

vds

Развитие городской среды / архитектура и айдентика

Итоги февраля 2024



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

В этом выпуске мы бы хотели рассказать о брендированных средах: что это и почему они важны.

Помимо персонала в униформе и гигантских вывесок на здании, существует большое количество факторов, которые выделяют бренд и делают его узнаваемым. Текстуры, материалы, формы и цвета, мебель и освещение – все это создает ощущение пребывания в брендированной среде. Эти элементы, составляющие фирменный стиль, реплицируются повсеместно для создания узнаваемого образа.

Бренды постоянно стремятся расширить свою идентичность до пространственного опыта, ведь их миссия – привлекать, увлекать и взаимодействовать с людьми, стремясь превратить их в постоянных клиентов. Считается, что при физическом взаимодействии с компанией клиент установит более сильную связь с брендом и станет его потребителем. Для этого создаются брендированные среды – пространства, предназначенные для проведения мероприятий бренда или взаимодействия с клиентами. Они могут принимать форму розничного магазина, временного шоурума, места, предлагающего определенную активность или опыт.

Создание фирменного пространства требует большего, чем включение основных цветов компании в пространство или отображение ее логотипа. Процесс проектирования обычно начинается с понимания миссии и цели бренда, которые затем переводятся в пространственную идентичность, которая позволяет выразить свои ценности через физические точки соприкосновения, с которыми люди могут иммерсивно взаимодействовать. Физические пространства позволяют мультисенсорно воспринимать бренд с помощью визуальных эффектов, запа-

хов, прикосновений и вкусов. Знакомство с брендом из первых рук побуждает клиентов к более активному взаимодействию с ним.

Например, Nike наполняют свои магазины динамичными визуальными дисплеями, интерактивными экранами и яркими демонстрациями товаров бренда, что вызывает ощущение энергии, инноваций, духа атлетизма – все это ценности, которые представляет бренд. Бренд средств по уходу за кожей Aesop также использует дизайн интерьера в качестве мощного маркетингового инструмента. Каждый магазин Aesop передает дух места, в котором он расположен. А неизменным остается их воспроизведение опыта ухода за собой – в каждом магазине предлагается попробовать любое средство из их линейки, для этого в магазине специально установлены раковины. Так, дизайн и главная идея их пространств позволяет говорить самим за себя. Бренд одежды Massimo Dutti прекрасно демонстрирует свою принадлежность к мидл-сегменту через дизайн своих магазинов: в интерьере бренд использует приглушенные натуральные оттенки, мягкие бархатистые текстуры, а также запоминающийся аромат, который можно услышать в любом магазине бренда.

Брендированные пространства позволяют объединять бренды и посетителей с общими ценностями, тем самым они продают не только свой продукт, но и образ жизни. Именно такой вид опыта позволяет сделать своих клиентов постоянными друзьями бренда.

Содержание

01 Брендинг

- 06 Что такое территориальный брендинг
- 13 SUBBIE – стритфуд с минималистичным запоминающимся дизайном
- 16 Существует ли идентичность в городском планировании
- 19 Визуальный стиль Центрального парка в Нью-Йорке

02 Большая архитектура

- 23 Вокзал Метрополитен в Люблине
- 30 Корпус новой инженерной школы в Париже от бюро Vallet de Martinis architects
- 40 Пекинская городская библиотека
- 50 Здание политехнической школы в Париже

03 Малая архитектура

- 52 Большая мечеть Аль-Муттакин Abdurrahman Architect
- 56 Реновация парка культуры и отдыха в Барнауле
- 68 Общественный центр с удивительной мозаичной крышей построенный Manuelle Gautrand Architecture
- 78 Дом-кокон во Вьетнаме

04 Визуальная коммуникация

- 82 Корбюзье, Гауди и Кандинский: роль цвета в архитектуре
- 87 10 революционных материалов, которые будут формировать мир дизайна и технологий в 2024 году
- 92 Калейдоскопический павильон в Калифорнии от SOFTlab
- 95 Навигационная система района Бровары Варшавские

Что такое территориальный брендинг

Территориальный брендинг позволяет продвигать не только целые страны или большие мегаполисы, но и малые поселения, локальные сообщества и просто достопримечательности.



Территориальный бренд – это квинтэссенция места, уникальное ощущение от территории, красивая легенда.

Уверены: при упоминании Франции вам представляется далеко не только Эйфелева башня и вино. А с Италией ассоциируется не одна лишь пицца и паста. Так же как и Россия уже давно ни для кого не страна с медведями и балалайками.

Такой слом первоуровневых стереотипов – в том числе и результат последовательного внедрения так называемых территориальных брендов. Этот инструмент формирует ассоциации и имидж городов, поселков, территорий, местечек и целых стран. И за последнее время он стал одним из важнейших инструментов экономического развития регионов планеты.

Что такое территориальный брендинг

Брендинг территории – это процесс формирования положительного образа страны или отдельного субъекта, который опирается на социокультурное, экономическое и политическое развитие этой страны или субъекта. Звучит сложно, но на деле за этим определением кроется простая идея. Нужно поймать самую суть места, проникнуть в его душу, найти, как это называли еще римляне, *genius loci* – «гения места». И затем рассказать об этом языком брендинга.

Критерии успеха

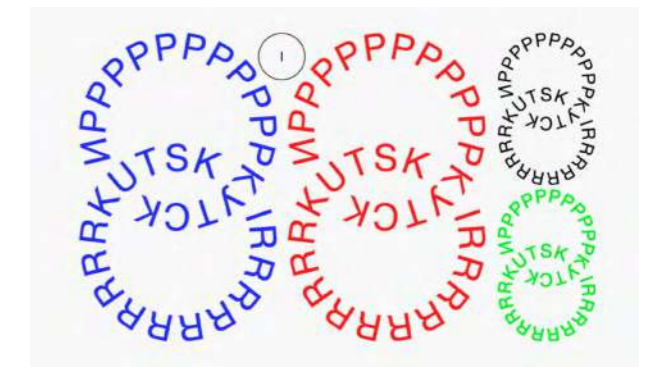
1. Ассоциации, которые работают
Успешный бренд территории всегда существует в двух измерениях: в головах людей и в наборе формальных атрибутов – логотипе, графических формах, названии. Если такие атрибуты есть, но не вызывают нужных ассоциаций с местом, не отражают его смыслы и не становятся частью восприятия региона, то говорить о территориальном бренде рано.

2. В бренд должны поверить местные жители
Территориальный брендинг всегда направлен не только на мировое сообщество в целом, но и на местных жителей. И если для плохо знакомых с местом людей можно создать легенду, оторванную от реальности, и исказить восприятие, то местные жители быстро почувствуют фальшь. И такая разработка в бренд опять же не превратится.

Пример: для местных жителей Иркутск – это город у Байкала с вызывающей гордостью природой, суровым климатом и невероятными людьми. Однако разрабатывавшая несколько лет назад бренд Иркутска московская студия увидела иное: энергию и движение.

Разработка получила высокие оценки профессионального сообщества, но за несколько лет совсем пропала из использования где-либо, так и не найдя отклика в сердцах местных жителей.

3. Наличие landmark



Бренд Иркутска 2018 года

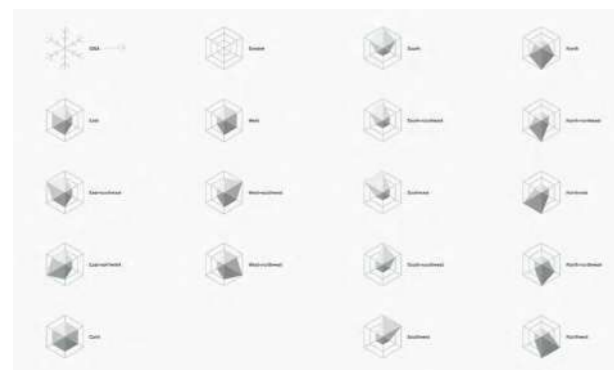
Территориальный бренд – это квинтэссенция места, уникальное ощущение от территории, красивая легенда. Поэтому важнейшим условием для построения успешного бренда места является landmark. В общем смысле под этим термином понимают символ места, архетипический ориентир, который способен привести людей даже в самые отдаленные и труднодоступные локации, стать основной целью для туризма.

Составляющие понятия landmark:

- национальная идентичность;
- природа (географические и экологические особенности территории);
- история и мифология (исторические события, легендирование);
- архитектура (знаковые достопримечательности, постройки);
- продукт (национальный продукт, производимый на территории, прославивший ее и ассоциируемый с ней);
- амбассадоры (личность основателя, социальное окружение).

Пример поиска landmark: Нордкин, Норвегия

Нордкин – регион на крайнем севере Норвегии на побережье Баренцева моря. Здесь нет особых достопримечательностей, если не считать полярное сияние, красивую скалу и самый северный маяк в мире. Однако местные власти все же решили создать бренд города, чтобы привлечь дополнительных туристов как из самой Норвегии, так и из соседних стран. Поскольку жизнь в Нордкине зависит от сурового местного климата, это решено было отразить и в новом бренде. Landmark Нордкина – его климат.



В результате появился динамичный логотип, похожий на кристалл льда. Дизайн меняет свою форму в зависимости от температуры и направления ветра. Эту же идею отразил и новый слоган: Where Nature Rules.



Форма логотипа в соцсетях и на сайте города действительно регулярно меняется, подстраиваясь под местную погоду.

Зачем нужен территориальный брендинг

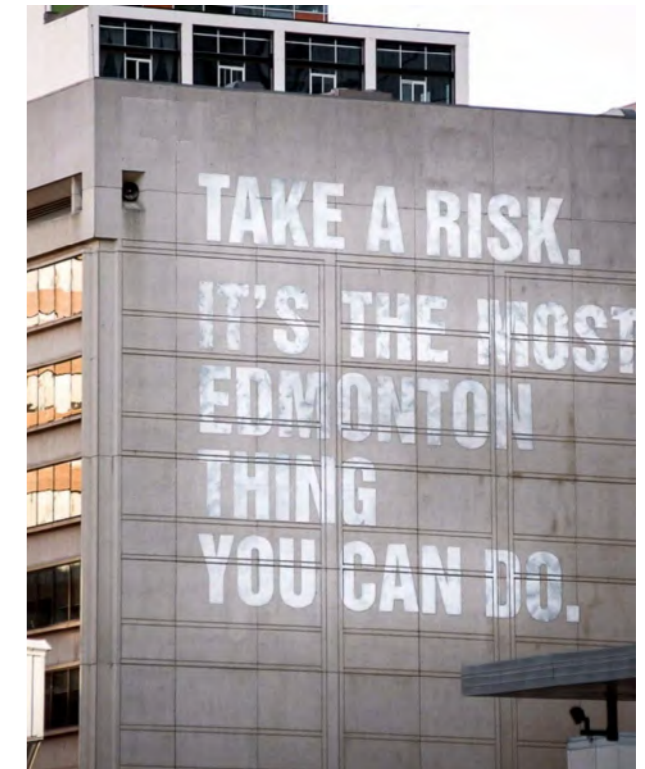
Создание имиджа территорий помогает решить несколько задач, из которых можно особо выделить следующее.

1. Улучшение общего имиджа территории
Создание сильного бренда местности помогает преодолеть устаревшие стереотипы, сгладить появившиеся по разным причинам негативные ассоциации с местом или просто увидеть регион с нового ракурса.

Эдмонтон – довольно крупный канадский город. Однако репутация у него долгие годы была не лучшая, он никогда не входил в туристические маршруты и едва ли во всей стране нашлись бы люди, мечтавшие о переезде туда. «Слишком далеко, холодно и скучно», – отзывались об Эдмонтоне сами канадцы. Ключевой идеей нового бренда города стал вызов. Возникший как низовая инициатива челлендж Make Something Edmonton доказывал: чтобы построить на севере один из крупнейших городов страны, нужны сила, креативность и несгибаемый дух авантюризма.



Лэндмарком Эдмонта стал пробивной дух его жителей, реализовывавших смелые необычные проекты. Все это стало основой сначала вербальной, а затем и визуальной идентификации города.



2. Привлечение туристов

Особый вид территориального брендинга, где на первый план выходят знаковые символы территории, которые будут притягивать людей и в конечном счете становиться целью поездки.



Основу визуального подхода к брендингу города Порту (Португалия) составляет отсылка к национальной бело-голубой керамике – азулежу.

3. Уменьшение миграции и оттока коренного населения из региона

Эта цель часто стоит за брендингом маленьких или провинциальных городов, для которых отток населения представляет серьезную проблему.



Красивый пример того, как слабое место превращается в landmark. Звание «столицы всех провинций» Урюпинск подкрепил слоганом «Я брошу все и уеду в Урюпинск».

4. Усиление инвестиционной привлекательности

Территориальный брендинг – это еще и инструмент для развития экономической привлекательности региона. В этом случае на первый план выносятся идея открытости, интеграции и взаимопроникновения.



Ханты-Мансийский автономный округ – Югра имеет собственный инвестиционный бренд со слоганом, отражающим открытость к совместным проектам.

Основные виды территориального брендинга

С точки зрения масштаба можно выделить локальный и национальный брендинг.

Локальный (местный, городской) – это бренд определенного населенного пункта. Большинство крупных компаний поддерживают местный бренд для привлечения инвесторов, которые вкладываются в бизнес и инфраструктуру поселения. Примерами этого вида брендинга являются многие курортные города: Сочи, Геленджик, Карловы Вары, Анталья и другие. Отдельными подтипами можно выделить столичные и региональные бренды.

Национальный – брендинг и создание имиджа отдельного государства. Для его развития обычно требуется значительно больше усилий и активностей.

С точки зрения целеполагания можно выделить, например, туристический бренд места, спортивный бренд (тип бренда, связанный со знаковым спортивным мероприятием – Олимпиадой, чемпионатом мира и т. д.), а также инвестиционный.



Этапы создания бренда территории

Создание любого бренда – процесс долгий и дорогой. Но кроме этой проблемы у брендинга территорий есть особенность – отсутствие ярко выраженной целевой аудитории, из-за чего специалистам приходится работать буквально со всеми. Дополнительные трудности создает размытость критериев оценки эффективности такого бренда. Ведь успешность бренда места тесно связана с его использованием на административном уровне. Однако не менее важно, чтобы он вызывал отклик у людей – местных жителей и, например, туристов.

Тем не менее основные этапы рождения бренда места во многом схожи с этапами разработки привычного коммерческого бренда.

Определение целей

Пожалуй, этот самый первый этап можно назвать и самым важным. Ведь территориальный бренд не может успешно существовать, если его разработка не преследовала четко определенные цели. Например, продвижение спортивного мероприятия (пример – бренд «Сочи 2014»), увеличение туристического потока, привлечение инвестиций в регион и так далее. Собственный территориальный бренд действительно сегодня есть у многих крупных городов. Но это не то, что стоит разрабатывать просто потому, что так делают все.

Определение территориальных границ

На этом этапе необходимо определить географию работы. Ведь территориальный брендинг не всегда может затрагивать сугубо административную единицу. Целевой регион может быть довольно размытым с крайне условными границами – но понимать их для начала работы все равно необходимо.



Бренд Северного Кавказа очевидным образом объединяет сразу несколько субъектов этого условного региона.

Исследовательско-аналитический этап

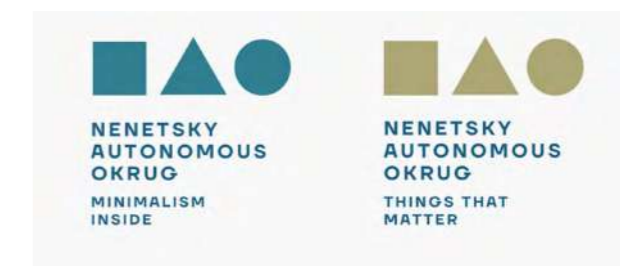
Исследования помогают точнее определить портрет аудитории, выявить преимущества и недостатки восприятия региона. В ходе исследований подсвечиваются особенности различных сфер жизни – политической, экономической, социокультурной. Примеры работ в рамках этапа исследования региона – глубинные интервью с местными жителями, туристами, предпринимателями, кабинетные исследования.

Создание позиционирования

Концепция позиционирования должна опираться на тот самый landmark, о котором говорилось выше. То есть на уникальную особенность места. В ходе исследования необходимо выявить отличительные черты территории в природе, архитектуре, истории, производимых продуктах. Словом, нужно определить точки притяжения и в целом саму суть региона, уловить его «душу». Из всего этого и формируется платформа, на которой будет строиться бренд.

Визуализация

На этом этапе с опорой на стратегию позиционирования разрабатываются визуальные и вербальные атрибуты бренда места: фирменный стиль, логотип, слоган. Синергия визуальной составляющей и слогана – это то, что помогает территориальному бренду найти место в головах (а также сердцах) и местных жителей, и целевого сообщества.



Проведя глубинные интервью, специалисты, создававшие бренд Ненецкого автономного округа, поняли, что местные жители ценят минимализм, утилитарную простоту, немногословную суровую красоту региона. Отталкиваясь от идеи минимализма, была создана айдентика, использующая геометрические фигуры, символизирующие особенности Ненецкого автономного округа: полярное солнце, чум, оленей, буровые вышки. А полностью раскрыть задумку помогла вербальная часть, включающая слоган «Ничего лишнего».

Продвижение

Территориальный бренд не может жить сам по себе, у него нет упаковки и этикетки, которые могли бы стать каналами продвижения. Поэтому уже на этапе разработки важно понимать, где и как бренд будет использоваться, какие последуют рекламные и PR-активности после появления бренда, как он будет презентован аудитории и так далее.

