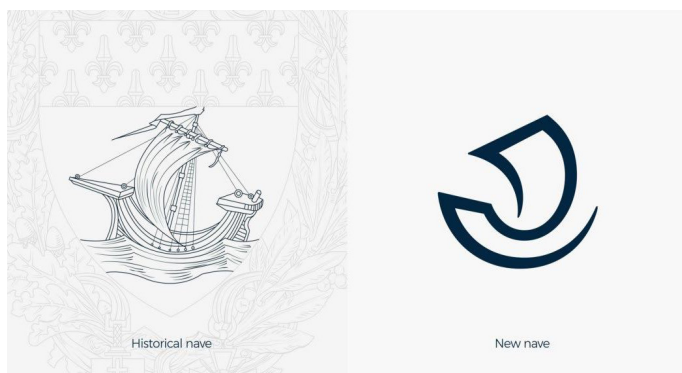


При этом айдентика Хельсинки очень самобытна, легко запоминается и безошибочно узнаётся. Щит логотипа и фирменная графика вдохновлены гербом города, а цветовая палитра — местной природой, архитектурой, транспортом и достопримечательностями. Дополняет это всё фирменный шрифт, достаточно сдержанный в общих чертах, но с интересными деталями, придающими ему живости.



Все носители, начиная с буклетов и заканчивая сайтом, выглядят дружелюбно, но не кричаще, вызывают позитивные эмоции и дарят ощущение заботы и защищенности. Всё это действительно можно почувствовать и в самом городе, в котором хоть и нет каких-то очень ярких и знаменитых на весь мир мест, но есть какая-то приятная, уютная атмосфера, в которой просто хорошо находиться.

ПАРИЖ Carre Noir



Дизайн студия Carre Noir разработала айдентику для организации туристического центра City of Paris, которая предоставляет информацию о городе, печатает более миллиона копий официальной карты города и поддерживает программу городского транспорта. Логотип основан на историческом символе Парижа лодке нефе. Девиз города — «Fluctuat Nec Mergitur» — «колеблется, но никогда не тонет».

Визуальный язык строится на использовании логотипа и его версий. В остальном, за исключением разработанных паттернов, система айдентики никак дальше не развивается. Знак логотипа выполнен единым штрихом и динамичен, что хорошо контрастирует с монолитной шрифтовой частью логотипа, что особенно хорошо смотрится в горизонтальной версии.

Если знак может показаться приятным на вид, то шрифтовая часть логотипа вызывает вопросы. Глядя на построение логотипа, можно увидеть нестыковки. Буква «А» в логотипе имеет приятную «улыбку», подыгрывая нижней части знака. Но нельзя сказать, что без нее нельзя было обойтись, здесь она скорее кажется случайным элементом.



Еще более случайным кажется выбор цветовой палитры, яркие броские несложные цвета не увязываются с образом и настроением Парижа. В этом случае, вполне уместно было бы оставить преемственную палитру цветов (красный, белый, синий).



Разработанные паттерны на основе знака и названия города выглядят симпатично, особенно вариант с точками. Логотип подходит для администрирования и туристического сервиса, но вряд ли его можно назвать удачным отражением Парижа. В реальной жизни айдентика находит применение на сайте и в виде логотипа на сервисном оборудовании города.



Grapheine

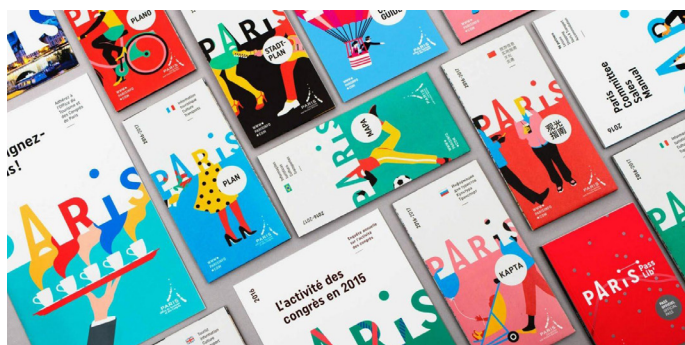


Более удачный пример — айдентика для туристического бюро, сделанная студией Grapheine. Здесь не обошлось без очевидной эйфелевой башни в логотипе: Grapheine не

первые кто рифмует букву «А» с башней, но итог смотрится свежо и врезается в память. Хочется останавливаться на каждой букве и разглядывать её. Особо интересными выглядят «А» и «i», последняя с высоко повисшей точкой, как пункт на карте, который связывается с другими на карте Парижа.



Приятное дополнение — это авторские иллюстрации на брошюрах и открытках.



МИНСК



Айдентика Минска, разработанная в 2013 году агентством INSTID, отражает образ современного, динамичного города, культурного центра страны. Слоган «Think Minsk» отражает интеллектуальную насыщенность Минска.

Графическое решение — ритмичные линии одинаковой ширины в белом и светлом-голубом цвете. Это центральный элемент айдентики. Чистый современный дизайн ничего не говорит об истории города, а скорее выступает как платформа бренда для коммуникации.



Линии могут удачно применяться на разных носителях, образовывать графические композиции, масштабироваться в паттерны. Но используя такой общий элемент, как линии, сложно говорить об уникальности и особом характере айдентики.

Типографические приемы, такие как, узкое расстояние между строками или использование красного шрифта на синем фоне, не рассказывают нам ничего нового, а скорее просто затрудняют чтение текста.

Судя по количеству прошедших лет и отсутствию примеров использования, айдентика не прижилась. Техническая простота визуального стиля смотрится хорошо, но лучше подходит для IT-конференции, а не для города.

АМСТЕРДАМ



До начала XXI века Амстердам был просто одной из европейских столиц, разве что, более свободных нравов. Столица Голландии, город велосипедов и каналов, место вдохновения и вседозволенности — были частями пазла, которые никак не складывались в общую картину.

Но в 2004 году власть Амстердама приняла решение разработать бренд города. Целью было не только привлечь туристов, но и улучшить качество жизни горожан. В 2005 был запущен бренд I Amsterdam, разработанный в голландской студии Kesselskramer.

Как правило, брендинг городов отражает здания, историю и достопримечательности, но к Амстердаму нужен был совершенно другой подход. Бренд Амстердама — о жителях и гостях города во всем их разнообразии.

Логотип города обыгрывает грамматическую конструкцию «I am» — «Я есть». Это история о

взаимодействии, вовлеченности и впечатлениях. Читая: «я — Амстердам», ощущаешь себя частью города.

В основе бренда всего два цвета — красный и белый, дополненные гротесковым шрифтом. И это как раз тот случай, когда минимумом средств достигается максимальный эффект. Все красно-белые элементы городской среды работают, как маркеры: даже табличка экскурсовода и почтовый ящик становятся носителями фирменного стиля.



Логотип города воплощен не только в уличной скульптуре, он напечатан на пластиковых картах, футболках, сумках и другом мерче.



Визуальная составляющая бренда стала символом позитивных изменений: по официальным данным, за первые пять лет с момента его запуска туристический поток увеличился в 4 раза, город стал площадкой для крупных культурных событий и мероприятий.

ВЫБОРГ



Агентство Setters разработало айдентику Выборга, чтобы привлечь внимание туристов, жителей Ленобласти и, наконец, властей к плачевному состоянию города. Ценнее всего то, что это была полностью их инициатива, проект создавался только из любви к Выборгу и ради желания сохранить его.



Знак в логотипе Выборга — современный и лаконичный, но не строгий, а за счет плавности и одинаковой толщины линий простой и дружелюбный. В основе графического языка лежит идея исчезающей красоты города: фрагменты монохромных фотографий на однородном фоне усиливают впечатления возможной потери, а линейные контуры зданий заставляют острее ощутить утрату уже разрушенных зданий. Для проекта был разработан фирменный гротеск Vyborg Sans.

На сайте проекта можно разрисовать фирменной графикой футболки, блокноты и открытки, став тем самым еще ближе к городу. Айдентика работает и призывает к действиям.



АВСТРАЛИЯ



В 2003 году FutureBrand разработало для правительства Австралии фирменный стиль, современный на тот период времени. Реалистичный подробный логотип, показывающий горячего кенгуру и чрезмерно яркое солнышко позади него. Ну и намучились же люди, пытаясь его хорошо напечатать.



Но в 2013 году Австралия провела ребрендинг с помощью агентства Interbrand. Для них было важно сохранить этот самый узнаваемый образ кенгуру под солнцем, освежить его и оmodernить. С чем, собственно, агентство и справилось, избавившись от таких пережитков прошлого как эффекты лучей солнца, градиенты и типа рукописные шрифты. Также кенгуру теперь не бежит от слепящего солнца, а легонько скачет под ним. Это ли не прекрасно?

Помимо логотипа для Австралии был разработан целый гайдлайн, рассказывающий как использовать по полной новый фирменный стиль. Здесь и графический язык в стиле национальных австралийских узоров, куда уж без них!



