

vds

# Развитие городской среды / архитектура и айдентика

Итоги января 2023

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

## В этом выпуске мы решили разобраться в сущности понятий бренд, брендинг и айдентика и их принципиальных отличиях.

Бренд, брендинг и айдентика бренда имеют разные роли, которые вместе образуют сформированный имидж бизнеса, сервиса или продукции.

Бренд – это нематериальные образы, ценности, ассоциации, возникающие в сознании потребителя. Ожидания и надежды, которые люди возлагают на товар, предлагаемый компанией. Разница в настроении и эмоциях, то новое, вдохновляющее и мотивирующее, что рождается после покупки. Точно так же как бренд помогает компании заявить о себе на фоне многочисленных конкурентов, он дает покупателю возможность выделиться, продемонстрировать особый взгляд на мир или статус.

Если бренд – это восприятие и образ, который есть в голове у потребителя, то брендинг – это целенаправленный процесс непрерывного развития бренда и формирования хорошего отношения потребителя к нему. Это миссия и ценности компании, ее видение мира, tone of voice – все, что касается идеологии бренда и что будет связывать его с клиентом. Чтобы донести это сообщение на помощь приходят элементы айдентики бренда.

Айдентика бренда – это внешний визуальный интерфейс бренда: логотип, цвета, шрифт, графические элементы, мерч, дизайн социальных сетей и даже свои уникальные запахи. Главная цель айдентики – эффектно выделить компанию в ее конкурентной среде с помощью ярких визуальных образов и увеличить лояльность покупателей, узнаваемость фирмы. Таким образом, айдентика – это один из элементов и этапов брендинга.

Созданию сильного бренда всегда предшествует глубокий маркетинговый анализ и разработка платформы. Только целенаправленный брендинг как процесс придаёт айдентике харизму и способность мощно воздействовать на потребителей, увеличивая лояльность аудитории и прибыльность бизнеса.

# Содержание

## 01 Брендинг

- 06 Бренд Вены
- 12 Присутственные места Казанского кремля
- 18 Красный принадлежит Coca-Cola, а голубой – Tiffany: как устроено единоличное «владение» цветом

## 02 Большая архитектура

- 22 10 самых ожидаемых построек 2023 года
- 28 Исследовательский центр Agrotoria по производству продуктов питания в городах

## 03 Малая архитектура

- 34 Мебель, напечатанная на 3D-принтере: 12 дизайнов, демонстрирующих цифровое мастерство
- 42 Cosmic ADU – это «дом с автономным питанием», в котором не используется ископаемое топливо

## 04 Визуальная коммуникация

- 48 Преобразование традиционной архитектуры с помощью атмосферного дизайна освещения
- 52 Как работают архетипы в дизайне

# Бренд Вены

В 2018 году студия Saffron разработала новый бренд для города Вены.



Вена была признана наиболее пригодным для жизни городом в мире. Столица Австрии регулярно возглавляет списки самых интересных туристических направлений и лучшего города для ведения бизнеса. В Вене находится штаб-квартира Организации Объединенных Наций. В городе проживает почти 2 миллиона жителей из более чем 180 стран мира.

Разработчикам поставили задачу наладить коммуникацию между жителями и муниципальными организациями, поднять качество обслуживания населения с помощью нового городского бренда. Визуальная система объединила более 70 департаментов и сплотила государственных служащих вокруг амбициозных идей развития города.

StadT Wien

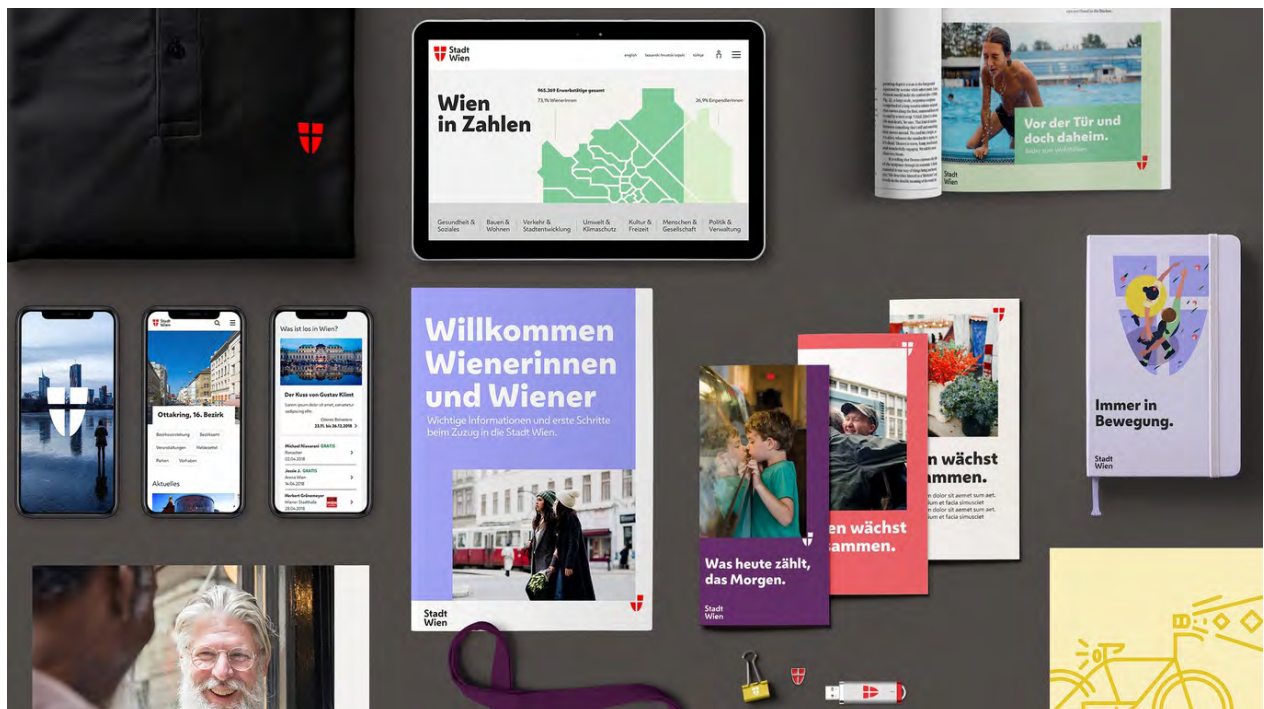
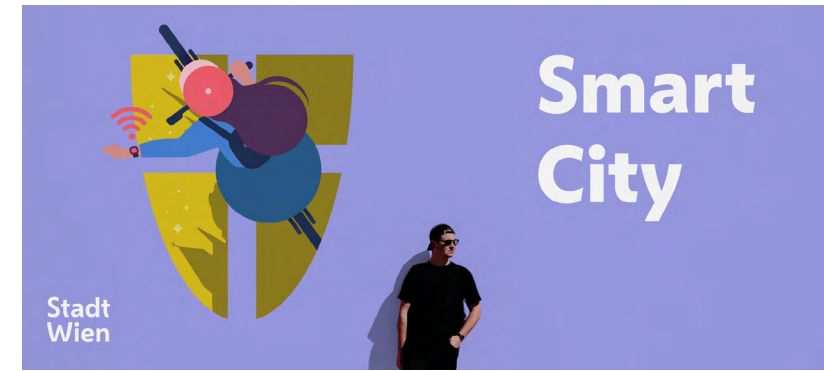


Бренд строится на историческом гербе Вены, который трансформируется в блок для текста, сообщений и фотографий. Элементы визуальной идентичности отражают индивидуальность города через иконографику, типографику и образность.

В сотрудничестве со студией шрифтов Dalton Maag была разработана гарнитура Wiener Melange, вдохновленная стилем венского сецессиона, гербом и буквами найденными на вывесках исторических гостиниц.

[pills.com](http://pills.com)





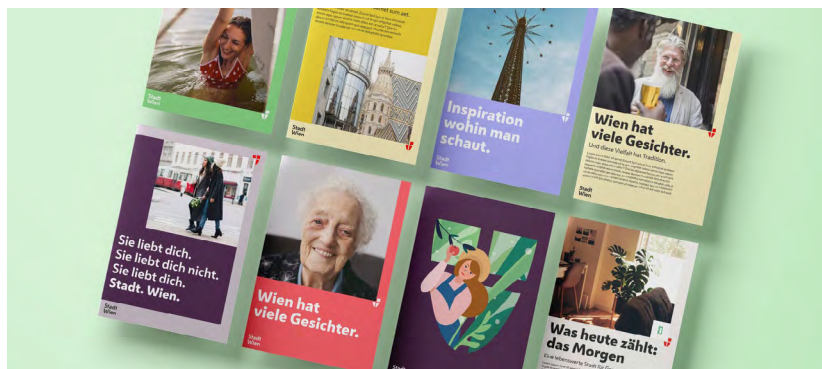
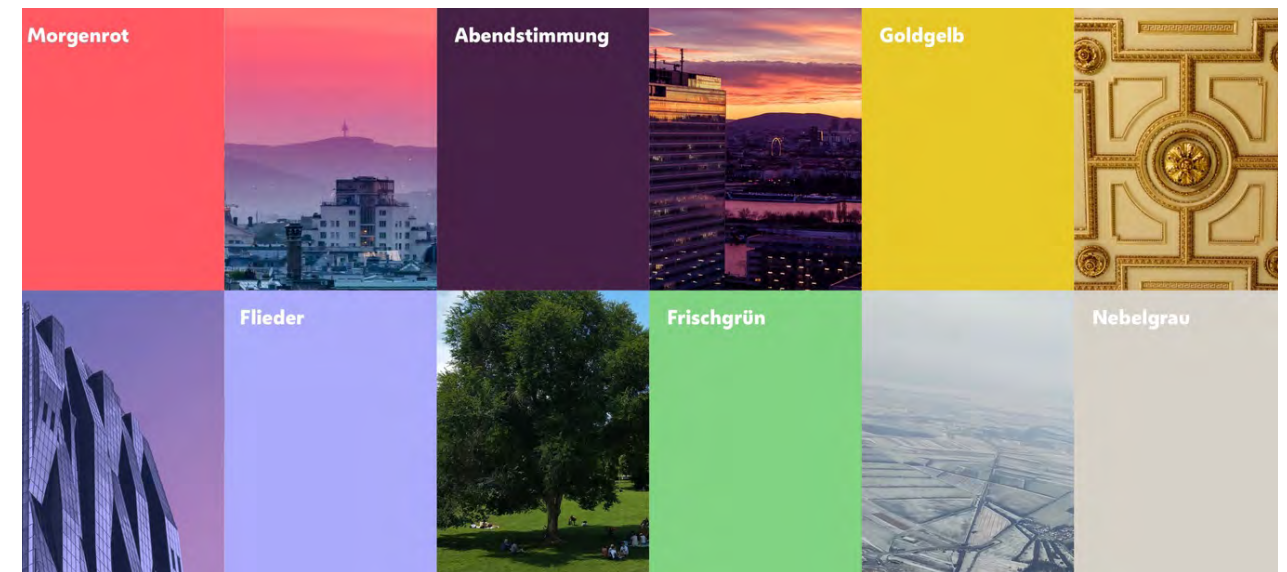




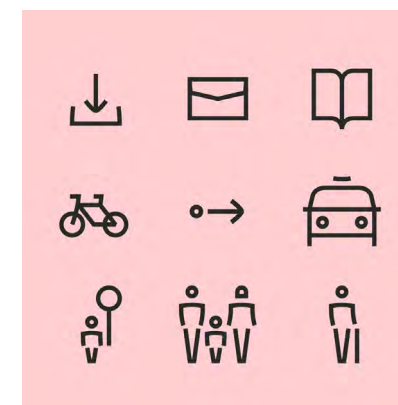
# Eine neue Marke für unsere Stadt.



Stadt Wien



## Wien hat eine neue Schrift: Die Wiener Melange.





# Присутственные- ные места Казанского кремля

На территории Казанского кремля после реконструкции открылись обновленные Присутственные места.



Здание, долгое время бывшее административным, теперь станет большим креативным пространством. Комплекс устроен так, чтобы притягивать в кремль и туристов, и горожан. Здесь будут располагаться детский ремесленный центр, заведения с национальной кухней и просторный современный лекторий, а в следующем году откроются визит-центр, выставочные пространства, музей Казанского кремля и книжный магазин.

Присутственными местами в Российской империи назывались государственные учреждения, которые должны были способствовать взаимодействию власти и народа. В Казани такое здание было построено в северо-восточной части кремля по правую сторону от Спасской башни. Вытянутый комплекс возвели еще в XVIII веке по проекту архитектора Василия Кафтырева, автора первого генерального плана Казани, но за столетия он многократно перестраивался, и теперь внешне мало что напоминает о первоначальном виде комплекса.

Спустя 250 лет Присутственные места впервые станут креативной площадкой. Целью архитекторов было создать пространство интерьеров для всех типов информационной нагрузки. С одной стороны, сделать его нейтральным, с другой – расставить ненавязчивые акценты. И, конечно, сохранить дух истории.

Строение выполнено в стиле классицизма. Архитектурной особенностью здания является простая раскреповка его главного фасада, которая создает иллюзию центрального и боковых ризалитов (части здания, выступающие за основную линию фасада). Среди множества концепций в итоге его упрощенное отображение и легло в основу разработанного логотипа.

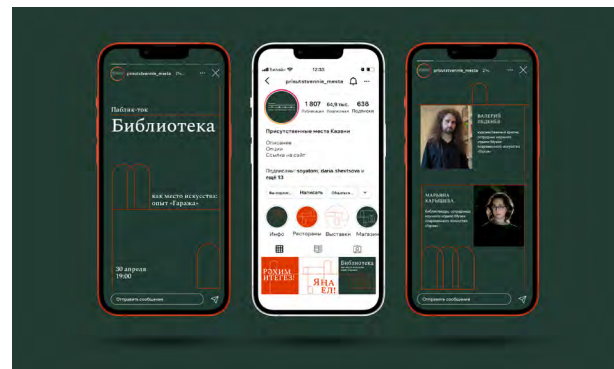
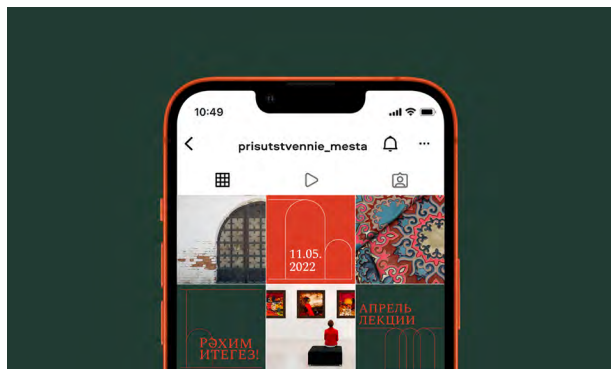
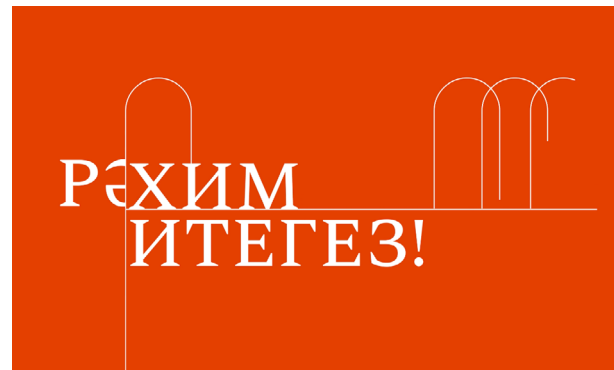
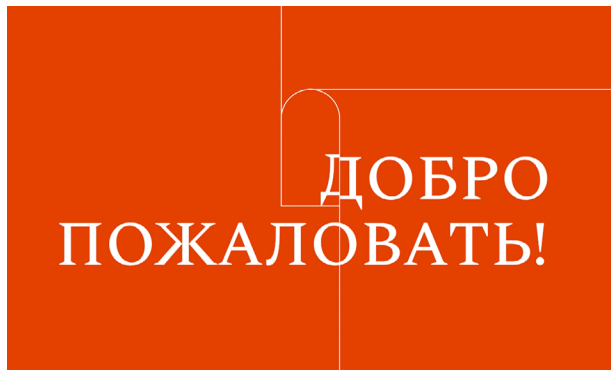
С севера линия комплекса присутственных мест смещается консисторией. Консистория – государственный орган, который занимался ведением дел православной церкви. Здание консистории построено в XVIII веке на месте бывшего архиерейского конюшенного двора XVI века. Консистория примыкает юго-восточным крылом к Консисторской башне, а восточная сторона здания стоит на элементах белокаменной крепостной стены. С течением времени двухэтажное кирпичное здание стало состоять из нескольких разновременных соединенных между собой корпусов, которые образуют разомкнутый четырехугольник с внутренним двором.

Конечно же, в фирменном стиле хотелось сохранить дух истории места (например, сохранившиеся своды Монье), а также отобразить национальные мотивы, которые присутствуют в обновленных интерьерах здания в виде ненавязчивых акцентов.

