

vds

Развитие городской среды / архитектура и айдентика

Итоги сентября 2022

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

В этом выпуске мы хотим затронуть тему биофильного дизайна в архитектуре.

Уже несколько лет одна из главных тенденций, которая усилилась с пандемией, связана с необходимостью легкого доступа к природе. Она проявляется и в сфере градостроения, и недвижимости, и в области дизайна: биофильный дизайн удовлетворяет быстро растущую потребность в общении с живой средой.

Понятие биофильного дизайна формировалось постепенно. В 1965 году немецко-американский социальный психолог Эрих Фромм применял в практике термин «биофилия», определяя его как «любовь к жизни или к живым существам». В 1980-х годах американский биолог Эдвард Уилсон выдвинул гипотезу о том, что человек испытывает генетически обусловленную потребность быть в гармонии с природой. Это основная идея, положенная

в основу биофильного дизайна. Цель состоит в том, чтобы удовлетворять эту биофилию, создавая архитектуру, которая является как бы продолжением природы. Взяв эту идею за основу, профессор в области социальной экологии Стивен Р. Келлерт вместе с группой исследователей вывел термин «биофильный дизайн», означающий обеспечение связи неотъемлемой биологической потребности человека в партнёрстве с природой внутри искусственно созданной среды.

Сегодня идеи биофильного дизайна распространены довольно широко благодаря его положительному влиянию на людей. В основном, он реализуется через включение естественных природных элементов в каркас современной архитектуры. Все больше архитекторов сводят воедино такие элементы, как дерево, естественное освещение, живые растения и живая вода. Биофилия может выражаться в дизайне или декоре дома множеством способов. Можно самому оказаться в окружении природы, а можно наоборот перенести растения в здание.

Поэтому мало кто из специалистов сомневается, что именно биофильный дизайн, скорее всего, будет положен в основу систем оценки зданий в будущем. Понимание и реализация биофильных принципов уже сегодня имеет важное значение для создания условий существования, которые мы захотим видеть вокруг себя.

Содержание

01 Брендинг

- 06 Компания vds передала жителям Атырау обновленный герб города
- 10 Ребрендинг и рестайлинг – в чем разница? Разбираемся на примерах

02 Большая архитектура

- 16 Центр исполнительских искусств в Китае
- 22 ТОП-10 необычных зданий из вторичного сырья

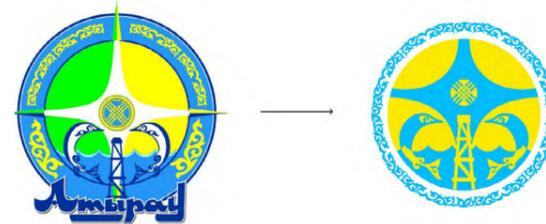
03 Малая архитектура

- 30 Микропарк в исторической части города Кукмор
- 36 Маяк на сопке

04 Визуальная коммуникация

- 40 Максим Жестков создает цифровые «движущиеся скульптуры» с помощью алгоритмов
- 44 Павильон Олафура Элиассона на калифорнийской винодельне

Компания vds передала жите- лям Атырау обновленный герб города



Герб Атырау до и после



19 сентября Компания vds передала жителям Атырау обновленный герб города. Эта работа приурочена ко Дню города Атырау 2–3 октября, отмечающему свое 382-летие.

Атырау для Казахстана – это нефтяная столица, но для местных – этот город больше, чем нефть или река Урал с осетрами, здесь особые люди, которые не предадут, они сплоченные и суровые.

Историю города принято отсчитывать с 1640 года, когда купец из Ярославля Гурий Назарьев с сыновьями, уплатив дань Ногайскому ханству, построил деревянный острог в устье реки Жайык (Яик).

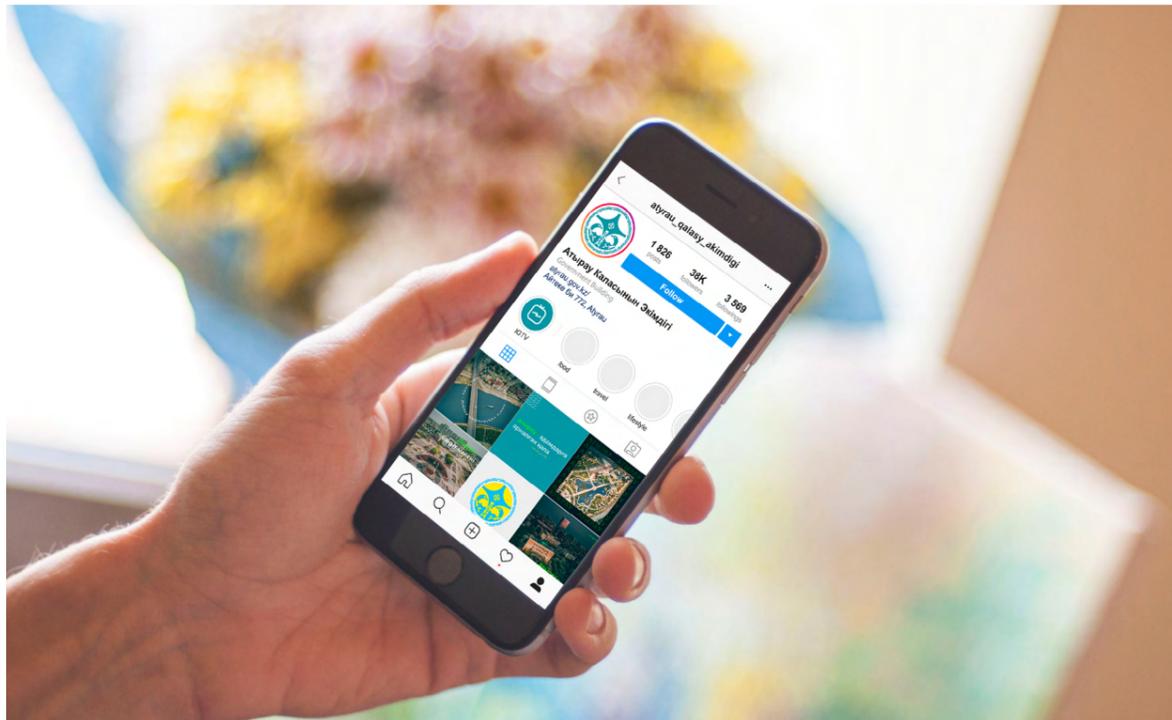
Здесь Гурьевы начали вести промысловую добычу рыбы. Острог защищал промышленников от набегов кочевников, вольных казаков и морских разбойников. Позже в 1662 там же появилась каменная городская крепость, которую стали называть Усть-Яицким городком. Позже крепость разграбили казаки, а в 1668 поселение заняли повстанцы Степана Разина. Городу суждено было развиваться несмотря на суровый климат и набеги.