Что в итоге

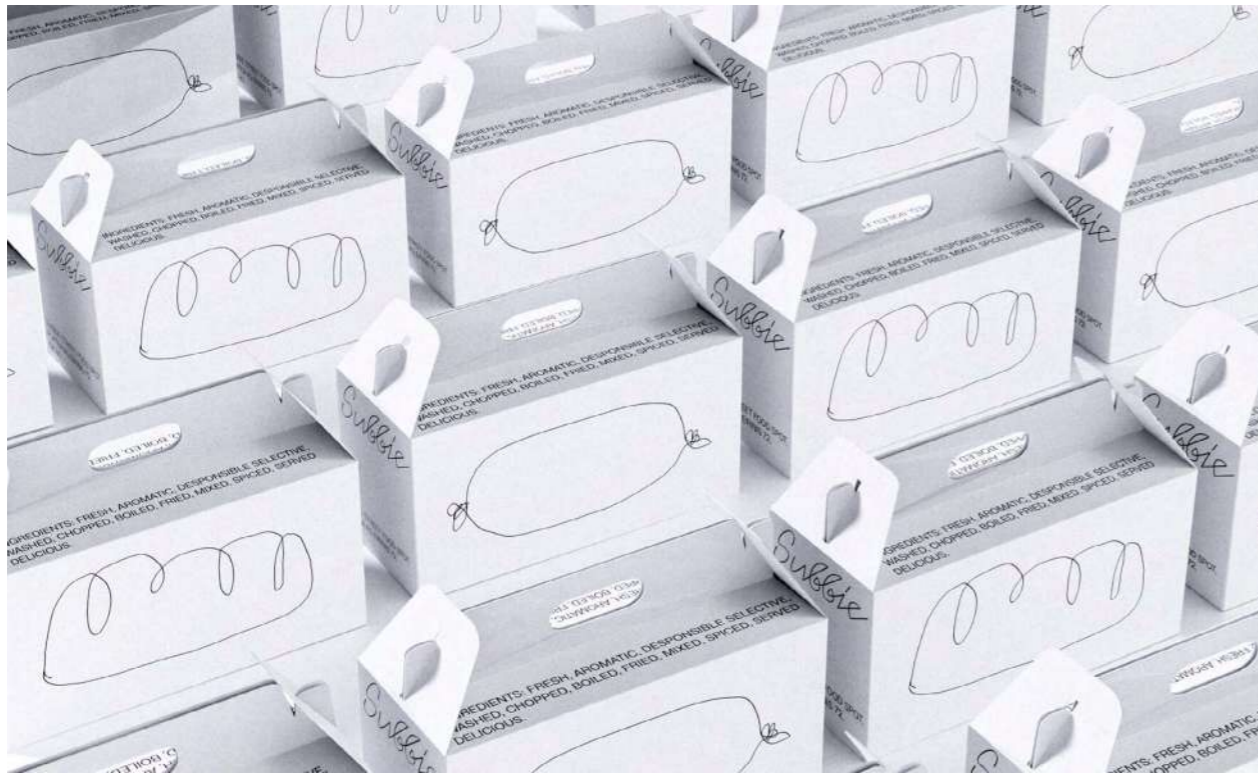
Территориальный брендинг позволяет продвигать не только целые страны или большие мегаполисы, но и малые поселения, локальные сообщества и просто достопримечательности. Конечно, небольшие города или регионы не всегда могут конкурировать с центрами, но формирование имиджа и своего собственного узнаваемого фирменного стиля позволяет привлекать не только туристов, но и инвесторов. А это становится мощным импульсом развития даже для отдаленных, не попадающих в туристические маршруты регионов.

otvetdesign.ru

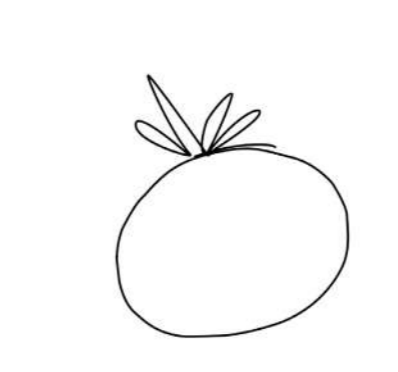
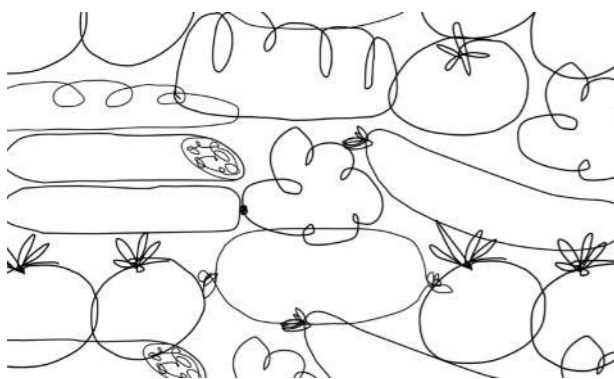
SUBBIE – стритфуд с минималистичным запоминающимся дизайном

Айдентика стритфуда SUBBIE
от агентства K2Design.





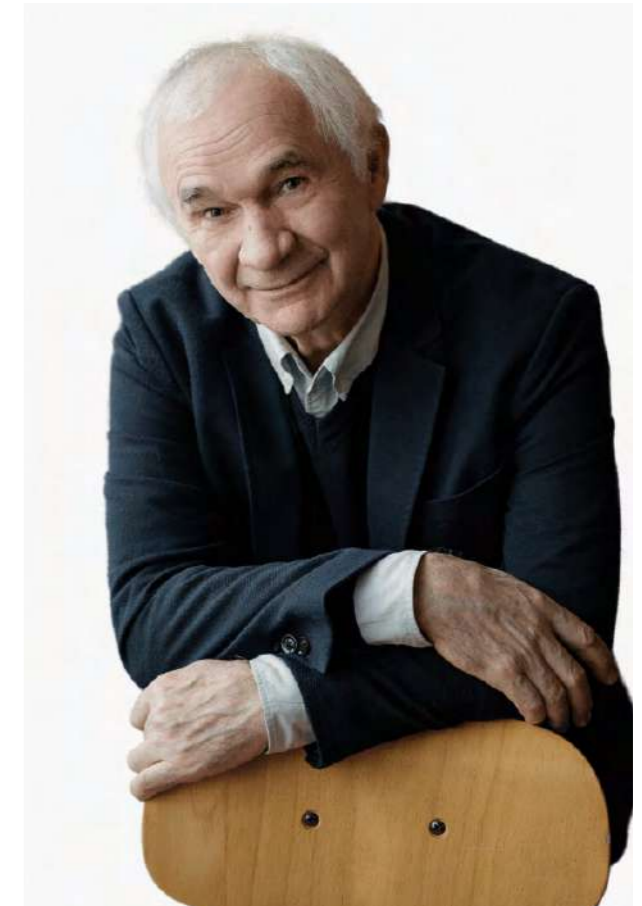
SUBBIE – стритфуд с минималистичным запоминающимся дизайном. Из-за этой неряшливости чувствуется сам стиль уличной еды, где надо все сделать быстро. И совершенно нет времени на упаковку, поэтому давайте просто нарисуем ручкой, то что внутри.



Существует ли идентичность в городском планировании

«Достоинством объекта мы считали, что его никто не замечает», – поделился Раис Баишев, соучредитель бюро «Остоженка».

С идентичностью в проектах городской среды все понятно: паттерны на стаканчиках кофе, навигация, стенды с историческими справками, арт-объекты – пока максимум, на что способно благоустройство. А что если взять другой масштаб? На вопросы, существует ли идентичность в городском планировании и что с ней делать, отвечает Раис Баишев, соучредитель бюро «Остоженка».



Как модные слова, так и их употребление все это очень переменчиво. Идентичность не является рабочим понятием проектной деятельности. Может быть, понятие и актуально для обозревания городских событий, благоустройства, социальных эффектов. Мы говорим об архитектуре и несмотря на расхожесть этого слова, в своей практике применяем его редко.

На практике его приходится переводить, расшифровывать более устойчивыми понятиями, такими как уместность, сомасштабность, структурная логика, соответствие духу места. Для нас это перевод на классические термины работы с городской средой по восходящей от сомасштабности до гармонии, того, что является целью проектирования и строительства.

Мы могли бы привести множество примеров работы с городской средой в разных городах нашей страны, от Краснодара до Южно-Сахалинска. Повсюду, какой бы ни был проект, он начинается с аналитической части, с изучения особенностей города, места, природных условий и всех параметров участка, на котором происходит новое действие, новое строительство. Будь то генеральный план города, его фрагмент или отдельно стоящий объект, проекту предшествует глубокий и всесторонний анализ характеристик ме-

ста. Аналитический этап подводит к тому, что в конкретной разработке учет контекста служит ценным наполнением проекта.

Это можно увидеть на примере комплексной реконструкции территории района Остоженки в километре от Кремля, когда одна единица – микрорайон 17 – превратилась в сто единиц домовладений, освоенных на протяжении всего пятнадцати лет, превративших этот район в «Золотую Милю». «Золотая Миля» – это экономический, социальный и архитектурный эффект проекта, который разрабатывался с самого начала специалистами из самых разных областей: историками, социологами, экологами, экономистами, градостроителями.

Для города в целом основной характеристикой является структура улиц. В Москве она радиально-кольцевая, в Санкт-Петербурге – лучевая и прямоугольная. Для города крайне важно присутствие воды – моря, реки, других больших водоемов – или достаточно выраженный рельеф. Важная черта городской ткани – взаимодействие города и природы.

Город никогда не останавливается в своем развитии вместе с обществом, технологиями, техникой. Поэтому иногда возникают противоречия современных



Визуальный стиль Центрального парка в Нью-Йорке



технологий организации жизни и той структуры, которая заложена в самом городе. Исключение составляют города-музеи. В Венеции, например, ширина улиц местами всего 1,5 метра, но никого это не смущает. Пустить электропоезд по улицам здесь никому не придет в голову. Весь город фактически пешеходный. Это и есть сохраняемое своеобразие на основании высочайшей культурной ценности.

Городское строительство России страдает от того, что мегаполисы развиваются в ущерб развитию малых городов, в ущерб глобальному расселению страны на необъятных просторах от западных до восточных границ. Но этот дефект будет устранен. Представители всех профессий, занятых градостроительством, градообразованием, понимают, что так будет не всегда. Итог двадцати лет новой идентичности кроется в ожидании позитивных изменений в развитии малых городов и создании новых в системе расселения страны.

Кажется, что идентичность раз и навсегда дана городу – но нет, она изменчива, как отражение развития общества в зеркале времени. Вспомним, что Москва когда-то была характеризуема как сорок сороков. Затем сталинские высотки изменили облик столицы. В хрущевское и брежневское время историческая Москва утонула в новых микрорайонах. Более сотни небоскребов, которые строятся в Москве сейчас, на наших глазах вновь меняют образ города.

В понятии идентичности кроется еще один казус: кажется, что в исторической среде нужно строить только так, как оно было до нас. Афинская хартия, подписанная в Европе в 1930-е годы устанавливает, что подделка отживших приемов и стилей – это дезавуирование их ценности. Все новое должно быть новым. «Книга города» пишется на протяжении столетий, каждый век, каждый год, как период развития города должен оставлять правдивую страницу в этой книге, не обесценивая предыдущие.

Первый современный объект, который был построен на Остоженке, – здание Международного московского банка. Он был почти не замечен общественностью исключительно по той причине, что вобрал в себя все характеристики, полученные в результате анализа этого места по высотности, плотности, строению фасадов, линий набережной. Достоинством объекта мы считали то, что его мало кто замечает в исторической среде.

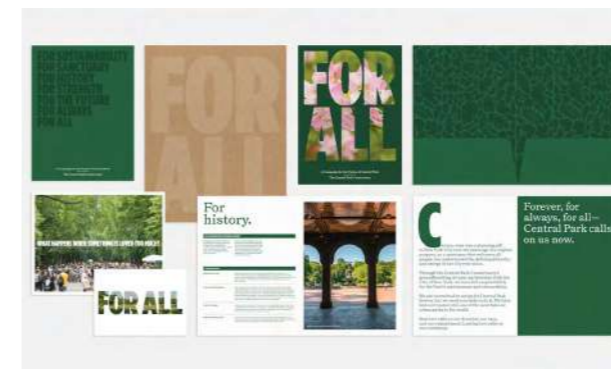
Миссия нашей профессии – забота о гуманности городской среды. Нужен большой опыт, чтобы дисциплинировать и этажность, и плотность. Контрасты уместны, но важно, чтобы освоение городского пространства происходило профессионально, обдуманно и обоснованно.

Один пример: мастер-план ревитализации Благовещенской слободы по Черниговской набережной в Нижнем Новгороде, где хорошо видно, что пиксельная малоэтажная застройка, идущая от монастыря к метромосту, вдруг завершается высотной композицией, двумя башнями. Это пример уместного контрастного решения. Плотная малоэтажная застройка, по структуре отвечающая морфотипу исторического фрагмента города, завершается вертикалью неслучайно. Недавно возникшая здесь мощная горизонталь метромоста через Оку требует контрапункта, контраста горизонтали и вертикали. Мы поддержали эту идею и воплотили в проекте.

ktogorod.ru

**Визуальная идентичность
и вывески для некоммерческой
организации, управляющей
самым известным парком
в мире.**





CENTRAL PARK CONSERVANCY

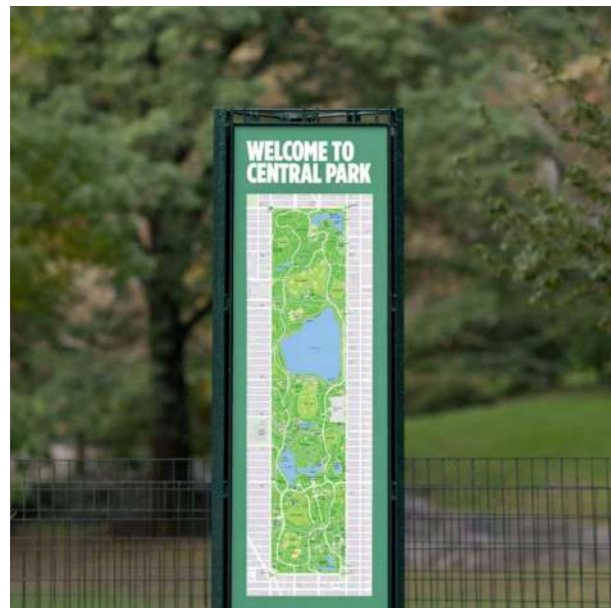


Центральный парк – один из самых красивых пейзажей Нью-Йорка, но он не всегда выглядел так. Оазис площадью 843 акра в центре Манхэттена пережил десятилетия упадка и запустения в 1960-х и 70-х годах, прежде чем возрождение, инициированное Охраной Центрального парка, вернуло ему былую славу. Основанная в 1980 году защитницей окружающей среды Элизабет Барлоу Роджерс и другими общественными лидерами, the Conservancy является частной некоммерческой организацией, которая осуществляет надзор за управлением парком по контракту с мэрией Нью-Йорка и NYC Parks. Усилия организации помогли сделать заповедник самым посещаемым городским парком в США, принимающим более 42 миллионов человек в год.

Несмотря на этот успех, многие жители Нью-Йорка не были знакомы с организацией по охране Центрального парка (CPC) и той важной работой, которую она выполняет. Компания Pentagram разработала программу визуальной идентификации и вывесок, которая повышает авторитет CPC и напоминает общественности, что управлением парком руководит некоммерческая организация, которая зависит от их поддержки. Брендинг также помогает придать Центральному парку уникальный стиль в системе парков Нью-Йорка, которая насчитывает 1700 парков.



Вокзал Метрополитен в Люблине



Обновленная визуальная идентичность сочетает прямоугольную форму территории с четкими пропорциями и вертикальной ориентацией Центрального парка, а также типографией, использующей шрифт Gotham Condensed. Цветовая палитра представлена яркими оттенками изумрудно-зеленого, а простота логотипа прослеживается в серии значков, на которых можно найти листья различных деревьев, произрастающих в парке.

Изображения листьев деревьев также используются в обновленном шрифте парка. Буквы могут быть разных оттенков и сезонных цветов, а лиственный мотив распространяется на графические узоры на новой одежде для персонала, разработанной легендарным дизайнером униформы Стэном Херманом, а также на средствах связи и товарах для парка.

Новый фирменный стиль повышает ценность охраны природы и напоминает жителям Нью-Йорка о том, что управление парком осуществляется некоммерческой организацией, которая зависит от их поддержки. Вывески, включая новую карту, разработаны таким образом, чтобы функционировать в тандеме с обязательными вывесками парков Нью-Йорка и помогать создавать лучшее впечатление для посетителей. В разгар пандемии вдоль дорожек парка появились баннеры, приглашающие посетителей "Поделиться своей историей" с хэштегом #myCentral Park (часть кампании, разработанной совместно с Перейрой О'Делл), а также отдельные цитаты, показывающие, что значит этот большой, красивый парк для всех жителей Нью-Йорка.

pentagram.com



Это современное сооружение является ключевым компонентом комплексного проекта интегрированного транспортного центра, который возвели в столице Люблинского воеводства.

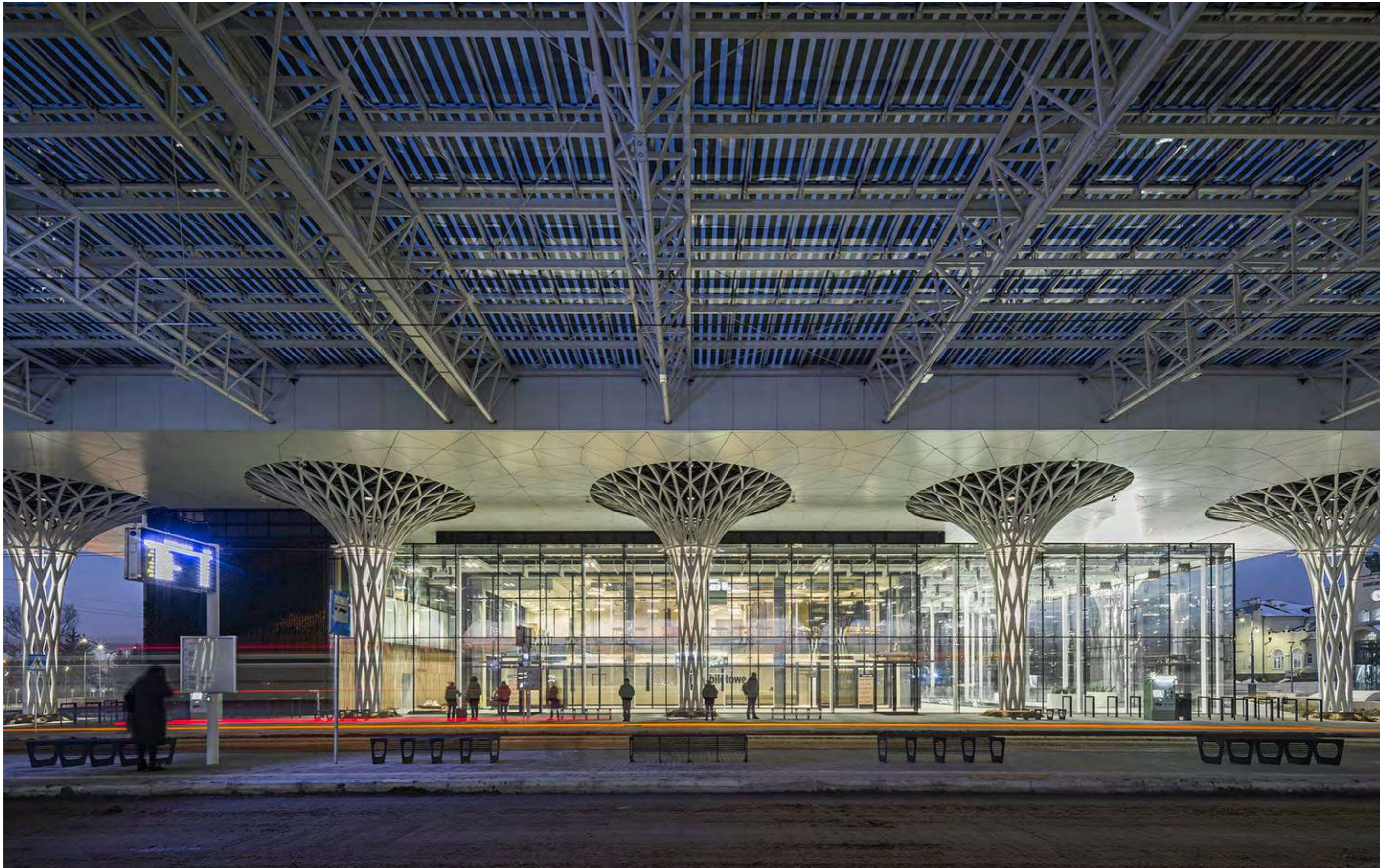




Современный, экологически чистый вокзал Метрополитен в Люблине – это работа польской архитектурной студии Tremend. Сложный и многолетний проект Tremend берет свое начало в многоплановом инфраструктурном проекте Интегрированного транспортного центра. Расположенный в центральной части города вокзал Метрополитен и сопутствующая ему инфраструктура являются основным транспортным узлом, соединяющим городские, региональные и национальные транспортные системы. В здании вокзала предусмотрены навесные платформы с терминалами для городского и регионального автомобильного транспорта, подземная парковка для автомобилей, стоянки для такси, а также велосипедные стоянки и стойки. Проектом также предусмотрен сад на крыше, открытый для публики. Городская площадь и прилегающие к ней зеленые зоны получили современное оформление, также была построена новая дорожная система, улучшающая движение транспорта.