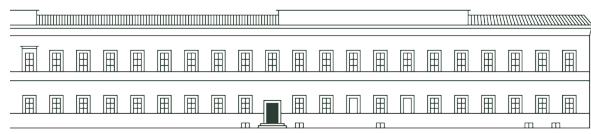
Так появились графические элементы в виде арок, используемые в различной коммуникации, и фирменные цвета – зеленый и бордовый.

zlt.group





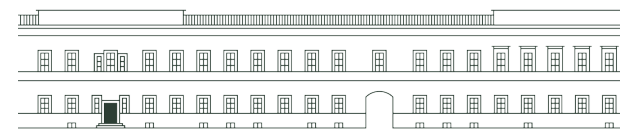




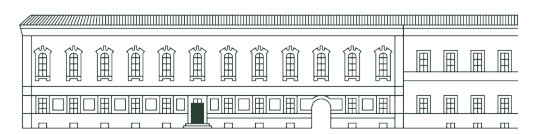
1 ПОДЪЕЗД  
ИЧЕ ПОДЪЕЗД  
Entrance



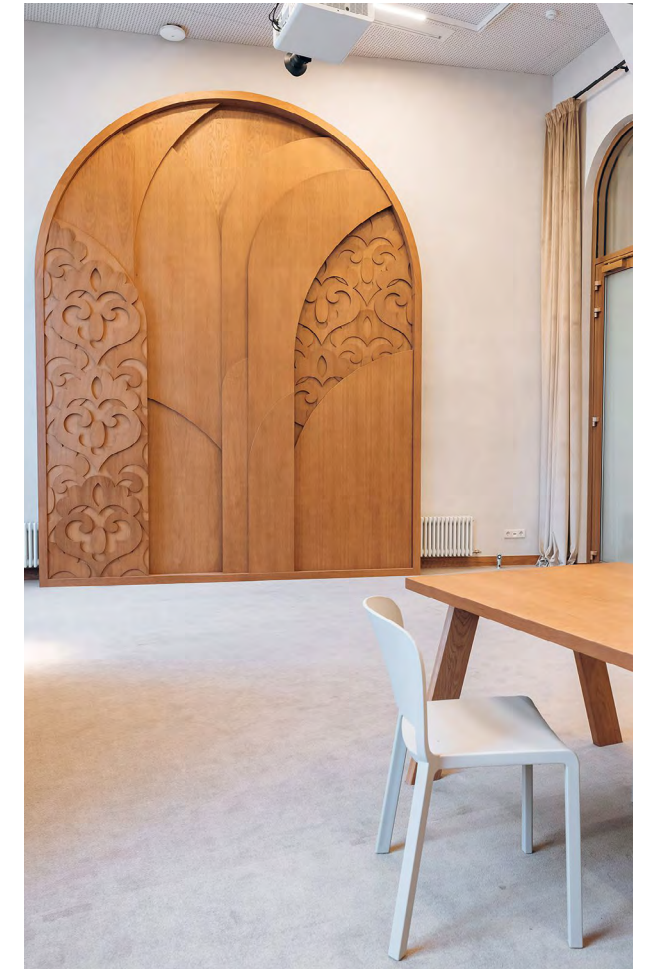
2 ПОДЪЕЗД  
ИЧЕ ПОДЪЕЗД  
Entrance



3 ПОДЪЕЗД  
ИЧЕ ПОДЪЕЗД  
Entrance



4 ПОДЪЕЗД  
ИЧЕ ПОДЪЕЗД  
Entrance





# Красный принадлежит Coca-Cola, а голубой – Tiffany: как устроено единоличное «владение» цветом

Материнская компания  
T-Mobile больше 12 лет  
не даёт другим фирмам  
использовать пурпурный.

Пересказ статьи The Hustle – о том как компании регистрировали цвета как торговую марку и разбились из-за этого друг с другом.

Крупным компаниям удалось то, что раньше казалось невозможным – зарегистрировать товарный знак на цвет, пишет The Hustle. Например, материнская компания оператора T-Mobile зарегистрировала пурпурный, ювелирный бренд Tiffany – светло-голубой, а сервис доставки UPS – коричневый.

Когда цвет становится синонимом бренда, компания может заявить о «владении» им. Согласно правовой доктрине США, предъявить права можно на любое слово, название, символ или приём, которые отличают товары разных предприятий.

До 20 века нельзя было зарегистрировать отдельный цвет, только их сочетания, из-за: – ограниченного количества цветов. В системе Pantone их 1867 – на все компании не хватило бы; – путаницы в оттенках. Потребителю трудно увидеть разницу между едва отличающимися цветами.

Но всё изменилось из-за стекловолкна компании Owens Corning.

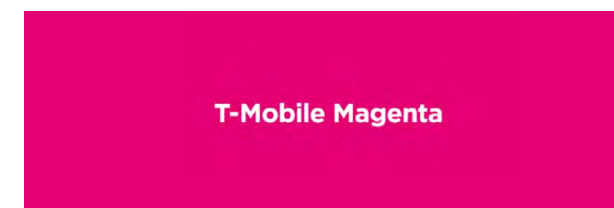
## Первая в США регистрация цвета как товарного знака

В конце 1950-х годов на рынке стекловолкна существовала высокая конкуренция. Все производители выпускали материал в бежевом цвете. Чтобы выделиться, Owens Corning добавила в продукт краситель.

На протяжении 30 лет компания продвигала свой розовый товар: слоганом был «Думай по-розовому», а маскотом – розовая пантера. Кроме того, она потратила десятки миллионов долларов на рекламу.

После пятилетней юридической борьбы в 1985-м Owens Corning стала первой американской компанией, которая успешно зарегистрировала цвет как товарный знак.

Спустя десять лет фирма Qualitex дошла до Верховного Суда, защищая своё право зарегистрировать золотой цвет её чистящих салфеток. Суд согласился, что цвет может стать идентификатором компании, и одобрил прошение. После этого другие компании последовали примеру Qualitex.



Некоторые из представленных компаний потеряли права на цвет в связи с судебными разбирательствами



Стекловолокно от Owens Corning в оттенке розового, зарегистрированного под товарным знаком Pixabay

В 1998-м ювелирный бренд Tiffany зарегистрировал голубой, в том же году UPS – коричневый. Американская химическая корпорация 3M закрепила за собой ярко-жёлтый, а Deutsche Telekom AG, материнская компания T-Mobile, – оттенок маджента.

Помимо компаний, цвета отстаивали и университеты, например, Техасский университет в Остине (Pantone 159) и университет Северной Каролины в Чапел-Хилл (Pantone 542).

Многие бренды регистрируют цвета, которые используют в своих логотипах. Например, красный и жёлтый у McDonald's, голубой у Facebook.

«Компании так делают, когда их бизнес-модель основана на определённом цвете, его регистрируют как товарный знак, чтобы другие не могли им воспользоваться» – Джеффри Сэмюэльс, профессор Университета Акронской юридической школы.

Товарный знак компании распространяется на этот цвет вместе с определёнными товарами или услугами, отмечает Сэмюэльс. Чтобы зарегистрировать его, компания должна доказать, что он:

- выделяет товар среди конкурентов и доказывает его оригинальность;
- не влияет на стоимость или качество продукции;
- не имеет функционального назначения, то есть не ключевой элемент товара.

Не у всех получается соответствовать этим требованиям. Так, американская корпорация General Mills дважды предъявляла права на жёлтый с упаковки сухого завтрака Cheerios. Однако зарегистрировать его не получилось, так как другие бренды использовали тот же цвет на упаковках хлопьев, и он не вызывал у потребителей ассоциаций только с Cheerios.

### Судебные разбирательства из-за корпоративных цветов

Часто компании-конкуренты пытаются оспорить исключительные права на определённый цвет и используют его в своей продукции. Это приводит к судебным разбирательствам.

– В 2002 году производитель игрушек Mattel подал иск против звукозаписывающей компании MCA Records. Музыкальной группе Aqua разрешили использовать для обложки сингла «Barbie Girl» розовый, зарегистрированный Mattel.

– В 2010 году кондитерская Hershey засудила Mars за использование оранжевого на упаковке шоколадного батончика.



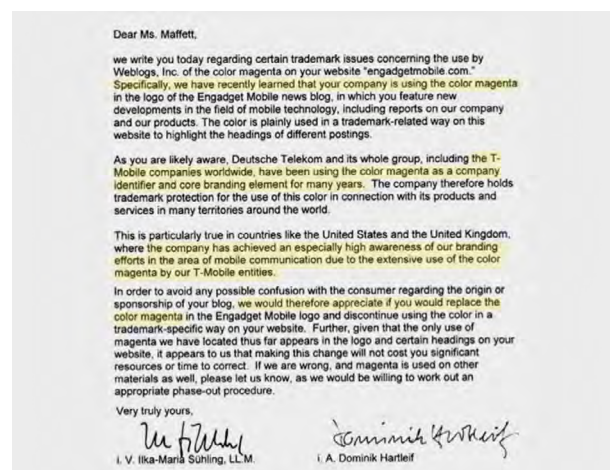
Tiffany Pantone

– После того как парижский дом высокой моды Yves Saint Laurent выпустил туфли с красной подошвой, французский бренд Louis Vuitton подал иск и выиграл дело.

– В 2015 году производитель инструментов DeWalt отсудил \$54 млн у компании-конкурента, которая использовала сочетание чёрного и жёлтого в своей продукции. Однако после апелляции иск отклонили.

Deutsche Telekom AG больше 12 лет не даёт другим компаниям использовать пурпурный: она зарегистрировала этот цвет, расширила его определение до мадженты и претендует на его оттенки.

В 2008 году она судилась с оператором беспроводной связи Telia. Несколько месяцев спустя компания потребовала от технического блога Engadget не использовать на логотипе оттенок маджента.



Письмо Deutsche Telekom AG к Engadget

Летом 2019 года владелец страхового стартапа Lemonade Даниель Шрайбер получил письмо от Deutsche Telekom AG. Его обвиняли в нарушении прав на товарный знак, хотя он не использовал название T-Mobile для получения выгоды, не присваивал логотип или слоган компании и вообще не имел ничего общего с телефонным бизнесом.

Как оказалось, его «преступление» заключалось в использовании оттенка маджента. В результате Lemonade пришлось изменить цвет рекламы в Германии, где базируется Deutsche Telekom AG. Шрайбер также подал в Европе ходатайство о «признании торгового знака на оттенок маджента для Deutsche Telekom недействительным».

### Влияние цвета на потребителей

«Компании регистрируют их за собой только в том случае, если это действительно важно для бренда, влияет на продажи и рекламу продукции», – утверждает юрист по вопросам интеллектуальной собственности Роберт Зельник.

Большинство маркетологов знают, как цвет влияет на поведение потребителей, утверждает The Hustle. Исследования показали:

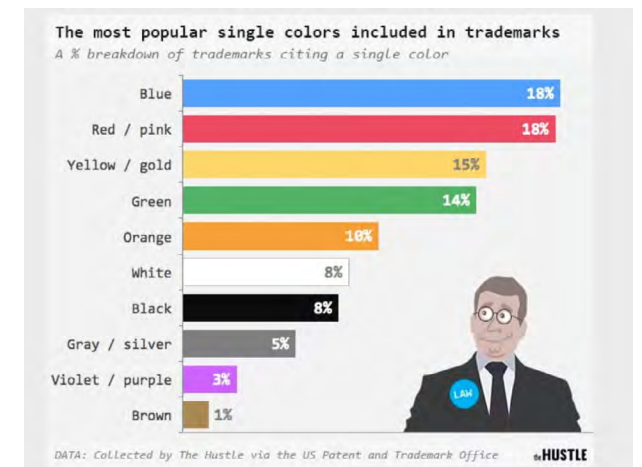
- у 62–90 % потребителей первое впечатление о товаре зависит от цвета;
- для 52 % он – показатель качества;
- также он повышает узнаваемость бренда на 80 %.

Можно попробовать связать деятельность компании только с одним цветом, главное, чтобы это не был оттенок маджента, пишет издание.

vc.ru



Даниель Шрайбер и палитра, ставшая причиной конфликта T-Mobile с Lemonade



Потребители отдадут предпочтение голубому



# 10 самых ожидаемых построек 2023 года

В 2023 году ожидается настоящий бум громких архитектурных премьер – от второй по высоте башни в мире, которую возводят в Малайзии, до международных аэропортов в ОАЭ и гигантских культурных центров в Великобритании и Китае.

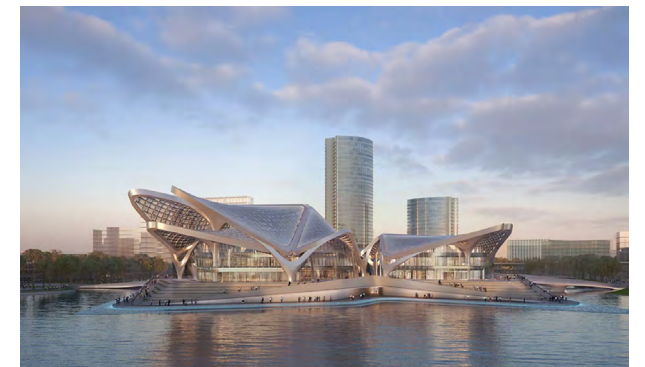


От небоскребов в Нью-Йорке и Токио до крупномасштабной реконструкции бруталистской достопримечательности в Албании. Всемирно известные архитектурные бюро – OMA, Zaha Hadid Architects, BIG, Foster + Partners, лауреат Притцкеровской премии 2022 Франсис Кере и другие – представляют результат своих многолетних трудов, различных по масштабу.

Следуя прогнозируемым тенденциям на 2023 год, все больше проектов будут предполагать адаптивное повторное использование существующих структур. Основная тема видна в повышенном интересе к расширению художественных и культурных площадок и интеграции исторического наследия в современную архитектуру.

## **Zhuhai Jinwan Civic Art Center, Китай / Zaha Hadid Architects**

Вскоре завершится строительство Центра гражданского искусства Чжухай Цзиньвань в Китае. Проект, разработанный Zaha Hadid Architects, объединяет четыре самостоятельных культурных учреждения: Большой театр на 1200 мест, многофункциональный зал на 500 мест, Научный центр и Художественный музей. Каждая из конструкций имеет уникальные характеристики, однако их объединяет структурой протяженностью 170 метров с востока на запад и 270 метров с севера на юг.



Zhuhai Jinwan Civic Art Center, Китай / Zaha Hadid Architects

## **Библиотека в Пекине, Китай / Snøhetta**

Snøhetta в сотрудничестве с ECADI получила заказ на проектирование новой библиотеки в Пекине, выиграв международный конкурс. Проект Beijing Sub-Center Library направлен на создание нового типа общественного пространства, ориентированного на обучение, обмен информацией и дебаты. Залы под навесом, похожим на лес, определяют центральное пространство. Самонесущий стеклянный фасад высотой 16 метров делает структуру прозрачной. Скульптурные колонны содержат распределенную технологическую систему, которая управляет внутренним климатом, освещением и акустикой. Проект планируется завершить в начале 2023 года.



Библиотека в Пекине, Китай / Snøhetta



**Небоскреб Merdeka 118 in Kuala Lumpur, Малайзия / Fender Katsalidis**

118-этажная башня, спроектированная австралийской фирмой Fender Katsalidis, станет вторым по высоте зданием в мире после дубайского Бурдж-Калифа. Небоскреб примечателен треугольным граненым фасадом – он вдохновлен образцами традиционного малазийского искусства. Строение вместе с обширным торговым центром, который расположится на нижних этажах, должно быть завершено во второй половине 2023 года.



Небоскреб Merdeka 118 in Kuala Lumpur, Малайзия / Fender Katsalidis

**The Abrahamic Family House, ОАЭ / Adjaye Associates**

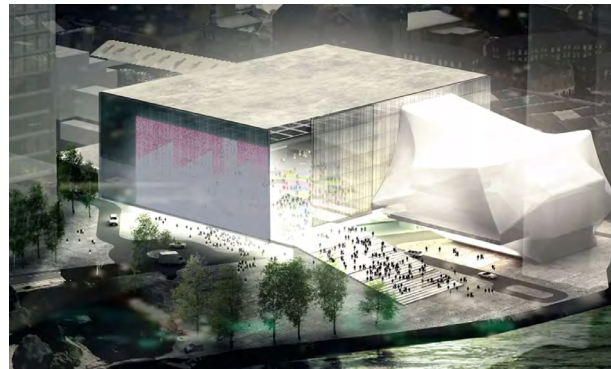
«Дом семьи Авраама» (The Abrahamic Family House) задуман как знаковый проект, в котором сходятся три религии. На территории расположены мечеть, синагога и церковь. Эта инициатива по замыслу создателей должна объединить людей разных вероисповеданий из всех слоев общества. Надеются, что этот комплекс станет шагом к мирному сосуществованию будущих поколений. Комитет, в который входят христианские, исламские и еврейские лидеры, выбрал компанию Adjaye Associates для разработки этого нового ансамбля в Абу-Даби.