В 1734 году Нижний Яицкий городок рыбопромышленников стали называть Гурьев. До 1941 года это был купеческий город, промышленников и рыботорговцев, а с началом войны город стал стратегически важным форпостом. Отсюда переправляли бакинскую нефть на Урал и в Сибирь, а сюда эвакуировались предприятия и население, отсюда на фронт поступало продовольствие, боеприпасы и воинские части. Много имён на центральной аллее славы было вписано в военную историю города.

4 октября 1991 года Гурьевский городской совет переименовал город в Атырау. Название связано с географическим положением возле реки Урал, Атырау – название которое дали городу местные жители. В том же 1991 году был утвержден герб города.

Мы облегчили герб, сделали его читабельнее и адаптировали для использования в социальных сетях. Обновленный герб будет использоваться в информационном поле городского акимата Атырау.

t.me/city_vds_group



Ребрендинг и рестайлинг – в чем разница? Разбираемся на примерах

Самое постоянное, что есть в жизни – изменения. И бренды не исключение. Вряд ли есть хоть один бренд с долгой историей, который ни разу не прошел через ребрендинг или рестайлинг – это естественный процесс в развивающейся компании, когда становится сложно уместиться в заданных дизайном или позиционированием рамках.



Наступает время, когда компании принимают решение обновить имидж своего бренда – заказать ребрендинг или рестайлинг. Однако второе понятие редко встретишь даже в списке услуг брендинговых агентств, поэтому и клиенты чаще приходят с запросом именно по ребрендингу. Но в большинстве случаев им все же нужен рестайлинг. В статье о разнице между понятиями.

Ребрендинг ≠ рестайлинг

На деле, ребрендинг и рестайлинг в корне разные понятия. Одно дело полностью изменить свое позиционирование, сообщение для аудитории, возможно даже миссию компании, другое дело – сменить логотип, фирменные цвета, возможно даже название. В первом случае мы меняем содержимое, во втором – лишь этикетку. Отсюда вытекают понятия ребрендинга и рестайлинга:

– Ребрендинг – это смена идеологической и имиджевой части бренда.

– Рестайлинг – обновление только имиджевой составляющей бренда.

А вот, где «собака зарыта»: рестайлинг может быть частью ребрендинга, а может быть самостоятельным процессом. Отсюда-то и берет корни путаница между понятиями.

Когда нужен ребрендинг?

Сбербанк не испугался называться Сбером и перестал выезжать на своей истории, сделав другие акценты в своей коммуникации. Зачем бренды это делают? Неужели нельзя сделать брендинг один раз и забыть про него?

Нет. Ребрендинг – это адаптация бренда к изменениям рынка и аудитории. А это неизбежные и независимые от бренда процессы. Цель ребрендинга – продлить жизнь компании или продукту.

Итак, ребрендинг необходим, когда:

– Коммуникация бренда устарела. Вспомним, как в 2021 году «Билайн» обновили свое сообщение, и теперь вместо фразы «Живи на яркой стороне» используется «На твоей стороне». В компании указали, что 16 лет назад «Живи на яркой стороне» был безумно актуальным слоганом, но сейчас гонка за бесконечной крутостью вгоняет людей в депрессию. Ты должен быть тем, кто ты есть, а не соответствовать каким-то требованиям. Компании интересно, что абонент хочет, она готова решить его проблему, а не заставлять его «быть лучше».



– Компания обновила продукт, рецептуру или технологию производства. Молочный шоколад Alpen Gold после анализа потребностей своей аудитории теперь производит свой продукт по новой рецептуре. Alpen Gold стал шоколадом для тех, кто хочет каждый день проживать ярко и чувствовать настоящий вкус жизни – в его состав добавили больше тертого какао и сменили позиционирование.



– Принципы компании неизвестны или малоизвестны аудитории. Изначально творожки «Даниссимо» позиционировались как быстрый, питательный и удобный перекус. Но в какой-то момент конкурентов у бренда стало очень много и он просто затерялся на магазинной полке. Компания сменила рациональность в своей концепции на эмоциональность – теперь «Даниссимо» «помогает отвлечься от дел и доставить себе минутку радости и удовольствия».



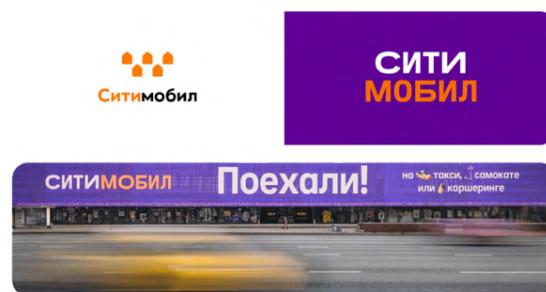
– Изменился портрет целевой аудитории. Долгое время McDonald's ассоциировались с ожирением и нездоровой едой. Тем временем набирал обороты тренд на здоровый образ жизни, спорт и правильное питание. McDonald's изменили свое позиционирование под потребности рынка: стали указывать БЖУ-состав блюд, рекламировать продукты максимум с 400 ккал, ввели в меню больше салатов, йогуртов и фруктов.



– Происходит географическое и культурное масштабирование на новые рынки. Pabst Blue Ribbon – это недорогое и совсем не изысканное пиво, покупаемое обычно американскими студентами. Но когда компания выходила на китайский рынок, она полностью изменила свой имидж: пиво обрело новое название – Blue Ribbon 1844, стало продаваться дороже, получило популярность за счет роста рынка крафтовых напитков, полюбившихся средним классом. Чтобы продукт выглядел премиальным, бренд стал разливать его в бутылки, больше подходящие для крепкого алкоголя.



– Компания расширила ассортимент товаров, обновила сервис или начала оказывать новые услуги. В 2021 году «Ситимобил» перестал быть просто службой такси и превратился в «платформу городской мобильности», объединив такси каршеринг и аренду самокатов. Компания обновила приложение и айдентик: из логотипа были убраны характерные для такси шашечки, изменились фирменные цвета и шрифты.