Вокзал Метрополитен в Люблине был построен в центральной части города, в непосредственной близости от здания Люблинского центрального железнодорожного вокзала, построенного в 19 веке. Проект должен был не только включить в себя наиболее оптимальные и функциональные системы управления движением, но и вписаться в городской и архитектурный контекст этого места. Кроме того, особенно важными аспектами для дизайнеров







были регенерация и стимулирование активизации постиндустриального района в непосредственной близости от железнодорожного вокзала.

В своей первоначальной концепции архитекторы Tremend предложили простой модернистский павильон, который должен был контрастировать с эклектичным историческим стилем железнодорожного вокзала, оставаясь при этом неоспоримым, благодаря своему иному архитектурному языку. Выразительные ажурные колонны, являющиеся частью стальной конструкции вокзала, и крыши навесов платформ, выполняющие также декоративную функцию, придают ему уникальную архитектурную выразительность. Их линейные, несколько органичные формы напоминают переплетенные стволы деревьев, придавая всему зданию легкость. В качестве строительных материалов также использовались нержавеющая сталь и стекло.

Минимизация углеродного следа уже много лет является приоритетом для архитекторов студии Tremend, поэтому железнодорожный вокзал в Люблине был спроектирован как одно из самых экологических сооружений подобного рода в Польше. Проект отвечает самым высоким стандартам в области устойчивого развития. Стилизованные решетки проекта "коробка в коробке" – применение модульных технологий и экологичные характеристики остекленных фасадов снижают потребление энергии. Бетон, как один из основных строительных материалов, обладает низкой светопрозрачностью. Почти триста квадратных метров площади занимает открытый вертикальный сад.

Система водоотведения позволяет использовать собранную дождевую воду для орошения ландшафта и смыва в туалетах. Такие решения, как системы вентиляции с 80-процентной рекуперацией тепла и подземный паркинг с естественной вентиляцией в виде открытого атриума, поддерживающего циркуляцию воздуха, – лишь некоторые из экологических достоинств этого проекта.

Облицованный прозрачным стеклом со встроенными фотоэлектрическими элементами, «умный» навес автобусной станции защищает 43 автобусные стойки, он темнеет на солнце, обеспечивая затенение и защиту, и собирает солнечную энергию для питания станции. Энергоэффективные системы отопления, вентиляции и кондиционирования позволяют индивидуально регулировать температуру в разных зонах объекта. Интеллектуальная система управления освещением и энергоэффективное освещение также позволили снизить потребление энергии за счет ограничения освещенности здания и прилегающей территории, а самоочищающиеся бетонные укладки способствуют снижению загрязнения воздуха.

archdaily.com

Корпус новой инженерной школы в Париже от бюро Vallet de Martinis architects

Бюро Vallet de Martinis architectes построило недалеко от Парижа корпус новой инженерной школы ESIEE-IT.

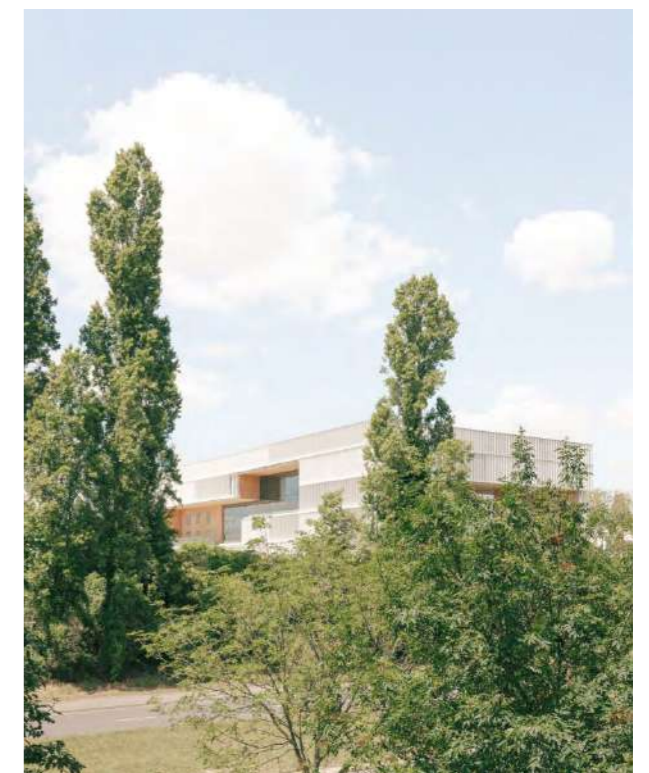


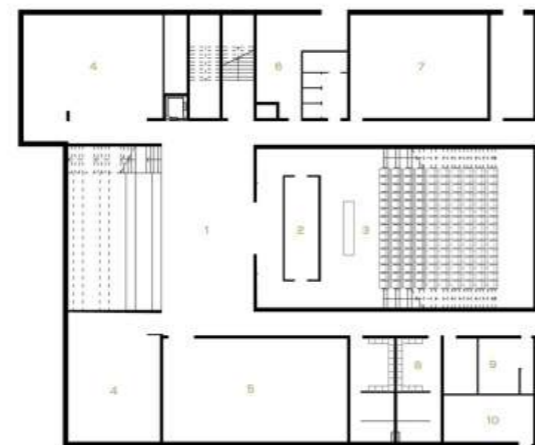
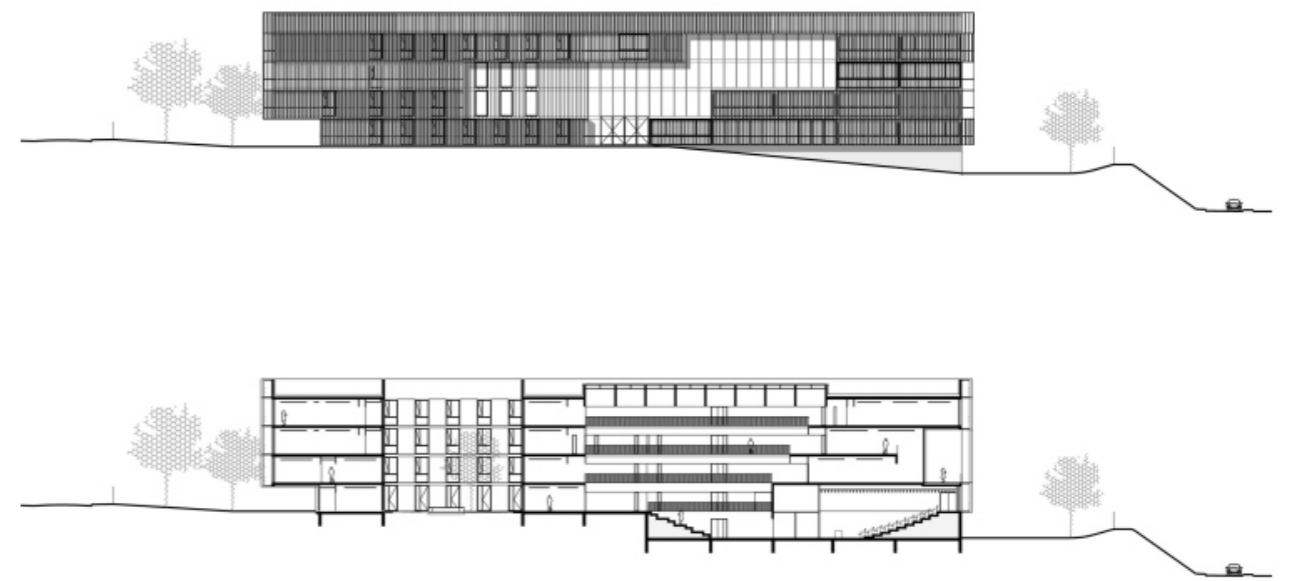
Среда здесь стимулирует разноуровневую коммуникацию как неотъемлемую часть современного процесса обучения.

Высшая школа ESIEE-IT создана совсем недавно, всего четыре года назад. Она объединила в себе учебные программы трех уже существующих вузов и сейчас управляет четырьмя учебными корпусами, расположенными в самом Париже и в близлежащих городах. Один из таких корпусов построили в небольшой коммуне Понтуаз – в зоне смешанной застройки, объединяющей промышленные зоны, многоквартирные дома, коммерческие объекты и общественные центры.

Готовят здесь инженеров, программистов и специалистов в области информационных технологий. Компактный объем общей площадью всего 4714 м² воспринимается как закрытый: от окружающего города, шумных улиц и назойливого солнца учебный процесс скрыт нейтральной оболочкой из металлических панелей. Но просторные общественные пространства и террасы, как бы вырезанные из прямоугольника здания, отделаны деревом, остеклены и полностью открыты. Они отвечают за связь с окружением и обеспечивают обилие естественного света внутри.

Все административные помещения сгруппированы на первых двух этажах вокруг тихого и зеленого внутреннего двора. Два этажа выше – и все остальные площади занимают уже учебные аудитории. Главным пространством всего вуза стал большой остекленный атриум, куда классы выходят галереями, а общественные зоны – уступами террас. Легкая лестница соединяет все уровни, одновременно формируя дополнительные места для отдыха и общения.





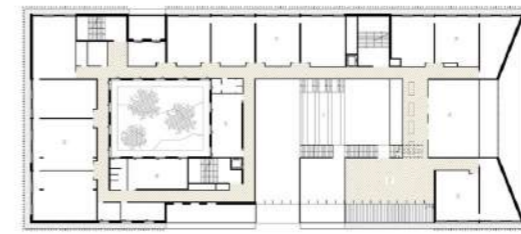
- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1 Hall | 6 Chauffage |
| 2 Régie | 7 Local serveur |
| 3 Amphithéâtre 150 p | 8 Vestiaire personnel |
| 4 Local CTA | 9 Local CFO CFA |
| 5 Réserves | 10 Transformateur |



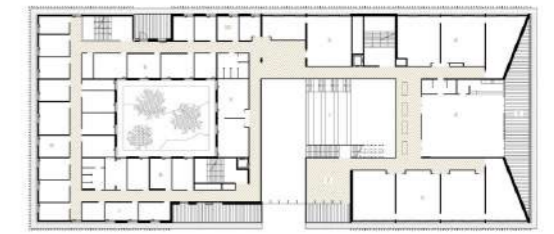
- | | | |
|---------------------|-----------------------|---------------------|
| 1 Accueil | 2 Réception | 3 Communication |
| 4 Salle de réunion | 5 Salle de conférence | 6 Salle de réunion |
| 7 Salle de réunion | 8 Salle de réunion | 9 Salle de réunion |
| 10 Salle de réunion | 11 Salle de réunion | 12 Salle de réunion |



- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1 Salle de réunion | 2 Salle de réunion |
| 3 Salle de réunion | 4 Salle de réunion |
| 5 Salle de réunion | 6 Salle de réunion |
| 7 Salle de réunion | 8 Salle de réunion |

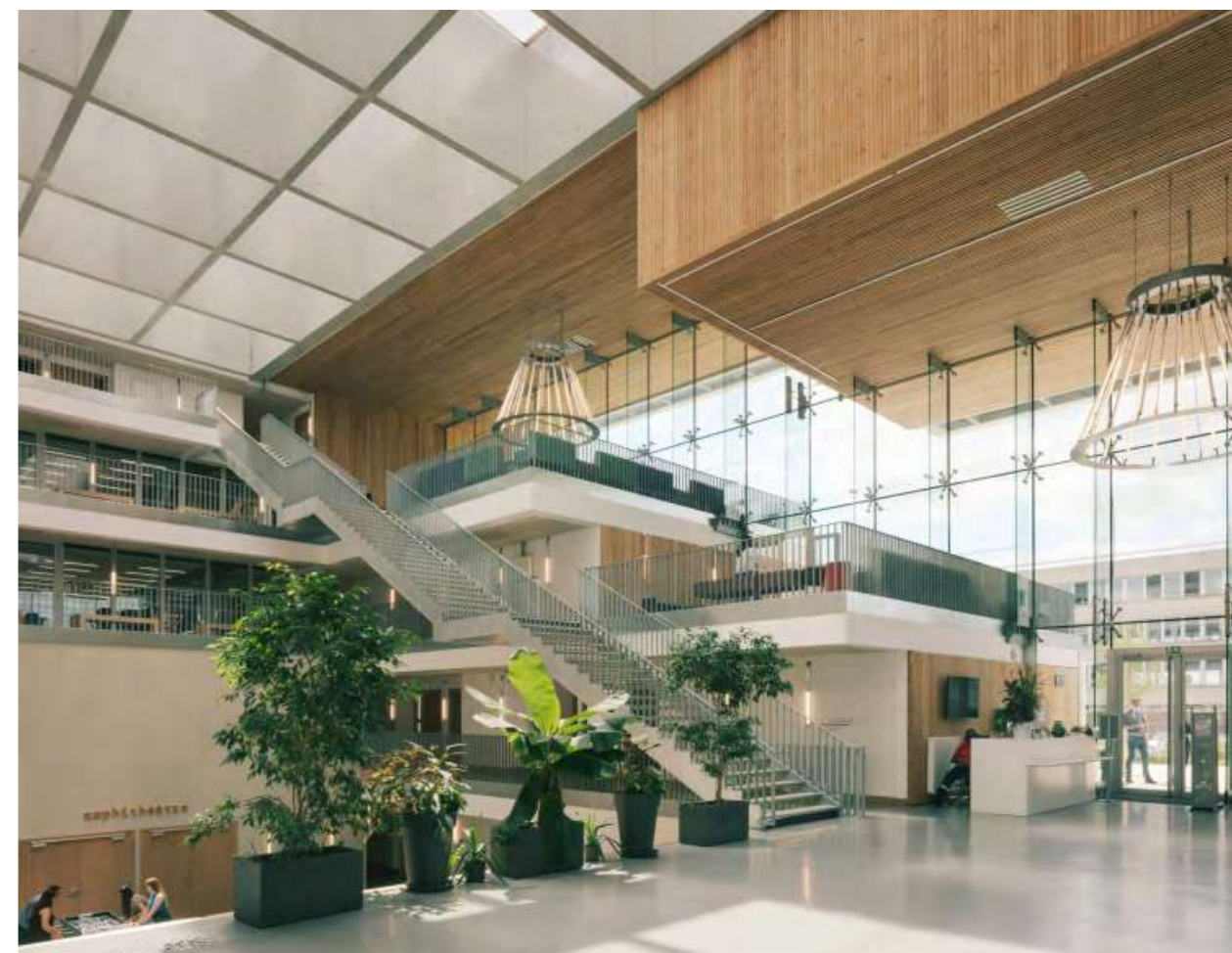
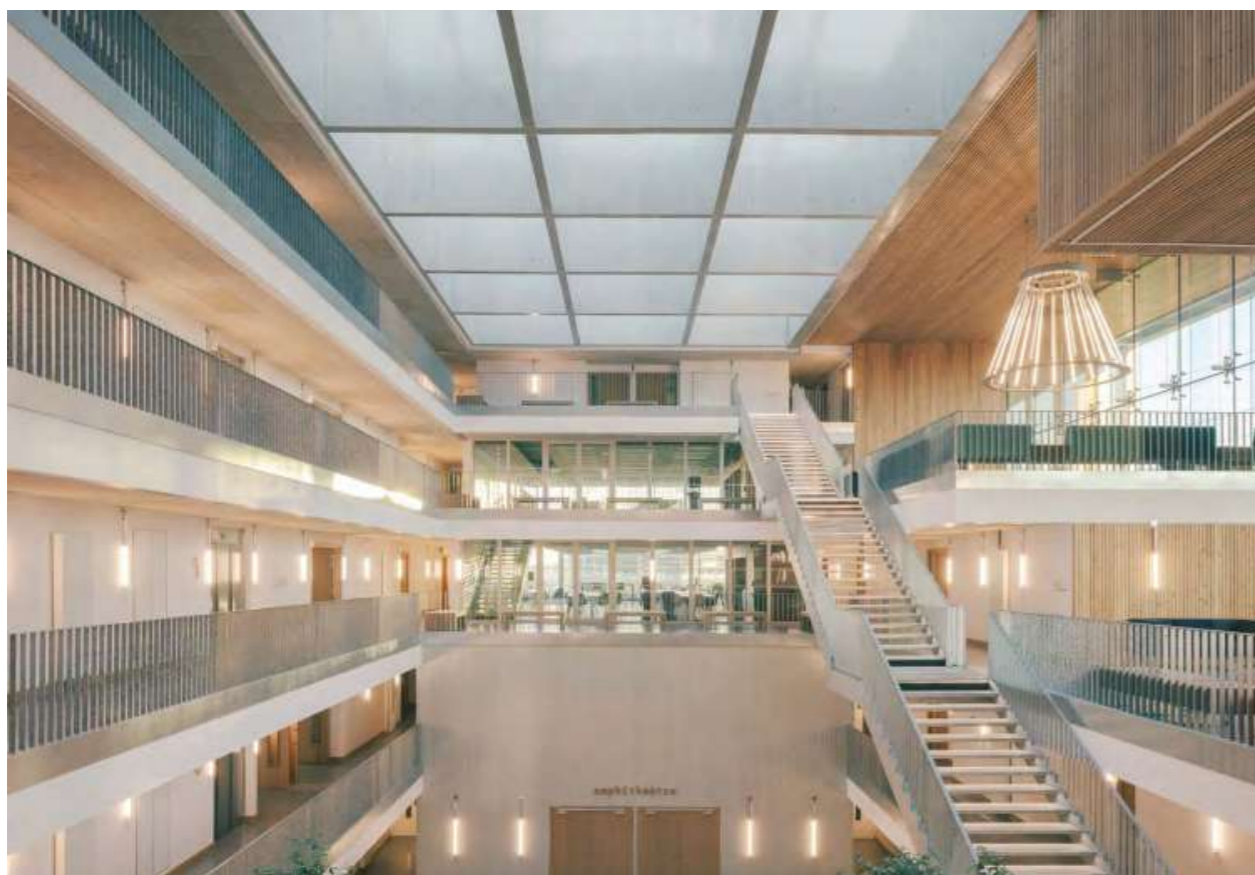


- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1 Salle de réunion | 2 Salle de réunion |
| 3 Salle de réunion | 4 Salle de réunion |
| 5 Salle de réunion | 6 Salle de réunion |
| 7 Salle de réunion | 8 Salle de réunion |



- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1 Salle de réunion | 2 Salle de réunion |
| 3 Salle de réunion | 4 Salle de réunion |
| 5 Salle de réunion | 6 Salle de réunion |
| 7 Salle de réunion | 8 Salle de réunion |





Используя естественный перепад высот на участке, архитекторы создали отдельную углубленную зону, более камерную, но пространственно связанную с атриумом. Лестница туда также служит зоной коммуникации. В самом углублении размещена двухуровневая коробка большой аудитории на 150 человек, на крыше которой создано еще одно пространство с выходом на террасу. Отсюда открываются эффектные виды на церковь и старую часть города.