The Abrahamic Family House, ОАЭ / Adjaye Associates

**Factory International, Великобритания / OMA/Ellen van Loon**

Factory International – первый крупный публичный проект OMA в Великобритании. Долгожданный комплекс площадью 13 350 кв. метров предназначен для проведения различных культурных мероприятий и всех форм искусства: от крупных выставок и масштабных концертов до небольших представлений и иммерсивных перформансов. Проект также включает реконструкцию набережной вдоль реки Ирвелл в Манчестере. Площадка примет первых посетителей в июне 2023 года.



Factory International, Великобритания / OMA/Ellen van Loon

**Пирамида Тираны, Албания / MVRDV**

В феврале 2021 года по проекту MVRDV началось восстановление и реконструкция пирамиды Тираны – коммунистического памятника, который превратится в новый центр культурной жизни албанской столицы. Проект сохранил бетонную оболочку, открывая атриум окружающим. Небольшая деревянная кафе, студий и мастерских пронизывает территорию бывшего музея, посвященного Энверу Ходже. Ее площадь 11 835 кв. м. За время своего существования она успела побывать временной военной базой, ночным клубом и местом для проведения мероприятий. Молодежь Тираны использовала его даже как полотно для граффити. Проект MVRDV радикально изменит здание, удалив предыдущие дополнения, чтобы открыть внутреннее пространство.



Пирамида Тираны, Албания / MVRDV

**Институт Гёте в Дакаре, Сенегал / Kéré Architecture**

Гете-Институт в Дакаре (Сенегал) – это первое специально построенное пространство для Немецкой культурной ассоциации за все время ее 60-летней всемирной деятельности. Дизайн конструкции определяется кронами деревьев, растущих на участке. В строительстве используются местные материалы, в том числе кирпичи из латерита, остаточной местной породы с изоляционными свойствами, которые помогут пассивно регулировать микроклимат внутри. В здании предусмотрены помещения для выставок, языковых курсов, концертов и собраний. Ожидается, что новый институт откроет свои двери летом 2023 года.



Институт Гёте в Дакаре, Сенегал / Kéré Architecture



**Спиральный небоскреб в Нью-Йорке, США / BIG**  
 66-этажная конструкция в Hudson Yards имеет ряд ступенчатых благоустроенных террас, которые окружают здание, поэтому ее и назвали «Спираль». Структура вмещает офисные площади, открытые пространства и взаимосвязанные внутренние атриумы. Одним из основных арендаторов здания станет Pfizer, биофармацевтическая компания, которая разместит свою новую штаб-квартиру на 14 этажах. По словам застройщика, уже более половины площадей сдано в аренду. BIG и Бьярке Ингельс комментируют: «Спираль сочетает в себе классический силуэт зиккурата домодернистского небоскреба с тонкими пропорциями и эффективной планировкой современного высотного здания».



Спиральный небоскреб в Нью-Йорке, США / BIG

**Академия искусств и дизайна Бецалель, Иерусалим, Израиль / SANAA**

Первоначально предложенный в 2013 году, новый проект израильской национальной школы искусств начал строиться в 2015 году. Здание объединяет 2500 студентов и 500 преподавателей: школа переезжает со своего нынешнего места, чтобы оживить центр города и стать одним целым с другими районами. Комплекс расположен на пересечении дорог Восточного и Западного Иерусалима, где могут собраться светские, религиозные, православные и мусульманские жители.



Академия искусств и дизайна Бецалель, Иерусалим, Израиль / SANAA

**Международный аэропорт Red Sea, Саудовская Аравия / Foster + Partners**

Аэропорт расположен на западном побережье страны и является частью более крупного проекта Red Sea, направленного на развитие туризма. Дизайн был вдохновлен «цветами и текстурами пустынного ландшафта». Аэропорт устроен как пять капсул, расположенных радиально вокруг центрального места для высадки и посадки. Эти модули могут работать независимо как небольшие терминалы, поскольку основные вспомогательные помещения аэропорта, ангары и логистические объекты расположены в двух крыльях. Планируется, что к 2030 году сооружение будет принимать до миллиона пассажиров ежегодно.



Международный аэропорт Red Sea, Саудовская Аравия / Foster + Partners

**Toranomon Hills Station Tower, Токио, Япония / OMA**

Это девелоперский проект, объединяющий небоскреб и станцию метро. Станционная башня Toranomon Hills станет образцовым проектом восстановления города, разработанным совместно со станцией Toranomon Hills на линии метро Tokyo Metro Hibiya. 49-этажный корпус вокзала высотой 266 метров (район A-1) дополнит большая, оживленная площадь и удобный пешеходный переход, который пройдет по проспекту Сакурадори. «Ось активности предназначена для прохождения через основание, продолжаясь вертикально, чтобы охватить всю башню и сделать деятельность комплекса соразмерным городскому масштабу», – говорит Сехей Шигемацу, OMA New York. Открытие запланировано на осень 2023 года – стройка длилась восемь лет.

interior.ru



Toranomon Hills Station Tower, Токио, Япония / OMA



# Исследовательский центр Agrotopia по производству продуктов питания в городах

Теплица на крыше Agrotopia – крупнейший в Европе исследовательский центр по производству продуктов питания в городских условиях.



Благодаря своим граненым стеклянным фасадам, монументальной входной лестнице и сочетанию функций, Агротопия придает яркий архитектурный вид садоводству на крышах города.

Инновационное здание является примером будущего производства продуктов питания в городе, интенсивного использования пространства, кругового использования энергии и воды, а также более устойчивого тепличного садоводства. Агротопия построена на крыше овощного и фруктового аукциона REO на кольцевой дороге Руселаре; Логистическое сердце Западной Фландрии для фруктов и овощей. Городское садоводство на промышленных крышах с захватывающим видом на окрестности и город занимает видное место на горизонте Руселаре.

Здание для исследований и образования. В здании площадью 9 500 м<sup>2</sup> расположены высокотехнологичные исследовательские центры по выращиванию фруктовых и листовых овощей, окруженные образовательным маршрутом для широкой публики. Вход с широкой лестницей ведет к площади городского садоводства с удобствами для посетителей в центре здания. В фасадной оранжерее на кольцевой дороге есть двухуровневая оранжерей для инновационного вертикального выращивания.

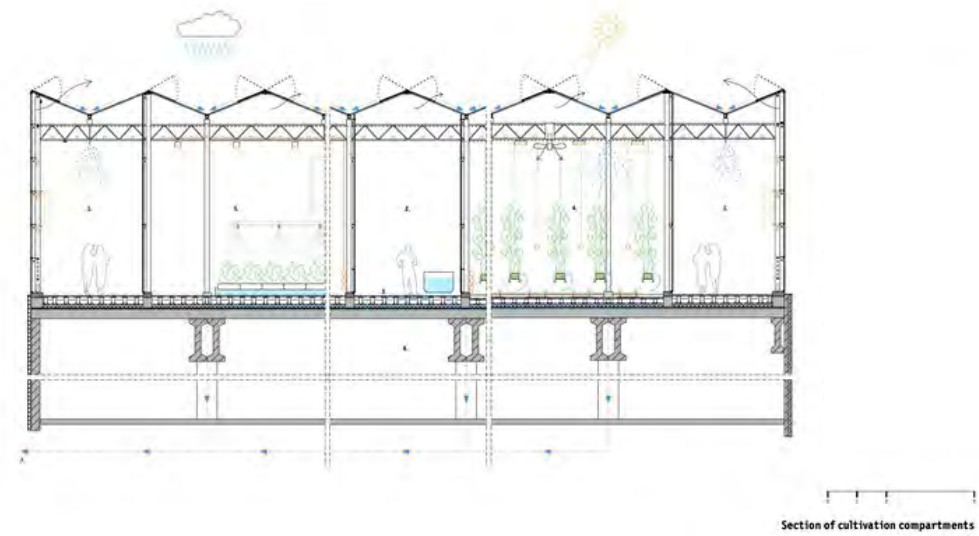
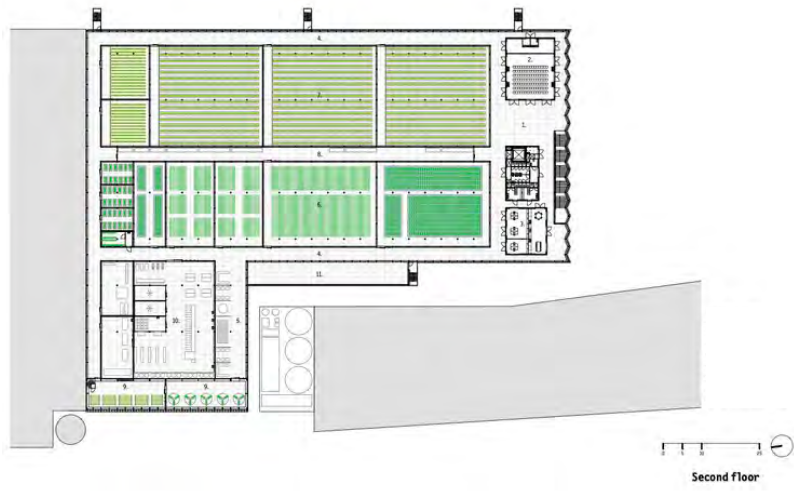
Нижняя часть зимнего сада с двойным фасадом используется для сбора дождевой воды с крыши, которая используется для орошения сельскохозяйственных культур. Прозрачная скульптура. Теплица на крыше Agrotopia – это гордая прозрачная скульптура из стекла и стали. Архитектура состоит из тонкой конструкции теплицы, которая выделяется на фоне неба и опирается на бетонное основание сарая из ящиков. Все здание состоит из одной стандартной теплицы с рассеивающим стеклом. Циркуляционное использование воды и энергии. Вся дождевая вода, которая собирается с крыши здания, используется для орошения растений, а оставшаяся вода очищается и используется повторно. Муниципальное остаточное тепло от близлежащего мусоросжигательного завода Migom отапливает теплицу. Короче говоря, Агротопия живет в круговом симбиозе с городом. Новое поколение городских фермеров. Агротопия – это здание, в котором обучается новое будущее поколение городских фермеров. Они не только узнают, как выращивать листовые овощи и фруктовые овощи, но также узнают, как работать с новыми садоводческими технологиями и бизнес-моделями.

decor.design











# Мебель, напечатанная на 3D-принтере: 12 дизайнов, демонстриру- ющих цифровое мастерство

Можете ли вы представить себе возможность создать прототип предмета мебели одним нажатием кнопки и протестировать его всего за несколько часов?



2.

Это может стать обычной практикой раньше, чем мы думаем. Благодаря инновациям в материалах, автоматизации и передовым технологиям наступает новая эра в домашнем декоре, тот, где 3D-печать открывает мир творческих возможностей, выходящих за рамки традиционного дизайна. Да, мебель по-прежнему производится серийно с использованием традиционных методов – литья, резки, гибки, – но 3D-печать продолжает разрушать отрасль. По мере того как революционная технология развивается и становится более доступной, она высвобождает беспрецедентный уровень творческого самовыражения и эффективности. Концепция проста: цифровой дизайн создается с помощью программного обеспечения для 3D-моделирования, а затем печатается слой за слоем в форме физического объекта, воплощая в жизнь сложную геометрию. Это совершенно новый вид цифрового мастерства.

3D-печать оптимизирует, упрощает и удешевляет проектирование мебели. Быстро и с большой точностью можно протестировать несколько прототипов и разработать изделия по индивидуальному заказу, которые не ограничиваются традиционным вкусом. Архитекторы и дизайнеры могут свободно экспериментировать с новыми формами и стилями, что часто приводит к созданию замысловатых конструкций, которые невозможно создать с помощью традиционных форм. В то же время методы адди-

тивного производства открывают двери для более устойчивых производственных процессов: они могут использовать переработанные материалы; детали мебели могут производиться небольшими партиями или под заказ, что снижает количество отходов; а возможность удаленного создания цифровых файлов и их локального производства может сократить выбросы углерода за счет сокращения дальних перевозок.

Чтобы вдохновить архитекторов, дизайнеров и домовладельцев, погружающихся в мир 3D-печатной мебели, ниже мы представляем подборку искусно созданных дизайнов. Исследуя различные материалы, эстетику и творческие процессы, они дают представление об огромном потенциале технологии 3D-печати в современной архитектуре.

1. Коллекция мебели Gradient представляет собой серию функциональных предметов, вдохновленных красотой математической эстетики и цветовых градиентов. В коллекции представлены скамейки, стулья и вазы, разработанные с использованием передового процесса 3D-печати бетоном, который включает добавление красителя к материалу, когда он проходит через сопло. Это приводит к завораживающей градуированной цветовой гамме, которую нельзя было бы получить с помощью традиционных методов окрашивания.





6.

2. Включая два больших дивана, два стула и скамью длиной 7,3 метра, эта серия представляет собой обширный заказ мебели на заказ для частного клиента. Отдельные части сделаны из 3D-печатного бетона на основе белого цемента для постоянного использования на открытом воздухе. Поскольку бетон часто требует армирования, компания Aduatz разработала индивидуальную полуавтоматическую стратегию с использованием комбинации стержней из стекловолокна и углеродных текстильных материалов, которые были органично интегрированы в конструкцию и доказали свою эффективность и высокую производительность.

3. Плавная эстетика этих скульптурных журнальных столиков, напоминающая о цветочном мире и круговороте времен года, является результатом новой технологии материалов. Органические и извилистые формы «сочетаются с геометрической правильностью, чтобы символизировать возрождение природных циклов, напоминая об экологически чистом материале, используемом для столов», – говорит NYXO Studio. Искусно изготовленные из легкого вспененного биопластика (PLA) с помощью 3D-печати, узоры каждой детали меняются с высотой, становясь все более сложными и красочными от основания к верху.

4. Создавая коллекцию Desert, дизайнеров вдохновили ископаемые дюны пустыни Абу-Даби. Наслоение 3D-печати создает стол так же, как наслоение песка с течением времени создает окаменелости, воспроизводя текстуру песка пустыни. Смелая геометрия, напечатанная из вспененного PLA, полученного из возобновляемых органических источников, таких как кукурузный крахмал или сахарный тростник, свидетельствует о творческих возможностях, предлагаемых методами аддитивного производства.

5. Вторая мебельная серия смоделирована по формам и текстурам морской жизни и изготовлена в цифровом виде из переработанного морского пластика. Давая вторую жизнь сетям-призракам, сброшенным в океан, напечатанные на 3D-принтере конструкции, в том числе вазы, скамейки и стулья, на 100% круглые и представлены в различных дизайнах и цветах. Цель состоит в том, чтобы продвигать устойчивость и связывать пользователей с серьезной экологической проблемой, используя технологические и культурные инновации для переосмысления экосистемы, в которой морской пластик является новым сырьем для новой экономики.



5.



1.

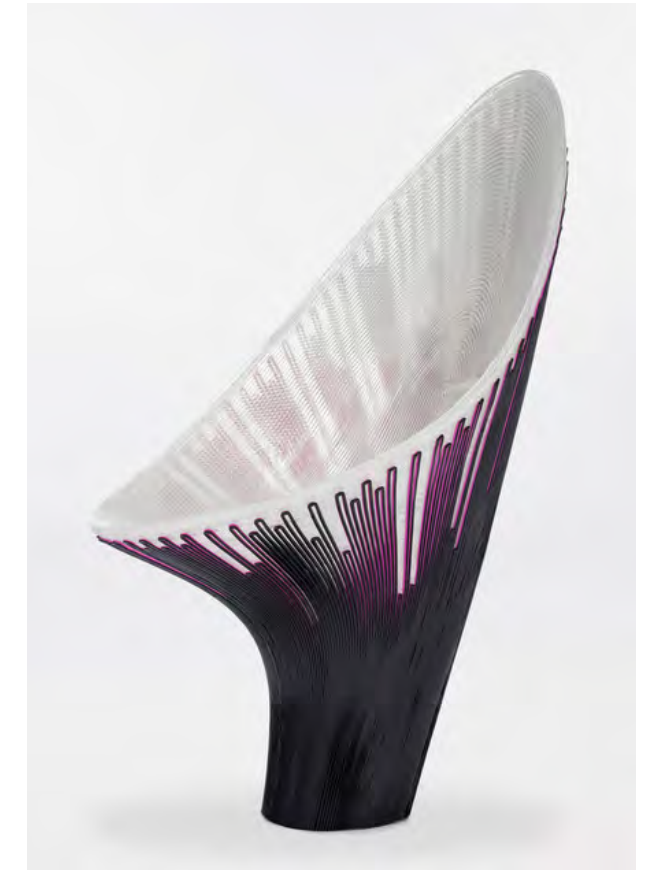




3.



8.



7.



4.

6. Следуя принципу безотходного производства, монолитное сиденье кресла Ermis Chair характеризуется простыми и эргономичными линиями. Он изготовлен роботом из одной спиральной пластиковой нити, которая повторяет геометрию и создает на поверхности уникальную графическую текстуру при минимальном количестве материалов. Стулья, напечатанные на 3D-принтере, изготавливаются из собственных отходов The New Raw, превращая их в прочные, высококачественные и единственные в своем роде предметы, которые можно использовать снова и снова, пока они не достигнут конца своей жизни.