– Испортилась репутация бренда. До 2007 года авиакомпания S7 называлась «Сибирь». В результате нескольких авиакатастроф пассажиры потеряли доверие к авиаперевозчику, и число потребителей его услуг сократилось на 20%. Компания изменила почти все – от фирменного цвета, ставшего ярко-салатовым, до названия. Новое имя, правда, это код «Сибири» в Международной ассоциации воздушного транспорта, но пассажирам это неизвестно, поэтому никаких негативных ассоциаций и не вызывает.



– У компании новый собственник. Лучший пример здесь – нашумевший «уход» McDonald's из России и его превращение во «Вкусно – и точка» с новым владельцем бизнеса.



Ребрендинг – это долгий и сложный процесс. Не затевайте его, если не уверены в необходимости, так как риски здесь высоки – можно потерять узнаваемость и лояльность аудитории.

Когда нужен рестайлинг?

Можно ли донести новые ценности бренда через графику? Можно. Но только в случаях, когда ценности не менялись. Мы не можем сделать ультра-современную айдентику Эрмитажу в Петербурге, не подготовив к этому остальные элементы внутри бренда. Однако мы можем обновить ему стиль, немного освежив шрифтовую часть или цветовую гамму.

Итак, рестайлинг необходим, когда:

– Фирменный стиль компании устарел. BMW уменьшил количество деталей в логотипе, тем самым транслируя более современный подход в стиле. Через такой рестайлинг зритель же понимает, что компания развивается и всегда идет в ногу со временем.



– Айдентика искажает позиционирование компании. Показательный антипример, когда компании явно нужно заменить логотип под ассоциативность своего бренда – это логотип New-York Taxi, который сейчас заставляет задуматься, действительно ли город является одним из культурных центров мира, а желтое такси призвано довезти вас до его самых значимых мест.



– Визуальная стратегия бренда плохо дистанцирует его от конкурентов. Ребрендинг Сбера прошел вполне успешно, за исключением 1 маленького нюанса – зеленая галочка с градиентом сливает логотип компании с десятками других похожих иконок мобильных приложений, которые хоть и не являются конкурентами банка по деятельности, но определенно заставляют иконку потеряться в ряду с остальными приложениями в смартфоне.



– Элементы фирменного стиля вызывают негативные ассоциации. Seattle's Best Coffee, дочерняя компания Starbucks, имеет крайне неоднозначный логотип. Люди видят в нем смайлик с высунутым языком, кровавое кофе, пирсинг на языке – ассоциации пользователей обо всем, кроме вкусного кофе. Это особенно не увязывается с брендом, учитывая, что головная компания имеет один из самых ярких и узнаваемых логотипов мира – русалку в окружении звезд.



– Высокая конкуренция на рынке вынуждает компании постоянно придумывать что-то новое, чтобы поддерживать интерес аудитории к своим продуктам. Так торговая марка «Picnic» изменила упаковку шоколадного батончика и логотип, выбрала другие цвета и в результате увеличила свои продажи на 77%.

Итак, представим бутылку с известным на рынке напитком: если вы хотите поменять сам напиток – вам нужен ребрендинг, если вы хотите заменить бутылку – вам нужен рестайлинг. Любая услуга, касающаяся обновления бренда, начинается с оценки ситуации внутри компании. Поставив перед собой цель донести новые ценности до аудитории, важно понять насколько серьезная будет смена курса, ведь от этого зависит ваш выбор – ребрендинг или рестайлинг.

vc.ru



Центр исполнительских искусств в Китае

Центр исполнительских искусств Ян Липин (Yang Liping Performing Arts Center) – проект пекинской Studio Zhu Pei, возглавляемой архитектором Чжу Пеем. У здания со скульптурной крышей, форма которой вдохновлена окружающим ландшафтом, есть все шансы стать главным лэндмарком западно-китайского города Дали.

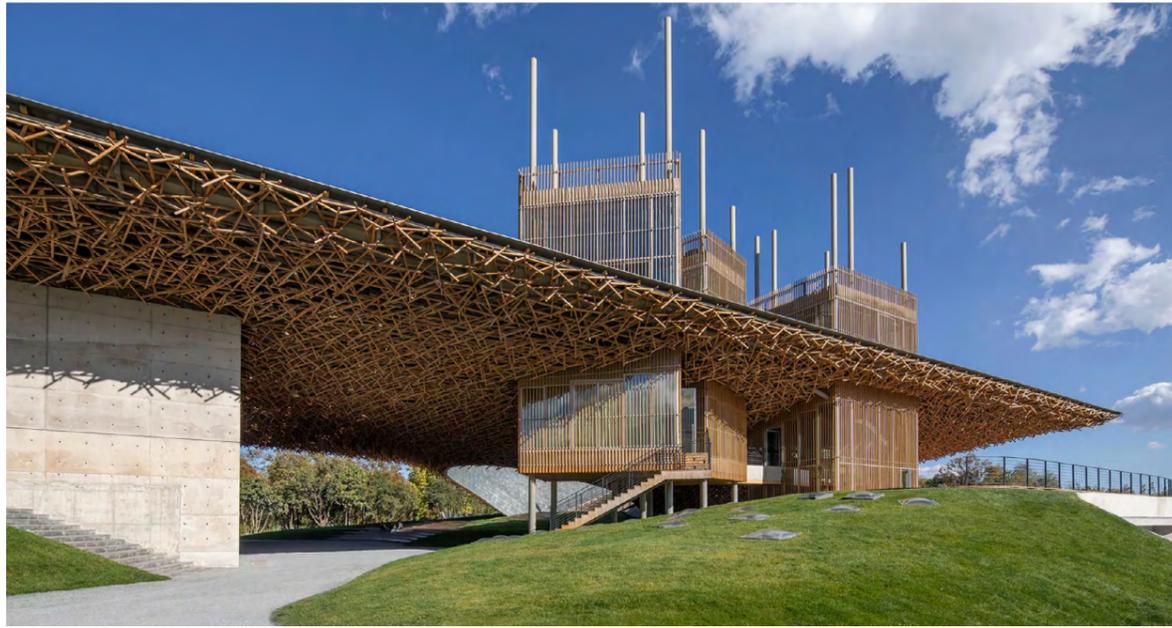


Профессиональная танцовщица Ян Липин – звезда Китая. По-новому интерпретирует народные танцы региона Юньнань, соединяя традиционные элементы с современной хореографией. Ян принадлежит к этническому меньшинству народа бай, она родилась в Дали, где и построен новый Центр исполнительских искусств, носящий ее имя: он задуман как культурное ядро города. Расположенный между горной цепью Цан и озером Эрхай, Дали является важным туристическим направлением Китая.