И фирменные иллюстрации с коалами. И те самые рукописные акцидентные шрифты. И правила вёрстки всех видов печатных носителей. И даже правила тона голоса! Но такое чувство, что за последние годы никто этот гайдлайн не открывал, поэтому в фирменном стиле используются лишь фирменные цвета, логотип и дай бог хороший шрифт.

КАНАДА

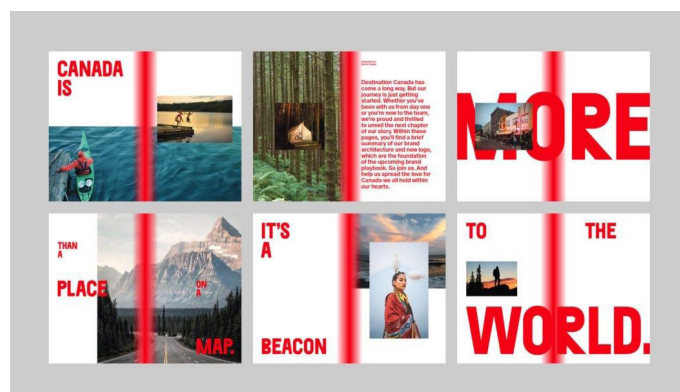


Фирменный стиль Канады меняется примерно раз в три года. В этот раз страна наконец-то нащупала с помощью брендингового агентства Cossette то, что ей действительно необходимо. Акцент в бренде смещён со знаменитого кленового листа на само название страны.

Шрифт тоже выбран непростой. Канадцы не из робкого десятка, поэтому используют Separat не только в слове «Canada», но в своих смелых, пропитанных кленовым сиропом, слоганах.

Графический язык не пытается использовать избитые национальные узоры и иллюстрации, а

берёт смелую вёрстку, мотивационные слоганы и смешивает это в нечто прекрасное в фирменных красно-белых цветах.



Теперь бренд туристической Канады резко контрастирует со сдержанным фирменным стилем агентства Destination Canada, ответственного за туристический кластер. И в этом есть свой шарм.



ПОСЛЕСЛОВИЕ

Конечно, города и страны могут прекрасно существовать и без какой-либо айдентики. Особенно, если у них есть история, которую дети по всему миру проходят еще в школе. Если такой истории нет, то яркий образ, работающий через разные каналы, действительно может как привлечь туристов, так и вызвать гордость у местных. Из-за того, что целевая аудитория территориальной айдентики настолько разнородна, а материальные выгоды непрямые, сделать эффективно работающий образ очень сложно.

Тем не менее, из примеров заметно, что при разработке, как правило, срабатывает смелость и нестандартные подходы, вдохновленные национальными или городскими особенностями. Так территория и привлекает к себе внимание, и запоминается, как нечто особенное.

VC.ru

Здание говорит: архитектура и шрифт

Architecture plus font – сравнительно молодой, но популярный канал в Telegram, построенный по принципу фото-подборки: снимок здания, дополненного надписью, его название, месторасположения, год. И все. Никаких рассуждений о месте надписи на здании, о том почему именно этот кадр попал в подборку, чем конкретно удачен шрифт, на что смотреть и чем восхищаться.

В этой лаконичности канала, который ведет один из основателей бюро megabudka Кирилл Губернаторов, особая прелесть, хорошо понятная коллегам-архитекторам, которые знают, как работает такой навык, как насмотренность: ты пропускаешь через себя много-много качественных примеров, начинаешь в какой-то момент сам отличать удачные решения от неудачных, а потом и генерировать свои. Отбор контента и взял на себя канал architecture plus font.

Тема оказалась благодатной и тонкой одновременно. Архитектура – это прежде всего конструкция, но и буква – конструкция, только условно-пространственная. И в их сочетании бездны вариаций: мощная гладь стены и хрупкость надписи, массивный шрифт, «припечатывающий» здание и довлеющий над ним, шрифт-игра, тонкий шрифт, отбрасывающий тени, переливающийся ночью и скучный днем неон на неброской стене. И в каждой комбинации проступают свои символы и смыслы.

Буква, слово, надпись на фасаде – это всегда дополнительная информация, причем роль играет не только то, что написано, но и как оно написано. Важно соотношение толщины и высоты надписи, соотношение основного штриха и соединительного, разнообразие внутрибуквенного пространства. В шрифте иная, чем в архитектуре система координат, которая преобразует здание: тонкий штрих уходит в глубину, толстый лежит на поверхности, шрифт с большими интервалами придает всему зданию какую-то вальяжную неспешность... И в зависимости от задачи леттерингом можно полностью изменить фасад.

Часто у линий на бумаге и архитектурных линий в камне/стекле/металле – одна и та же графика, поэтому с каждым большим стилем в искусстве

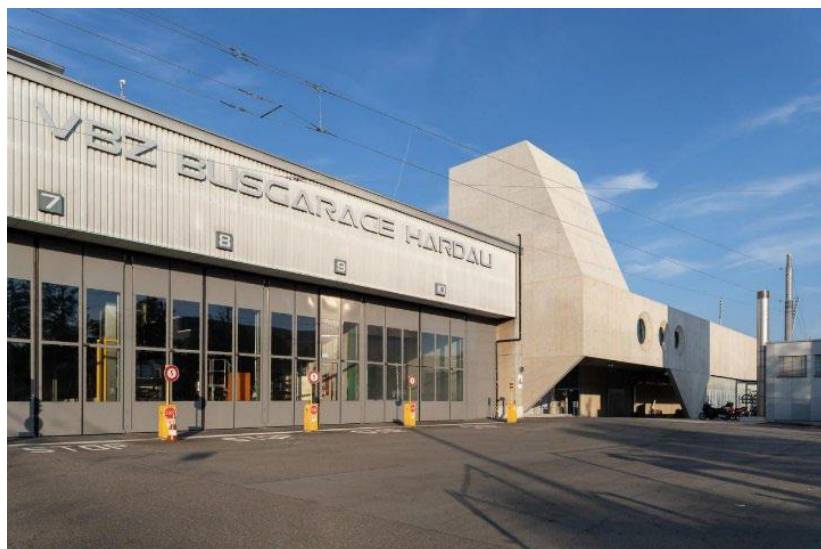
и архитектуре ассоциируются определенные шрифты. Римские шрифты – абсолютно архитектурны: необходимость писать на камне родила буквы с характерными засечками. Они функциональны: когда выбиваешь вертикальный штрих в мраморе, есть риск, что камень даст трещину, поэтому мастер «запирает» штрих чуть скругленными горизонтальными засечками. Фасады готического храма соответствуют прихотливые ломанные буквы готического шрифта, правда мы редко видим их выбитыми в камне, сложной пластике ар нуво соответствуют его причудливо выкруженные надписи, особенно их много на афишах, которые в это время получают распространение. Создавая сеть чайных Ivy, Чарльз Макинтош разрабатывает для их фасадов свой шрифт, который позже станет узнаваемым символом времени. С ростом грамотности и появлением рекламы – надписи заполняют города и XX век порождает богатство архитектурных шрифтов. Здания начинают «говорить», а шрифт дарит фасадам новую образность и новые возможности. Ранняя советская власть отдавала предпочтение конструктивизму и авангардным шрифтам. Простые рубленые формы, например шрифт Родченко, были близки и понятны рабочему классу, было в них что-то основательное и размеренное, близкое им по духу.

С начала XX века шрифт и леттеринг становятся важной частью местной идентичности и городской навигации. Например знаменитый шрифт лондонского метро Underground стал символом всей британской «подземки»: в 1913 г. по заказу транспортной корпорации The Underground Group его разработал известный каллиграф Эдвард Джонстон и возможно это один из самых знаменитых шрифтов в мире.

В наше время надписи все чаще не просто указывают, что расположено в том или ином

здании, они придают ему новый характер в духе времени – более «медийный»: яркий фасад и надпись часто похожи на картинку в инстаграм или страницу в глянце и явно претендуют на повышенную фотогеничность.

О том, какие смыслы, символы и нерассказанные истории видит в отобранных кадрах автор канала, мы поговорили с Кириллом Губернаторовым.