7. Наряду с Rise Chair, Bow Chair является последним примером приверженности ZHA расширению границ 3D-печати и экспериментов с материалами. Стул черпает вдохновение из структур, обычно встречающихся в природе, и укрепляет их в PLA. С его замысловатыми пространственными узорами и цветовыми градиентами кресло Bow выходит за рамки типичного определения мебели, демонстрируя, как творческий дизайн может поднять мебель на новую высоту.

8. Выступая в качестве высокого табурета, стола, отдельной скульптуры или чего-то еще, что нужно

пользователю, кресло Robotica TM принимает форму слияния двух областей: ботаники и робототехники. Роботизированный дозатор полимера позволяет выполнять вертикальную укладку, шагая наружу или внутрь для создания постепенного отложения формы. Таким образом, дизайн сочетает естественное программирование в природе с роботизированным программированием для создания многофункционального продукта из PLA.

9. Mawj – арабское слово, означающее «волна, волнообразная, четкая или рябь» – это название, отражающее концепцию этого дизайна. Используя минимальное количество материалов, Mawj Chair исследует возможности роботизированной 3D-печати для производства мебели на заказ. Форма основана на непрерывной форме, напечатанной сбоку толщиной всего 6 мм с использованием передовых пластиковых полимеров. Напоминающие об Аравийском море волнообразные узоры зелено-голубой поверхности способствуют структурной жесткости стула, а также обеспечивают практичность, комфорт и привлекательную эстетику.

10. Стремясь предотвратить их попадание в океан, группа «Интересные времена» переработала рыболовные сети в инновационный материал, ис-





11.



9.



10.



12.

пользуемый для 3D-печатного стула из водорослей, названного в честь исчезающих лесов водорослей, пострадавших от загрязнения морской среды. С геометрией, вдохновленной линиями и силуэтами океанской растительности, круглый дизайн сочетает переработанные рыболовные сети с древесным волокном, представляя новое видение того, чего можно достичь с помощью крупномасштабной 3D-печатной мебели из переработанных отходов.

11. Обеденный стол CORAIL может похвастаться бетонным основанием, напечатанным на 3D-принтере, с плавными стенками, поддерживающими столешницу из закаленного стекла. Хотя волнистая форма напоминает грибы, обитающие на деревьях, колониях коралловых рифов или гигантских раковинах, ее форма и текстура полностью настраиваются. Roche Bobois разработала инновационное программное обеспечение, которое клиенты могут использовать дома или с консультантом в магазине, чтобы помочь создать объект. Полученный «код» подается на 3D-принтер, создавая совершенно уникальные

конструкции, отвечающие конкретным потребностям пользователей.

12. Создавая инновационное, но органичное выражение, кресло Reform Lounge Chair передает красоту природы. Скульптурный и смелый дизайн полностью изготовлен из биокompозита на основе дерева, созданного с использованием 3D-технологии, что делает его экологически безопасным для производства, использования и переработки. Искусство и технологии сливаются в высококачественные предметы, которые удобны, долговечны и подходят для использования внутри и снаружи помещений, прокладывая путь к циклическому и экологичному производству мебели.

decor.design

# Cosmic ADU – это «дом с автономным питанием», в котором не используется ископаемое топливо

Американский стартап Cosmic создал дополнительный жилой блок на солнечной энергии.



Построенный с использованием специального строительного процесса и производящий гораздо больше электроэнергии, чем ему нужно.

Основанная в Сан-Франциско компания Cosmic была основана Сашей Йокич, предпринимателем, изобретателем и дипломированным архитектором, проработавшим в сфере проектирования и строительства более 14 лет. Предыдущие предприятия включают Formdwell, начинающую компанию, которая создает новые строительные инструменты, работающие на интеллектуальных роботах.

Для своего последнего проекта Йокич и его команда в Cosmic разработали эффективную систему строительства и полностью электрический дом с нулевым уровнем выбросов, который должен стать «новым смелым шагом в решении жилищного и климатического кризиса».

«Мы разработали уникальную домашнюю платформу с автономным питанием, которая позволяет нам строить углеродно-нейтральные, здоровые и невероятно эффективные дома с высокой скоростью и меньшими затратами», – говорится в сообщении компании.

Космические здания расходятся с нормой в нескольких аспектах. По словам компании, они строятся с использованием оптимизированного процесса, который быстрее, экономичнее и менее расточительно, чем обычные методы.

Кроме того, здания спроектированы таким образом, чтобы генерировать собственную энергию с минимальным потреблением энергии и без использования ископаемого топлива. Кроме того, они могут генерировать дополнительную энергию, которая хранится и перераспределяется.



Команда завершила свою первую модельную единицу, ADU под названием Cosmic Studio, которая имеет один уровень и имеет общую площадь 350 квадратных футов (33 квадратных метра). В компактном жилище есть ванная комната и открытая площадка для сна, гостиной, столовой и приготовления пищи.

Хотя эта первоначальная единица была задумана как жилье, компания подчеркнула, что здания можно использовать для других функций, таких как игровые комнаты и офисы. Потребность в гибких зданиях усилилась из-за пандемии коронавируса. «Американская мечта 2.0 – это дом, в котором мы живем, спим, работаем, учимся и играем, – гибкое пространство, которое поддерживает здоровье нас и планеты», – говорится в сообщении компании.

Cosmic создает свои блоки с помощью «гибридного сборного подхода», когда части здания изготавливаются на заводе, а другие компоненты строятся на месте.

Рама, или шасси, представляет собой модульную систему, состоящую из стандартных компонентов.

Модули бывают разных размеров – от 18 до 45 квадратных футов (от 1,7 до 4,1 квадратных метров) – и модули объединяются в здания разного масштаба. Для создания шасси блока Cosmic Studio было использовано четырнадцать стандартных модулей.

Для создания шасси блока Cosmic Studio было использовано четырнадцать стандартных модулей.

«Шасси является исключительно прочным для улучшения структурных характеристик и легко адаптируется к широкому спектру домашних планировок», – сказал Йокич.

Корпус изготовлен из металла и дерева. Балки, стыки и настил изготовлены из тонкого листового металла и труб, а другие конструктивные элементы изготовлены из экологически чистой древесины. Крыша фальцевая металлическая.

Компоненты модуля изготавливаются на заводе, помещаются в плоские контейнеры, а затем доставляются на площадку с помощью бортового грузовика. Максимальный вес модуля составляет 600 фунтов (272 кг), поэтому его относительно легко разгружать и собирать с помощью небольшого телескопического погрузчика. Краны не требуются.

«В отличие от других производителей сборных ADU, которые поставляют предварительно собранные большие и громоздкие модули, что делает их дорогими и сложными в доставке, Cosmic перевозит

модули шасси в виде плоской упаковки на малогабаритной платформе», – сказал Йокич.

Также на площадку доставлены подкровельное покрытие, фасадные и внутренние стены, а также двери и окна с тройным остеклением, которые крепятся вручную с помощью «столярной системы Cosmic с защелкой». Эти элементы изготавливаются на месте.

Некоторые аспекты жилища создаются на фабрике, а другие собираются на месте.

«Мы значительно улучшили стоимость и производительность шасси, оставив менее дорогие и более простые компоненты, такие как стены и отделка, для профессиональных строителей на месте относительно экономичным способом, который они уже делают», – сказали в команде.

Дом стоит на запатентованном фундаменте, состоящем из подземных анкеров, надземных опор и самовыравнивающихся швов. Для подземной части можно использовать винтовую резьбу или бетонное основание, в зависимости от типа грунта.

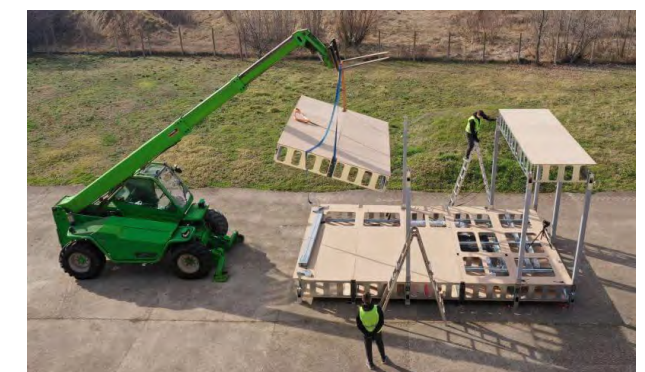
Стеновые панели изготовлены из клееного бруса и различных видов фанеры, а пол – из инженерной древесины твердых пород. Варианты облицовки включают мореный кедр черного, серого или натурального цвета или композитные панели медного оттенка.

Квартиры с кухней оснащены кварцевыми столешницами и мебелью премиум-класса. В ванных комнатах душевые стены выложены плиткой и установлена высококачественная сантехника. Другие функции включают в себя высокоэффективные светодиоды, интеллектуальный термостат и сопутствующее приложение для контроля за потреблением электроэнергии.

Дом спроектирован так, чтобы свести к минимуму потребление энергии за счет таких функций, как непрерывная изоляция и герметичные окна и двери.

Несмотря на то, что Cosmic ADU предназначен для подключения к общественным системам водоснабжения и канализации, он может генерировать всю электроэнергию самостоятельно.

Устройства поставляются с предварительно собранными системами для механики, проектирования и сантехники, включая большой аккумуляторный блок для хранения литий-ионной и тепловой энергии.







Блоки также оснащены солнечной батареей на крыше, которая может генерировать от семи до 20 000 кВтч в год в Калифорнийском регионе – намного больше, чем, как ожидается, потребуется ADU.

Команда предполагает, что дополнительная энергия будет храниться, а затем распределяться по основному дому на территории ADU или к электромобилью.

«ADU может генерировать и хранить как электрическую, так и тепловую энергию, когда это наиболее эффективно и дешево, а затем распределять ее по дому, когда это необходимо», – сказал Йокич.

Владельцы могут приобрести солнечную батарею и аккумулятор или одолжить их у Cosmic. В последнем сценарии Cosmic владеет избыточной энергией, генерируемой ADU.

В настоящее время Cosmic находится в Технологическом центре Autodesk в Сан-Франциско, где будет производить модули шасси для своей первой партии домов. Он также работает с местными поставщиками материалов и производителями.

В настоящее время на создание и доставку космического ADU уходит от четырех до шести месяцев. На данный момент компания не публикует цены.

Конечной целью Cosmic является трансформация строительной отрасли.

«Наши дома меняются», – заявили в компании. «Потепление климата и глобальная пандемия изменили нашу среду обитания, и мы не вернемся назад».

decor.design





# Преобразование традиционной архитектуры с помощью атмосферного дизайна освещения

Эмоциональная и духовная атмосфера, которую ощущаешь при входе в многовековую архитектуру, ощутима.

Таким образом, хотя деградация, а иногда даже преднамеренное разрушение древних построек и окружающей среды вызывает сожаление и, возможно, позор, часто это совершенно неизбежная часть здорового городского планирования, соблюдения важных законов и правил в области здравоохранения и безопасности.

Однако всякий раз, когда эти исторические, но устаревшие среды обновляются и адаптируются к современной жизни, их часто называют гротескными франкенштейновскими версиями их некогда прекрасной личности. Однако, когда к трансформации относятся с осторожностью и уважением, скромное величие и созерцательный масштаб обстановки могут остаться нетронутыми.

В этих четырех исторических интерьерах используется инновационный современный дизайн освещения, чтобы привлечь внимание современного мира в качестве вызывающих воспоминания пространств для выставок и инсталляций, сохраняющих свою богатую историю и добавляющих современную актуальность своему присутствию в настоящем.

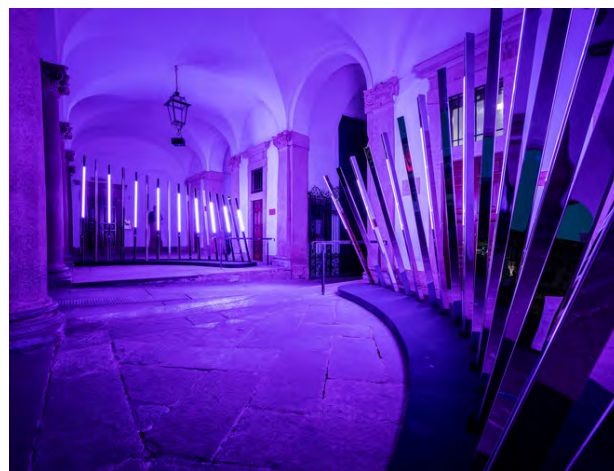




### Transsensorial Gateway / noa\* сеть архитектуры

Духовный опыт прохождения через древнюю архитектуру подобен песчинке, падающей через бесконечные песочные часы. Часто между каждым посетителем и пространством существует полностью личный опыт, личное общение. Взяв это чувство и превратив его в физическое представление этого уникального индивидуального опыта, сеть архитектуры noa\* вместе с экспертами по свету и техническому планированию ewo создали то, что они называют Транссенсорными воротами в портике 17-го века в Милане.

«Благодаря транссенсорному механизму создается световая и музыкальная партитура, которая не только тесно связана с массой и объемом и, следовательно, с количеством посетителей, но и становится движущей силой инсталляции», – объясняет Noa\*. «В результате получилась оригинальная и уникальная хореография света и звука, которая еще больше обогащает эмоциональное путешествие посетителей». Сочетая историческую архитектуру и культуру с современными световыми и сенсорными технологиями, пространство превращается в эмоциональное, интерактивное и совершенно оригинальное.



### Эфемерный павильон LR3 Experience / NeuronLab + Ruben Casquero

Старый лазарет госпиталя Сант-Пау в Барселоне, внесенный в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, был спроектирован для удовлетворения потребностей больных, но часть больничного комплекса, Нуэстра-Сеньора-дель-Карме, теперь привносит инклюзивность и культуру в госпиталь.

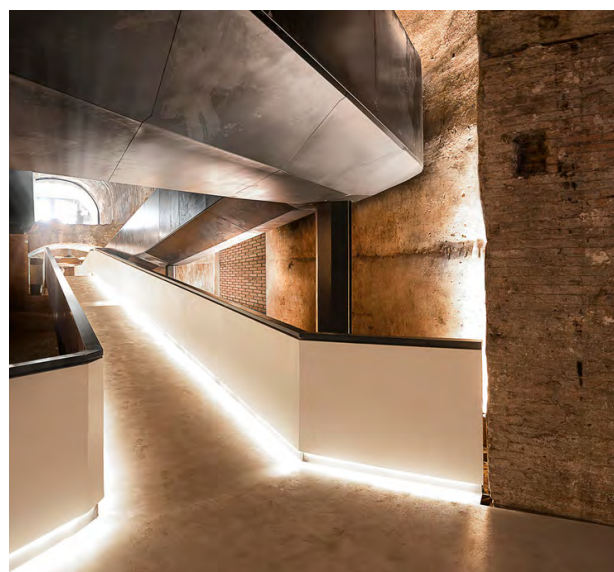
Представляя новую коллекцию для бренда медленной моды LR3, павильон приближается к неравенству моды, объединяя виртуальный, визуальный и физический миры. «Была установлена легкая самонесущая конструкция, которая сохраняет оригинальную оболочку, но не соприкасается с ней», – объясняют архитекторы проекта, позволяя посетителям купаться в характерном для бренда оранжевом свете за счет верхнего освещения в первой комнате, окрашивающего белый брезентовые стены временного помещения. Посетители сначала знакомятся с виртуальным миром марширующих аватаров, затем проходят через изогнутый светодиодный дисплей, прежде чем, наконец, встретиться с физической коллекцией в третьем.



### Новый вход в Domus Aurea / Stefano Boeri Architectti

Возвращаясь еще дальше, почти на две тысячи лет назад, во времена Древнего Рима, и внутри Золотого дома императора Нерона, вновь открытого в эпоху Возрождения и считающегося основным источником вдохновения для многих знаменитых художников эпохи Возрождения. Новый проход от Stefano Boeri Architetti позволяет посетителям войти в Domus Aurea и получить доступ к знаменитому восьмиугольному залу, где в историческом пространстве находится новая выставка.

«Оставаясь полностью автономным и самонесущим по отношению к существующим стенам, пешеходная дорожка освещается световодом, который сопровождает посетителя, наводя на мысль о световой дорожке сквозь руины», – поясняют архитекторы. «Игра света позволяет использовать всю дорожку, шаг за шагом подсвечивая детали конструкции, текстуры стен, остатки древней цистерны и часть нижележащих термальных структур».



### Музей и выставка Panteão dos Almeida / космонавты

Построенная в 1215 году церковь Санта-Мария-ду-Каштелу в Абрантише, Португалия, имеет строгие ограничения на вмешательства и изменения, которые разрешены, принимая только покраску и общий уход за материалами. Поэтому, когда перед архитекторами-космонавтами была поставлена задача модернизировать церковь, которая с 15-го века была преобразована в пантеон, она должна была быть полностью обратимой и прозрачной, чтобы не конкурировать с историческим окружением.