Многочисленных гостей привлекают неповторимая природа и сохранившаяся историческая застройка, в частности, остатки древней городской стены и надвратных башен.

В основе концепции Studio Zhu Pei – местная природа, климат, а также культура, сформировавшаяся на их основе. Вдохновленный мощным ландшафтом, Чжу Пей искал ссылки на окружение, чтобы решить архитектурные задачи. Плавные внутрен-





ние и внешние пространства создаются формами кровли, которая имитирует выступы и впадины окружающей местности – горы и долины. «Наш подход отсылает к древнему китайскому символу инь/ян: две противоположности объединяются, образуя неразрывное, гармоничное целое», – говорит архитектор.

«В представлении людей театр всегда был огромным черным ящиком, дополненным вспомогательными функциями, такими как фойе, холл, репетиционный зал. Он стремится изолироваться от внешнего мира и рассматривает природные явления – свет, звук, ветер – как естественных врагов. Создавая Центр исполнительских искусств в Дали, мы направили все усилия на то, чтобы предложить новую концепцию: открытое, подвижное арт-пространство, где переплетены и взаимосвязаны природа, архитектура, воображение людей. Здание не стремится быть памятником, но создает сцену для ландшафта, протянувшегося за его пределами».

Волнообразная конструкция крыши позволяет разместить главный зал, амфитеатр, репетиционные зоны и офисы. К ним присоединяются кафе и чайная, ресторан и дизайнерский магазин, которые открыты для всех – независимо от того, купил ли человек билет на представление или нет. Важная идея – взаимодействие с природой, реализация экологической архитектуры. Дали расположен на плато, где сильно воздействие солнечных лучей.



Широкая вытянутая крыша похожа на большой навес: защищает от солнца, формируя тень, и укрывает от дождя. Крыша нависает над площадью и касается земли, приглашая посетителей подняться на доступную высоту по широкой деревянной лестнице.

Пекинская Studio Zhu Pei преуспела в создании эффектных общественных зданий. Основанная в 2005 году, фирма приобрела мировую известность благодаря Цифровому зданию в Пекине, которое стало одним из знаковых памятников Олимпийских игр 2008. Основатель Чжу Пэй – уважаемая фигура в архитектурной иерархии, продолжает создавать привлекательные культурные объекты с сильной концептуальной базой.

interior.ru

ТОП-10 НЕОБЫЧНЫХ ЗДАНИЙ ИЗ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ

Вы все еще выбрасываете пластиковые бутылки и старые двери на помойку? Совершенно напрасно. Бытовой пластик, стекло, жестяные банки, старая мебель могут стать отличным материалом для строительства вашего будущего дома.

В преддверии Всемирного дня рециклинга мы решили показать вам отличные примеры того, как из старых, отживших свой срок вещей можно создать что-то совершенно новое и уникальное, способное еще не раз послужить человеку и порадовать его взор. Здания из вторсырья – это архитектура с заботой о природе...

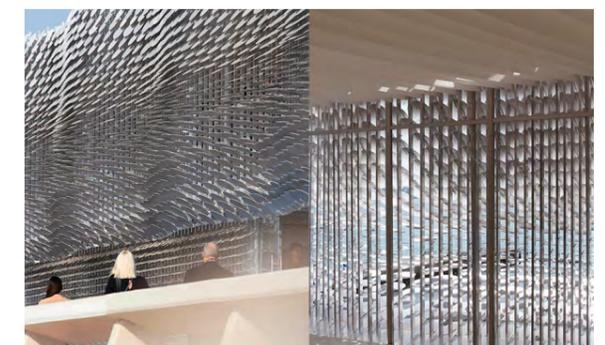
1. Студии Universal Design Studio и Giles Miller спроектировали двухэтажный павильон, который после исполнения своей «миссии» может быть демонтирован и повторно использован, а затем переработан в конце своего срока службы.

Павильон был заказан компанией BBC Studios, одним из крупнейших мировых производителей телевизионного материала для выставки MIPCOM в Каннах, чтобы развлечь клиентов, продемонстрировать свой контент и «физически воплотить бренд».

«Мы создали знаковую временную структуру, которая может быть повторно использована в течение трех лет с возможностью путешествовать по всему миру на любое другое важное мероприятие для BBC, – сказал Ричард Райан, заместитель директора студии Universal Design. – Затем структура будет переработана».



Павильон BBC Studios





Лобби отеля в Канберре, Австралия



Павильон для голландской Недели дизайна 2018



Эко-деревня в Копенгагене



Исторический музей Нинбо



Павильон можно собрать и разобрать за 6 дней, создан он полностью из рециклированных материалов, с железным каркасом и тысячами маленьких алюминиевых панелей-жалюзи, составляющих фасад и контролирующих солнечный свет и тень в павильоне. Внутри павильона расположились офисные помещения, конференц-залы, а также открытые общественные пространства.

«Фасад прекрасно сочетает архитектурную функциональность со скульптурной композицией», – сказал Джайлс Миллер.

2. Стены и потолок лобби отеля в австралийской Канберре украшают тысячи деревянных брусьев, подвешенных на стальных стержнях и создающих тоннель, который словно затягивает входящего внутрь здания. И это не просто визуальный эффект – тоннель действительно пронзает пространство отеля, давая возможность посетителям быстро добраться из лобби в центральную часть. Интерьер

в 2015 году стал победителем премии Всемирного фестиваля дизайна интерьера (INSIDE: World Festival of Interiors).

Жюри выделило «мастерскую интеграцию различных пространств в единый восхитительный интерьер», по его мнению, проект March Studio может создать «эффект Бильбао» и вызвать большой интерес к этой области Австралии. И время показало, что это действительно так.

«В проекте нужно было использовать переработанные материалы», – сказал глава студии Родни Эгглстон. Студия March получила большую часть древесины непосредственно от самого отеля – были использованы ненужные опалубочные балки.

Кроме лобби, студия March использовала сочетание дерева и бетона для создания других пространств на первом этаже отеля, включая небольшой откры-

тый внутренний двор и гостиную зону. «Эти две стены – одна из бетона, другая из переработанной древесины – тянутся по всему периметру проекта, создавая зоны для сидения и работы, – объясняет Эгглстон. – Затем они выходят наружу, создавая уединенный сад».

3. Эко-деревня площадью 35 000 квадратных метров будет построена в Копенгагене с использованием переработанного бетона, дерева и стекла.