При внешней компактности и закрытости здания школы, ее интерьер чрезвычайно сложен, разнообразен и совсем не утомителен. Он стимулирует движение и общение, предлагая студентам и преподавателям разнообразные по настроению и функции зоны.

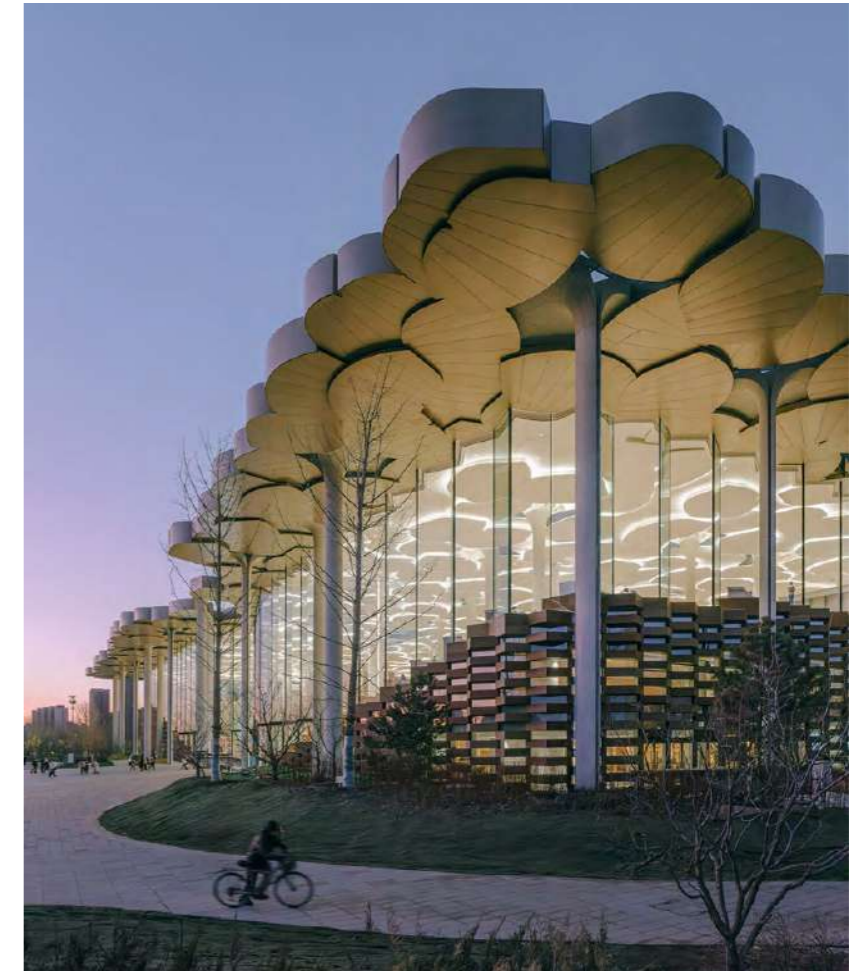
Бюджет проекта составил 14 млн евро.

archi.ru



Пекинская городская библиотека

В Пекине открылась библиотека, стилизованная под природный ландшафт.



Международная студия Snøhetta завершила работу над Пекинской городской библиотекой – стеклянным зданием с высокими колоннами, похожими на деревья, и комнатами, скрытыми под «холмами». Здание, расположенное в пекинском районе Тунчжоу, была спроектировано студией, чтобы восстановить актуальность библиотеки в 21-м веке и помочь посетителям отвлечься от экранов.

«Именно любовь людей к книгам позволила библиотекам выжить в цифровую эпоху и обрести новый потенциал для того, чтобы приносить больше пользы городу и его жителям», – поделился соучредитель и партнер компании Кьетиль Трёдаль Торсен. «Мы должны по-новому осмыслить отношения между телом, разумом и окружающей средой, чтобы возродить радость чтения вдали от экрана. Библиотеки должны остаться».

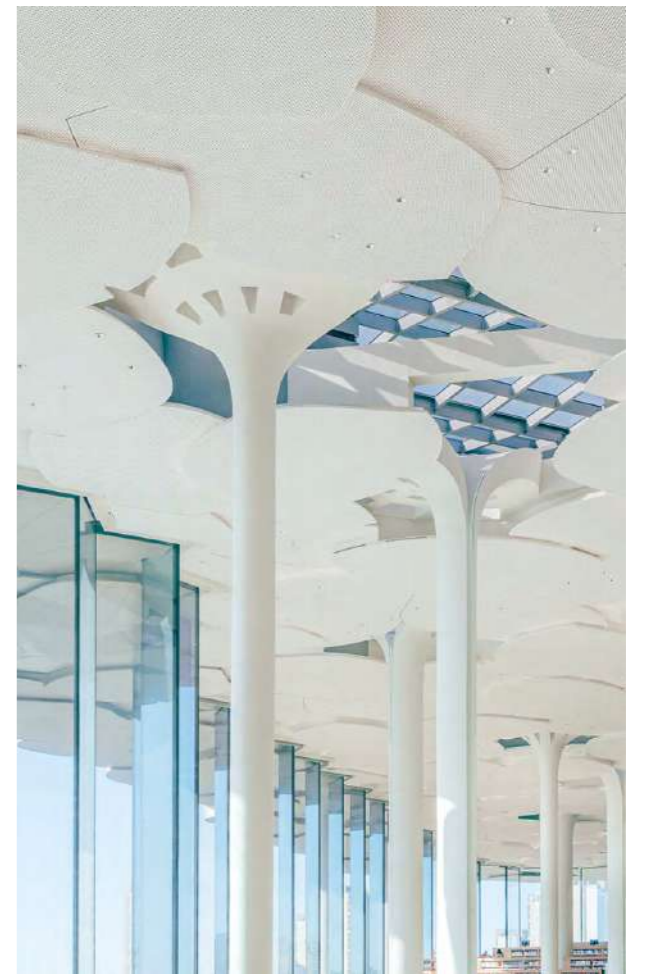
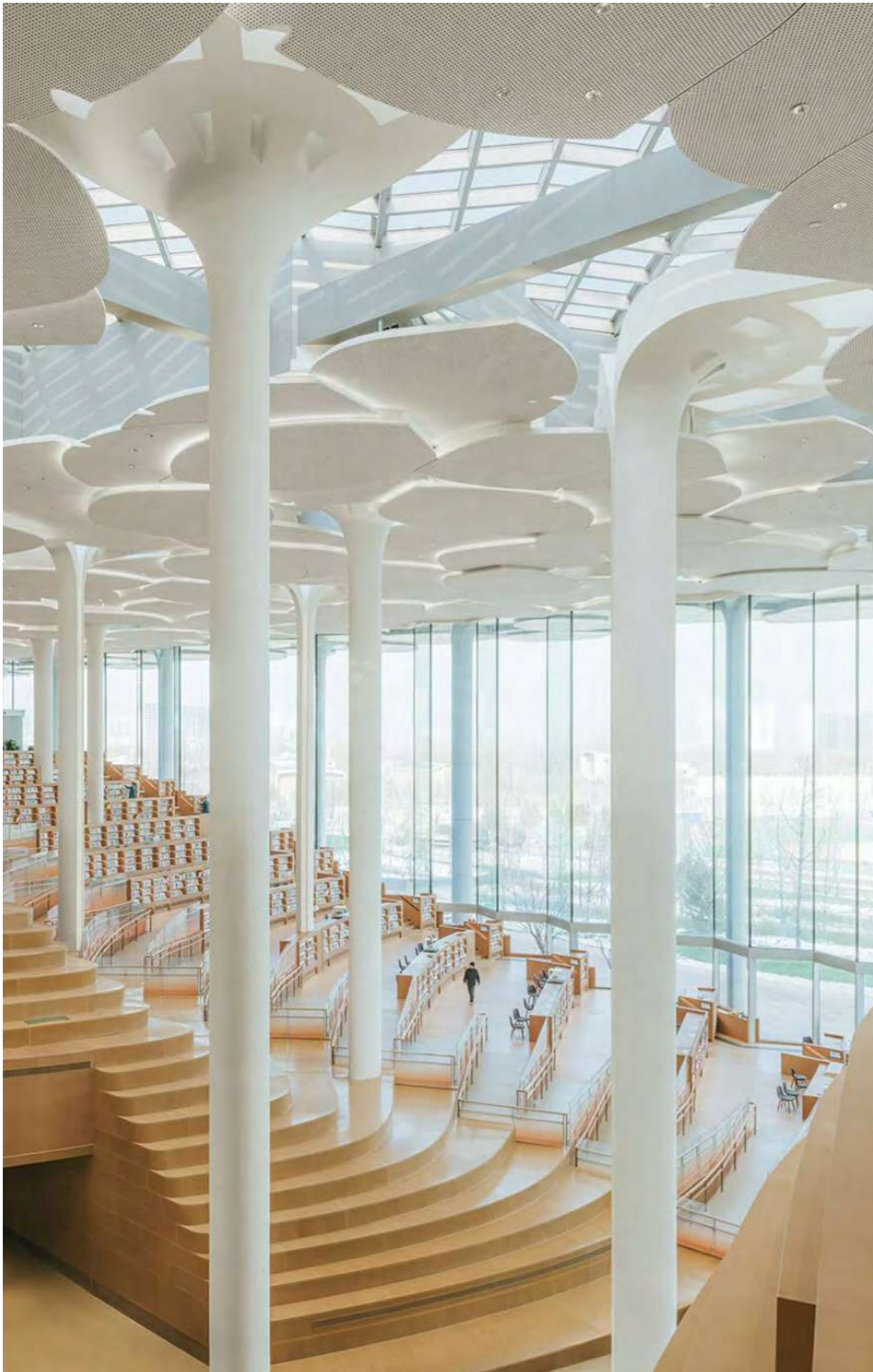
Одна из самых примечательных деталей библиотеки – высокие древовидные колонны, которые в верхней части превращаются в плоские панели, поддерживающие крышу. Студия смоделировала

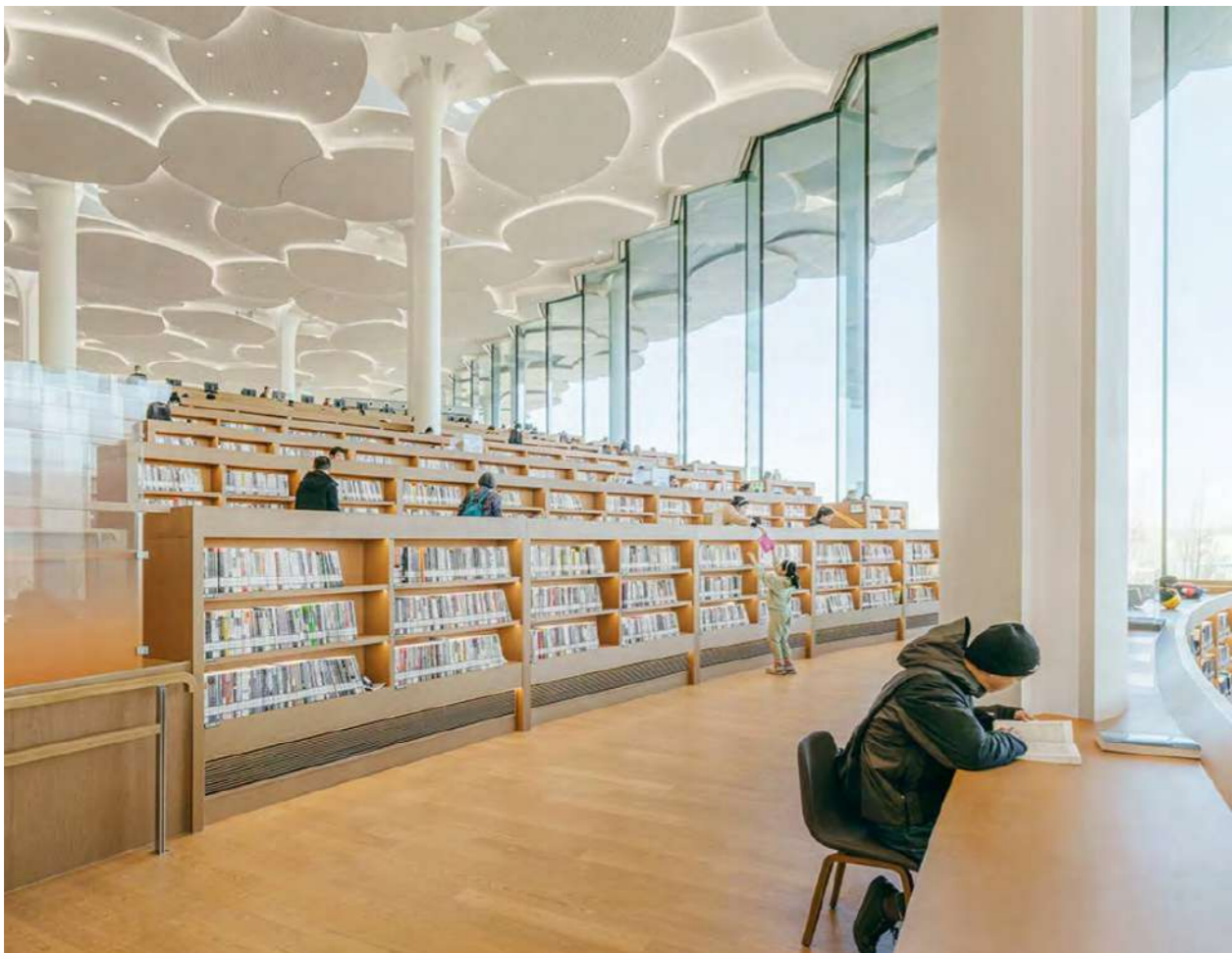
их на основе листьев гинкго (вида деревьев возрастом 290 миллионов лет, произрастающего в Китае), чтобы сформировать потолок, напоминающий навес. «Это место, где вы можете сидеть под деревом, читая любимую книгу», – говорит партнер студии Роберт Гринвуд.

Сердцем Пекинской городской библиотеки является «Долина» – атриум высотой 16 метров с «холмами», на которых размещены многоярусные сиденья, лестницы и книжные полки. Под «холмами» скрыты комнаты для уединённого чтения и конференц-залы.

Городская библиотека Пекина переосмысливает, как сегодня библиотеки могут решать насущные климатические проблемы, используя при этом передовые технологии для улучшения качества обслуживания посетителей. Здание соответствует китайскому стандарту GBEL Three Star, самому высокому достижимому стандарту устойчивого развития в стране, за счет минимизации как внутреннего, так и эксплуатационного выбросов углекислого газа. Использование модульных компонентов







и рационализированной структурной сетки снижает производственные отходы здания.

По словам студии Snøhetta, это одно из трех новых крупных культурных зданий в Тунчжоу, которые должны превратить район в «оживленный центр искусства и культуры».

designboom.com

Здание политехнической школы в Париже

Спустя девять лет после победы в конкурсе на проектирование нового здания для совместного обучения (BEM) в Политехнической школе Париж-Сакле, Франция, строительство здания, спроектированного Sou Fujimoto Architects, OXO Architectes, Nicolas Laisné Architectes и DREAM, завершено.

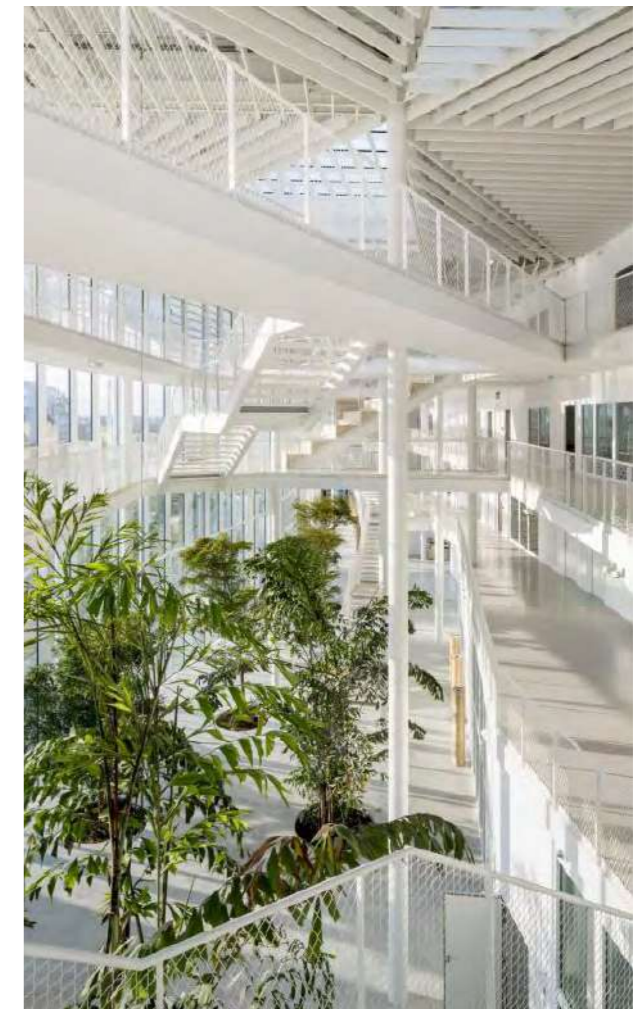


Сравнивая изображения с презентации победившего проекта весной 2015 года с недавними фотографиями законченного здания, кажется, что Политехнической школе удалось сохранить основные архитектурные особенности – лестницу и крышу в стиле «оригами», а также четырехэтажный атриум, пересеченный пешеходными мостами – от начала до конца, от рендера к реальности.

Ниже представлен визуальный тур по зданию, спроектированному японским архитектором Су Фудзимото совместно с тремя парижскими архитекторами: Маналом Рахди (OXO Architectes), Николя Лене и Дмитрием Русселем (DREAM).

Согласно заявлению, сделанному по случаю открытия здания, BEM был построен для семи инженерных школ – Политехнической школы и шести других – на территории кампуса Политехнической школы как способ «объединить свои образовательные пространства» и оптимизировать ресурсы.