«Предложение было реализовано в строительстве платформы из соснового дерева, размещенной на существующем глиняном полу, при этом стены отделялись, чтобы создать впечатление, что пол парит в пространстве», – рассказывают космические работники. «Световые линии, проходящие через весь этаж музея, наполняют пространство энергичной и активной атмосферой и повторяются в стеклянных рамах, поддерживающих графические элементы выставки».



decor.design



# Как работают архетипы в дизайне

LINII провели дизайн-исследование и составили рекомендации по работе с дизайном для каждого из 12 главных архетипов брендов.



Про использование архетипов в брендинге написано огромное количество статей. Они помогают классифицировать образы и поведенческие паттерны. Впервые эту тему затронул психиатр Карл Густав Юнг. Впоследствии его труды переосмыслили и адаптировали для широкой аудитории, в том числе и для бизнеса. Сейчас выделяют 12 базовых архетипов брендов, активно применяемых в маркетинге и рекламе.

Команда агентства LINII в лице арт-директора Юлии Плотник и дизайнера Александры Янчуковой при консалтинге директора по стратегии Полины Васильевой провели дизайн-исследование и классифицировали каждый из 12 архетипов по нескольким категориям: шрифт, графика, палитра, фотостиль.

## Родитель

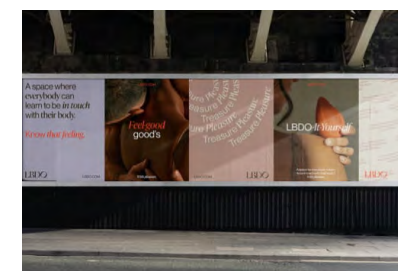
Альтруист, которым движет сочувствие, щедрость и желание помогать окружающим. Гораздо лучше заботится о других, чем о себе. Иногда не учитывает чьи-либо реальные потребности, исходя лишь из своего мнения о пользе.

Типографика данного архетипа мягкая, обволакивающая, но не игривая. Аккуратные собранные гротески с небольшими засечками без излишней размашистости с умеренным или слабым контрастом.

С точки зрения графики, у Родителя это могут быть плавные аккуратные элементы, создающие ощущение спокойствия и баланса. Для архетипа характерны природные, натуральные, растительные мотивы. Уюта может придать эффект потертости.

Для фотостиля типичны: мягкое освещение, естественность, теплые фильтры, соприкосновения фактур, передающие тепло и мягкость.

Цвета архетипа теплые, спокойные пастельные тона либо неконтрастные черно-белые.



1.



2.



3.



4.



5.



6.

**Типографика.** Гуманистические гротески, создающие более мягкий образ (при этом они не должны быть слишком игривыми) (1). Типографика, окружающая, словно обволакивающая какой-то элемент (2). Элементы внутри полотна текста, текст вокруг фото (3). Аккуратные и собранные гротески + небольшие засечки, без излишней размашистости с умеренным или со слабым контрастом. Высокий контраст будет добавлять излишнюю пафосность или премиальность (4). Умеренный контраст, плавность и округлость линий, низкий контраст (5).

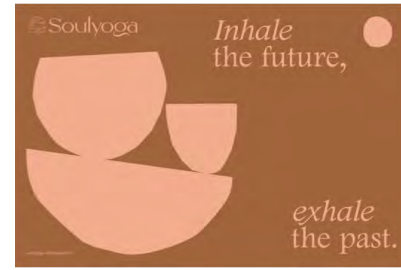




1.



2.



3.



1.



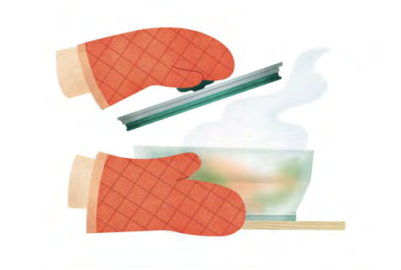
2.



3.



4.



5.



6.



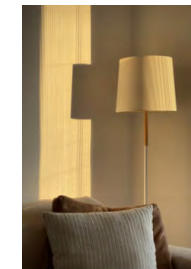
4.



5.



6.



8.

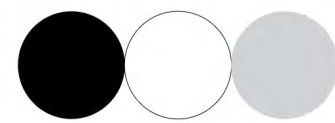
**Графика.** Мягкие, обволакивающие элементы, градиенты, создающие ощущение спокойствия и баланса (1). Мягкие, плавные формы, как у Невинного архетипа, но у Заботливого архетипа, они будут более аккуратными, без игривости или эффекта «ручной работы» (2). Природные, натуральные, растительные мотивы в иллюстрации (4). Можно добавить эффект потёртости, не яркие текстуры для придания уюта (5). Окружающие изображение элементы (6).



1.



2.



3.



9.



10.



7.



11.

**Цвета.** Темные приглушенные (1), пастельные (2), ч/б (3).

**Фотостиль.** Естественное, мягкое освещение на фотографиях или теплые фильтры, как сепия. Семейный уют, забота (1). Гладящие руки, объятия, фокус на деталях тела (2, 3, 4, 5, 6). Натуральные ткани (7). Уют, домашняя атмосфера, солнечный мягкий свет (8). Проявление заботы, тактильности, теплых эмоций (9, 10). Натуральность, экологичность, естественность (11).



## Славный Малый

Убежден, что любой человек имеет значимость. Лишен невинной наивности и не ждет от жизни только добра. Умеет сопереживать и поддерживать. Хочет быть принятым в обществе и коммуницировать с другими.

В типографике Славного Малого не может быть никаких антикв, намеков на засечки и какую-то претенциозность. Скругленные и понятные всем шрифты, моноширинные без каких-то контрастов внутри букв, а также слегка несовершенные шрифты.

Графика Славного Малого тоже дружелюбна: какие-то геометричные формы или живые линии – овалы, круги, треугольники, чаще всего векторные формы без теней. Очень часто используются шейпы коммуникации, то есть всякие мессенджеры, символы объединения и общения.

Для фотостилля архетипа важна сопричастность главного героя к кампании или к привычной среде. Естественность, комфортность, простые человеческие наслаждения.

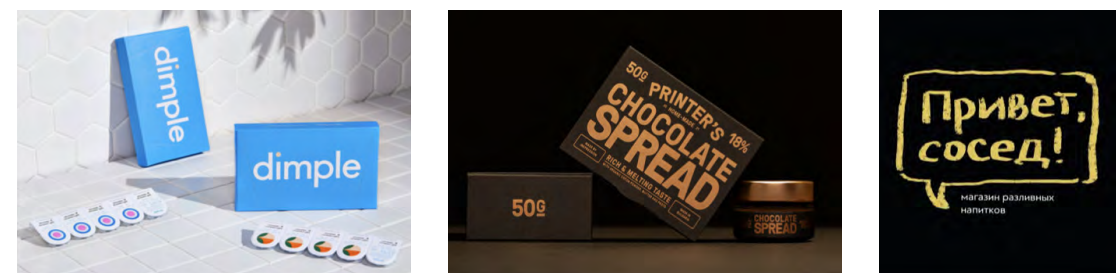
Цвета Славного Малого немного похожи на палитру Невинного: яркие и понятные цвета, как детские карандаши или баночки с краской. Здесь добавляются натуральные природные цвета, которых у Невинного быть не может, – скорее, землистые. А здесь это отсылает нас к природе и натуральности.



1. 2. 3. 4. 5.



6. 7. 8. 9.



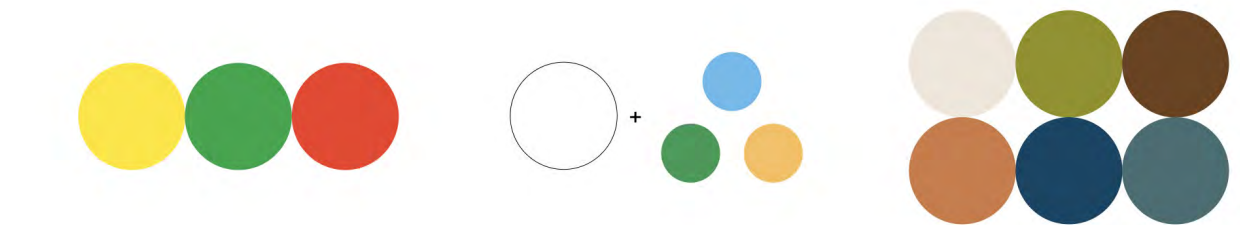
1. 2. 3.



4. 5. 6. 7.

**Типографика.** Округлые, простые, человеческие и открытые шрифты. В основном гротески (1, 2). Небрежные, будто мелом на доске или записка на холодильнике (3). Слегка несовершенные шрифты (4–7).

**Графика.** Базовая геометрия, никаких изысканных, плавных, органических форм. Чаще всего можно увидеть прямоугольник (1–5). Простые спич-баблы, которые помогут передать оттенок дружеской беседы, ощущение комьюнити (6, 7). Иллюстрации из геометрических, понятных форм. Часто простая векторная графика без приукрашек (8). Мемодзи, эмодзи, изображения привычные и знакомые пользователю (9).



1. 2. 3.

**Цвета.** Яркие, понятные (1), белый + пастельный (2), природные натуральные (3).





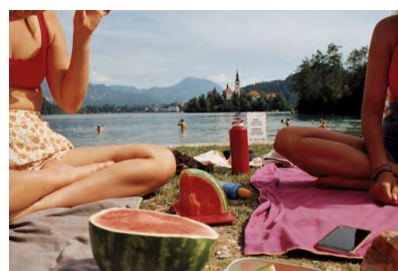
1.



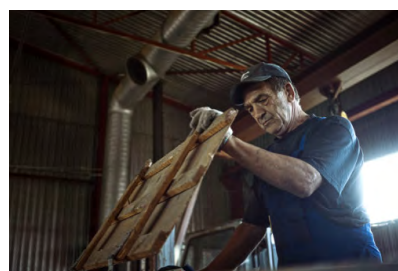
2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.

**Фотостиль.** Дружеские встречи, общение, рутинные и обыденные ситуации, где человек может быть самим собой (1–4). Эмоции могут быть любыми (в отличие от преимущественно радостных или мечтательных эмоций Невинного). Главное, чтобы они были искренними (5, 6). Фотографии с естественным светом. Позы обычные, такие, какие могли бы быть в жизни – не наигранные (7). Время с семьей (8). Обычные ежедневные занятия, знакомые каждому (9).

## Герой

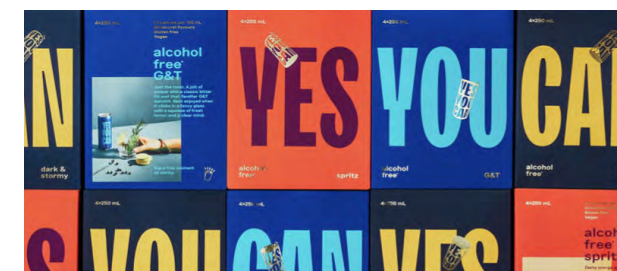
Спаситель мира и борец за справедливость. Решительно добивается цели, несмотря на препятствия, однако в глубине души боится потерпеть поражение. Гордится дисциплиной и не всегда умеет остановиться.

Типографика использует мощные и болдовые шрифты. Они сразу привлекают внимание, могут быть с динамичными наклоном.

Графика Героя – это яркие и уверенные геометрические формы, динамика и брутальность.

Фотостиль отличают портреты людей, которые отсылают к супергероике. Люди и архитектура на фото могут быть сняты снизу вверх, что придает мощности, героизма и монументальности. Или просто крупный предмет по центру на чистом фоне.

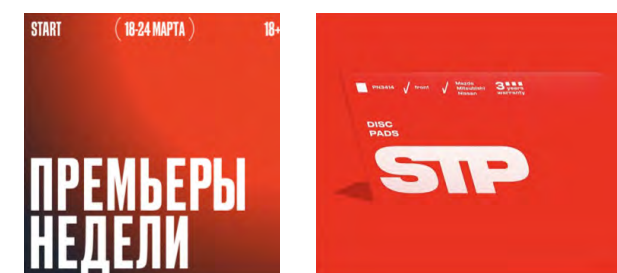
Цвета яркие и чистые, черно-белые или милитари.



1.



2.

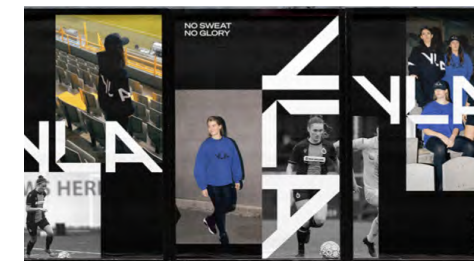


3.

4.



5.



6.

**Типографика.** Мощная, крупная, жирная акцентная типографика, привлекающая внимание (1). Болдовые начертания (2, 3). Брутальные, динамические шрифты (4–6).

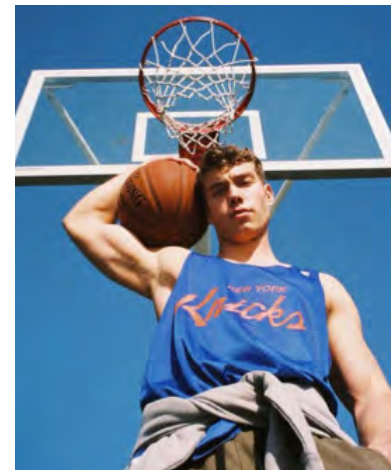




1.



2.



1.



2.



3.



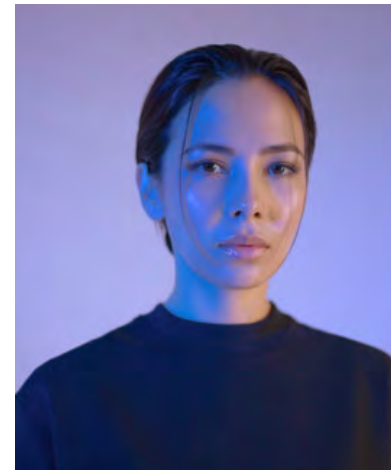
3.



4.



5.



4.



5.



6.



6.

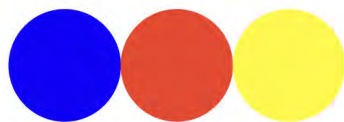
**Графика.** Брутальные, простые и геометрические формы. Крупные массы цвета (1). Акцентные, жирные знаки (2, 3). Динамика (4-6).



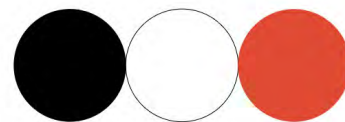
7.



8.



1.



2.



3.

**Цвета.** Яркие, чистые цвета (супергероика) (1), ч/б + красный (2), милитари (3).

**Фотостиль.** Ракурс снизу вверх, усиливающий впечатление мощи и уверенности (1, 2). Человек, уверенно смотрящий в камеру, не боящийся прямого взгляда в камеру (3). Допускается использование цветного света (отсылка к супергероике) (4). В натюрмортах и предметной съемке, предмет должен быть крупно снят, по центру, где на него все внимание (5). Необычные ракурсы – будто пролетающие, парящий и т.д. (отсылка к супергероике) (6). Ракурс снизу вверх, создающий ощущение будто зритель маленький, а здания ещё более внушительные, объемные (7). Мощь природы, захватывающая дух (8).



## Невинный

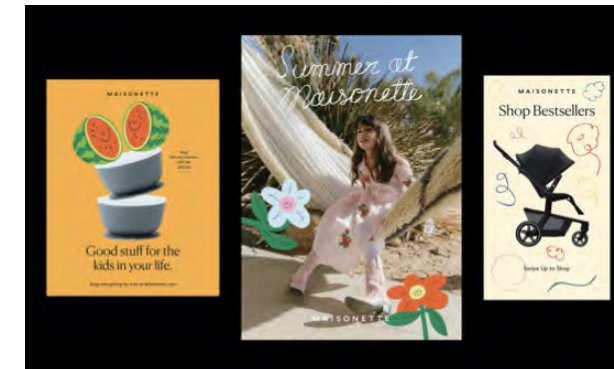
Отличается особым стремлением к счастью и нуждается в заботе. Верит в существование идеального общества. Очень доверчив. Во всем старается поступать правильно и боится быть наказанным, если сделал что-то плохое.

Для типографики характерны вздутые пухленькие надписи, наивные шрифты, подходящие по настроению к детским мультфильмам.

Минималистичная и округлая графика Невинного поддерживает детское настроение посредством рисованных будто рукой ребенка картинок, аппликаций с неровными формами.

Фотоизображения не обязательно должны содержать детей, но должны отсылать к миру без проблем и волнений. Идиллическая жизнь на лоне природы или картинка с мороженым вполне подойдут.

Палитра – чистые активные цвета, а также пастельные, которые скорее про невинность.



1.



2.



1.



2.



3.



4.



3.



4.



5.