Архитектурные студии Lendager Group и Arstiderne Arkitekter выиграли конкурс на проектирование UN17 Village, жилого комплекса из 400 домов в Эрестад-Саут, районе к югу от датской столицы. Предложение заключается в создании первого строительного проекта в мире для решения целей ООН в области устойчивого развития. Особое внимание будет уделено использованию устойчивых ресурсов и созданию здоровых социальных сообществ. «UN17 Village – это не только дома из переработан-

ных материалов, но и возможность для устойчивого образа жизни, – сказал Андерс Лендагер, основатель Lendager Group. – UN17 Village рассматривает весь жизненный цикл здания, в том числе повторное использование материалов».

Здания будут опираться исключительно на устойчивую энергетику. Каждый дом будет увенчан садом на крыше, а также иметь систему сбора дождевой воды, способную перерабатывать 1,5 миллиона литров воды в год. Кроме жилых блоков, на территории комплекса разместятся конференц-центр, органический ресторан, теплицы.

Проект включает в себя 37 различных типологий жилья для размещения более 800 жильцов и рабочего персонала. В дополнение к этому, 3000 м2 комплекса предназначены для общественных зон как для его жильцов, так и для жителей всего Эрестад-Саут.



Проект небоскреба из вторичных материалов компании Chartier-Corbasson



Архитекторы надеются, что схема, предложенная ими, создаст прецедент для формирования устойчивой модели здания, которая может быть применена в любой точке мира.

4. Для создания павильона голландской Недели дизайна 2018 архитектурные бюро SLA и Overtreders W использовали только бывшие в употреблении и переработанные материалы.

В создании «народного павильона» приняли участие жители Эйндховена и спроектирован он для того, чтобы показать ценность замкнутого строительного цикла, который предполагает переработку материалов по истечению срока службы здания, в результате чего образуется минимальное количество отходов или они вовсе отсутствуют.

Павильон может похвастаться красочным фасадом из переработанного пластика, а также деревянным каркасом, изготовленным также из вторсырья.

«Фасадные плитки изготовлены из переработанных бытовых пластиковых отходов. Цветовая гамма вполне естественна, — сказали авторы. — Очень нравится, что можно узнать свой собственный флакон из-под шампуня». Все остальные части конструкции также изготовлены из заимствованных материалов. Каркас состоит из 19 деревянных компонентов, которые предполагалось вернуть жителям после использования, а это означало, что дизайнерам потребовалось разработать технику строительства, которая не использовала бы клей, винты или гвозди.

Совместно с инженеринговой фирмой Arup они разработали систему, в которой использовались

стяжные ремни и кабельные стяжки. Эта система требовала тщательного тестирования, так как была уникальна. «Оказалось, что почти все строительные принципы и расчеты предполагают фиксированный и стандартный способ проектирования. Использование натяжных ремней не входило ни в одну расчетную программу, — сказали авторы. — Это показало, что проектирование нуждается в новых подходах в областях, к которым мы ранее не обращались».

5. Исторический музей Нинбо построен в 2008 году и представляет собой здание площадью 30 000 квадратных метров, расположенное в городе Нинбо в китайской провинции Чжэцзян. Фасад трехэтажного музея состоит, в основном, из мусора, собранного в окрестностях разрушенных 30 традиционных китайских деревень.

Ван Шу хотел построить музей для людей, которые изначально жили здесь, чтобы сохранить для них воспоминания.

Стены исторического музея «впитали» в себя широкий ассортимент переработанных кирпичей и плиток, некоторым из которых более тысячи лет. Музей был построен с использованием традиционной техники под названием варап, в которой несколько элементов различных размеров скомпонованы вместе для создания стабильной структуры.

Ван Шу также использовал большое количество бетона в здании для контраста с переработанными элементами, причем два разных материала, как правило, встречаются в одной и той же стене.



Художественная школа в Тулуме



Коммуна Earthships («Земные корабли») в городе Таос, Нью-Мексико



6. Проект небоскреба из вторичных материалов в ближайшее время может быть реализован компанией Chartier-Corbasson. Пластиковый корпус «органического небоскреба» должен быть возведен в течение года и будет обшит прочными панелями из макулатуры и пластиковых отходов. Согласно концепции, небоскреб будет расти совместно с увеличением количества мусора, производимого его жителями. Основная цель создания здания — уменьшение количества отходов при минимальных затратах на строительство. Первоначально здание будет представлять собой ячеистую структуру, созданную по образцу бамбуковых лесов, распространенных в Азии. Сборные секции временных строительных конструкций будут убираться по ходу монтажа каркаса, а панели из переработанных отходов будут добавляться к фасаду.

Как только жильцы начнут арендовать или покупать квартиры и офисные помещения на нижних этажах, на этажах над ними начнется строительство, таким

образом в небоскребе не будет ненужного, простаивающего пространства — он будет расти в ответ на спрос. После завершения строительства небоскреб будет иметь гладкую пирамидальную форму, покрытую кристаллическим слоем из переработанных материалов.

Полупрозрачный фасад поможет заполнить интерьер естественным светом, при этом защитит от избыточных солнечных лучей, к тому же небоскреб будет генерировать собственную электроэнергию для своих потребностей.

7. Стокгольмское архитектурное бюро Ulf Mejergrén Architects (UMA) использовало тысячи переработанных пластиковых бутылок для создания фасадной системы для художественной школы в Тулуме. Архитекторы UMA в своем проекте решили поднять вопрос спасения окружающей среды. Обращаясь к полумиллиону тонн пластиковых отходов Мексики, которые ежегодно попадают в океан, решили

использовать эти пластиковые отходы в новой фасадной системе, которая сама по себе является визуальным примером экологической проблемы. Дизайн, предложенный для фасада художественной школы в Тулуме, представляет собой выразительные волны из пластиковых бутылок, которые должны привлечь внимание и стать вдохновляющей средой для детей, и в то же время быть напоминанием о том, откуда они взяты. «С помощью этого здания мы хотим создать прецедент того, что можно сделать с ненужными пластиковыми бутылками, действие, которое, как мы надеемся, может вдохновить других людей и сообщества», – сказали авторы.

Система выполнена из пластиковых бутылок, нанизанных на пруты арматуры, установленные в бетонной траншее. На начальной стадии эта система напоминает металлический частокот. Бутылки окрашены в градиент сине-голубовато-белого цвета. Волнообразная форма станет отличным укрытием от дождя и солнца, а в некоторых местах послужит сиденьями и столами.