В здании площадью 10 000 м² есть аудитория на 250 мест, три аудитории на 80 мест и 50 классных комнат на трех этажах – все они вмещают в себя до 1470 студентов. Главный фасад здания обращен на восток, на парк с травой и деревьями, и затенен складчатой жалюзийной крышей. Деревья и лестницы снаружи здания повторяются в четырехэтажном атриуме площадью 1000 м², который является сердцем здания.





Пешеходные мостики и лестницы в атриуме, как и многие подобные пространства в высших учебных заведениях этого столетия, задуманы как место для спонтанного обмена мнениями между студентами и преподавателями. Складчатая крыша, видимая снаружи, продолжается над атриумом, но сочетает в себе непрозрачные и прозрачные треугольные секции, чтобы сократить попадание прямых солнечных лучей.

world-architects.com

Большая мечеть Аль-Муттакин Abdurrahman Architect

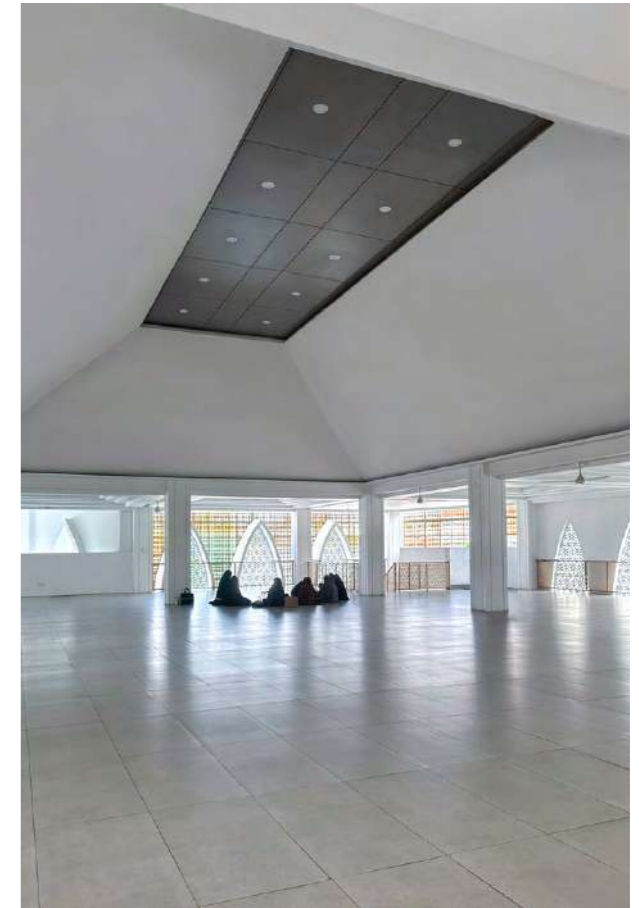
Дизайн мечети, способствующий объединению сообществ.

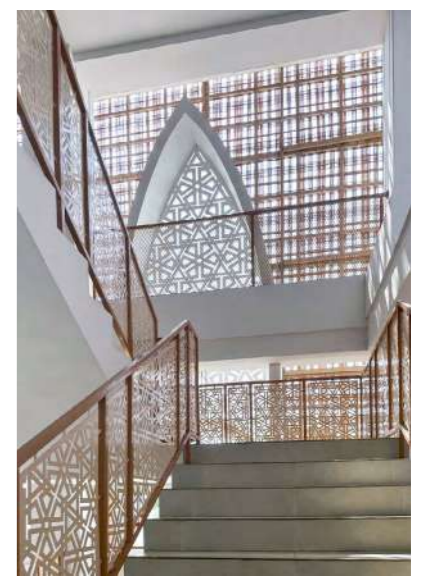
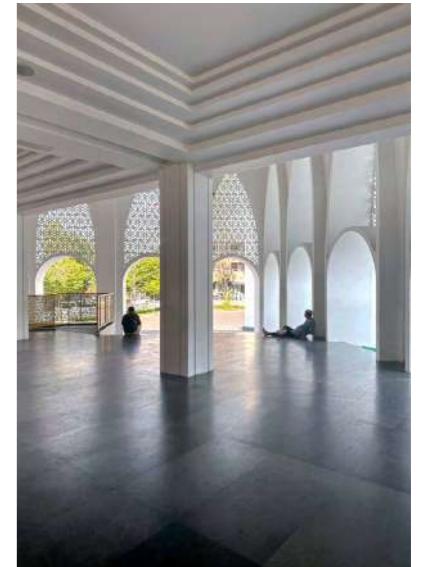
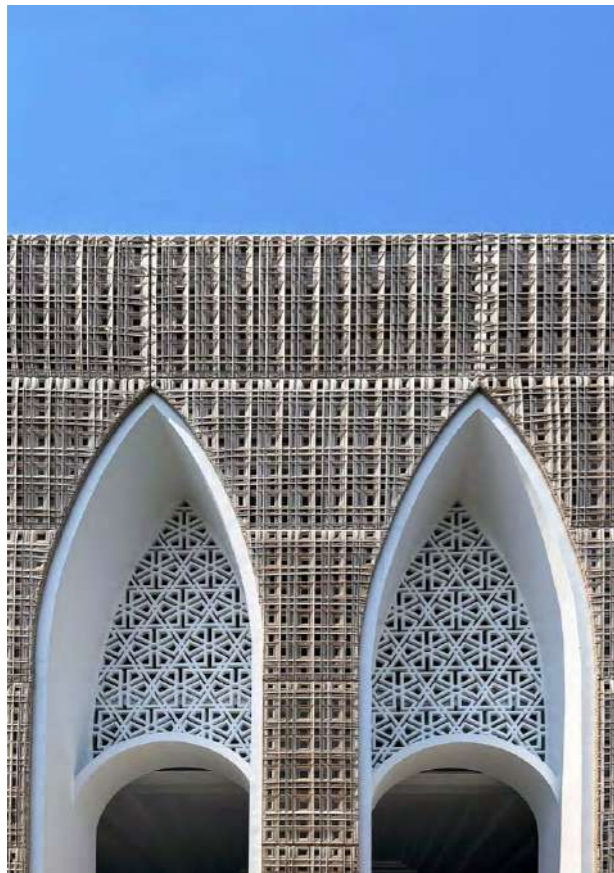
Большая мечеть Аль-Муттакин в Чакранегаре была основана в 1973 году и претерпела несколько реконструкций в 1992 и 2007 годах. К сожалению, на Ломбоке произошли сильные землетрясения, и стоявшая на этом месте старая мечеть рухнула, возможно, из-за своей тяжелой конструкции с большим бетонным куполом. После землетрясения 2019 года была спроектирована новая мечеть, строительство которой началось в 2020 году. Здесь архитектурная студия Abdurrahman Architect использует более чуткий подход как к природе, пользователям, так и к требованиям к пространству. Ломбок также известен как остров тысячи мечетей, поэтому при проектировании этой мечети необходимо уделять больше внимания традициям, культуре и повседневной жизни местного сообщества. Исходя из этих соображений, мечеть представлена в более современном виде, чтобы она могла адаптироваться к настоящему времени.

В мечети используются традиционные декоративные детали, например, плетеные изделия в стиле острова Ломбок. Однако плетение выполнено не из натуральных материалов, а из синтетического ротанга, который прочнее, но все же демонстрирует местный характер. Настенные украшения в главном зале мечети также заимствованы из сасацких ткацких мотивов, которые стилизованы в более простые и повторяющиеся мотивы. Это также усиливает местный характер, делая его более узнаваемым для окружающих. Мечеть не является чужеродным объектом, а способна стать частью жизни жителей Ломбока.

Большая мечеть Аль-Муттакин также служит местом для общения. Молодые люди предпочитают приходить сюда, собираться и отдыхать на террасе мечети. Возможно, это связано с тем, что внешний вид мечети стал более открытым. Форма этой мечети не купольная, в отличие от большинства окружающих мечетей, а также мечеть пространственно открыта, что не мешает людям приходить сюда. В конце концов, она формирует общественное пространство, так что мечеть не является эксклюзивным зданием, отделенным от людей, а способна стать ближе и объединиться с окружающим сообществом.

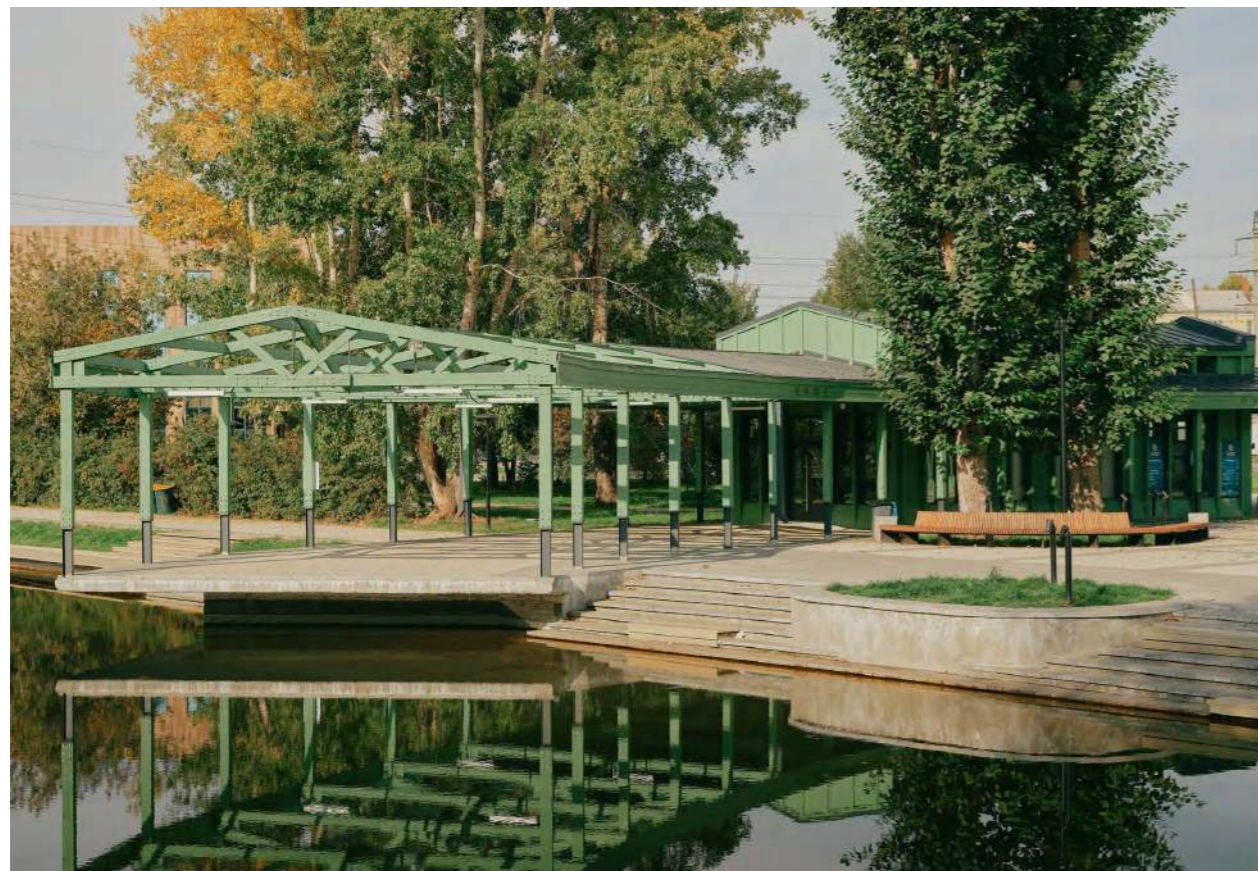
archdaily.com





Реновация парка культуры и отдыха в Барнауле

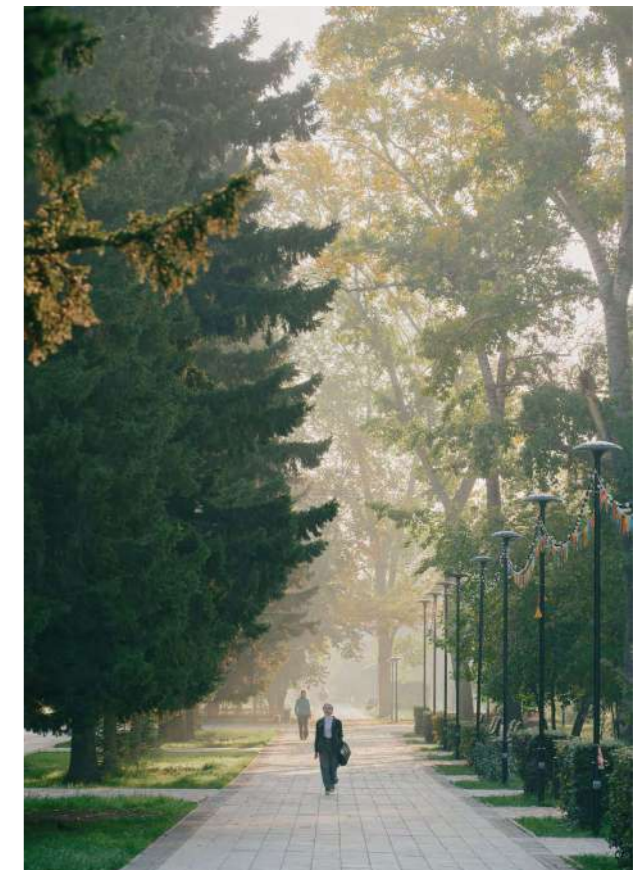
«Парковая революция» в Барнауле на фоне многолетней деградации зелёного каркаса и живое доказательство того, что городу необходимы некоммерческие рекреационные пространства.



Воссозданные по архивам часы на исторической колоннаде центрального входа

Парк «Изумрудный» – один из старейших парков Барнаула. Называются разные даты его открытия. Согласно одним источникам – это 1932 г., по другим – 1939 г. Впрочем, богатая история места началась задолго до этого и тесно связана с основными вехами в развитии города. В эпоху расцвета сереброплавильного производства на Алтае по территории современного парка проходил Томский почтовый тракт. Он соединял Барнаул не только с губернским центром, но и со столицами империи – Петербургом и Москвой. И именно по нему везли все выработанное на Алтае серебро и золото в центр страны. В 1885 году вдоль тракта открыли новое городское кладбище. В начале XX века кладбище получило название Крестовоздвиженское в честь возведенного храма, который сохранился и в наши дни расположен в центре парка.

Революционная эпоха вызвала к жизни авангардный проект Города-сада по принципам британского урбаниста Эбенизера Говарда, и градостроительная ситуация в районе Крестовоздвиженского кладбища резко изменилась. В 1917 году в Барнауле было создано Общество городов-садов, которому удалось продвинуть свой проект застройки северной части города. 22 мая 1931 года президиум Барнаульского горсовета принял решение закрыть кладбище, разбить на этой территории парк и построить стадион. Именно это событие можно считать отправной точкой в зарождении парка, но реальные работы по его созданию пришлось уже на следующую эпоху.



Историческая аллея в ходе реконструкции не только сохранила свой парадный вид, но и получила дополнительный функционал



Реконструированный пруд и новая площадь с Визит-центром

В начале 1930-х годов в Барнауле развернулось масштабное промышленное строительство в первую очередь связанное со строительством крупнейшего за Уралом меланжевого комбината. Для его рабочих на месте центральной части Города-сада стали строить новый жилой микрорайон – Соцгородок. В качестве одного из объектов социально-культурного обслуживания меланжистов был создан парк, первоначально получивший имя «Парк Ударников». Расцвет «Парка Ударников», который также называли «Парком БМК» и «Меланжевым парком», пришелся на 1950–60-е годы. В 1952 году силами молодежи был выкопан пруд площадью в 1,5 гектара. В 1990-е парк сменил свое официальное наименование и стал называться сначала «Октябрьский», а еще позднее «Изумрудный».

Эпоха тотального перехода на коммерческие рельсы диктовала смену профиля парка от культурного отдыха в сторону развлечений и аттракционов. Были утрачены все исторические деревянные павильоны. Часть территории парка была отдана под коммерческую и жилую застройку. Деградация наблюдалась наиболее ярко в последние годы: аттракционы один за другим приходили в негодность, мосты через пруд из-за ветхости пришлось закрыть для пешеходного движения, пруд осушили из-за проблем с гидроизоляцией дна, зеленая зона наполнялась валежником и зарастала бурьяном, парк стал местом притяжения маргинальных слоёв общества. В 2017 году под

предлогом глобальной реновации один из арендаторов произвел массовые вырубку нескольких сотен деревьев. Эти действия нанесли большой ущерб зеленой зоне и стали последней каплей в чаше терпения городской общественности.

Группа активистов – архитекторов, журналистов, историков, краеведов, экологов – обратились к краевым и городским властям с требованием прекратить уничтожение исторического парка. В 2019 году первая концепция планировочной структуры и функционального наполнения обновленного парка была представлена властям и общественности города. Основными тезисами, вокруг которых на тот момент сплотились эксперты и горожане, были: запрет капитального строительства и отчуждение территории парка, сохранение текущих границ, восстановление утраченных зеленых насаждений, отказ от управления парком арендаторами, создание муниципальной структуры для развития данной и подобных городских территорий, выделение бюджетного финансирования на восстановление и эксплуатацию парка.

Предложенная концепция была поддержана властями и началась планомерная работа по созданию детального проекта реновации парка. На первом этапе впервые в регионе на столь масштабном общественно значимом проекте были применены технологии соучаствующего проектирования: социологический



Экспликация:

- 1 - Колоннада центрального входа
- 2 - Входная группа № 2
- 3 - Новое ограждение
- 4 - Сцена
- 5 - Кафе
- 6 - Киоски
- 7 - Мемориально-информационный стенд
- 8 - Место памятного знака расстрелянным борцам за власть Советов
- 9 - Крестовоздвиженская церковь
- 10 - Шахматный павильон
- 11 - «Зеленый пляж» с геопластикой
- 12 - Амфитеатр
- 13 - Деревянная набережная с бельведером
- 14 - Большая беседка для торжеств
- 15 - Малая беседка
- 16 - Детская площадка для детей старшего возраста
- 17 - Детская площадка для детей младшего возраста
- 18 - Визит-центр
- 19 - Прокат
- 20 - Кафе
- 21 - Электрошоповая
- 22 - Площадка для выгула собак
- 23 - Мастерские и хозяйственный двор
- 24 - Экотропа
- 25 - Вело-беговая дорожка
- 26 - Спортивная площадка
- 27 - Площадка для детей с ограниченными возможностями
- 28 - Арт-объект

опрос, множественные интервью с экспертами и стратегическая сессия с привлечением местных жителей. Это позволило определить основные запросы горожан и заложить вектор развития парка как территории с преобладанием рекреационной составляющей и дополнительными культурными, досуговыми и спортивными функциями.

Вторым этапом был проведен глубокий анализ исторических данных и градостроительной ситуации, а также выполнены натурные исследования состояния зеленых насаждений и сохранившейся инфраструктуры с последующей корректировкой исходных данных. Кроме того проведен анализ поведенческих сценариев посетителей парка, прогулочных и транзитных маршрутов для создания оптимальной дорожно-тропиночной сети.