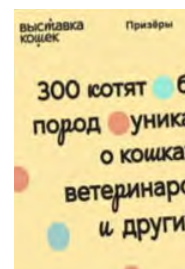
5.



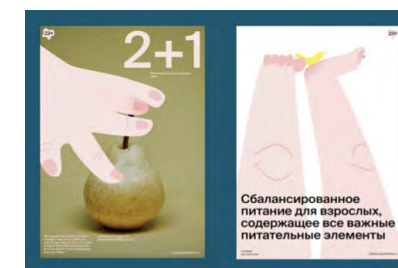
6.



7.



8.



6.



7.

**Графика.** Графика, похожая на детские простые рисунки (1). Мягкие, дружелюбные формы (2, 3). Стиль детской аппликации, неровные формы, будто вырезанные ножницами (4, 5). Округлые формы (6). Позитивные образы (7).

**Типографика.** Причудливые, игривые шрифты, округлые формы. Могут быть надутыми или изогнутыми (1). Шрифты, будто написанные от руки или написанные ребенком (2). Слегка несовершенные, с открытой апертурой (3, 4). Каракули (5). Нарисованные от руки (6). Нарисованные материалами, которыми рисуют дети (7). Мягкие формы, округлости (8).



1.

2.

3.

**Цвета.** Насыщенные цвета, базовый спектр, как-будто взятый из коробки с детскими карандашами (1), пастельные (2), много белого + яркий цвет (3).





1.



2.



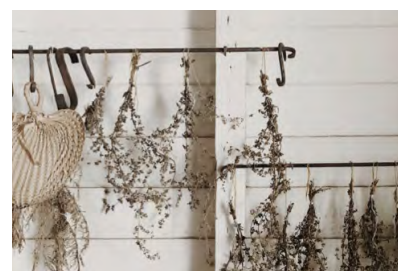
3.



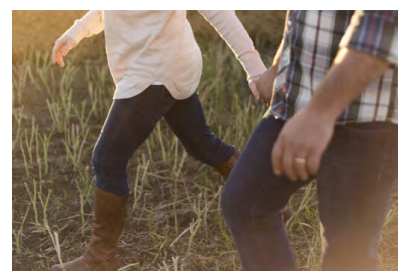
4.



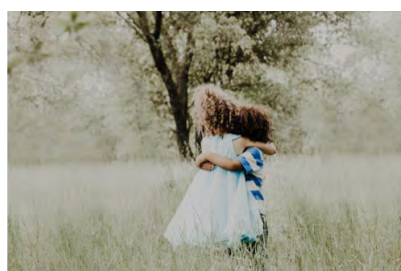
5.



6.



8.



7.

**Фотостиль.** Люди с наивной, детской, открытой внешностью, естественные и счастливые (1, 2). Натюрморты и портреты без излишеств и гламурного эффекта ретуши (3). Спокойная жизнь в гармонии с природой и окружающим миром, простота и естественность (4). Фотографии с отсылкой к детству (5–7). Фотографии с большим количеством света, позитивными сюжетами (8).

## Исследователь

Находится в постоянном поиске того, что сделает его жизнь лучше. Ценит свободу и ищет новых впечатлений. Все узнает и пробует самостоятельно. Часто хаотично перемещается от одного дела или увлечения к другому.

Для архетипа Исследователя превыше всего свобода перемещения и новые знания. Дорога, путешествия, приключения – вечные его атрибуты.

Типографика и дизайн отсылают к путешествиям, движению и разнообразию. Например, с помощью динамичных линий, волн, этнических мотивов, открытых композиций.

Фотостиль Исследователя поддерживается благодаря визуализации любого вида перемещения, исследования, путешествия: фотографии привычных пейзажей или экзотической природы, дороги или любого вида транспорта, любопытных людей, даже космическая тематика подойдет.

Палитра архетипа – это цвета моря, землистые и травяные, нейтральные черно-белые.



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.

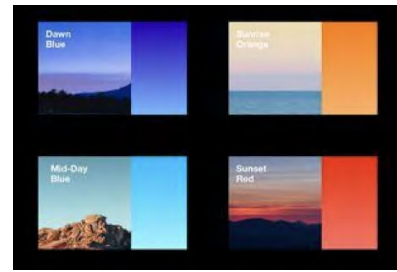
8.

**Типографика.** Динамичный текст по диагонали (1, 2). Отсылки к природным мотивам, например, волнам, воде (мелкий текст) (3). Динамичный текст, моушен, движение (4). Текст, будто написанный от руки в заметках дневника путешественника (5). Ассоциации с дорогой, путем (6). Ассоциации с путешествиями, транспортировкой, перемещениями (7, 8).

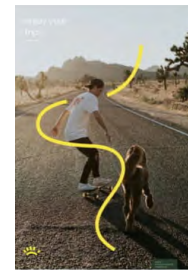




1.



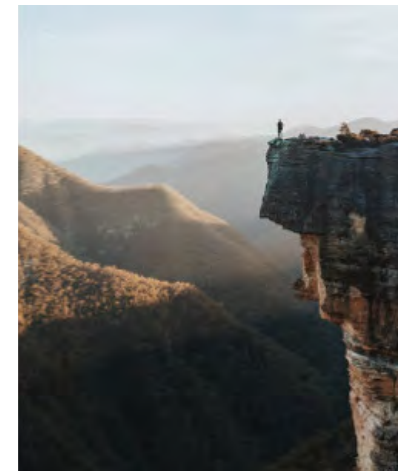
2.



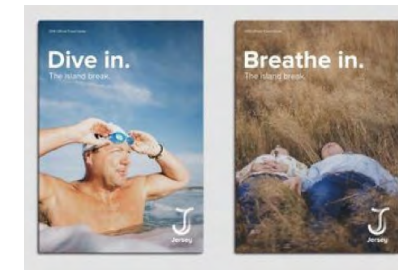
3.



4.



1.



2.



3.

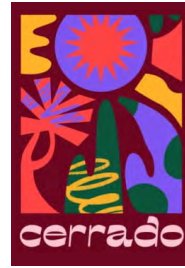
4.



5.



6.



7.



5.



6.



7.



8.

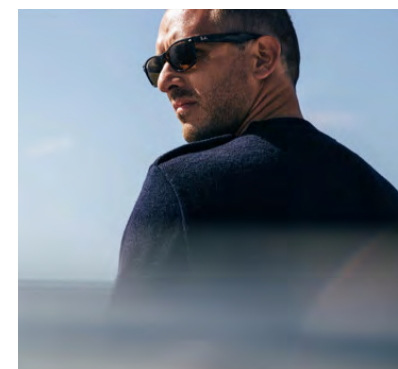
**Графика.** Отсылка к путешествиям, походам, снаряжению и т.д. (1, 2). Линия, как символ пути/дороги (3, 5). Отсылка к путешествиям с чемоданом, на который клеятся наклейки и стикеры в разных странах (6, 8). Этника, ассоциации с экзотическими странами (7, 4).



9.



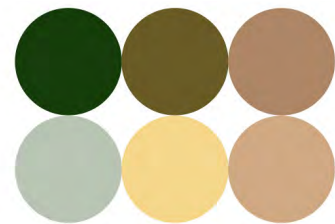
10.



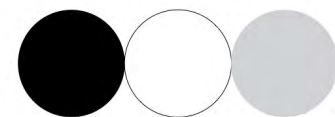
8.



1.



2.



3.

**Цвета.** Море и небо (1), природные и натуральные (2), ч/б (3).

**Фотостиль.** Фотографии со свободной композицией и открытыми пространствами. Природа, простор, бесконечное синее небо (1). Активный образ жизни, спорт, походы (2, 3). Исследование космоса, как один из вариантов (4). Динамика в фотографии, перемещения, дорога, движение ветра (5). Экзотика дальних стран (6, 10). Искатель, любопытный человек, исследующий мир (7, 8). Динамичные линии, уводящие взгляд в глубь – дорога, река, здание (9).



# Бунтарь

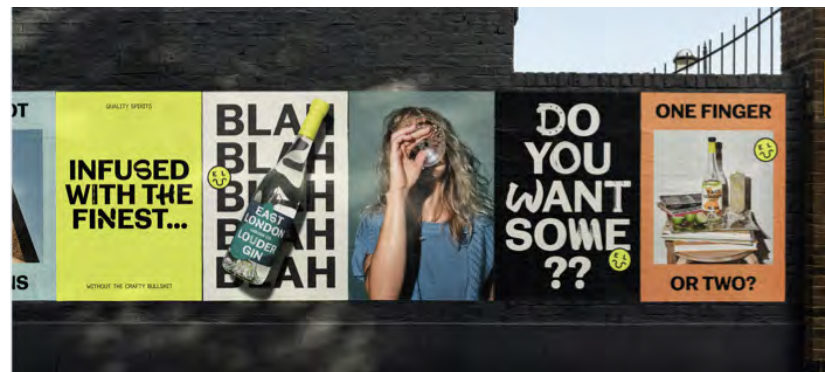
Шокирует людей, вызывает революцию, ломает общепринятые правила и избавляется от того, что не работает. Его привлекают действия, попирающие нормы этики и приличия. Не заботится о безопасности своей и окружающих.

Типографика Бунтаря рушит все правила. Это могут быть ломаные шрифты, неравномерные буквы, закрашенная типографика. Уличные граффити отлично вписываются.

Графика характеризуется намеренной неаккуратностью, пиксельными деталями, нарочито низким разрешением картинок. В ней должен читаться вызов привычным нормам.

Фотостиль транслируют панковский стиль: маргинальность, безрассудное поведение и высмеивание гламура.

Цветовая палитра построена на контрасте: неоновые цвета на сдержанном черно-белом паттерне, например. Или же это отсылка к уличной культуре в песчано-серых тонах.



1.



2.



3.



4.



5.

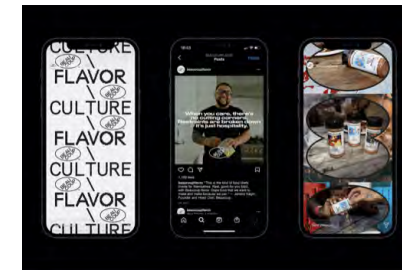
**Типографика.** Напоминающая уличные граффити, небрежно написанный текст на скорую руку (1, 2, 5). Глитч, нойз, технические помехи (3, 6). Будто закрашенная типографика (4). Нарушения правил типографики (7).



6.

rə—dəfɪnə  
rə—ɪmɑːʒɪnə  
rə—ɪnvɛnt

7.



1.



4.



7.



2.



3.



5.



6.



8.

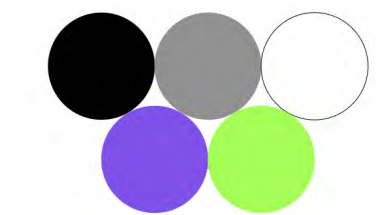
**Графика.** Нарочитая неаккуратность, пиксельные детали, будто из-за низкого разрешения картинки (1). Глитч, нойз, пикселизация (2). Андеграундный, дерзкий стиль (3). Про-вакационные метафоры, панковский стиль (4). Рукописные, небрежные элементы (5, 6). Закрашенные элементы вторым слоем поверх изображения, будто кто-то закрасил из балончики (7, 8).



1.



2.



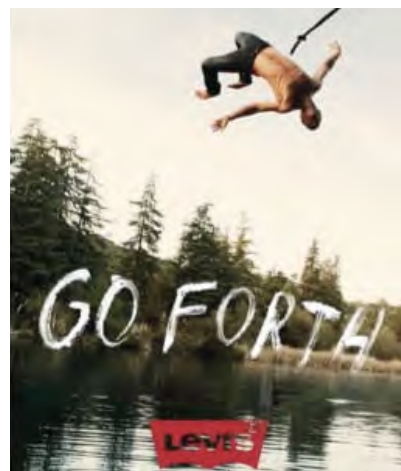
3.

**Цвета.** Монохромные + красный (1), цвета улицы (2), монохром+неон (3).





1.



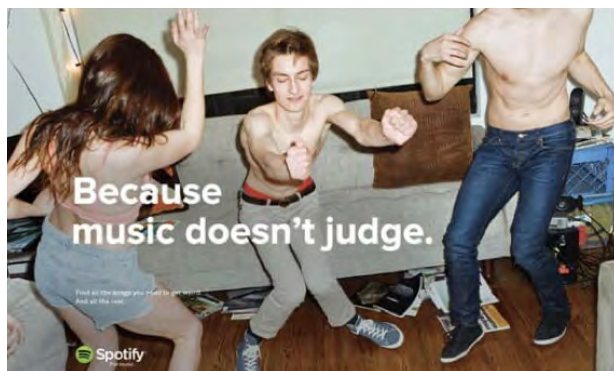
2.



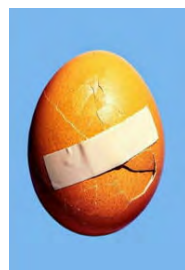
3.



6.



4.



5.



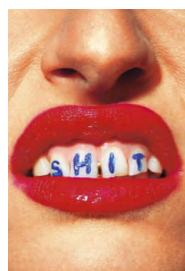
7.



8.



9.



10.

**Фотостиль.** Маргинальная внешность или детали внешности (татуировки, пирсинг и т.д.). (1). Безрассудное поведение (2). Нестандартные, дерзкие и странные сочетания в фотографии (3). Фотографии с разнужданных вечеринок (4). Любительские фотографии, вспышка, гранж (5, 7). Фотографии с явным вызовом, провокацией (6). Драйв (8). «Трешовые» фотографии саркастично высмеивающие гламур (9, 10).

## Любовник

Стремится к эстетике, близости и страсти. Жаждет восхищения. Полностью отдает себя чувствам и берет за это ответственность. Способен не только поглощать, но и делиться. Пытается укрепить связь, боясь остаться в одиночестве.

Типографика утонченная и элегантная. Часто рукописные шрифты и антиква. Все фэшен-журналы – Vogue, ELLE, Vazag – используют высокий контраст букв, почти всегда засечки и какие-то потемки засечек и антикв. Вытянутые в высоту шрифты, подчеркнута красивые и эстетские, всякие росчерки, транслирующие наслаждение и эстетство, – все это типографика архетипа.

Графика Любовника отсылает к гедонизму, мягким формам человеческого тела, манящим изгибам, красивым 3D-текстурам.

Фотостиль тоже про чувственные изгибы, переливающиеся шелковые ткани, богемскую роскошь барокко и наслаждение.

Палитра состоит из красного и близких к нему оттенков, а также бежевого, шоколадного и золотого.



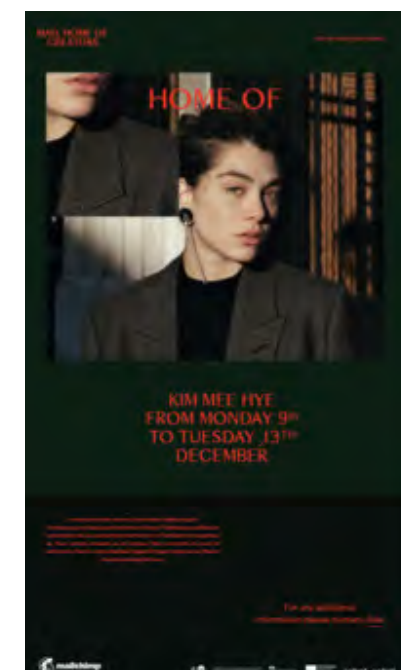
1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.

**Типографика.** С высоким контрастом, отточенным рисунком букв и засечек. Могут быть зауженными (1). Утонченные, элегантные. С пригладженными засечками (2–5, 7). Каллиграфия, росчерки, эстетство (6).

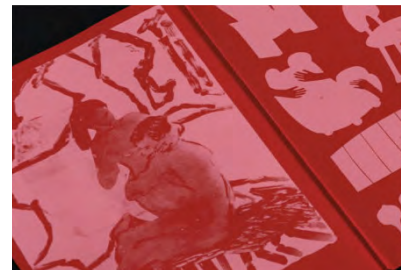




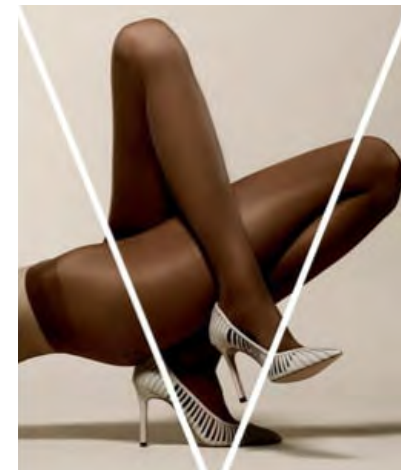
1.



2.



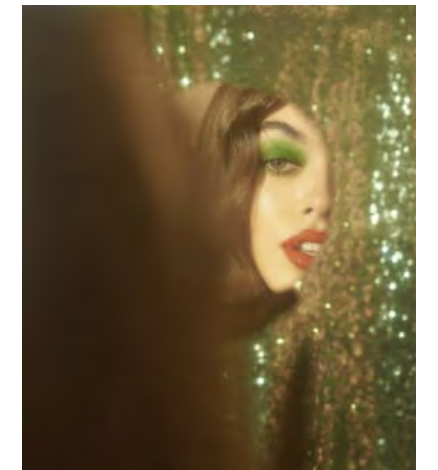
3.