8. В городе Таос американского штата Нью-Мексико, расположилась коммуна Earthships («Земные корабли»), построенная известным эко архитектором Майклом Рейнолдсом. Первый дом был сооружен Рейнолдсом более 45 лет назад, а строительным материалом для него стал бытовой мусор, в основном стеклянные и жестяные банки. В дальнейшем Майкл продолжил строительство домов из отходов, дополнив здания системами, способными обеспечивать своих жильцов электричеством и теплом из возобновляемых источников энергии. В настоящее время в коммуне имеется несколько демонстрационных домов, от бюджетных до дорогих вилл. Желающие могут их арендовать, заказать постройку аналогичного здания или приобрести уже готовое жилье вместе с участком земли.

9. В Южной Корее появилось очень необычное сооружение из старого ржавого корабля. Павильон представляет собой часть перевернутого корпуса судна, внутри которого раскинулись деревья и были созданы места для отдыха. Наружную часть корабля специально оставили ржавой, для контраста с окружающей средой. Вечером павильон красиво подсвечивается, становясь еще более привлекательным.

Данной конструкцией авторы идеи хотели привлечь внимание людей к утилизируемым предметам – ведь корабль, скорее всего, просто бы сгнил на свалке, но ему нашли ему применение и весьма успешно.

10. Южнокорейский художник и дизайнер Choi Jeong-Hwa использовал 1 000 старых дверей, чтобы создать очень необычный дом. Проект был реализован в Сеуле в 2009 году.

Старое десятиэтажное здание модернизировано крайне оригинально – его фасад составлен из тысячи дверей, найденных на свалке. Обновленный дом стал настоящей художественной инсталляцией и центром притяжения туристов.

Но – прогуливаться по этому зданию нужно очень осторожно, ведь любая неправильно открытая дверь может в буквальном смысле отправить вас в полет.

architime.ru

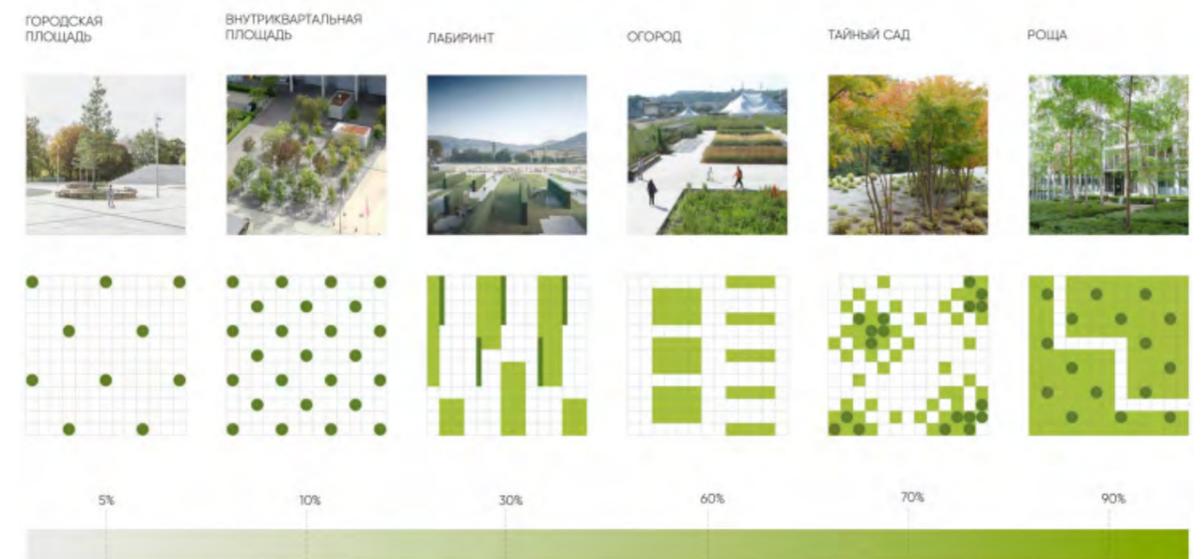


Павильон в Южной Корее из старого корабля



Дом Choi Jeong-Hwa в Сеуле, Южная Корея

Микропарк в исторической части города Кукмор



Большую часть территории благоустройства раньше занимал гостинный двор усадьбы братьев Комаровых. Авторы стремились вернуть месту, которое исторически и географически было одним из центров Кукмора, соответствующую роль в жизни города.

Соседство участка с набережной, главной площадью и крупным учебным заведением подсказало создать новый городской центр, который связывает основные уже существующие общественные пространства и зеленый каркас Кукмора в единую сеть. По задумке авторов, место становится новой достопримечательностью города, при этом сохраняет дух старого Кукмора. Пребывание в нем превращается в небольшое путешествие, а проход через «Пять дворов» – в череду пространственных переживаний.

Поскольку двор – это идеально подходящий для небольшого города масштаб пространства, Citizenstudio превратили территорию в пять дворов, перетекающих один в другой. Они различны по функции, озеленению и типу покрытия.



Для микропарка в исторической части города Кукмор архитекторы Citizenstudio выбрали масштаб двора и создали систему камерных пространств с разными функциями и настроением, которые возвращают месту центральную роль в городе.



Первый двор – музейный

Первый двор – музейный, самый активный из пяти дворов. Это вход на территорию усадьбы через исторические ворота, его размер и конфигурация совпадают с существовавшим здесь ранее гостиним двором. Сюда выходят сохранившиеся здания усадьбы, которые архитекторы предлагают приспособить под музей, гостиницу и центр ремесел. Во дворе под открытым небом располагаются скульптуры и паблик арт, здесь же предусмотрена чайная.

Второе пространство – подворье. Это небольшая территория, относящаяся к центру ремесел, которая воспроизводит традиционный двор Кукмора.



Третий двор – ярмарочная площадь

Третий двор – торговая, ярмарочная площадь. Это квадратный двор, окруженный деревянным навесом и торговыми рядами, где люди могут купить напитки, еду и другие интересные им товары, посидеть за столиками. Зимой в центре двора можно установить елку и проводить народные гуляния.

Четвертый двор – тайный сад. Это наиболее тихое и природное пространство «пятидворья» – его территория озеленена на 90%. Здесь располагается беседка, высажены садовые деревья. Это место для отдыха и размышлений служит также буфером для жилой застройки, примыкающей к территории.

Пятый двор – городской, самая публичная часть. Пятый двор является частью города, здесь находятся выставочные павильоны, предусмотрены места для мобильной торговли. Но главная функция его – небольшая городская площадь, яркая и активная локация Кукмора.