Существующая сеть основных аллей и дорожек сохранена и дополнена новыми пешеходными связями и маршрутами на основе полученных аналитических и натурных данных. Поскольку парк расположен в исторической жилой застройке и имеет несколько входов с разных сторон, в нём присутствует доля транзитных посетителей. Для них выстроена сеть коротких и удобных связей. Для любителей неспешных прогулок проработаны разнообразные маршруты как с широкими аллеями, так и с естественными тропинками, петляющими между деревьев.



Обновленная центральная аллея теперь выполняет роль универсального линейного общественного пространства, способного адаптироваться под различные задачи



Кольцевая дорожка по периметру парка для прогулок и занятий спортом повторяет привычный местным жителям маршрут

В общей структуре было решено сохранить и восстановить «якорные» элементы, поскольку они являются неотъемлемой частью данной исторической территории, формируют своего рода бренд парка:

1. Главная еловая аллея;
2. Классическая колоннада центрального входа;
3. Пруд с островом и мостами;
4. Кольцевая дорожка по периметру парка, используемая зимой для лыжни;
5. Направление исторического Томско-Московского тракта.

В качестве первой очереди из общего проекта реновации была выделена кольцевая дорожка, проходящая по всему периметру парка. Она совместила в себе сразу несколько функций и получила два типа покрытия. Большая часть выполнена из асфальта и разделена разметкой на две полосы: для пешеходных прогулок и для катания на велосипедах, роликах и самокатах. Меньшая часть – гранитный отсев для комфортного бега. В зимний период по этому же маршруту в парке традиционно прокладывается лыжня для классического хода. Реализация дорожки с освещением в 2020 году ознаменовала начало возрождения парка, обозначила и закрепила его границы, вернула на территорию посетителей с разными интересами, сделала посещение территории снова безопасным в любое время суток.

Параллельно с началом строительных работ первой очереди продолжалось проектирование всего остального парка. Поскольку значительная часть территории долгое время являлась кладбищем, в ходе консультаций с историками и представителями РПЦ было принято решение данную местность определить под мемориальную зону – тихий фрагмент парка для спокойных семейных прогулок, уединения и наблюдения за природой без крупных функциональных объектов и шумных активностей. Дополнительные сценарии отдыха посетителей реализуются за счет размещения в данной зоне «зелёного пляжа» и экотропы. Зелёный пляж представляет собой большую поляну для пикников, семейных игр с мячом, запуска воздушного змея и т.д. В скором времени появятся лежаки, а также геопластика по периметру для дополнительного зонирования данной локации и придания рельефу более природного вида. Экотропа – это прогулочный маршрут, проходящий через всю мемориальную зону и знакомящий посетителей с различными ландшафтами Алтайского края: черновой тайгой, сосновым бором, березовыми колками в степи.

Территория в районе главной аллеи исторически не являлась кладбищем. Это позволило создать в данной части активную входную зону и наполнить её разнообразными функциями. Главная аллея дополнилась сценкой и компактными торговыми

павильонами. Благодаря увеличенным карманам с лавочками и деревянным настилам со столиками в праздничные дни аллея выполняет роль линейного общественного пространства – на ней проводятся музыкальные развлекательные программы и концерты, размещаются временные торговые точки и аттракционы.

С двух сторон от центральной аллеи в активной зоне парка также удалось разместить две детские площадки, разделив их по возрастам для безопасности самых маленьких посетителей. Разбивка площадок происходила на местности с учетом произрастающих растений. Это позволило оптимально разместить игровые элементы в тени крупных деревьев.

Одна из визитных карточек парка – колоннада центрального входа – снова радует посетителей после капитального ремонта. Удалось не только сохранить её исторический вид, но и восстановить часы по архивным фотографиям, а также установить архитектурную подсветку. Не представляющие историческую ценность ограждение и второй вход демонтированы, а на их месте установлены новые. Внешний вид новых элементов не копирует исторический парадный вход, а наоборот выглядит более нейтрально и утилитарно, подтверждая тем самым своё подчинённое положение и подчёркивая истинную ценность сохранившегося наследия парка. Стилистика новых элементов является примером совмещения исторических образцов с современной архитектурой. Общая простота форм сочетается с интересными деталями, которые хочется разглядывать и с которыми хочется взаимодействовать. Для оживления улицы, идущей вдоль протяженного ограждения парка, было принято решение интегрировать скамейки непосредственно в секции ограды. Таким образом получился не только утилитарный, но и функциональный объект: парк взаимодействует с посетителями не только внутри, но и улучшает городскую среду вокруг себя.

Ещё одной активной зоной стал пруд и примыкающая к нему территория. На месте демонтированных аттракционов разместилась площадь, по периметру которой полукругом располагаются павильоны визит-центра, проката и кафе. Новые объекты деликатно вписаны в ландшафт – существующие деревья сохранены, вокруг них сформированы озелененные островки с лавочками. Павильоны объединены общей колоннадой с крышей-навесом, которая завершается выразительной консольной площадкой, нависающей над водной гладью. Пространство площади перетекает в набережную, спускаясь к воде широкими ступенями с деревянными сиденьями.

Реконструкция пруда является важным достижением при восстановлении парка. Это ценный аттрак-



Вело-беговая дорожка удобно связывает все входы и примыкает непосредственно к объектам инфраструктуры парка: пункту проката и визит-центру с туалетами и камерой хранения



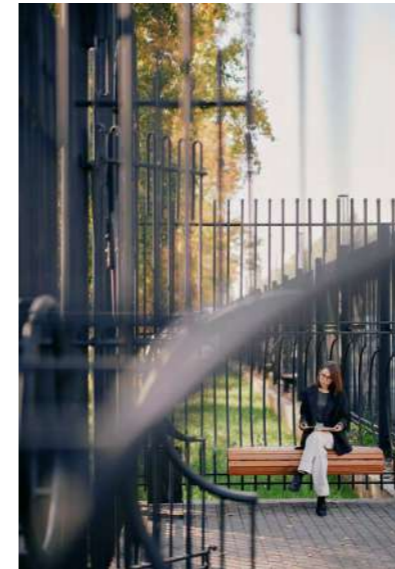
Небольшие коммерческие объекты в парке выполняются арендаторами в строгом соответствии с общей стилистикой павильонов



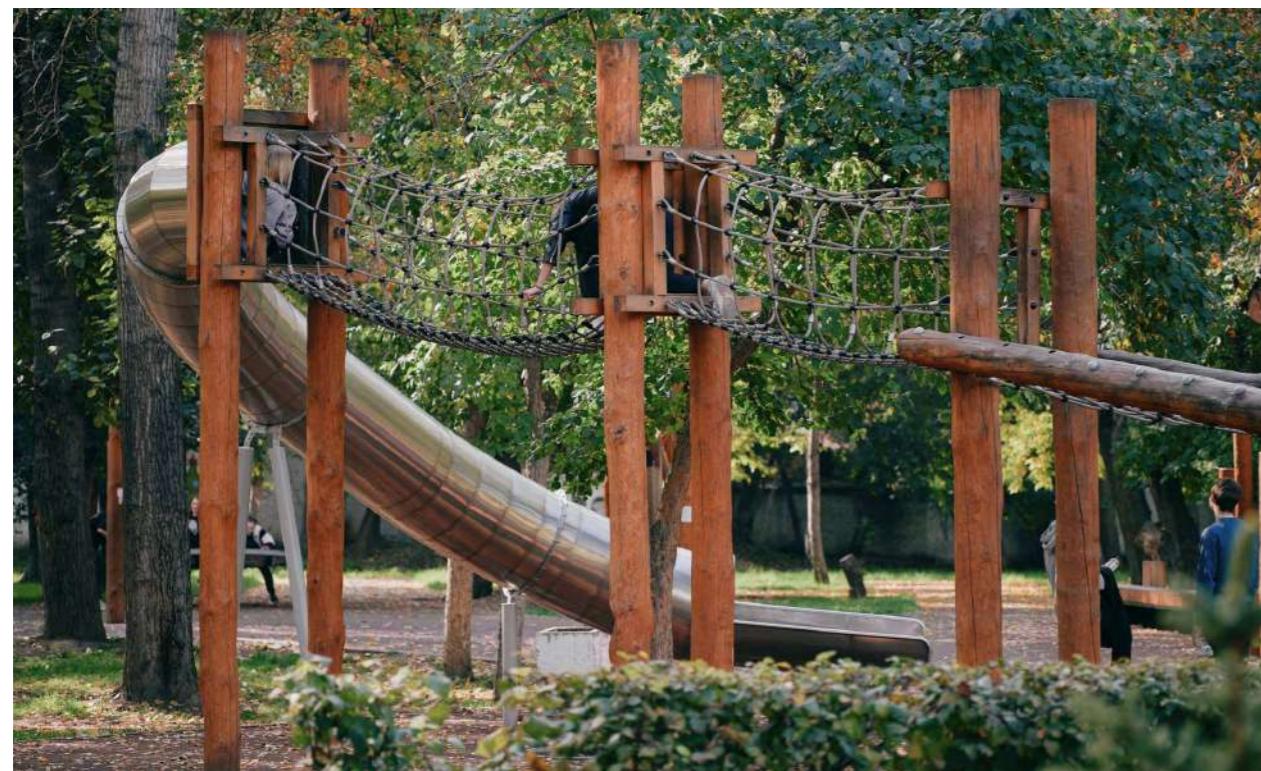
Сценка для проведения праздников и выступления уличных музыкантов



Внешний вид нового входа не копирует исторические элементы, а наоборот выглядит нейтрально и утилитарно, подчёркивая истинную ценность сохранившегося наследия парка



Скамейки интегрированы в секции новой ограды.



Детские площадки из натуральной лиственницы деликатно интегрированы в существующие зелёные насаждения

тивный элемент в структуре парка, любимый горожанами. Были проведены как инженерно-технические работы по замене гидроизоляции и устройству современной системы фильтрации, так и реализованы архитектурно-ландшафтные решения, формирующие новую многофункциональную набережную. В советские годы чаша пруда была выложена бетонными плитами и имела бетонный борт высотой около 80 см по всему периметру. Такое решение позволило надёжно укрепить склоны, но резко выделялось на фоне природного ландшафта. Благодаря проведенной реконструкции, большую часть плит удалось скрыть под слоем газона, а оставшаяся часть послужила основанием для деревянных настилов и пирсов. Бетонный борт частично демонтирован, а частично уменьшен по высоте, обшит деревянной доской и превращен в лавку. Данные решения позволили максимально интегрировать пруд в естественную среду, а также создать различные сценарии пребывания посетителей у воды.

Неотъемлемой частью пруда является остров, через который по средствам двух мостов проходит одна из основных осей парка, ведущая от центральной аллеи к новой площади с визит-центром. Мосты также были реконструированы: удалось сохранить историческое чугунное ограждение, а также воссоздать по фотографиям и сохранившимся фрагментам фонари, установленные на опорах мостов. В первые годы существования парка на острове располагался большой павильон-беседка, ориентированный на массовый культурный отдых советских граждан. Позднее там находилась небольшая приватная беседка, больше подходящая для уединения пары-тройки человек. При проведении реконструкции было принято решение вернуться к историческому

формату. Так на острове появилась новая «беседка для торжеств». Своей формой в плане, размером и функционалом она отсылает к историческому прототипу, но имеет своё уникальное архитектурное решение.

На равноудаленном расстоянии между центрами активности разместился павильон амфитеатра. Архитектура объекта отсылает к античным аналогам: зрительские места расположены полукругом и опускаются вниз ярусами, а цилиндрический объём павильона сформирован аркадой. Двухуровневая сцена и камерная акустика заглубленного пространства позволяют проводить различные форматы мероприятий: лекции, концерты, спектакли, дискотеки, кинопоказы и т.п. Тентовый навес над зрительскими местами и верхней сценой спасает от солнца и осадков в летний период. Архитектурная подсветка подчеркивает выразительность амфитеатра в тёмное время суток.

Архитектурное решение всех павильонов основано на разработанном уникальном дизайн-коде парка. Основные принципы: натуральные материалы, сдержанное благородное цветовое решение, простота и целостность форм и образов, внимание к деталям, деликатное интегрирование в сложившуюся естественную среду.

Стилистика объектов сочетает в себе элементы деревянных павильонов, украшавших парк в советское время, античных архетипов (ротонда, колоннада, аркада, периптер) и современной архитектуры. Все павильоны выстроены на основе базовых принципов композиции: симметрия в плане и в объёме, гармоничные пропорции, сомасштабность человеку,



Пруд, выразительная консольная площадка и беседка для торжеств на острове. Беседка для торжеств наследует форму в плане и декоративный приём у исторического прототипа



Архитектурное решение павильонов формирует уникальные интерьеры и наполняет внутренние пространства светом и воздухом



Площадь Визит-центра спускается к воде широкими ступенями с деревянными сиденьями



Элементы несущего каркаса открыты и выполняют в том числе декоративную функцию, формируют ритмичную пластику фасадов



Амфитеатр задуман как симбиоз античной аркады и проницаемых парковых павильонов из деревянной рейки



Основные проходы для зрителей выделены на фасаде цветовыми акцентами

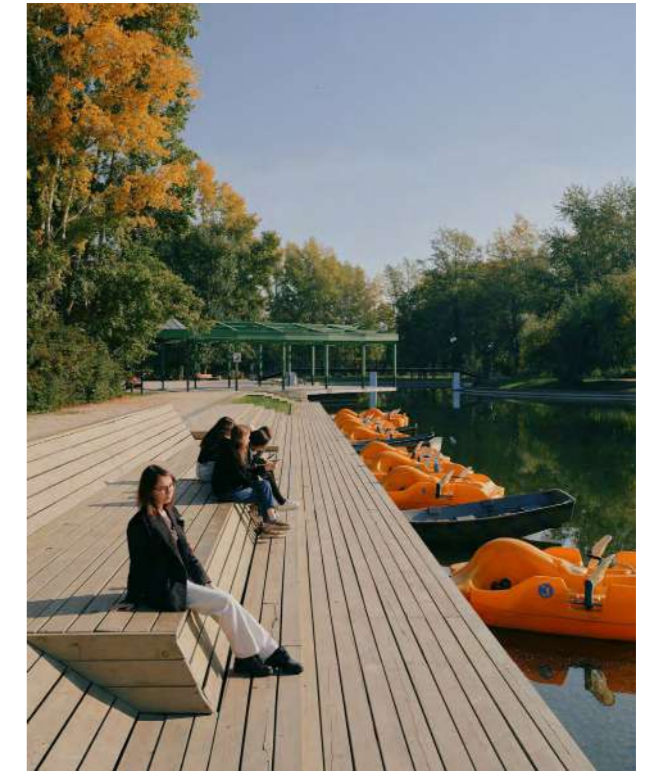




Внутреннее пространство заглублено ниже отметки окружающего ландшафта и перекрыто тентом



Малая беседка в тени деревьев с видом на пруд



Деревянная набережная в сочетании с озеленёнными берегами маскирует советское наследие в виде бетонных плит и придаёт пруду естественный природный вид



Архитектурная подсветка амфитеатра создаёт невероятную игру света и тени вокруг павильона

ритмичность элементов. Дерево в качестве основного строительного и отделочного материала выбрано для сохранения исторической атмосферы парка и возрождения традиции создания деревянных объектов городской среды. При этом в архитектуре павильонов нет разделения на скрытые конструктивные элементы и видимые декоративные. Элементы несущего каркаса открыты и выполняют в том числе декоративную функцию, формируют ритмичную пластику фасадов. Образы павильонов гармонично дополняются фальцевой кровлей, металлическими опорными элементами и латунными деталями.

Особенностью проекта является очередность его реализации. Этот фактор влиял на весь ход проектирования и внёс коррективы при строительстве,

которое началось в 2020 году. В настоящий момент на 2024 год запланирована последняя пятая очередь реализации проекта реновации парка.

Сплоченная общей идеей совместная работа большого творческого коллектива архитекторов, ландшафтных дизайнеров, конструкторов, генпланистов, дендрологов, инженеров и других специалистов позволила решить главную задачу проекта – удалось создать современное рекреационное общественное пространство, сохранив при этом атмосферу традиционного парка культуры и отдыха.

prorus.ru

Общественный центр с удивительной мозаичной крышей построенный Manuelle Gautrand Architecture

Проект направлен на решение социальных проблем путем развития человеческих связей посредством своего яркого дизайна.



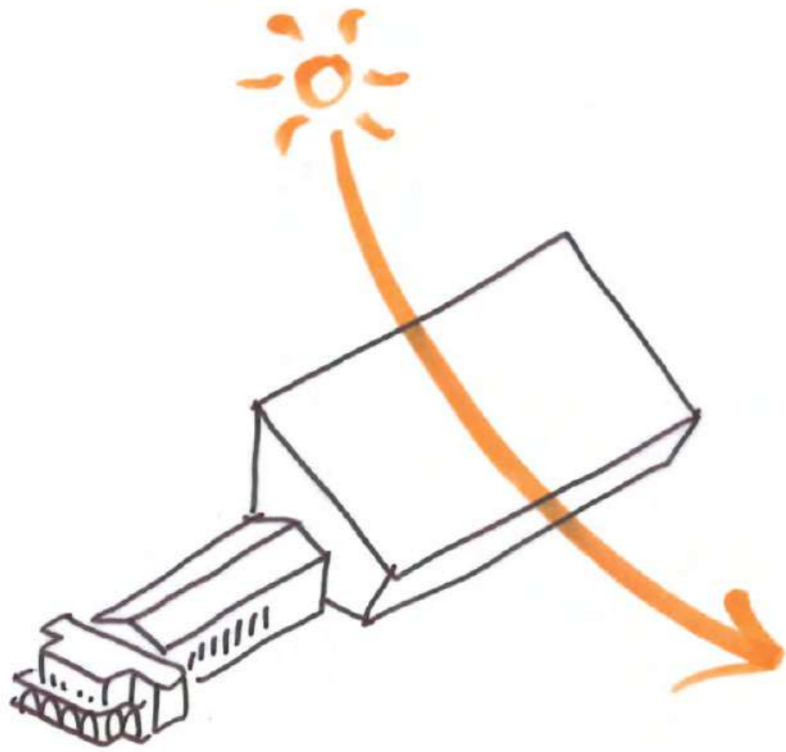
Проект Phive, спроектированный архитектором Мануэль Готран, представляет собой динамичный общественный и культурный объект, расположенный на площади Парраматта, оживленном деловом районе на западе Сиднея. Здание включает в себя множество общественных пространств и выставочных площадей, библиотеку, а также палату совета города Парраматта.

Проект Phive направлен на решение социальных проблем путем развития человеческих связей посредством своего яркого дизайна. Чтобы добиться этого, архитекторы сосредоточились на максимальной освещенности и открытости пространства вдоль центральной дороги возле ратуши. Объем здания повторяет путь солнца, гарантируя, что здание останется хорошо освещенным в течение всего года. Более того, дизайн сливается с ландшафтом, используя преимущества природных элементов, таких как солнечный свет, ветер и климат. Южный фасад наклоняется и изгибается, создавая просторное общественное пространство, которое становится новым центром притяжения города. Изготовленная из сотен сложенных панелей, крыша обеспечивает теплозащиту и фильтрует свет, создавая поэтическую атмосферу как внутри, так и снаружи. Мозаичная крыша создает вид каскадного амфитеатра, обращенного к площади, усиливая ее взаимодействие с окружающей средой.