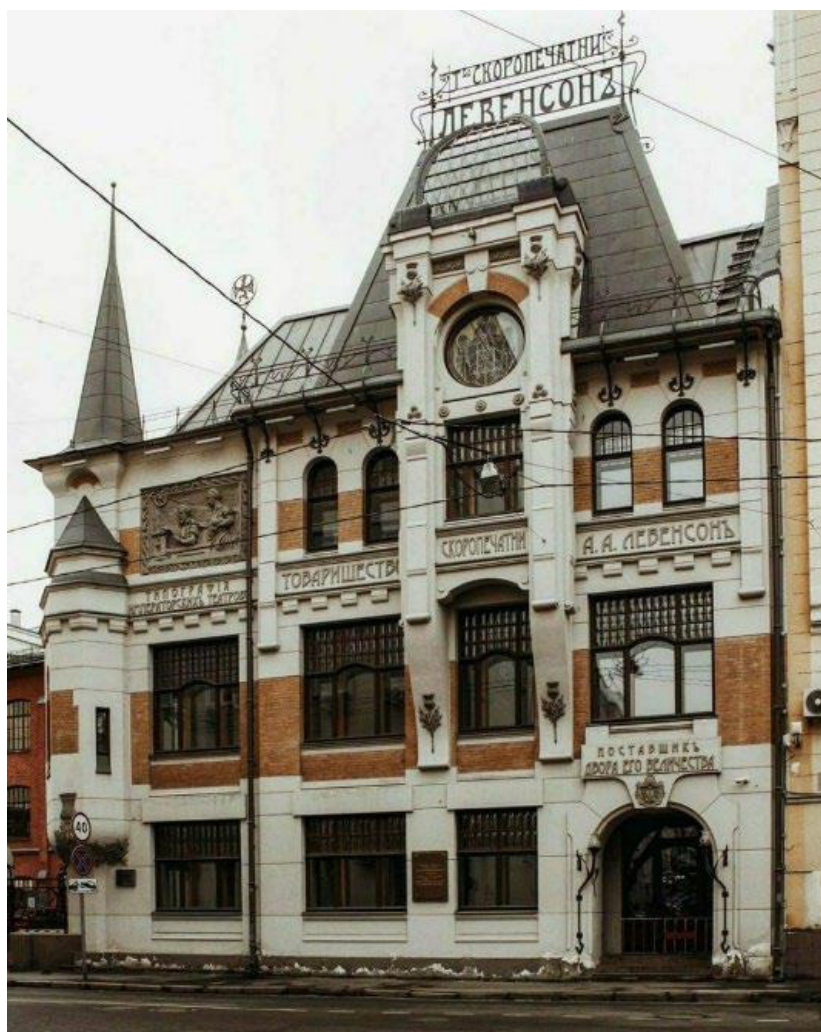


Автобусный гараж VBZ в Цюрихе, построено в 1970-1971 году. Позже здание было увеличено, к нему был пристроен бруталный объем справа, перекликающийся с рубленными формами исторической надписи, которую сохранили.

Скоропечатня Левенсона, Шехтель, 1900. На коньке пример шрифта модерна, который вместе со всем зданием недавно прекрасно восстановили. Помимо того, что шрифт и здание здесь одно целое, мне нравится эта история тем, как люди начала века верили в мироустройство и его незыблемость: строили роскошное здание и громко подписывали его своим именем. Сейчас это сложно представить.



Бруталистское здание ТАСС в Москве, 1970-е, В. Егоров. Тот самый случай, когда надпись словно превращает фасад в обложку журнала: мерный ритм окон и аккуратная надпись внизу, чуть сбоку. Целостная картинка. Хорошо, что москвичи снова полюбили это здание.



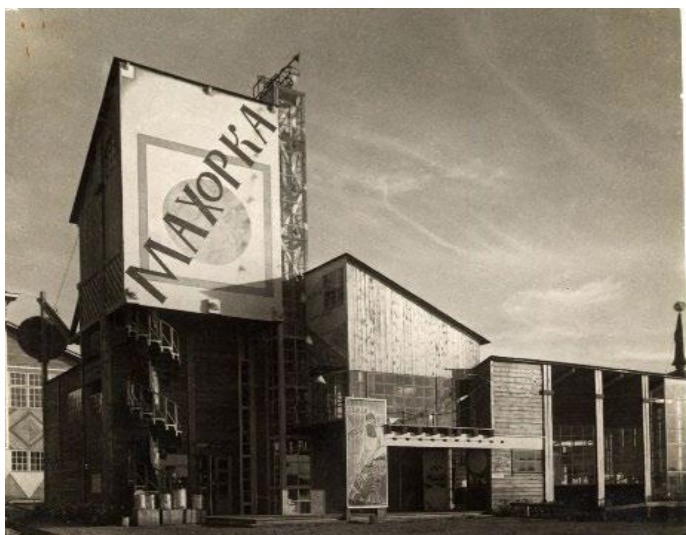
Кинотеатр «Эльбрус» в Москве 1960-е/2020. В Москве сейчас активно перестраивают кинотеатры по довольно скучному и однообразному проекту, уходит дух места, история. Шрифт в данном случае последнее, что отсылает к прошлому здания.



Здание библиотеки ИНИОН до реставрации, 1974, Яков Белопольский. Здание, как известно, сгорело и его восстановили. Восстановили хорошо, но почему-то не сохранили историческую надпись. На старом фасаде (на фото) она была черной, графичной, вписанной в квадрат, перекликающийся с порталом, который ведет в библиотеку. А сейчас она латунная, бесформенная, вся магия шрифта разрушена и это ужасная ошибка.



Музей «Зоя» в Петришево, 2020, А. Адамович, Д.Матковская. Я считаю, это один из лучших современных примеров использования шрифта. Мне нравится все: и лаконичное название, и белая звезда, и то, как выбрано место для надписи, и ее масштаб. Она по-настоящему обогащает композицию и при этом в ней нет ничего лишнего.



Павильон «Махорка», ВСЗВ, 1923. К.Мельников. Мне кажется это один из величайших плацдармов конструктивистского шрифта и в нем замечательное соединение какой-то эстетики броских детских книг и при этом серьезной, пусть и временной архитектуры.



Музей Саломона Гуггенхайма в Нью-Йорке, 1939, Ф.Л.Райт. Райт, конечно, гений, в том, как он использует такие крупные объемы и такой разреженный шрифт и как надпись сделана совсем по краю здания. Тут ничего лишнего.



Совершенно отдельная тема – шрифты на магазинах известных брендов. У них чаще всего броские фасады и легко узнаваемая надпись, – вместе они превращают здание в подобие нарядной упаковки, словно фирменный пакет с логотипом бренда. И мне нравятся такие истории, они работают.



если буквы переносят на следующую строчку вместо разворота шрифта. Вообще-то, в полиграфии считается это большой ошибкой, но тем не менее архитекторы, тем более Баухаус, которые все открывали заново, пренебрегают такими вещами. И обратите внимание на тени от шрифта – за счет того, что он сильно выдвинут от фасада, надпись удваивается: немцы гении в таких вещах.

prorus.ru

Дом студента в Милане. Здесь на фасаде в 1930-х-1940-х и 1970-х годах разворачивается целая драма. Дом студента сперва получил имя в честь Арнальдо Муссолини, брата Бенито Муссолини. После войны имя Муссолини затирается и надпись куце повисает на половине фасада. Поэтому спустя пару десятилетий надпись восстанавливают с прежним шрифтом, но сократив и разместив по центру.



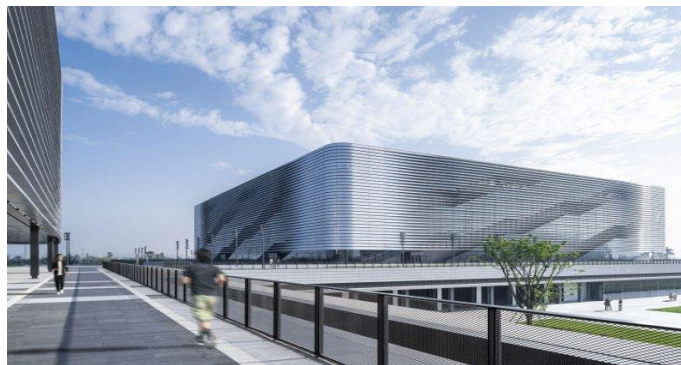
Здание Bauhaus в Дессау. Уже эталонный пример, как грамотно можно дополнить композицию шрифтом. Хотя читать неудобно,

Блеск металла

В Чэнду завершен ансамбль Спортивного парка Дунъяньху по проекту gmp: в 2023 там пройдет 31-я Всемирная летняя универсиада.

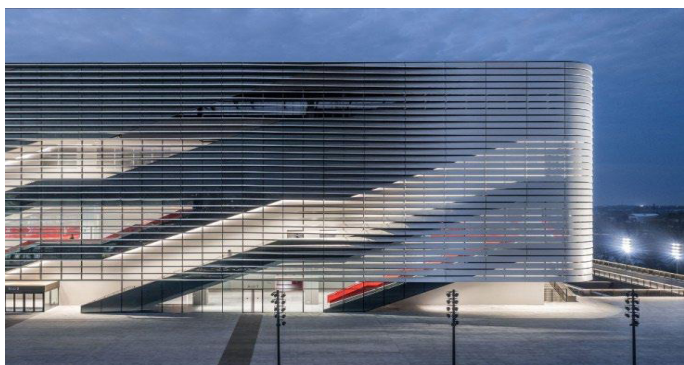


Комплекс из трех прямоугольных (хотя и с закругленными углами) сооружений расположен к юго-востоку от ядра Чэнду – в округе Лунцюань. После завершения Универсиады, которая вместо 2021 состоится в 2023, он станет общественным и спортивным центром Нового города Дунъянь, находящегося на стадии строительства.