Характерная черта микропарка – градиент озеленения. В активных зонах и по краям территории, выходящим на улицы города, выше процент мощения. Ближе к центру и в камерных пространствах больше зелени. Все новые объекты построены из легких деревянных конструкций, защищенных от огня. Пешеходные зоны покрыты натуральным камнем.

archi.ru



Четвертый двор – тайный сад



Пятый двор – городской



Второе пространство – подворье



Маяк на сопке

Смотровая площадка, построенная в рамках проекта «Мой залив», дает жителям Мурманска возможность насладиться природой родного края, поймать северное солнце или укрыться от непогоды.



Архитектор и директор компании «Цайт план» Алексей Арушанян в рамках программы Архитекторы.РФ подготовил для родного Мурманска проект, позволяющий раскрыть виды на Кольский залив. Совместно с жителями города было выбрано несколько площадок, для которых разрабатывались элементы благоустройства и арт-объекты. Мастерская деревянной архитектуры Евгения Макаренко работала с участком на склоне, расположенном недалеко от улицы Достоевского.

По результатам предпроектного исследования архитекторы предложили установить на участке смотровую площадку. Такая типология сохраняет природную идентичность места и уменьшает антропогенную нагрузку на лесную зону сопки, делает акцент на спокойном отдыхе, а также позволяет насладиться таким редким для Мурманска ресурсом, как солнечный свет.

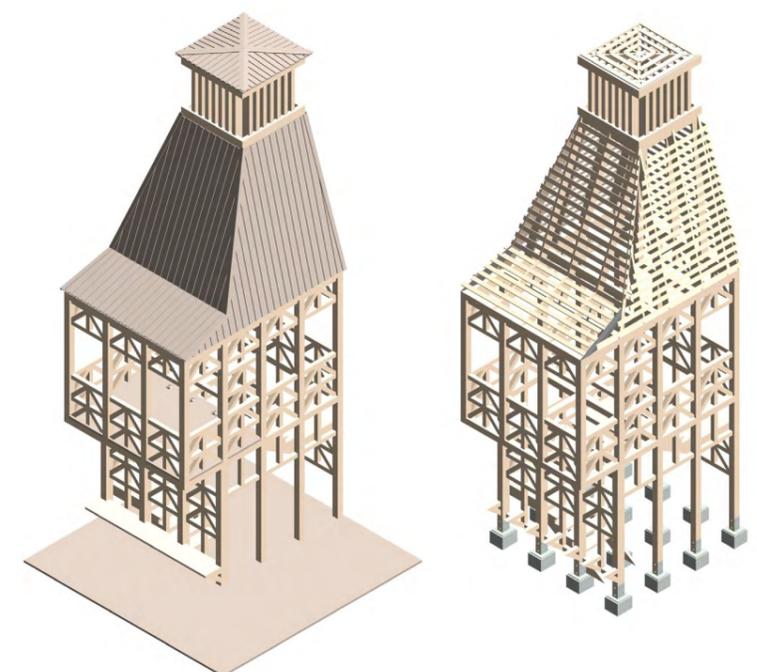
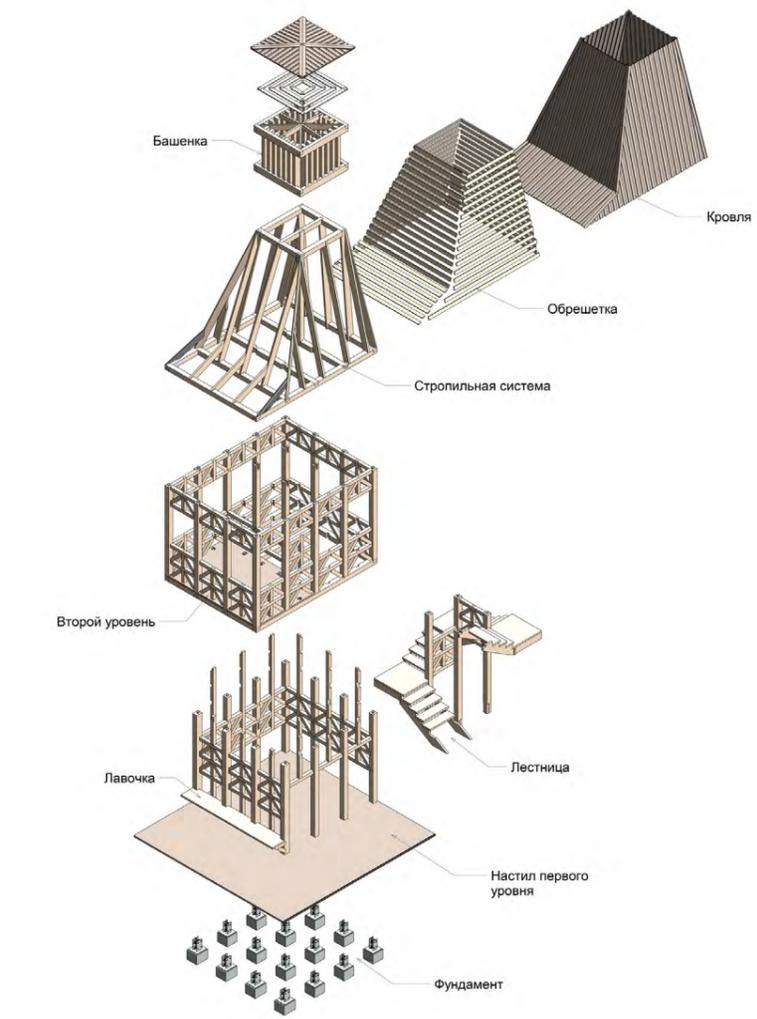
Формы башни навеяны узнаваемым силуэтом портовых кранов, которые рассредоточены по всему побережью Кольского залива, а материал демонстрирует другое отношение к холодной технике. Со второго уровня открывается вид на Кольский залив и его окрестности. Функцию смотровой площадки дополнена возможностью отдыха: в хорошую погоду на платформах башни можно полежать на лежаке, посидеть на скамье, а в плохую спрятаться от сильных ветров и снегопадов. На нижнем уровне предусмотрена «башенка» для собак, где можно безопасно оставить своего питомца.

Конструктив маяка выполнен почти без использования металлического крепежа, что обеспечивает долгий срок эксплуатации объекта и подчеркивает его экологичность.