1.



2.



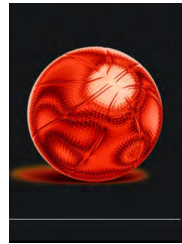
3.



4.



5.



6.



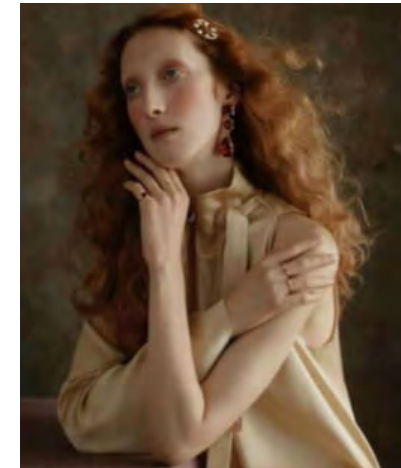
7.



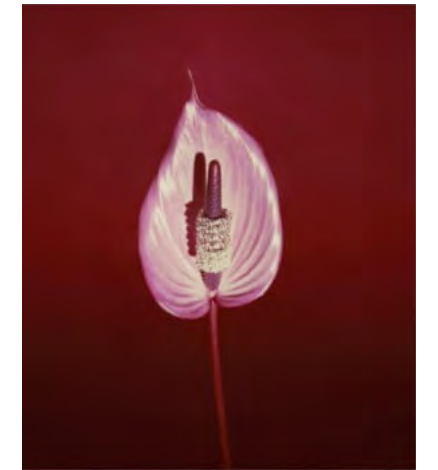
4.



5.

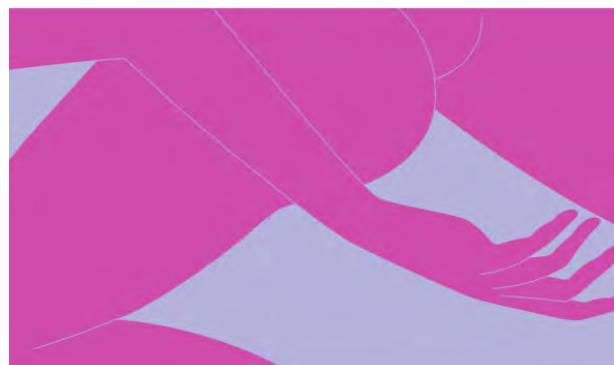


6.



7.

**Графика.** Органические, мягкие фигуры, напоминающие плавные изгибы человеческого тела (1, 2). Чувственные сюжеты (3). Гедонизм, эстетство, искусство, наслаждение красотой (4, 5). Переливающиеся текстуры различных блестящих материалов (стекла, шёлка и т.д.) (6). Графика, отсылающая к сексу (7, 8).



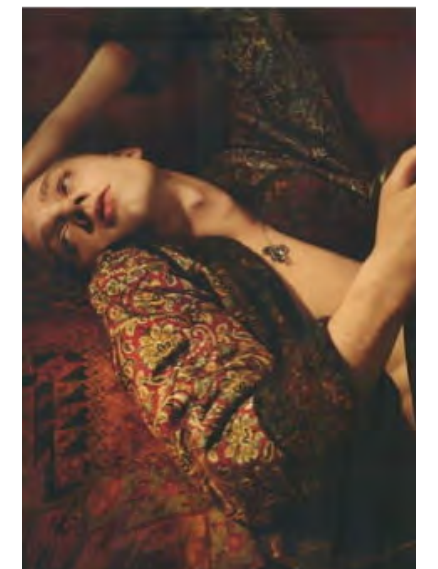
8.



8.



9.



10.



1.



2.



3.

**Цвета.** Алые, бордо и пурпур (1). Нежные (2). Бежевые и шоколадные оттенки (3).

**Фотостиль.** Плавные, изящные силуэты, кадрирование и акцент на какой-то детали тела (1). Текстуры, переливы ткани, блики, мягкий, приглушенный свет (2). Цветное освещение теплых тонов, приглушенный свет (3–5). Сюжеты античного мифа, отсылки к прошлым эпохам (античность, барокко, модерн) (6, 10). Сексуальные метафоры (7). Элементы роскошной жизни, гедонизм, эстетство (8). Идеальные, вычищенные фото еды или фото в стиле фуд-порн (крупная текстура, детали) (9).



# Творец

Творец находится в поиске собственной личности, собственного Я. Основное отличие от других архетипов в самовыражении в творчестве.

Типографика Творца может быть какой угодно, но главное – самобытной и с характером: необычные компоновки шрифтов, текст по дуге, фигурные наборы, искажение текста.

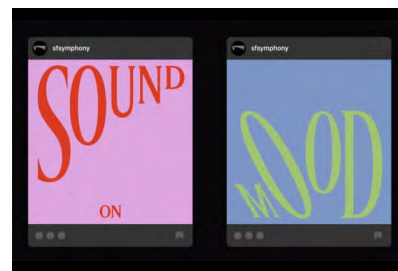
Графика архетипа – коллажные иллюстрации, сочетание несочетаемого, яркость, веселье, обводки, разноцветные плашки, символы, микроиллюстрации.

Фотостиль Творца – яркие причудливые цвета, непривычные композиции, сочетания, нестандартные пейзажи, элементы природы, увиденные под непривычным углом. Коллаж, колорирование в фотографии, неординарные люди.

Цвета Творца могут быть любые, но преимущественно яркие.



1.



2.



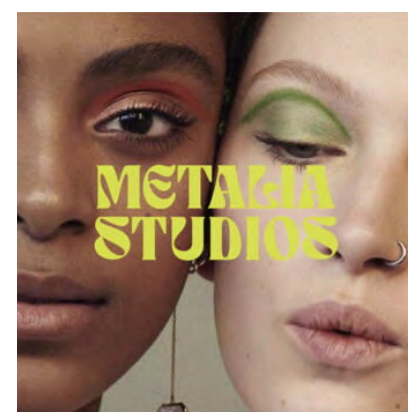
3.



4.



5.

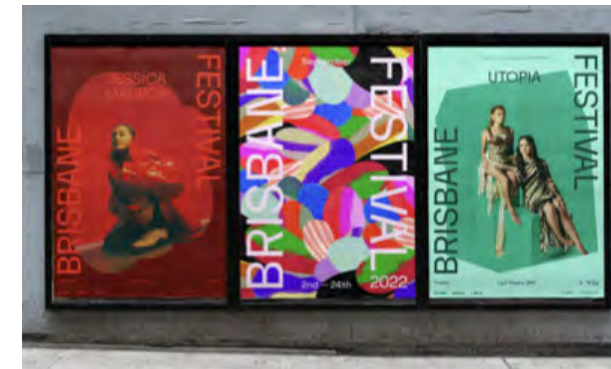


6.



7.

**Типографика.** Странные, геометричные, природные формы с необычными компенсаторами и засечками (1). Текст разного кегля, наклона, жирности, разрядки (2, 3, 6). Необычные компоновки шрифта, текст по дуге, по кругу, фигурный набор, искажения текста (4). Текстурные, иллюстративные шрифты, коллажного типа (5). Леттеринг (7).



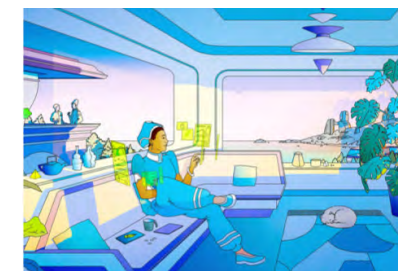
1.



2.



3.



5.



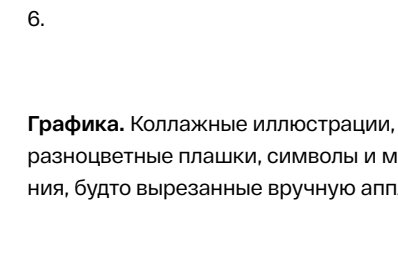
6.



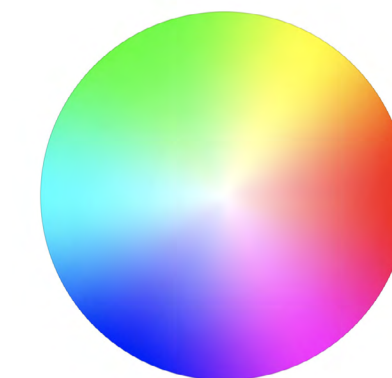
7.



8.



9.



**Цвета.** Любые, преимущественно яркие.





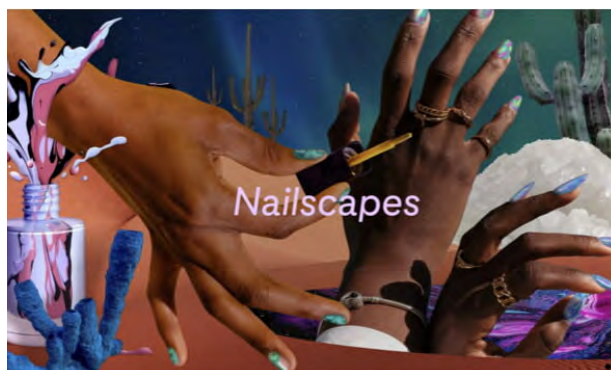
1.



2.



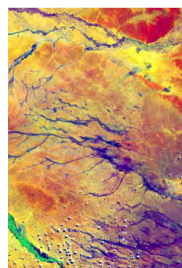
3.



4.



5.



6.



7.



8.

**Фотостиль.** Свой взгляд. Яркие, причудливые цвета, композиции, сочетания (1). Нестандартные пейзажи, элементы природы, увиденные под непривычным углом (2, 6). Непривычная для данной категории подача (3). Коллаж (4). Колорирование фото (5, 7). Яркие неординарные люди, необычные детали в портрете или одежде (8).

## Правитель

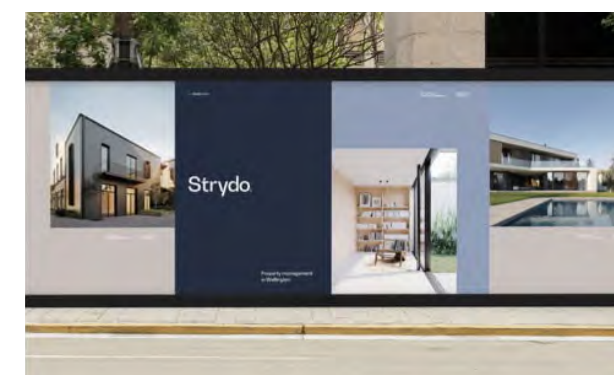
Правитель олицетворяет собой целостность и порядок. Он призван формировать свое государство, то есть выстраивает свою жизнь.

Шрифты Правителя нейтральные, упорядоченные, строгие, а также мощные, brutальные. Классические антиквы хорошо транслируют приверженность традициям и имперский стиль.

Графика архетипа уходит в премиальность и дороговизну. Простая геометрия, отсылки к классике через гравюры, предметы искусства и большое количество воздуха в макете.

Фотостиль Правителя поддерживает атмосферу роскоши: шикарные кожаные диваны, дорогая архитектура, величественный интерьер, текстуры камня, дерева, металла. Если на фото изображены люди, то это скорее мужчины за 40 в дорогих костюмах, свидетельствующие об их статусе.

Палитра Правителя внушает спокойствие и надежность. Сложные синие тона или другие темные и глубокие оттенки любых цветов.



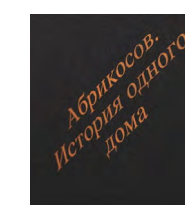
1.



2.



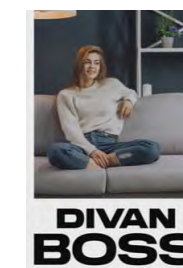
3.



5.



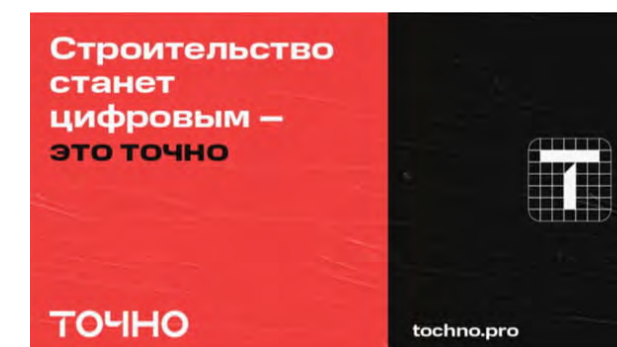
6.



7.



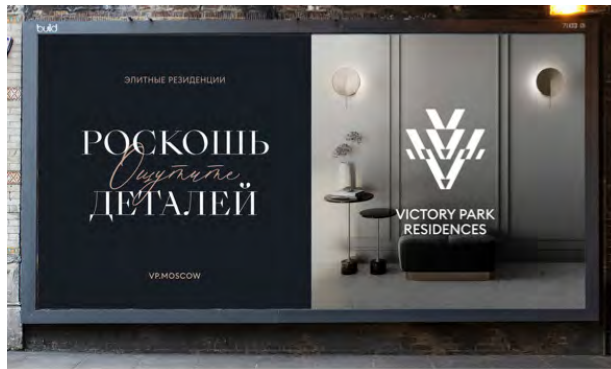
4.



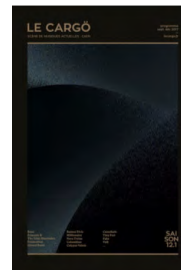
8.

**Типографика.** Нейтральные, официальные шрифты (1). Классические антиквы, имперский стиль (2, 3, 5). Мощные, уверенные, brutальные шрифты (4, 6–8).





1.



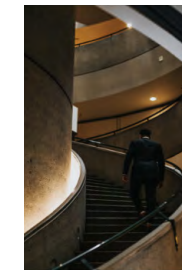
2.



3.



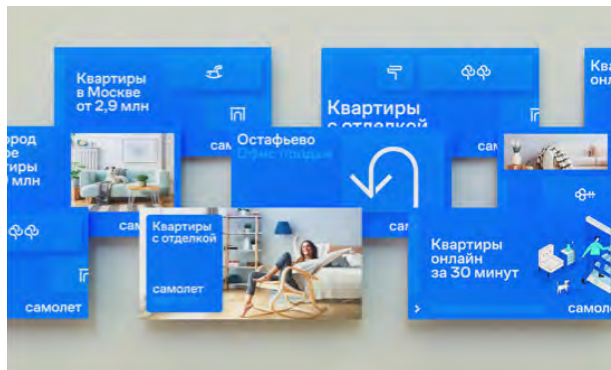
1.



2.



3.



4.



5.



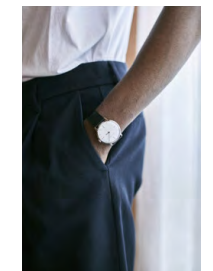
4.



5.



6.



7.



6.



7.



8.

**Графика.** Золотое тиснение, элементы «дорогого» дизайна, вензеля, росчерки (1–3). Прямоугольные, устойчивые, простые формы, придающие макету стабильность и уравновешенность (4). Простая геометрия (5, 6). Имперский стиль, отсылки к классицизму (7).

**Фотостиль.** Атмосфера «роскоши», элитности, премиальности (1). Величественные интерьеры и экстерьеры (2, 8). Текстуры камня, дерева, металла (3). Уверенные, опытные люди, чаще средних лет. Одежда классическая, нейтральная, часто – костюм (4, 6). Спокойная, величественная природа (5). Элементы роскоши (7).



1.



2.

**Цвета.** Сложные синие оттенки (1). Тёмные, глубокие (2).



## Шут

Наслаждается жизнью и склонен замечать смешное практически в любой ситуации, чтобы справиться с трудностями. Подталкивает людей к освобождению от иллюзий, депрессии и ограниченного взгляда на возможности.

Типографику Шута характеризует игривость, каламбур, веселье. Она чем-то напоминает архетип Наивного. Но здесь веселье не наивное, возможен сарказм, пародия, сатира.

В графике задействованы образы цирка, фокусов, трюков, гипноза, перевоплощений и превращений.

Фотостиль Шута изобилует гипертрофированными формами, странными перспективами, гротескными образами, необычными ракурсами, искаженными пропорциями.

С точки зрения цветов, Шут любит рождественские новогодние оттенки, яркие цвета конфетти.



1.



2.



1.



2.



3.



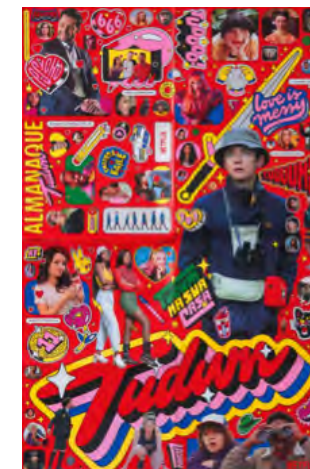
4.