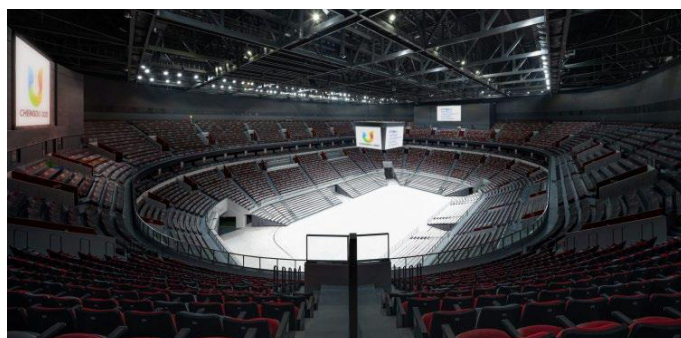


У сооружений есть общий подиум, где расположены помещения для тренировок по баскетболу, настольному теннису, бадминтону, а также рестораны, магазины и парковка. Все они выходят в открытый двор.

Комплекс заметен издалека благодаря оформленным блестящими алюминиевыми ламелями фасадам и кровлям. Сквозь эти экраны видны лишь внешние лестницы, в каждом из зданий получившие свой цвет – красный, оранжевый или голубой. «Сигнальная» окраска также помогает посетителям ориентироваться.



Вокруг создано общественное пространство и серия искусственных водоемов; по соседству возведен стадион, которым gmp не занимались.



Спортивный парк расположен у перекрестка двух оживленных магистралей, что обеспечивает ему необходимую транспортную доступность.

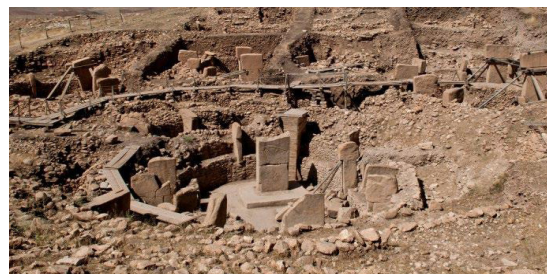
archi.ru



Собственно «спортивный парк» состоит из трех сооружений: спортивный центр на 18 000 зрителей, многофункциональный зал для спортивных, культурных и досуговых мероприятий и крытый центр водных видов спорта с двумя 50-метровыми бассейнами.

Кровля ВЕМО для уникального памятника Гёбекли Тепе с 12000-летней историей

Гёбекли Тепе является одним из самых впечатляющих памятников каменного века в мире. Он намного старше Стоунхенджа в Англии и пирамид Египта.



Гёбекли -Тепе был уже в начале 1960-х годов известен археологам, но его истинная значимость долго оставалась неясной.

Гёбекли Тепе – храмовый комплекс, расположенный в окрестностях деревни Оренджик в регионе Юго-Восточная Анталия (Турция). Его возраст оценивается до 12 000 лет и является древнейшим из крупных мегалитических сооружений в мире. Строительство началось ещё в мезолите и продолжалось несколько тысяч лет.

Комплекс представляет собой сооружения круглой формы (концентрические окружности), число которых доходит до 20. Знаменитые монументальные Т-образные колонны являются, вероятно, наиболее характерными чертами Гёбекли Тепе: было обнаружено более 200 таких столбов и каждый из них мог достигать 6 м в высоту и весить до 20 тонн. Столбы были вырезаны из камня без использования металлических инструментов и украшены рельефными изображениями животных. Аналогичные колонны устанавливали в центре сооружения.

Долгое время (9,5 тысяч лет) храмовый комплекс был скрыт под холмом Гёбекли-Тепе высотой около 15 метров и диаметром около 300 метров. Археологические находки в Гёбекли-Тепе революционным образом изменили представления о раннем неолите Ближнего Востока и Евразии в целом.

С 1994 года раскопки и исследования проводятся стамбульским отделением Немецкого археологического института (Deutsches Archäologisches Institut, DAI) в сотрудничестве с музеем Шанлыурфа (Şanlıurfa) под руководством Клауса Шмидта (Klaus Schmidt). Считается, что на сегодняшний день исследовано всего лишь 5-7% территории комплекса. По предварительным оценкам, до завершения раскопок археологам предстоит потрудиться ещё не менее 50-ти лет.

А с 2011 года Фонд Глобального наследия в сотрудничестве с Бранденбургским техническим университетом (BTU) в Котбусе и группой раскопок DAI разработали комплексный план управления и **сохранения объекта**, что позволяет ученым исследовать уникальные места, при этом защищая

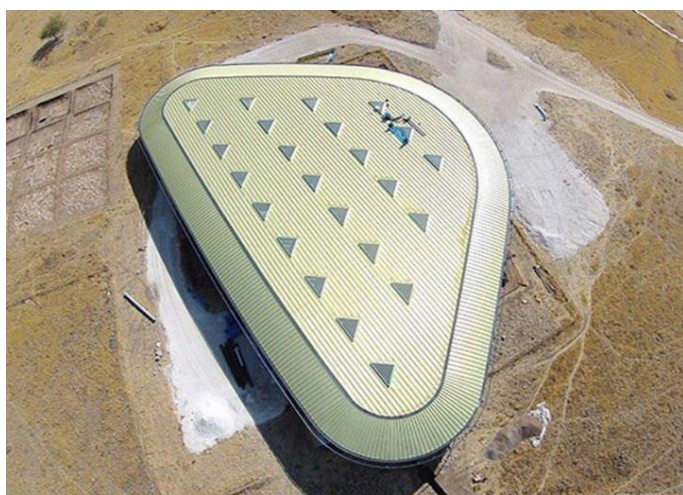
археологические находки, а туристам увидеть воочию древнейшую историю! В 2013 году на основной территории раскопок было возведено временное защитное укрытие, а в 2016 году были построены две **укрывающие крыши, защищающие площадку от воздействия климатических условий**. Ансамбль полностью покрыт кровлей без раздражающих центральных опор, чтобы продолжать исследовательскую работу на территории храмового комплекса, при этом пешеходный мост для посетителей удобен для обзора, но не слишком близко к Т-столбам. Строительные работы были выполнены в рамках финансируемого ЕС проекта «Оживление истории в Шанлыурфе».



Над проектом крыш работала команда архитектурного бюро Kleyer.Koblitz.Letzel.Freivogel.

Кровля общей площадью 2 400 м² выполнена с применением алюминиевых картин стоячего фальца ВЕМО N65-400 прямых по центру кровли и конических по периметру. Внешняя поверхность картин окрашена в цвет натурального золота – HDP покрытие. Так как кровля холодная, то для устранения скопления конденсата с внутренней поверхности картин применен флис SILENT-AC.

По своей конструкции металлическая крыша естественным образом вписывается в изогнутую топографию Göbekli Tepe. Цветовое решение является продолжением залитого солнцем пустынного ландшафта, и одновременно подчеркивает масштаб и ценность укрываемого объекта.



Площади, парки и променады: 10 лучших общественных пространств в мире

Общественные пространства — пульс города. Новые площади и реконструированные районы развиваются стремительными темпами: это эффективный способ улучшить жизнь в метрополии.

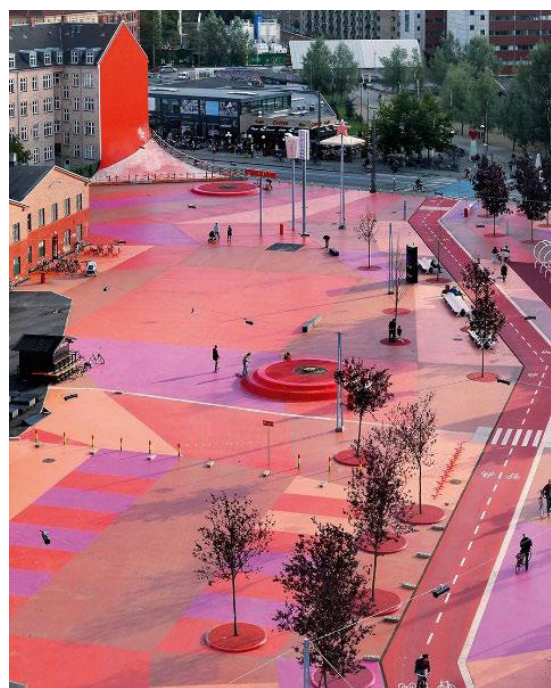
Проекты поражают своей инновационностью, совершенством и многофункциональностью. Устойчивая, часто созданная в соавторстве с местными жителями, архитектура оказывается одним из самых интересных урбанистических феноменов.

V-PLAZA, КАУНАС, ЛИТВА



Бюро Zdeluxe architecture преобразило площадь Каунаса. То, что раньше было неиспользуемым пространством, примыкающим к историческим зданиям, теперь стало новым, привлекательным общественным местом, где можно выпить кофе во время обеденного перерыва или поработать на открытом воздухе, пока дети играют в воде. Сюда теперь часто приходят подростки кататься на роликах, а студенты отдыхать на солнце.