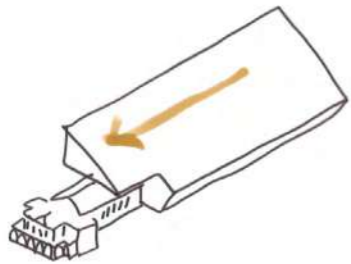
Наклонная конструкция здания служит как функциональным, так и эстетическим целям. Она способствует естественной вентиляции, позволяя воздуху подниматься к шпилю, который действует как отвод горячего и загрязненного воздуха, уменьшая необходимость в кондиционировании воздуха. Действующие жалюзи дополнительно улучшают вентиляцию, создавая комфортную и экологически чистую среду в помещении. Выбранная гамма насыщенных красных цветов выделяется среди окружающих зеленых и серых зданий, черпая вдохновение из местной флоры.

Здание Мануэль Готран удостоено 6-звездочной аккредитации Green Star. В его дизайне приоритет отдается пассивному тепловому комфорту, включая такие функции, как небольшие помещения, учебные отсеки, естественную вентиляцию и жалюзи. Интеллектуальная система управления гарантирует, что жалюзи поддерживают оптимальный внутренний комфорт в течение всего года. Только в экстремальных погодных условиях, таких как самая холодная зима или самое жаркое лето, жалюзи закрываются, а система кондиционирования активируется, чтобы обеспечить комфортную среду для пассажиров.

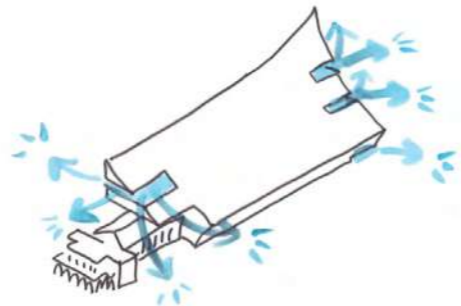
Здание принимает форму открытого театра, поощряя встречи, обучение и обмен опытом между людьми. Интерьер залива естественным светом, с каждого этажа открывается потрясающий вид



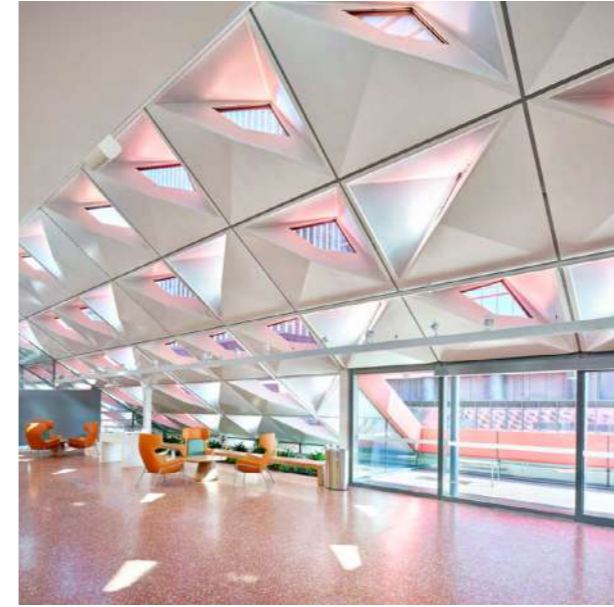
A VOLUME MADE AROUND THE SUN COURSE

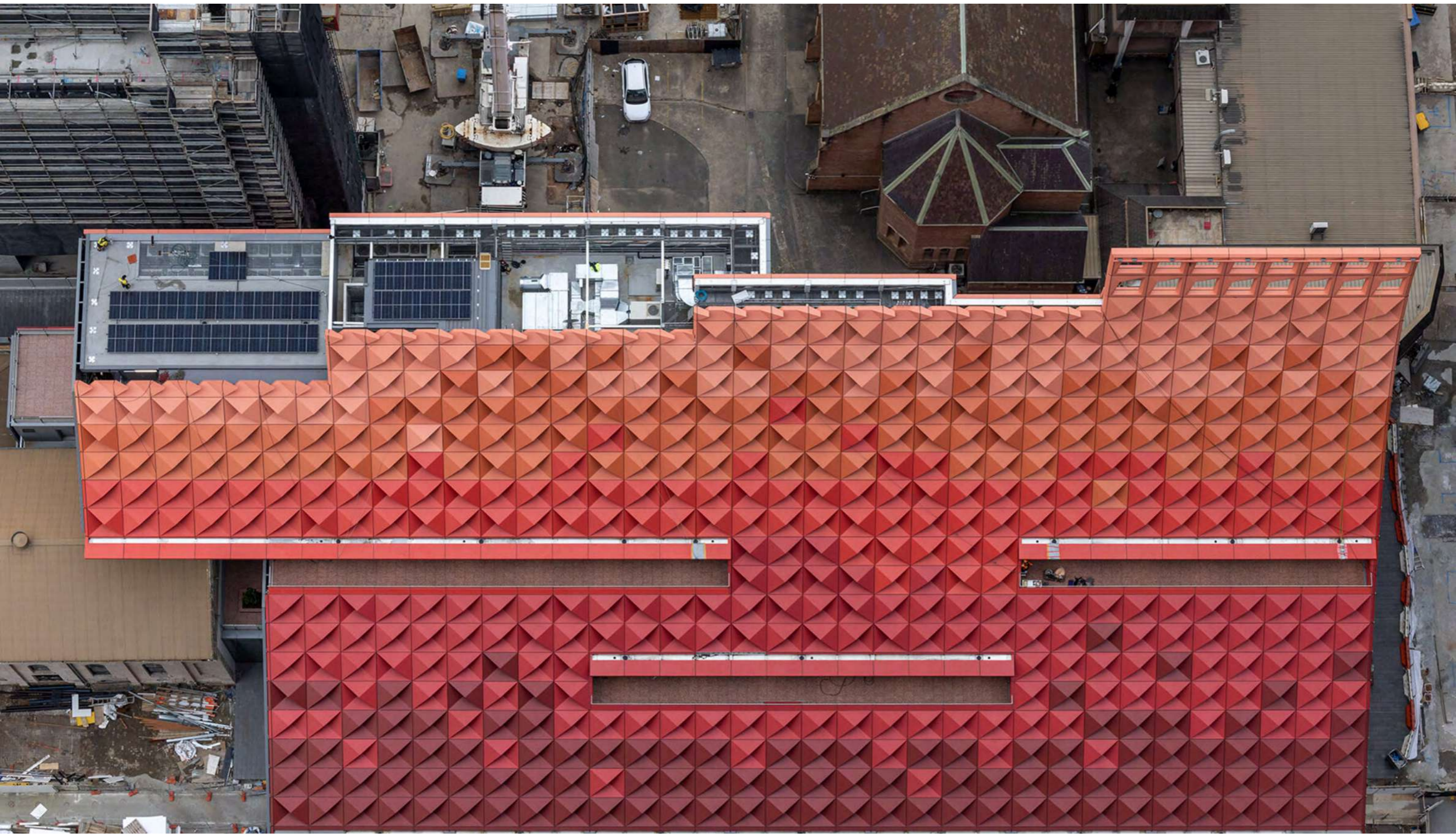


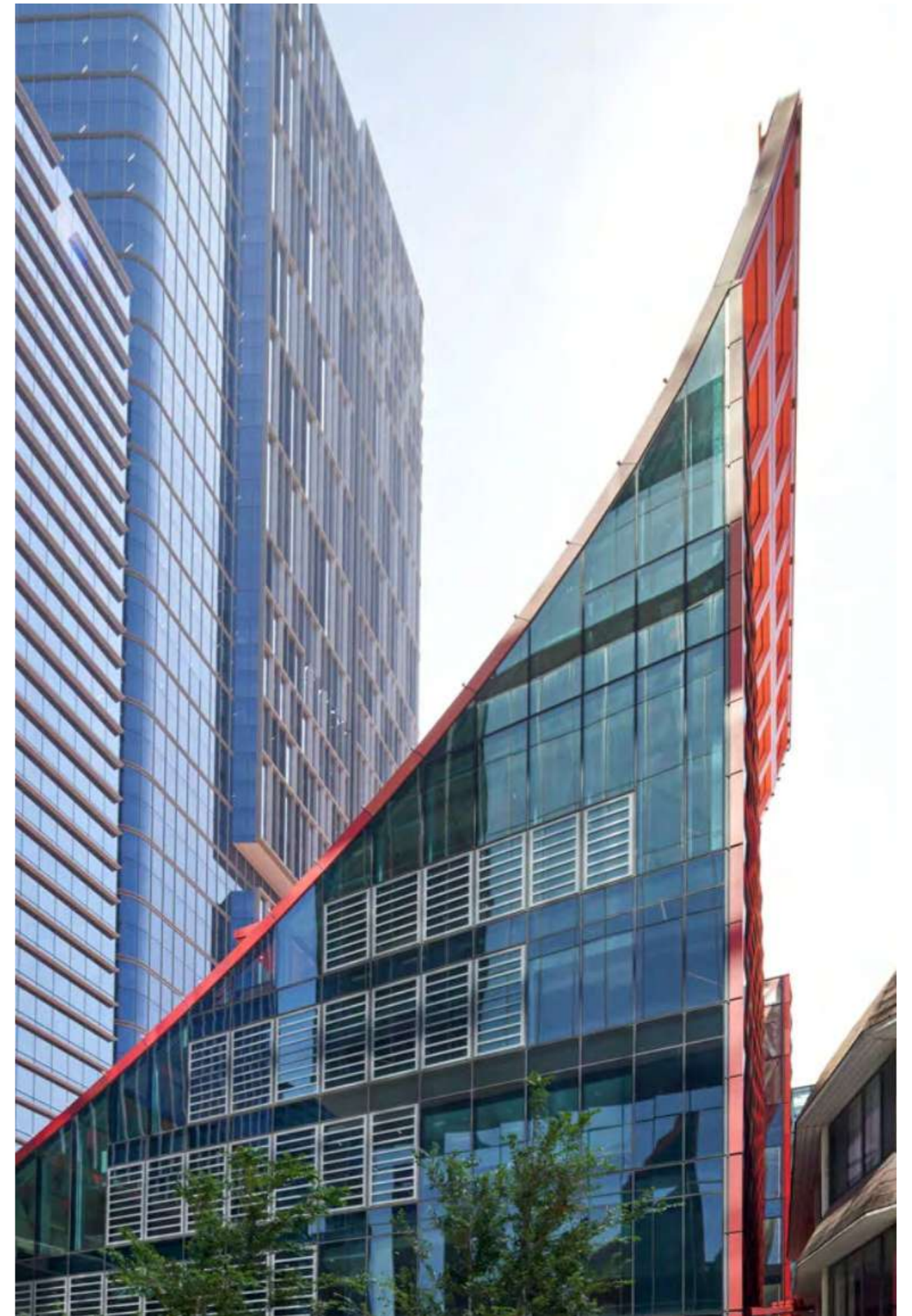
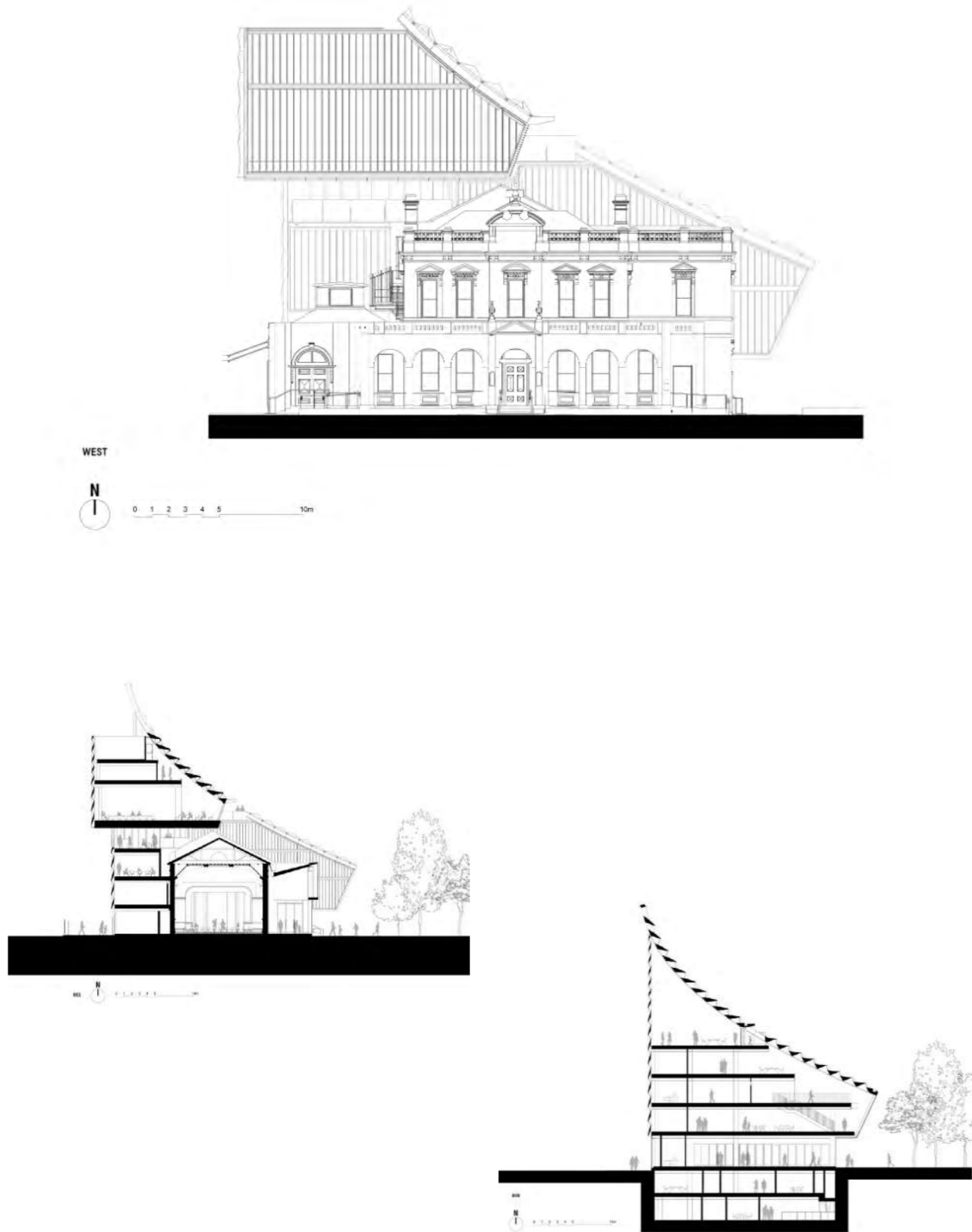
WE WANT FOR THE VOLUME TO EMBRACE AND PROTECT THE EXISTING TOWN HALL



THE VOLUME BECOMES ALSO A GENETIC MIX BETWEEN INDOOR AND OUTDOOR SPACES









на площадь Парраматта. На первом этаже можно провести время как в помещении, так и на открытом воздухе. В интерьере используются ступенчатые полы, напоминающие террасы и театральные балконы, с которых открывается панорамный вид на набережную. Кроме того, пристройка нового здания включает в себя существующую ратушу, предоставляя помещения для новых видов деятельности и офисы для городских чиновников и общественности.

designboom.com

Дом-кокон во Вьетнаме

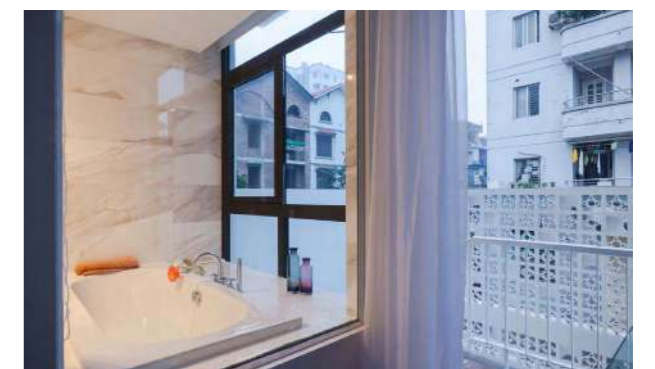
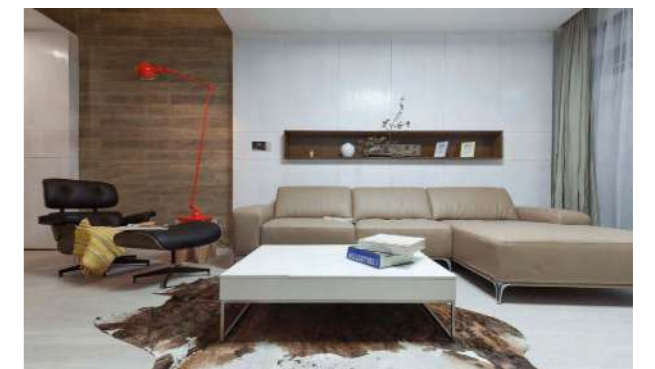
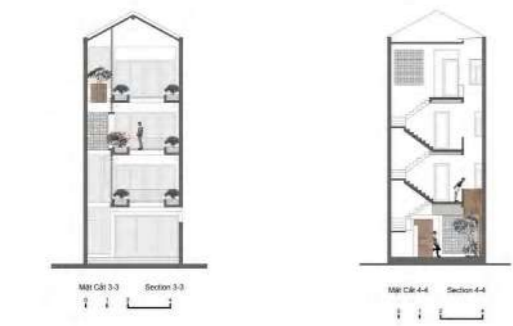
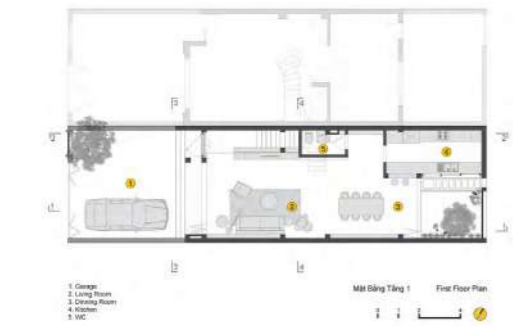
Студия Landmak Architecture создала облицовку дома-кокона во Вьетнаме из белых бетонных блоков.



В заброшенном городском районе Вьетнама местная архитектурная компания Landmak Architecture преобразила рядный дом из красного кирпича, украсив его новым фасадом. Реконструируя существующую архитектуру, команда дизайнеров под руководством Та Тьен Винь и Труонг Туан Чунг изменила внутреннюю планировку и добавила дополнительный этаж к первоначальному зданию.