В городском масштабе башня-маяк визуализирует развитие Мурманска и появление новых форм взаимодействия заливом. Проект реализован по заказу Правительства Мурманской области, в рамках программы «На севере жить».



archi.ru



Максим Жестков создает цифровые «движущиеся скульптуры» с помощью алгоритмов



Первая персональная выставка Жесткова в галерее W1 Curates в Лондоне представляет собой компьютерную симуляцию, состоящую из миллионов сферических частиц, которые движутся и сталкиваются друг с другом, создавая цифровые «движущиеся скульптуры».

Произведения искусства отображаются на экранах, которые окружают стены галереи и отражаются зеркальными колоннами и глянцево-черными полами, усиливая эффект погружения произведений искусства. Он также отображается на фасаде здания, одетом в три этажа экранов.

Произведение, получившее название «Волны», было воплощено в жизнь с использованием ряда алгоритмов, основанных на принципах физики, которые, как объяснил Жестков, могут привести к непредсказуемым результатам.

«Я люблю этот процесс из-за непредсказуемости», – сказал Жестков в эксклюзивном видеоинтервью, которое снял в галерее. «Вы создаете некоторые правила и некоторые ограничения, а затем этот процесс готов к моделированию».

«Все может быть испорчено, но все может быть сделано так, как вы этого не ожидаете», – добавил он.

На картине изображена масса разноцветных частиц, которые, кажется, движутся волнообразно. Движения каждой частицы воздействуют на другие, нарушая и изменяя форму произведения.

«Мы использовали элементы, которые связаны между собой энергетическими волнами и движением», – пояснил он. «Они меняют его структуру и образуют чудесные узоры».

Волны, используемые в симуляции Жесткова, представляют собой концептуальное представление волн энергии, присутствующих как в цифровой, так и в физической среде, которые создают сдвиги и тонкие изменения в окружающем нас мире.

Художник объяснил, что даже малейшее изменение в симуляции может вызвать эффект бабочки в том, как будет реагировать остальная часть системы.

«Даже малейшее действие с одной стороны может привести к чему-то непредсказуемому с другой стороны, и когда все сходится воедино, можно увидеть, каким красивым может быть этот язык», – сказал Жестков.

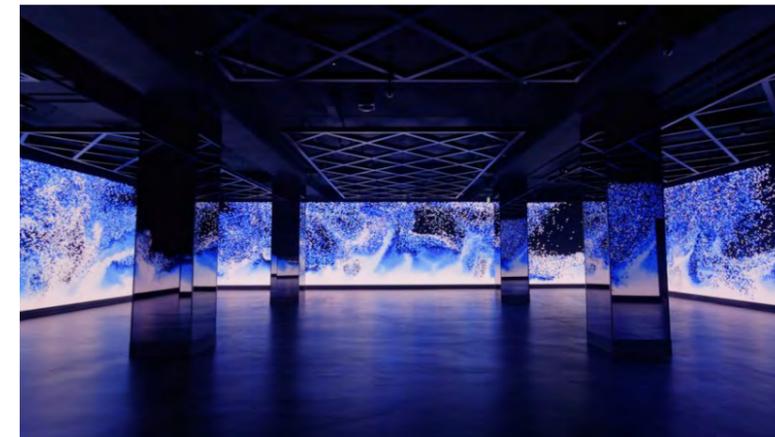
Непредсказуемость работы с симуляциями и алгоритмами – процесс, который художник сравнивает с созданием театра.

«Вы находите замечательных актеров, устанавливаете свет и создаете все вокруг этой пьесы, а затем говорите действие», – сказал Жестков в видео.

Работа Жесткова направлена на то, чтобы объединить архитектуру, скульптуру, цвет, движение и звук, чтобы исследовать взаимосвязь между цифровым и физическим окружением. Хотя «Волны» – это первая персональная выставка художника, его работы ранее выставлялись на выставке искусства NFT на Венецианской биеннале 2022 года и на ArtBasel Miami.

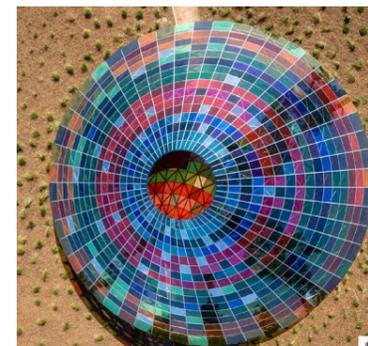
W1 Curates – художественная галерея, расположенная на лондонской Оксфорд-стрит, миссия которой – «сократить разрыв между цифровым искусством и миром традиционного искусства». Ранее в галерее выставлялись работы Дэвида Бейли, Дэвида Лашапеля и многих других.

decor.design



Павильон Олафура Элиассона на калифорний- ской винодельне

Он имеет коническую форму и состоит из 832 цветных прозрачных панелей. Конструкция из нержавеющей стали опирается на 12 колонн, которые поддерживают навес, сужающийся кверху. Пространство, предназначенное для дегустации вин, позволяет любоваться живописным видом залива Сан-Пабло, виноградниками и коллекцией Donum, включающей около 50 произведений искусства.



Вдохновленный древними круглыми календарями, павильон стал визуализацией среднегодовых значений четырех основных метеорологических параметров, за которыми следят на винодельне: количества солнечного излучения, интенсивности ветра, температуры и влажности. Стекланные панели окрашены в 24 оттенка с разными вариациями прозрачности, которые переключаются с цветами природы калифорнийской долины Сонома.

Павильон был закончен как раз в момент созревания винограда и сбора урожая. Идея его создания родилась во время первой встречи владельцев винодельни Мэй и Аллана Варбурга с Олафуром Элиассоном в 2019 году. «Vertical Panorama – это гостеприимное пространство, посвященное исключительно вину Donum и создавшему его микроклимату, – добавляет Себастьян Бехманн. – Павильон отражает окружающий мир – землю, растения, ветер и солнце – в форме красочного купола».

«Хотя мы по-прежнему стремимся выращивать лучший пино-нуар в Калифорнии, мы также хотим объединять людей, разделяющих страсть к хорошему вину, культуре, искусству, дизайну и устойчивому развитию, – говорят в Donum Estate. – Мы предлагаем гостям забыть о повседневности и открыть для себя коллекцию произведений искусства во время дегустации».

interior.ru



Художник Олафур Элиассон и архитектор Себастьян Беманн, основатель бюро Studio Other Spaces, создали стеклянный павильон Vertical Panorama для винодельни Donum Estate в Калифорнии.







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