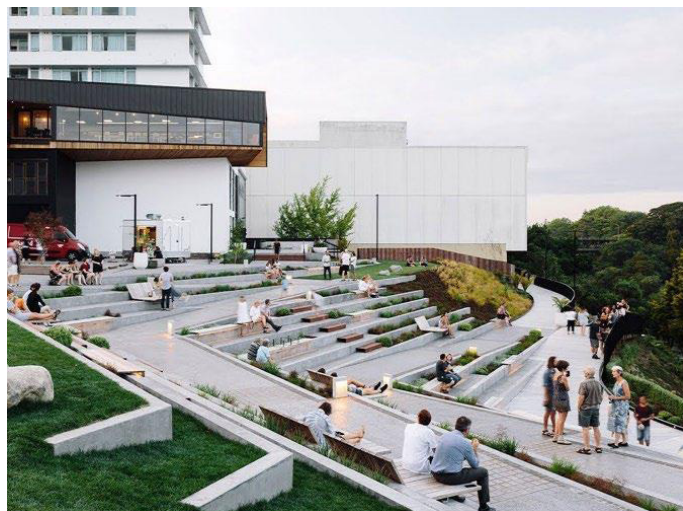
SUPERKILEN, КОПЕНГАГЕН, ДАНИЯ



Громкий проект Topotek 1 + BIG Architects + Superflex стал стандартом по превращению неблагополучных районов в живую и яркую достопримечательность. Суперкилен — это городское пространство длиной в несколько километров, протянувшееся через один из самых этнически разнообразных и социально неблагополучных районов Дании. Он задуман как гигантская выставка объектов, принадлежащих людям 60 национальностей, населяющих окрестности (здесь много беженцев).

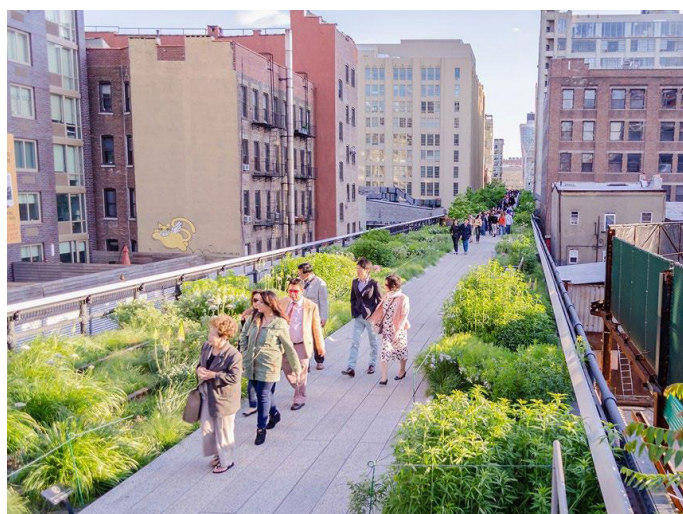
От спортивного снаряжения с пляжа Лос-Анджелеса до крышек от канализационных стоков из Израиля, пальм из Китая и неоновых вывесок из Катара и России. К каждому объекту прилагается небольшая табличка с описанием на датском языке и на языке его происхождения.

VICTORIA ON THE RIVER, ГАМИЛЬТОН, НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ



На макроуровне проект Victoria on the River (его авторы Edwards White Architects) направлен на создание парка, выполняющего две функции. Во-первых, это место, где люди могут остановиться, пообщаться и насладиться видом на реку. Во-вторых, это конструкция, связывающая разрозненные уровни нижней речной тропы, верхней набережной и главной улицы. Эта реконструкция является успешной не только с точки зрения соединения городского пейзажа с рекой, но и представляет собой свежий взгляд на городской дизайн в Гамильтоне.

HIGHLINE, МАНХЭТТЕН, НЬЮ-ЙОРК



«Хайлайн» от Diller Scofidio + Renfro, ставший за годы своего существования эталоном устойчивого городского планирования, — это бывшая промышленная железнодорожная линия, которую преобразовали в надземный общественный парк с несколькими точками доступа. Край визуально проницаем: во время

прогулки можно получить четкое представление об окружающих улицах, что является отличительной чертой этого парка. Общая протяженность его составляет около 2,6 км.

ЗАТОНУВШАЯ ВЕЛОСИПЕДНАЯ ДОРОЖКА, ЛИМБУРГ, БЕЛЬГИЯ



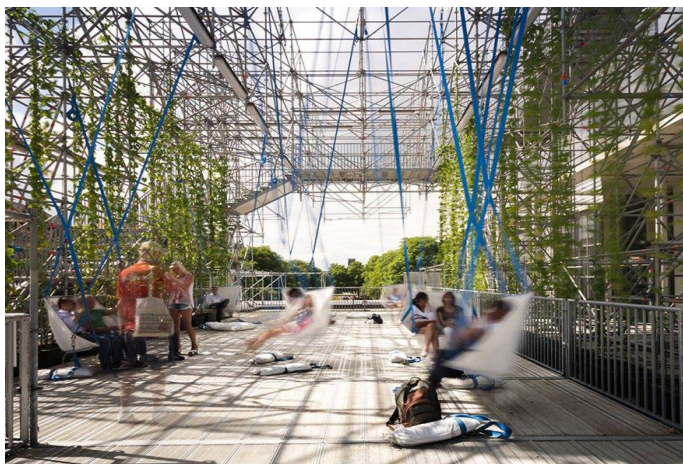
«Затонувший» велосипедный маршрут в Лимбурге дарит незабываемые впечатления от езды на велосипеде. Создается иллюзия, что вы буквально парите над поверхностью. Мэр города говорит: «Мы всегда были пионерами в рекреационном велотуризме, но с годами другие регионы и страны начали копировать сеть велосипедных узлов Лимбурга. Поэтому, чтобы сохранить нашу позицию, нам нужно было продолжать инновации».

ПЛОЩАДЬ СКАНДЕРБЕГА, ТИРАНА, АЛБАНИЯ



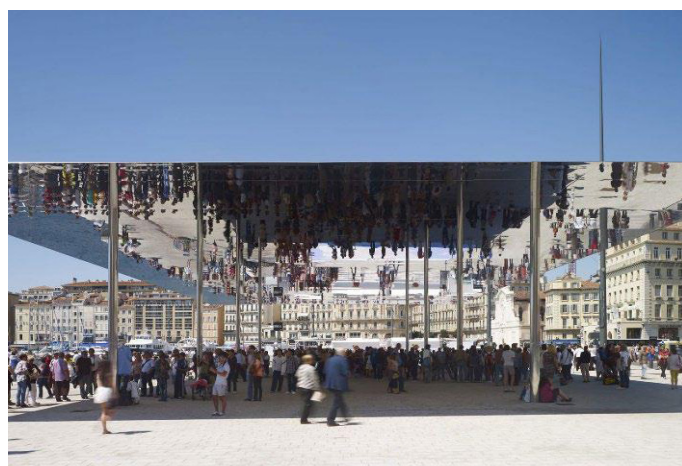
Площадь Скандербег символически очень значима для столицы Албании. Это было основным местом для демонстрации коммунистической идеологии, а также представительным центром страны. Решение оставить площадь пустой и придать ей небольшой наклон к небольшому возвышению в центре — часть процедуры, направленной на избавление от травматических образов прошлого. Сейчас по этим склонам течет вода из маленьких родников. Камни для строительства привозили со всей страны: это должно было подчеркнуть многонациональный состав Албании

SCHAUSTELLE, МЮНХЕН, ГЕРМАНИЯ



Извилистая система пешеходных дорожек и мостов превратила русло реки в парк, связывая пространства разной высоты с регулярными кварталами к северу от города. Основные работы велись на участке вверх по течению: мосты, которых раньше не хватало, улучшили социальную структуру всего района. Вблизи русла построили временный офис, где от жителей собирали информацию о желательных территориях застройки. Таким образом, была устроена система дорог Эль-Валле-Трензадо («Плетеная долина»). Склоны засадили растительностью и укрепили, чтобы уберечь от разрушений во время схода лавин.

РЕКОНСТРУКЦИЯ СТАРОГО ПОРТА, МАРСЕЛЬ, ФРАНЦИЯ



Schaustelle — это огромные строительные леса, ставшие по воле архитектора Юргена Майера экспериментальным выставочным пространством. Конструкция изготовлена с использованием симметричных и угловых металлических стержней. Прямоугольный каркас примерно сорок метров в длину, пятнадцать в ширину и около двадцати метров в высоту. На первом этаже, фасад которого выполнен из полупрозрачных досок, есть двухэтажный коридор. Он имеет площадь около 200 и 80 кв. метров и может быть использован в качестве презентационного пространства или для выставок, семинаров и различных общественных мероприятий. Два лестничных пролета ведут к верхнему вестибюлю, который превращается в обширный внутренний двор.

Реконструкция Старого порта по проекту Foster + Partners освободила доки от визуальных и строительных препятствий, таким образом делая эту часть доступной для жителей. Теперь это одно из самых любимых мест прогулок. Перепланировка решила проблему дорожных заграждений и движения транспорта на площади 12 000 квадратных метров. Центральная часть портовой зоны сейчас отведена большей частью для пешеходов, которые могут укрыться от солнца под зеркальным навесом Гранд-Омбриер. Его также можно использовать для больших собраний.