5.



6.



7.

**Графика.** Гипнотические паттерны, отсылающие к теме цирка, фокусов, трюков (1). Дизайн, создающий иллюзию другого предмета, перевертыши (2). Шутливые, высмеивающие иллюстрации, сюр (3). Сочетание непривычных, несочетаемых элементов (4, 5). Стилизация под прошлые эпохи (6, 7).



3.



4.



5.

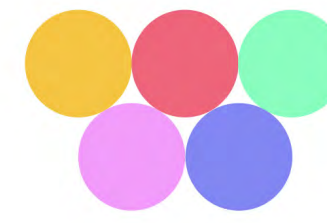


6.

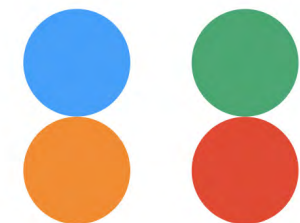
**Типографика.** Будто вырезанные из бумаги или слепленные из пластилина шрифты (1). Очень плотные по начертанию буквы выглядят как пухлые подушки или воздушные шары (2, 5). Игривые, небрежные шрифты (3, 4). Типографика, изображающая что-то, как в данном примере, буквы повторяют высоту и неравномерность небоскребов Манхэттена (6).



1.



2.



3.

**Цвета.** Рождественские и новогодние оттенки (1). Яркие цвета конфетти (2). Противоположные цвета (3).





1.



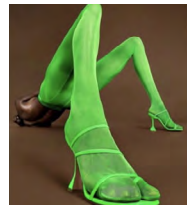
2.



3.



4.



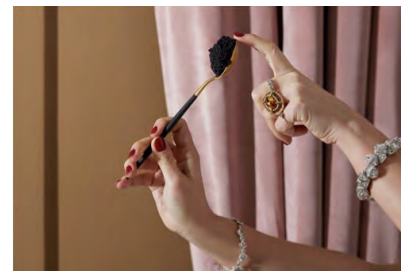
5.



6.



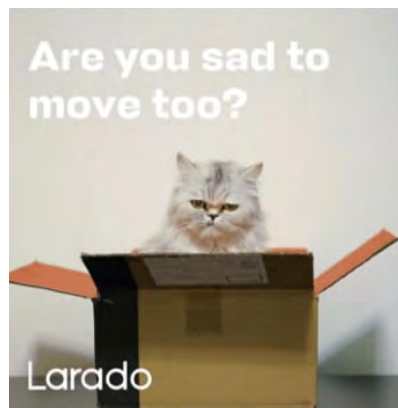
7.



8.



9.



10.

**Фотостиль.** Фото с детскими, смешными, инфантильными деталями (1, 2). Стилизация под прошлые эпохи (3). Странные, гротескные фотографии, необычные ракурсы, удлинённые, искажённые пропорции (4, 5). Странное, необычное использование предметов (6, 7). Высмеивание, пародия, дурачество (8–10).

## Маг

Становится катализатором интенсивных и быстрых изменений. Воплощает мечты в реальность и верит, что границы находятся только в голове. Может исследовать закономерности и заставлять вещи работать.

Типографика Мага – это, во-первых, растительные мотивы, острые засечки, которые отсылают к антикварам старого стиля, отсылающие к средневековым книгам про магию.

Во-вторых, это суперфутуристичные шрифты необычной формы с пикселями, про роботов, будущее и про то, что для нас является магией XXI века.

Графика Мага тоже разделена на два типа.

Первый – это иллюстрации, такие как ксилография, растительные паттерны эпохи модерна с завитками, с иллюстрациями.

Второй – технологический тип «светящийся», про новые технологии и часто с применением градиентов и чистого минимализма.

Маг очень любит текстуры, через которые будто можно подглядывать. Таинственность, секретность, преломления отлично проявляются в фотостиле.

Преломление сквозь стекло и воду, сумеречное освещение, лунный свет – все это присуще архетипу Волшебника. Если мы говорим про технологичность, то это неоновый свет а-ля стимпанк.

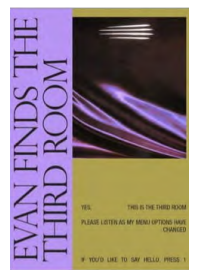
Цвета Мага – металлические, неоновые, темные фоны и градиенты.



1.



2.



3.



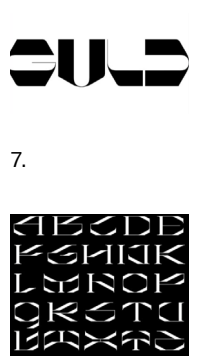
4.



5.



6.



7.



8.

**Типографика.** Волшебство: Главные, перетекающие формы литер (1). Отсылки к средневековым элементам типографики: буквицы, монограммы и т.д. (2). Антикварные шрифты, отсылающие к прошлым эпохам (3). Шрифты в стиле эпохи модерна с растительными мотивами (4). Технологии: Технологичные, футуристичные шрифты будто из будущего (5). Диджетальные шрифты, киберпанк (6–8).





1.



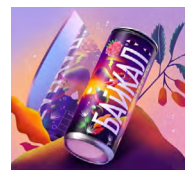
2.



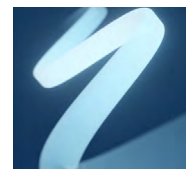
3.



4.



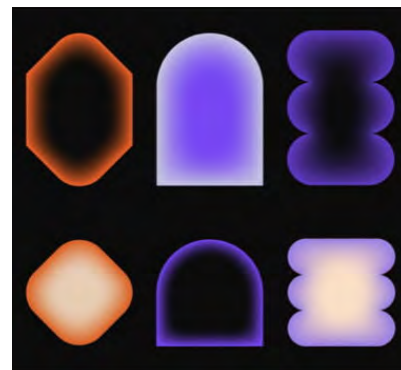
6.



5.



7.



8.



9.



10.

**Графика.** Волшебство: Иллюстрации в стиле прошлых эпох, средневековья (1). Иллюстрации и паттерны в стиле эпохи модерна (2). Графика с эффектом отражения, загадочность (3). Отсылка к магическим ритуалам, картам таро, колдовство (4). Градиенты, растительные мотивы (6). Технологии: 3D иллюстрации, с эффектом свечения и т.д. (5, 7). Градиенты (8). Текстуры стекла, эффекты отражения, преломления, создающие искажение изображения (9, 10).



1.



2.

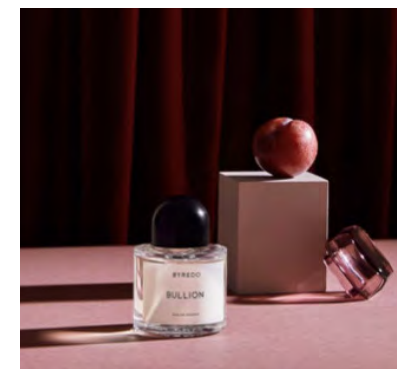


3.

**Цвета.** Тёмные, глубокие (1). Металлик (2). Неон (3).



1.



2.



3.



4.



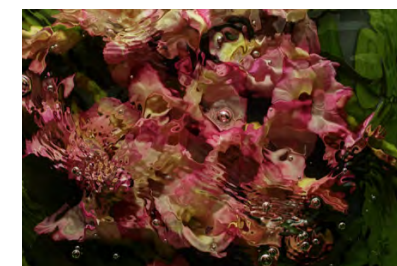
5.



6.



7.



8.

**Фотостиль.** Волшебство: Фотографии в стиле прошлых эпох, средневековья. Свет будто от свечи (1). Эффект ночного освещения, будто от луны, резкие, контрастные, драматичные тени (2). Сумеречное время, градиенты (3). Эффект преломления, искажения, взгляд сквозь что-то (5, 8). Технологии: Футуристичные, технологичные виды города, архитектуры, элементы в фотографии (4). Сумеречное или ночное время, неоновое освещение, подсветка. Люди, которые не смотрят в кадр, таинственность, супер технологичные детали, предметы (4, 6, 7). Цветное освещение (6).



# Мудрец

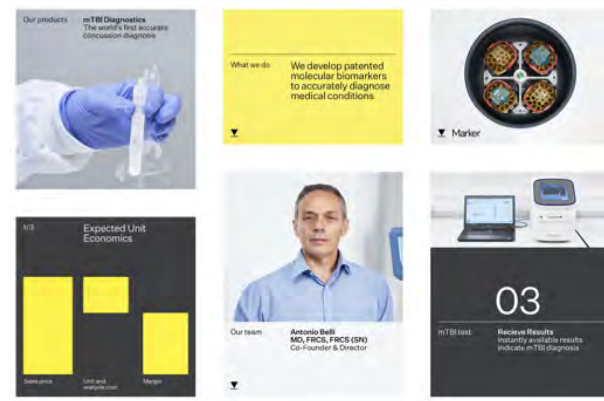
Использует интеллект для постижения мира. Желает независимости и правды. Обладает хорошей интуицией, спокойствием и невозмутимостью. Имеет теневую сторону, проявляющуюся в бесчувственности и догматичности.

Типографика Мудреца сухая и аскетичная, никаких украшательств. Они должны четко доносить свою идею, чтобы ничего не мешало учить людей. Мудрец очень любит линейки, графики, диаграммы – все, что ассоциируется с научными вычислениями, с научным подходом.

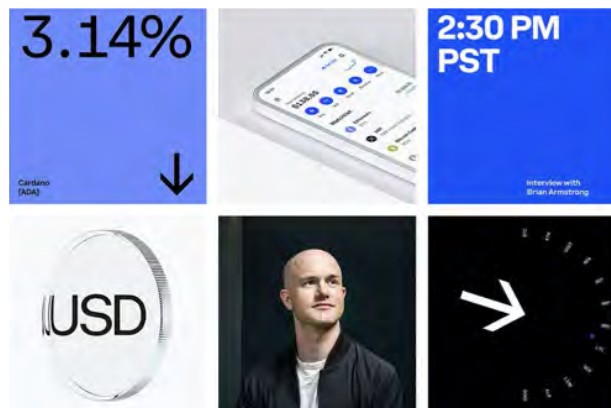
Графика Мудреца тоже минималистична. В отличие от Мага, это не про современные технологии, но это про точность вычисления, благодаря чему создается детальная доказательная картинка, графика: иконки, чертежи, структурность и инфографика.

Фотостиль Мудреца отличает белый или спокойный фон, чтобы ничего не отвлекало от предмета: фокус на предмет, ничего не мешает, как в лаборатории.

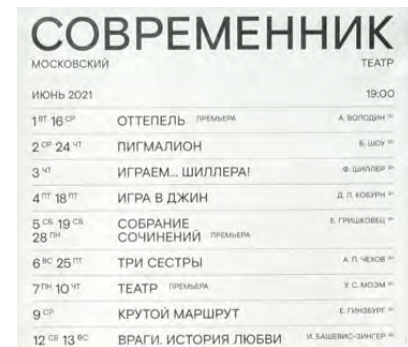
Фотоизображения увеличены как под лупой, можно разглядывать и изучать. Цвета Мудреца – это монокром, темные глубокие, яркие черно-белые или диджитальные современные.



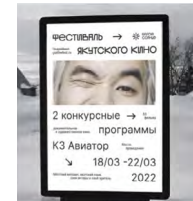
1.



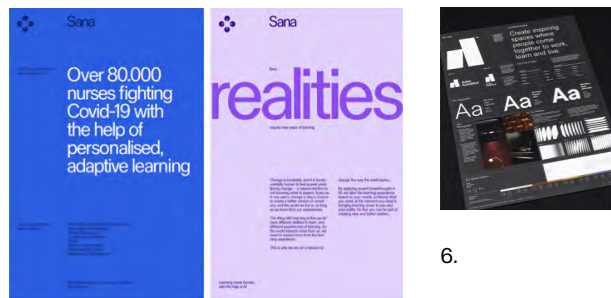
2.



3.



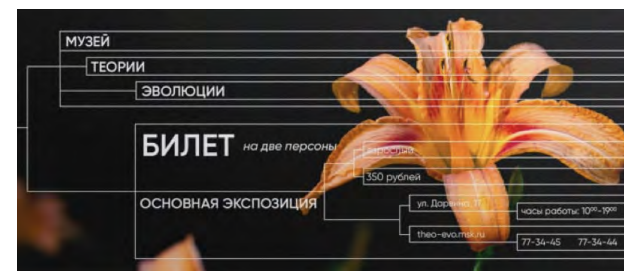
4.



5.



6.

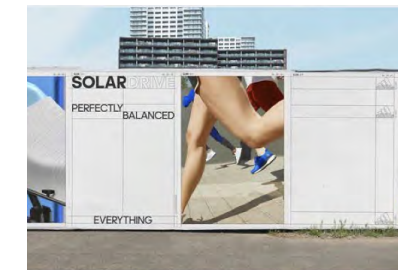


7.

**Типографика.** Аскетичный, сухой стиль типографики, задача которого четко и доходчиво изложить информацию (1, 6). Схемы, графики, диаграммы, измерения, числа и смыслы, ассоциации с научными вычислениями (2). Линейки, разграничивающие и структурирующие информацию (3, 7). Чистота, лаконизм, аскетичность (4). Гротекски, четкие формы и хорошая читабельность (5).



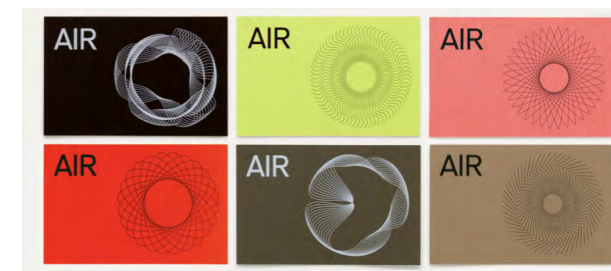
1.



2.



3.



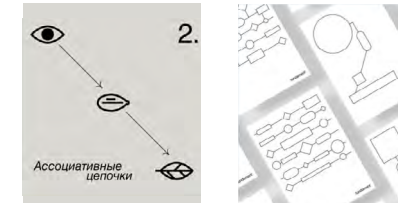
4.



5.



6.



7.

8.

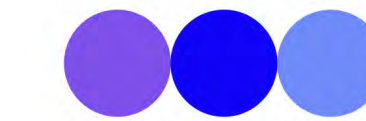
**Графика.** Графика, сделанная при помощи кодирования, математических вычислений (1). Ассоциации с графиками, чертежами, схемами (2). Модульность, добавляющая четкости, структурности (3). Генеративная графика, построенная на формулах (4). Простые иллюстрации, четко определяющие смысл, иконографика вместо пестрых картинок (5, 7). Линейки (6). Линейная графика (8).



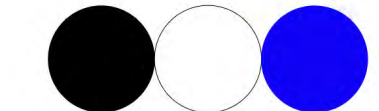
1.



2.



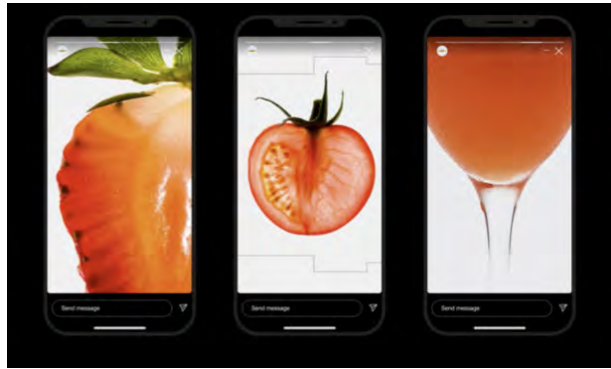
3.



4.

**Цвета.** Монохромные (1). Темные, глубокие (2). Диджитальные (3). Ч/б + яркий (4).

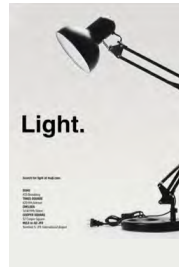




1.



2.



3.



4.



5.



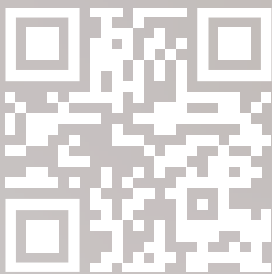
6.



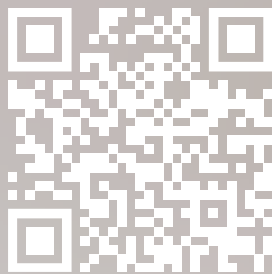
7.

**Фотостиль.** Фотографии, показывающие суть, внутреннее содержание, структуру, будто сделанные под микроскопом, похожие на научные зарисовки (1, 2). Предметы на нейтральном фоне, ничто не отвлекает, фокус на главном (3). Люди, снятые как на паспорт, сухость, бесстрастность, спокойствие и интеллект (4). Футуристичная, минималистичная архитектура, продуманная и без излишеств (5–7).





[city.vds.group](https://city.vds.group)



[telegram](#)