TAINAN SPRING, ТАЙВАНЬ



ЭЛЬ-ВАЛЛЕ-ТРЕНЗАДО, ЭЛЬЧЕ, ИСПАНИЯ

Проект Tainan Spring заменил старый торговый центр China-Town, который был построен над старой гаванью города в 1983 году. Как говорят архитекторы MVRDV, предыдущая постройка больше истощала жизненные силы города, чем помогала ему. Они сделали из подземной парковки общественную площадь с городским бассейном. Ее окружили местными растениями. Бассейн спланирован, чтобы стать идеальным местом в любое время года: уровень воды поднимается и опускается в зависимости от сезона дождей и засухи, а в жаркую погоду распылители тумана снижают температуру, чтобы обеспечить приятное самочувствие посетителям. В этом пространстве есть детские площадки, сектор для собраний и сцена для представлений. Проект является частью генерального плана по реконструкции этого района.

interior.ru

Павильон livMatS

Сотрудникам Штутгартского университета после 10 лет исследований удалось сделать важный шаг в развитии устойчивой архитектуры. С помощью роботизированных установок и методов цифрового проектирования они создали несущую конструкцию весом около 1,5 тонн, используя в качестве строительного материала льняное волокно. Над проектом работали не только инженеры и архитекторы, но и биологи. Почему для создания павильона livMatS понадобилась именно междисциплинарная команда? Каким образом удалось создать прочную конструкцию из льняного волокна? И какие перспективы этот проект открывает для архитекторов?



Современные технологии строительства и цифрового проектирования позволяют по-новому использовать натуральные экологичные материалы. Кроме того, они дают возможность создавать конструкции, повторяющие элементы или системы живой природы в гораздо более крупном масштабе. Это важно с точки зрения рационального использования материалов, так как в природе волокнистые структуры большинства несущих конструкций сильно дифференцированы: ориентация, направление и плотность волокон точно адаптированы к локально возникающим нагрузкам – материал не тратится в пустую и не используется там, где он не требуется. Павильон livMatS – пример такой постройки. Его структура создавалась по образу некоторых видов кактусов, поэтому биологи сыграли в проекте важную роль, консультируя инженеров, совершенствующих современные технологии строительства.

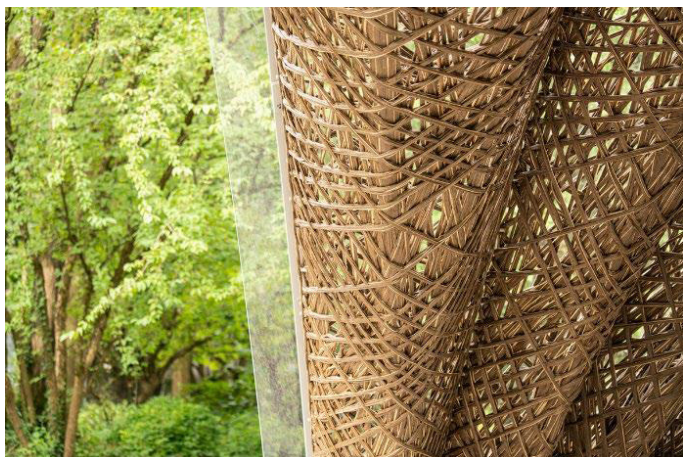
Площадь павильона – 46 квадратных метров. Несущая конструкция состоит из 15 элементов длиной 4,5–5,5 м. Каждый из них создавался с помощью роботизированной установки, наматывающей льняное волокно на специальную металлическую раму, которая

затем удалялась. Прочность конструкции обеспечивается за счет математически точного расчета расположения каждого волокна. Для разработчиков было важно и то, что подобные современные технологии строительства не просто позволяют применять экологичные материалы вместо привычных, но и дают возможность использовать ровно столько льняного волокна, сколько нужно, сокращая тем самым количество отходов.



Льняное волокно – основной, но не единственный строительный материал, использованный в проекте. Сверху павильон накрывает водонепроницаемая поликарбонатная пленка, защищающая натуральные экологичные материалы от воздействия осадков и ультрафиолета.





Павильон livMatS - не просто экспериментальная конструкция. Проект создавался в соответствии со строгими немецкими строительными нормами, так как разработчикам было важно продемонстрировать реальную возможность применения натуральных волокон в архитектуре. Павильон установлен в ботаническом саду университета Фрайбурга и будет использоваться для проведения лекций.

architime.ru

3D-печатные табуреты The Tidal Stool

Необычная мебель появилась на береговой линии возле деревни Кук По (Kuk Po) в Гонконге. Напечатанные на 3D-принтере табуреты The Tidal Stool, по замыслу проектировщиков из Гонконгского университета, не только связывают антропогенную и природную среду, но и позволяют сохранять водную фауну. По сути, это новая типология искусственного объекта при обустройстве береговой линии. В чем же заключается новизна? Что за материал использовался для 3D-печати? Какие три основные идеи вдохновили создателей The Tidal Stool? И почему все 30 табуретов имеют разную высоту и форму?



«Береговая линия – это промежуточное пространство, которое приглашает нас остановиться и поразмышлять, любясь видами моря и окружающего ландшафта. Находясь здесь, мы становимся ближе к окружающим нас природным силам», – так описывают философию своего проекта создатели The Tidal Stool. Их также беспокоил тот факт, что освоение человеком береговых линий приводит к негативным последствиям для водной флоры и фауны. Поэтому они решили создать искусственный объект, который одновременно будет служить и природе, и человеку. Так родилась линейка необычной мебели The Tidal Stool – 30 дизайнерских табуретов, напечатанных на 3D-принтере.

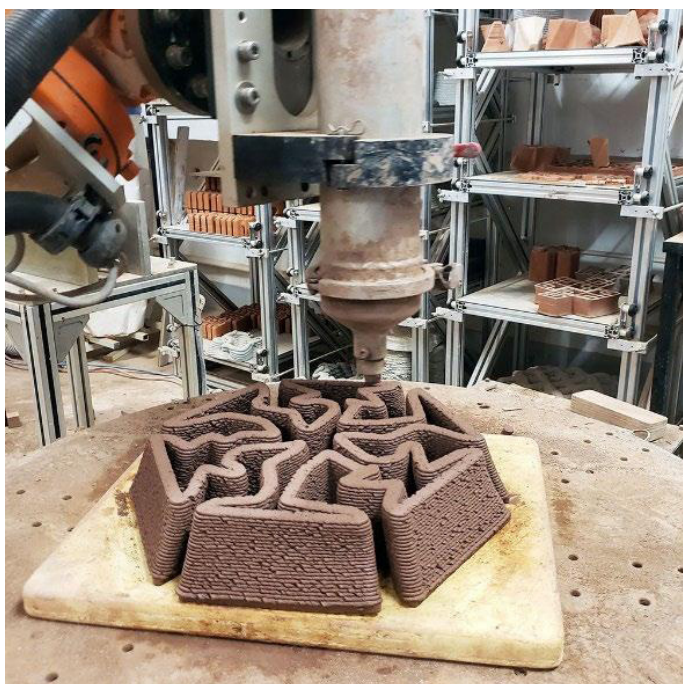
Каждый табурет имеет индивидуальную форму, габариты и шероховатость поверхности. Это сделано для того, чтобы как можно больше обитателей водной экосистемы могли во время прилива использовать эту необычную мебель в качестве убежища от хищников. Идея была подсмотрена у природы – напечатанные на 3D-принтере табуреты заменяют корни мангровых зарослей, которые типичны для данного региона и количество которых сократилось из-за антропогенного воздействия. Таким образом искусственный объект органично встраивается в прибрежную экосистему, поддерживая ее.



Кроме того, дизайнеры вдохновлялись образами классических керамических табуретов, создаваемых в Китае уже более 1000 лет и используемых в основном в ландшафтных садах. И во время отлива любой желающий может присесть на The Tidal Stool, чтобы полюбоваться окружающей природой. Темно-коричневый цвет этой необычной мебели тоже был выбран не случайно – оттенок гармонично сочетается с конкретными скалами береговой линии возле деревни Кук По.



The Tidal Stool были напечатаны на стандартном промышленном 3D-принтере, а вот в качестве сырья был подобран уникальный состав терракотовой глины с уровнем pH, подходящим конкретной экосистеме.

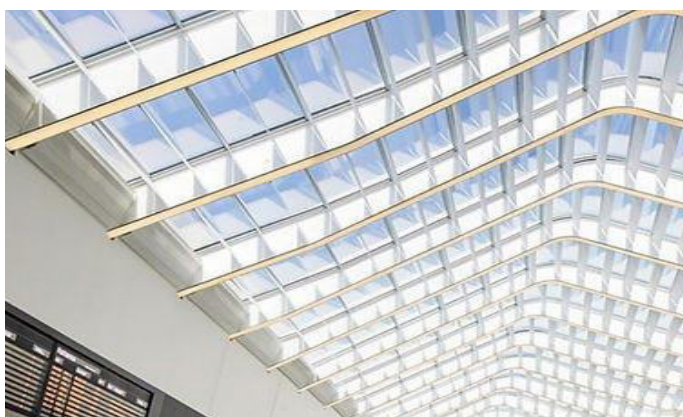


Проект был реализован на базе лаборатории по производству роботов Гонконгского университета, а в качестве координаторов выступили сотрудники вуза: Кристиан Дж. Ланге и Вейджен Ван.

architime.ru

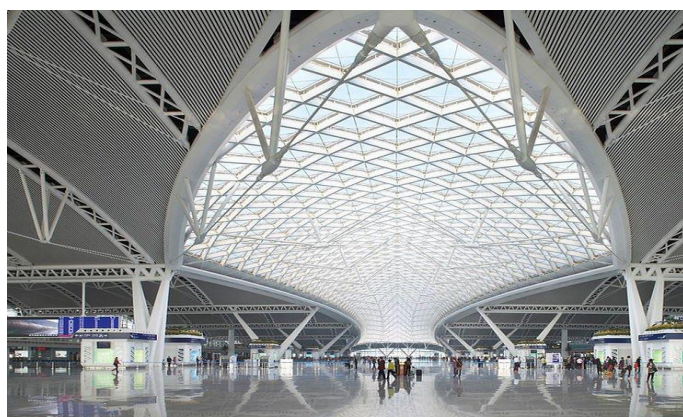
Освещение на транспорте. Свет в общественных пространствах

Какие общественные пространства на транспорте мы прежде всего рассматриваем?



- Атриумы – самые большие пространства, появляющиеся в современных аэропортах и крупных транспортных узлах.
- Залы ожидания – важная часть общественных пространств, где пассажиры проводят продолжительное время в ожидании своих рейсов.
- Транзитные пешеходные пути и переходы часто выглядят монотонными и скучными и нуждаются в интересных и запоминающихся световых эффектах.
- Места общественного питания требуют особой уютной атмосферы.
- Лаунж-зоны и бизнес залы, предлагающие максимальный уровень комфорта для пассажиров.
- Зоны для пассажиров с детьми, нуждающиеся в занимательных и развлекательных функциях для маленьких непосед.

И здесь одним из ключевых факторов, влияющих на гармоничное визуальное восприятие общественных зон, является освещение. При проектировании освещения необходимо помнить, что визуальный комфорт создается для человека и именно человек становится главным пользователем этих пространств. Вот почему при проектировании освещения на таких объектах важно проанализировать и определить ключевые потребности людей.



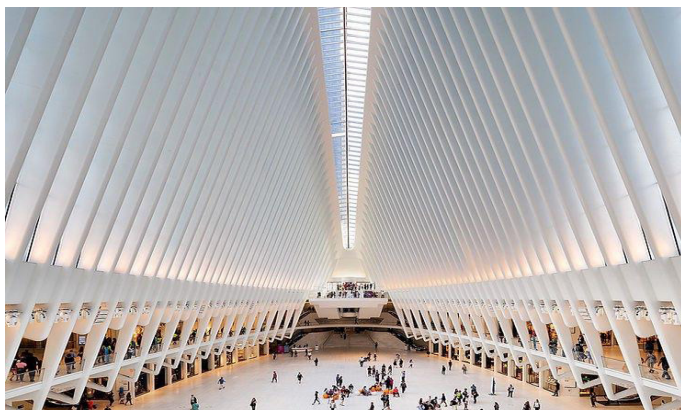
Guangzhou South Railway Station, China

ЕСТЕСТВЕННЫЙ СВЕТ

Наши реакции на свет эволюционно закладывались под воздействием естественного света – он стал для нас базовой потребностью. Научные исследования однозначно подтверждают, что солнечный свет самая безопасная и комфортная форма света для человеческого глаза. Он позволяет нам видеть и различать предметы, ориентироваться в пространстве, определяет наши биологические часы – циркадные ритмы, положительно влияя на наше здоровье, самочувствие, настроение. Нельзя не отметить и огромного психологического и эмоционального воздействия естественного света на человека. Во все времена для архитекторов естественный свет был главным рабочим инструментом и строительным материалом при проектировании зданий. Именно поэтому при создании объектов транспортной инфраструктуры с длительным пребыванием людей уделяется первостепенное внимание максимальному доступу естественного света. Для этого используется прием остекления фасадов.

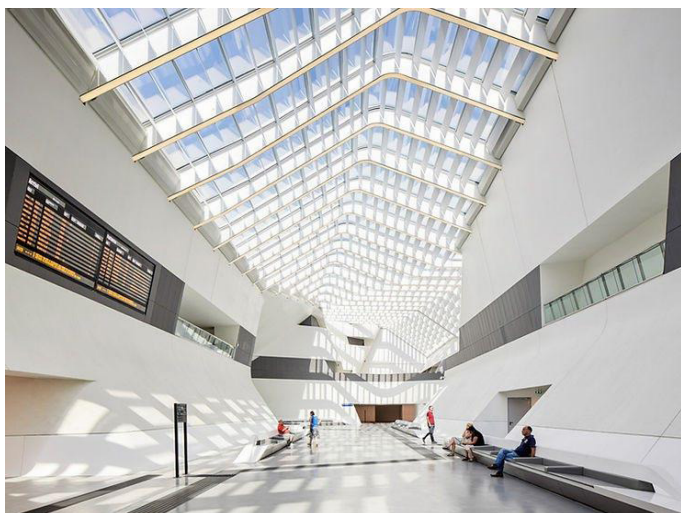
Последнее время набирающим популярность трендом в архитектуре становится остекление крыш, чтобы обеспечить беспрепятственный доступ естественного света внутрь помещения, создавая ощущение открытого пространства. Уникальным примером интеграции

естественного света в архитектуру может служить амбициозный проект транспортного узла Окулус, выполненный по концепции выдающегося архитектора Сантьяго Калатравы. По замыслу автора, здание должно было напоминать летящую белую птицу и состоять из белых ребер, в которые интегрировано остекление. Это способствует тому, что весь атриум залит светом и создается ощущение огромного светлого пространства, скорее напоминающего космодром из фантастических фильмов.



Oculus Transportation Hub, New York, USA

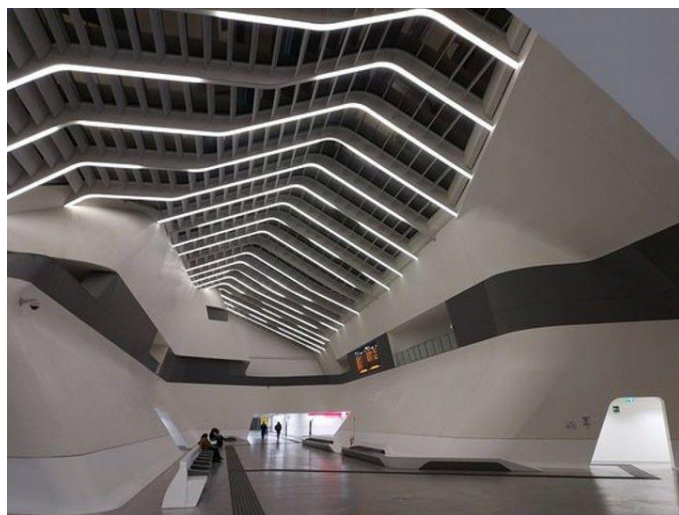
Подобный прием использован и в архитектуре железнодорожной станции Афрагола в Неаполе, спроектированной основоположницей параметрической архитектуры Захой Хадид. Станция является важным железнодорожным узлом, соединяющим Северную и Южную Италию. Здание вокзала задумано как 450-метровый мост, связывающий населенные пункты, расположенные по обе его стороны. В центре вокзала располагается атриум, залитый солнечным светом, проникающим через стеклянные панели в потолке. Он расположен над железнодорожными путями, с зонами общественного питания и отдыха, и стал главным общественным пространством вокзала. Архитекторы намеренно создали конструкцию из стальных балок и прочного стекла, чтобы максимально использовать дневной свет и минимизировать потребление электроэнергии.



Napoli Afragola Train Station, Casoria, Italy

КОМПЕНСАЦИЯ НЕХВАТКИ ЕСТЕСТВЕННОГО СВЕТА

При недостатке естественного света и в темное время суток мы используем искусственное освещение. Интересное решение комбинации естественного и искусственного света найдено при проектировании той же железнодорожной станции Афрагола в Неаполе, которое мы рассматривали выше. Источники искусственного света расположены за светопропускающей тканью на ребрах потолочной конструкции по типу натяжных потолков. Таким образом свет интегрирован в архитектуру здания, виден лишь создаваемый им световой эффект, сами источники света скрыты.



Свет интегрирован в архитектуру здания

Помимо создания требуемой в нормах освещенности на горизонтальных поверхностях в общественных пространствах важно освещать и вертикальные поверхности, потому что они чаще всего находятся в поле зрения пассажиров и создают ощущение светлого пространства. Именно такой прием в сочетании в контрольном освещении через перфорацию в стене использован в аэропорту Кольцово, Екатеринбург, Россия.



Аэропорт Кольцово, Екатеринбург, Россия

Условием эффективной визуальной коммуникации людей в общественных пространствах является хорошо освещенная фигура человека, чтобы можно было четко видеть и различать лицо собеседника. Поэтому помимо горизонтальной и вертикальной освещенности в залах ожидания, в местах концентрации людей важно учитывать и цилиндрическую освещенность, характеризующую насыщенность пространства светом. Необходимые уровни цилиндрической освещенности могут быть достигнуты, когда соблюдается баланс направленного и диффузного света, то есть когда к светильникам прямого света общего освещения добавляется вертикальное освещение стен или приборы отраженного света.

Таким образом, традиционный подход к проектированию освещения сфокусирован на обеспечении необходимой безопасности и хорошей видимости, уменьшении бликов и теней.

БИОДИНАМИЧЕСКОЕ ОСВЕЩЕНИЕ

В последние годы растет потребность и в других видах освещения, помимо естественного и утилитарного освещения, появляются и становятся доступными варианты искусственного освещения, влияющее на наше здоровье, эмоции и настроение.

Недавно открытый новый фоторецептор положил начало активным исследованиям в области биологического воздействия света на человека. Была установлена прямая зависимость интенсивности дневного света, его цветовой температуры, времени воздействия на биоритмы человека. Заговорили и о возможности проектирования биодинамического освещения, способного, подобно естественному свету, нормализовать циркадные ритмы, управлять физиологическими процессами, улучшать состояние здоровья, обеспечивать хорошее самочувствие и настроение.

Проблема сбоя биологических часов особенно актуальна для путешествующих на значительные расстояния, когда пассажирам приходится за короткий промежуток времени преодолевать сразу несколько часовых поясов. В результате по окончании рейса появляются неприятные симптомы: разбитость, раздражительность, головная боль и диспепсические расстройства. Чтобы избежать этого, концепцией залов ожидания SAS нового поколения предусмотрено создание уникального опыта и среды, отвечающей потребностям и пожеланиям гостей во время путешествия – им предлагается воспользоваться комнатами с инновационными и современными решениями в области освещения.

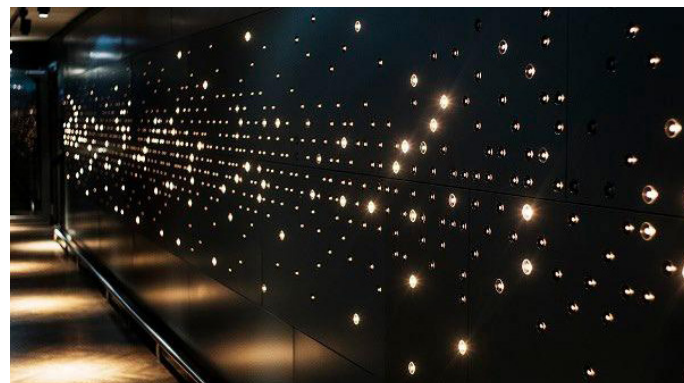
Комната Daylight Booster, выполненная с имитацией естественного дневного света с помощью яркого источника белого света, обеспечивает естественный заряд энергии, очень напоминающий то, как световая терапия борется с сезонным аффективным

расстройством, или зимней хандрой. Это помогает путешественникам справиться с джетлагом и подготовиться к встречам.

В других комнатах путешественники могут настраивать параметры освещения, цветовую температуру в соответствии со своими потребностями: создать обстановку для оптимального чтения, сосредоточиться или наоборот, расслабиться перед вылетом.

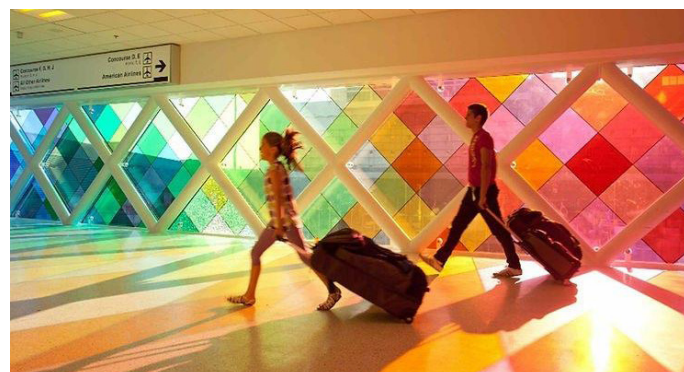
ДЕКОРАТИВНОЕ ОСВЕЩЕНИЕ

Помимо этого, посетители могут получить удовольствие и заряд эмоций от декоративного освещения оздоровительного центра зала, оснащенного светящимися текстильными панелями Luminous Patterns и Luminous Textiles и световой инсталляцией, изображающей мерцающий ночной вид на город при приземлении самолета. Чтобы разнообразить бесконечно длинные коридоры внутри пешеходного перехода международного аэропорта Майами во Флориде, была построена интерактивная инсталляция света и звука. Композиция состоит из цветных квадратов более чем со 150 оттенками цветов, расположенных по диагонали, создающих множество разноцветных теней на поверхности пола.



Narita International Airport, Narita, Japan, 2.
Experience Lounge Gardermoen Airport,
Oslo, Norway

Инсталляция взаимодействует с людьми, идущими по коридору, в котором установлены видеодатчики, информирующие об активности пешеходов в пространстве, и датчики движения, реагирующие на присутствие. Таким образом в зависимости от количества пассажиров, проходящих по коридору, изменяется интенсивность и мелодия фоновой музыки.



Miami International Airport, Florida, USA

ИНТЕРАКТИВНОЕ ОСВЕЩЕНИЕ

Другим интересным примером интерактивного освещения являются интерактивные стены, предусматривающие прямое взаимодействие человека со светом. Особенно актуальны они в детских зонах, поскольку перемещение на транспорте с детьми часто становится довольно нелегким делом, особенно утомительно оно для маленьких пассажиров. Поэтому создание увлекательных игровых зон значительно облегчают длительные периоды ожидания.

Подобным примером может служить интерактивная стена Nebula, в которой используются тысячи светодиодов с датчиками, реагирующими на прикосновения, позволяя пользователям участвовать в уникальном интерактивном опыте, включая рисование, развитие мелкой моторики, стимулировать органы чувств прикосновением, светом и звуком. Интерактивная стена предоставляет широкий выбор контента, подходящего для различных групп пользователей, предоставляя игрокам возможность оставаться активными и играть с различными световыми эффектами, которые они могут создавать.



Интерактивная стена Nebula

Таким образом, интерактивный вид освещения способен превратить зоны ожидания в интересную, образовательную и развлекательную среду общения и социального взаимодействия. Возможность влиять на настроение, создавать его с помощью окружающей атмосферы и физически влиять на самочувствие пассажиров способно сделать залы ожидания по-настоящему притягательными и запоминающимися.

В заключение следует подчеркнуть, что освещение общественных зон на транспорте больше не ограничивается лишь функциональными задачами, с помощью светодизайна можно создавать привлекательную световую среду с имитацией естественного света, гармонизирующей биоритмы, световой навигацией, образовательными и развлекательными функциями.

Как выглядит самый крупный мультимедийный фонтан в России

В Дербенте открылся фонтанный комплекс, который выпускает в небо более 2 тыс. струй воды высотой до 30 м.



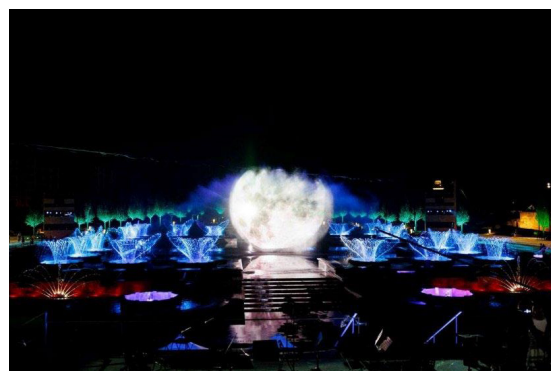
На территории парка им. Низами Гянджеви в Дербенте на Северном Кавказе открылся самый большой в России светомузыкальный фонтанный комплекс. Его строительство профинансировал Сбербанк.

Фонтан площадью 4,7 тыс. «квадратов» выполнен в архитектурных традициях Дагестана из местного природного камня. Он выпускает в небо 2,2 тыс. струй воды высотой от 1 м до 30 м. Фонтан может работать как в статическом, так и в одном из пяти динамических режимов. Он включает в себя девять чаш и располагается на двух ярусах. Объект оснащен 1,3 тыс. световыми прожекторами с индивидуальным управлением, двумя видеопроекторами для проецирования изображений и акустической системой, говорится в сообщении.



Программное обеспечение фонтана, по данным «Сбера», позволяет создавать необычные светомузыкальные шоу и транслировать видеоролики на водный экран. В

техническом помещении объекта проводятся экскурсии, на них рассказывают про элементы устройства фонтана, которые проецируются на сетчатые экраны и выглядят как парящие в воздухе, следует из материалов банка.



Фонтан, парковый комплекс им. Низами Гянджеви и крепостная стена на его территории стали одними из главных туристических объектов древнейшего города, имеющего статус объекта культурного наследия федерального значения и включенного в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Парк был также реконструирован при финансовом участии Сбербанка год назад. Здесь появились библиотека, смотровая башня и детский городок.

realty.rbc.ru

Настоящее издание является
некоммерческим, издается
в познавательных целях.
Все права авторов представленных
материалов защищены.