Здание и балконы были облицованы белыми бетонными вентиляционными блоками, которые способствуют естественному притоку воздуха и дневного света. За этими декоративными фасадами скрытые зеленые зоны предлагают жителям приватные и безопасные места для отдыха на свежем воздухе. В задней части дома был добавлен кухонный блок, а крыша теперь служит террасой для главной спальни на втором этаже.

archdaily.com



Корбюзье, Гауди и Кандинский: роль цвета в архитектуре

С основанием первых цивилизаций цвет в архитектуре отражал тип культурного и политического устройства города.



Он был своеобразным маркером общественной жизни. Например, сине-голубые ворота Иштар, окружающие Вавилон, указывали на религиозное устройство общества: защита города была отдана богине неба. В античном полисе на фоне коричнево-красной застройки центр выделялся белым, что говорило о «прозрачности» политических решений. В средневековых городах цвет приобрёл значение божественного света и переместился из внешнего пространства во внутреннее. С этого момента и вплоть до XX века, насыщенный цвет оставался инструментом интерьера.

Городская колористика всегда подчинялась закону наименьшего сопротивления: фасады либо сохраняли натуральный цвет своих материалов, либо окрашивались в светлые оттенки. Иногда цвет использовался в декоративных целях, как в соборе Санта-Мария-дель-Фьоре, где в облицовке стен зеленый мрамор создавал геометрический рисунок. Но до самостоятельного значения цвету было еще далеко.

В качестве закрепления этой тенденции в XVII–XVIII веках стали появляться первые проекты цветовой организации города. Колористические палитры существовали в Дрездене, Риме, Турине, Париже

и даже в Петербурге – были утверждены комиссией по каменному строительству. Цветовой план города часто включал в себя жесткие правила окраски, а также требования по сохранению и поддержанию сложившейся гаммы. Лишь остров Бурано из всей христианской Европы мог похвастаться красочной архитектурой – дома раскрашивали моряки, чтобы в тумане не потерять направление. В мусульманской архитектуре цвет изначально был важным элементом убранств из-за религиозного запрета на изображения человека и животных как в живописи, так и в скульптуре.

Эпоха эклектики стала первым шагом к разрушению стандартов. Красные росписи по мотивам римских терм, декоративные элементы «а-ля-рус», а затем и стиль модерн с синими, зелеными и золотистыми оттенками постепенно стирали страх перед цветом. Первым, кто вынес цвет на фасад, стал Гауди. Его дом Бальо в Барселоне 1906 года – это самобытная перестройка старого здания, которое часто интерпретируют как фигуру гигантского дракона. Роль переливающихся чешуек диковинного существа играла керамическая облицовка от белого до голубого, от зеленого до фиолетового цветов. Но индустриальная революция и политические конфликты откинули торжество цвета на несколь-



ко десятилетий. Наступила эпоха модернистской архитектуры – на первый план встали лаконичность и строгость форм, работа со светом и фактурой.

Эксперименты с цветом переместились в теоретические труды. Кандинский в книгах «О духовном в искусстве» (1910) и «Точка и линия на плоскости» (1926) рассуждал о влиянии цвета на зрителя, присуждал тому или иному цвету определенный род движения: эксцентрическое и концентрическое. И если учесть, что Кандинский с 1922 года был преподавателем школы Баухауз, становится понятно, почему именно в здании школы в Дессау вновь появляется цвет. Спроектированный Гропиусом в 1925 году комплекс имел четкое функциональное зонирование, которое подчеркивалось не только объемно-пространственным решением, но и цветом: детали красного, синего и желтого оформляли коридоры, лестницы и потолки.

Постепенно цвет перемещался из общественных пространств на фасад модернистских зданий. Марсельская жилая единица Ле Корбюзье 1952 года – это бетонный семнадцатизэтажный жилой комплекс на 337 квартир. Чтобы подчеркнуть индивидуальность каждого жителя, боковые стенки балконов были выкрашены в красный, зеленый и желтый цвет. Полное признание цвет получил в последней работе архитектора – в павильоне в Цюрихе. За два года до смерти, в 1965 году, Ле Корбюзье возвел здание из бетона и стали с парящей крышей, разукрашенное разноцветными панелями как снаружи, так и внутри.

Еще с середины 50-х годов функционализм подвергался критике. Первыми начали задавать вопросы художники, и делали они это при помощи картин. «Что делает наши сегодняшние дома такими разными, такими привлекательными?» (1956) – спрашивал родоначальник поп-арта Ричард Гамильтон... Крах модернистской эпохи знаменовала книга «Сложность и противоречие в архитектуре» (1966). В ней Вентури утверждал: «Меньше значит скучнее» – орнамент, исторические отсылки и юмор имеют право быть в современной архитектуре.

С 1997 года Дженкс официально возвестил о новой эпохе книгой «Язык архитектуры постмодернизма». В этот же год Париж украсил Центр Помпиду – стеклянный и вроде бы модернистский параллелепипед Ренцо Пиано и Ричард Роджерса. Но все технические конструкции оказались снаружи здания: арматурные соединения были выкрашены в белый цвет, вентиляционные трубы – в синий, водопроводные – в зелёный, электропроводка – в жёлтый, а эскалаторы и лифты – в красный. Так, цвет перестает подчеркивать «индивидуальность» и «функцию» пространства, он становится полноценным элементом архитектурного языка.



Цветовым безумием и некоторой издёвкой над геометрией модернизма стали постройки Хундертвассера. Они стилистически объединили в себе идеи абстракционизма и модерна: танцующие и спиралевидные формы, купола и необычные цвета – основа зданий. Своими праздничными постройками Хундертвассер стремился разрушить рациональную городскую застройку, которую считал однотипной, скучной и причиняющей душевный дискомфорт.

Контекстного мышления в градостроительстве придерживался Росси. Простоту форм, граничащую с аскетизмом, архитектор использовал лишь в родной Италии. Берлин – чужой город, без мимикрии не обошлось. Чтобы здание газетного комплекса 1996 года грамотно вписывалось в «ткань» города, всю смысловую нагрузку Росси перенес в цвет. Комплекс стал комбинацией классических форм и ярких цветов: красных, зелёных, оранжевых, фиолетовых и черных.

Схожей философии придерживался другой постмодернист в сфере дизайна и архитектуры – Соттсасс. Будучи главой группировки Мемфис (1981), Соттсасс всегда относился к открытому цвету как к первичному элементу. Однако, от «разноцветной анархии» дизайнерской студии в архитектуре Соттсасса осталась тонкая игровая эстетика и цветовое зонирование. Особенно хорошо эти принципы видны в частном доме на Гавайском архипелаге 1987–1997 годов – Acme Studio. Цвета постройки в том числе соответствуют местности.

Деконструктивисты своим главным инструментом сделали гипертрофированные формы, но о цвете они все же не забывали. Красный часто использовал в своих постройках Бернар Чуми. А Biomuseo в Панаме архитектора Фрэнка Гери не только имеет сложное пластическое решение, но и богатую цветовую палитру: здание покрыто красными, желтыми, зелеными, синими и голубыми пластинами.

На рубеже XX–XXI веков широко распространились проекты, в которых цвет был направлен на поднятие качества жизни. Многие бедные районы Албании и Польши, перекрашивали в цветные кварталы. Чтобы поднять социальную репутацию, коридоры одной из самых величественных многоэтажек в Лондоне – Треллик Тауэр архитектора Эрно Голдфингера (1972) – облекли в желтый цвет.

А отделение реанимации, травматологии и инфекционных болезней в Мальме приобрело форму центрифуги с разноцветными переключателями.

Цвет как механизм выделения стали использовать офисы городов мегаполисов: доминантой в Токио стало центральное отделение банка Sugamo Shinkin

10 революционных материалов, которые будут формировать мир дизайна и технологий в 2024 году

Материалы, которые бросают вызов нашему традиционному пониманию функциональности.



архитекторов Emmanuelle Mougeaux (2011). Здание представляет собой «слоеный пирог»: тонкие пластины фасада снизу окрашены в розовые, салатные, голубые и оранжевые цвета. Торцы и верхние части конструкции выполнены из белого глянца – он смягчает все оттенки. Ночью каждый цвет подчеркивается подсветкой. Иначе подошли к созданию цветного фасада архитекторы из Studio 505: офисный центр Pixel в Мельбурне одет в пеструю оболочку из панелей.

В СССР палитра города оставалась весьма нейтральной: «нулевое» значение цвета выражало идею стабильности и долговечности и тем самым помогло утвердить новое государство. В конце XX столетия отсутствие цвета сменилось неумелым его использованием в «Лужковскую эпоху»: розовые, бирюзовые оттенки диснеевских домов комплекса «Красные холмы» или ярко-красный цвет Дома-яйца говорят о поисках нового поколения русских архитекторов.

Цвет буквально вторгся в многоэтажные кварталы. Чтобы люди больше не путали подъезды и кварталы, дома стали выкрашивать во все цвета радуги. Однако такой путь индивидуализации стал приобретать критические масштабы и требует на сегодня более обдуманного использования. Есть и удачные примеры использования цвета как во внешней среде – детский сад в ЖК «Отрада», так и в интерьерном пространстве – станция метро в Москве «Румянцево».

Сегодня цвет – это не просто сопутствующий элемент архитектуры. Он самостоятельная единица, которая может изменить среду в лучшую сторону, но им, как и любым средством, нельзя злоупотреблять.

mostmag.ru



Представьте себе мир, где здания сами залечивают свои трещины, грибы становятся мебелью, а мода может помочь регулировать температуру вашего тела, чтобы вы чувствовали себя комфортно независимо от погоды. Это не глава из научно-фантастического романа; это ближайшее будущее дизайнерских материалов, которые должны революционизировать нашу жизнь в 2024 году. От самовосстанавливающегося бетона до биоинженерных пластмасс – новаторы по всему миру раздвигают границы, создавая материалы, которые не только бросают вызов нашему традиционному пониманию функциональности, но и обещают предоставить экологичность и эффективность, как никогда раньше.

Многие из этих материалов могут показаться вам не такими уж новыми, но достижения в их производстве и быстром внедрении заслуживают места в этом списке. Это не «неслыханные» материалы, а скорее материалы, которые медленно и верно становятся все более доступными для компаний, стремящихся внедрять инновации и привносить в мир последние достижения.



10. Нитрид галлия (GaN)

Это неприязнительное соединение, в прошлые годы часто затмеваемое своими кремниевыми собратьями, готово занять центральное место в качестве одного из десяти лучших материалов, меняющих правила игры в области технологий. Представьте себе вещество настолько универсальное, что оно могло бы одновременно превратить ваше громоздкое зарядное устройство для ноутбука в почти невесомый аксессуар и в то же время повысить эффективность электромобилей до беспрецедентного уровня. GaN делает именно это, благодаря своей замечательной способности выдерживать более высокие напряжения и рассеивать меньше тепла, чем кремний.



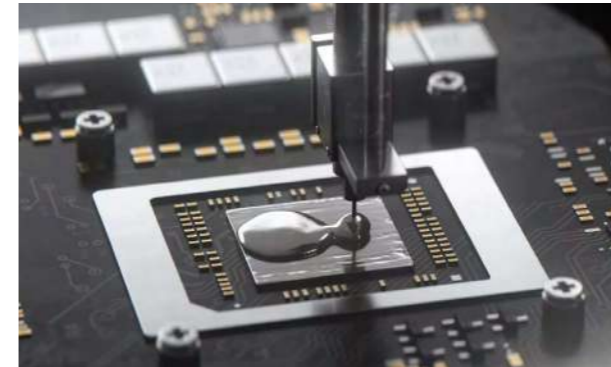
9. Графен

Это чудо толщиной всего в один атом и в то же время прочнее стали готово пересмотреть наш подход ко всему – от электроники до архитектуры. Представьте себе мир, где ваш смартфон сгибается, как бумага, не ломаясь, или здания, которые с легкостью выдерживают землетрясения; это не фантастическая мечта, а реальное будущее, обещанное графеном. Что действительно отличает графен от других, так это его универсальность – он не просто улучшает существующие продукты, но и прокладывает путь к инновациям, о которых мы пока даже не мечтали.



8. Квантовые точки

Квантовые точки (КТ) – это нанокристаллы с уникальными оптическими свойствами, что делает их идеальными для технологий отображения следующего поколения. Их результат – это яркие цвета и повышенная энергоэффективность дисплеев – от телевизоров до смартфонов. В то время как мир объединяется вокруг дисплеев с квантовыми точками (отходя от традиционных ЖК-дисплеев и OLED-дисплеев) из-за того, насколько они невероятно яркие и реалистичные, потенциал этих точек выходит далеко за рамки просто дисплеев, поскольку они способны помочь сделать солнечные панели намного более эффективными, а также революционизировать и демократизировать квантовую технику.



7. Сплавы жидких металлов

Эти чудо-материалы можно заливать в формы для создания бесшовных деталей для сложного оборудования или использовать в гибкой электронике, которая сгибается, не ломаясь. Кроме того, их самовосстанавливающиеся свойства обеспечивают долговечность изделий, которые в противном случае подверглись бы износу. Исследователи из мировых секторов высоких технологий обсуждают, как сплавы жидких металлов могут революционизировать все – от медицинских устройств, позволяющих создавать более чувствительные протезы, до аэрокосмических компонентов, способных невредимыми переносить нестабильные космические условия.



6. Усовершенствованная керамика

Представьте себе мир, где двигатели работают холоднее и служат дольше благодаря керамическим компонентам, устойчивым к нагреву и износу, или где наши смартфоны практически не поддаются разрушению благодаря устойчивым к царапинам керамическим экранам. Великолепие заключается не только в том, что эти материалы могут выдержать, но и в их сверхъестественной способности проводить электричество или полностью противостоять ему в зависимости от необходимости – черта, которая делает их незаменимыми как в электронных устройствах, так и в солнечных панелях.

Поскольку экологические соображения занимают центральное место во всем мире, современная керамика является экологичным ориентиром для устойчивого развития, поскольку ее долговечность со временем сокращает количество отходов.



5. Наноцеллюлоза

Наноцеллюлоза, получаемая из целлюлозы, является абсолютно экологичным чудо-материалом. Представьте себе материал, который легче пластика, но при этом достаточно прочен, чтобы бросить вызов превосходству стали в прочности на растяжение – настоящий Давид среди промышленных Голиафов. Изготовленная с помощью методов, которые расщепляют растительные вещества до клеточного уровня, наноцеллюлоза превосходит свое скромное происхождение, обладая такими свойствами, как биоразлагаемость и низкая токсичность – и все это при сохранении замечательной термостойкости и барьерных свойств против газов.



4. Мицелий

Он обладает свойствами, подобными коже, что делает его невероятно подходящей веганской альтернативой коже животного происхождения, но, что более важно, его мясистая, губчатая масса обладает способностью быстро разрастаться, что делает его отличной заменой пенополистиролу и множеству других формуемых материалов. Материал на основе грибов растет за счет разложения и поглощения природных отходов, обладает способностью к самовосстановлению и быстрому отрастанию, и, что самое приятное, является полностью натуральным, что делает его экологически чистым и по своей сути биоразлагаемым.



3. Биопластики и биокомпозиты

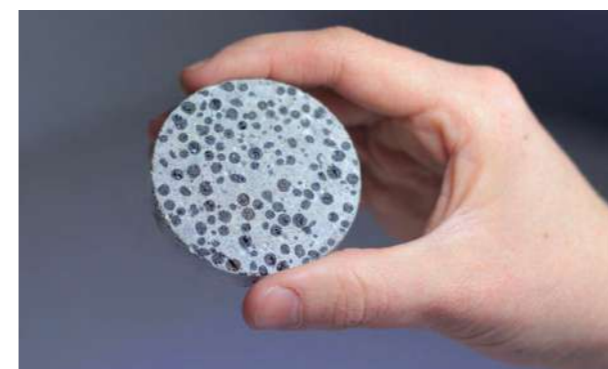
Биопластики получают из природных материалов (таких как кукуруза или конопля), что позволяет формовать и изготавливать их точно так же, как обычный пластик, но с дополнительным преимуществом – они биосовместимы и разлагаемы. Биокомпозиты, с другой стороны, используют натуральные наполнители и натуральные связующие вещества для создания альтернативы пластику, которая является жесткой, долговечной и устойчивой к внешним воздействиям. Наиболее распространенные биокомпозиты, которые мы видели, используют отходы, такие как кофейная гуща или зерновая

шелуха, связывая их натуральными связующими веществами для создания новых материалов со свойствами, имитирующими различные формы пластика... но с дополнительным преимуществом – они безвредны для природы и сокращают количество отходов.



2. Прозрачные солнечные панели

Представьте, что окна вашего дома могли бы собирать энергию солнца и снабжать ваш дом электроэнергией. Появление прозрачных солнечных панелей постепенно превращает эту мечту в реальность. Панели работают за счет использования специального солнечного элемента, который поглощает свет, не затемняя его, что позволяет встраивать их в окна и другие прозрачные поверхности. Эта технология, хотя и находится на ранних стадиях, обладает огромным потенциалом для преобразования использования солнечной энергии, эффективно превращая любую стеклянную поверхность в источник энергии. Панели работают, пропуская видимый свет и улавливая ультрафиолетовую и ближнюю инфракрасную энергию, что позволяет вырабатывать электроэнергию, не полагаясь исключительно на видимый свет. Их компактность и эффективность делают их универсальными для различных применений, от питания устройств до целых зданий, без ущерба для эстетики.



1. Самовосстанавливающиеся материалы

Самовосстанавливающиеся материалы представляют собой категорию материалов, которые со временем могут «чинить» сами себя, устраняя любой причиненный им ущерб. Наиболее очевидное применение – самовосстанавливающийся бетон, который позволяет трещинам и признакам атмосферного воздействия в зданиях волшебным образом исчезать, увеличивая долговечность конструкций (достигается за счет включения определенных элементов, таких как волокна или капсулы, в бетонную смесь, содержащую ремонтные растворы). Самовосстанавливающиеся краски/покрытия могут позволить царапинам на автомобилях автоматически исчезать под воздействием света или ультрафиолета, а в области самовосстанавливающихся полимеров и стекол были достигнуты значительные успехи, которые могли бы уменьшить количество технических повреждений. Представьте, что вы уронили свой телефон только для того, чтобы увидеть, как трещина или царапина со временем заживают и исчезают.

yankodesign.com

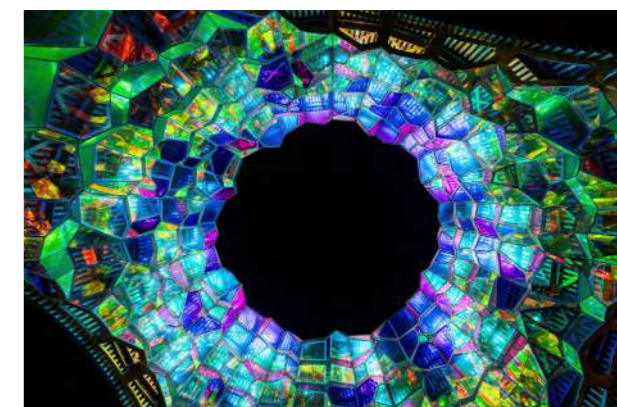
Калейдоскопический павильон в Калифорнии от SOFTlab

По задумке дизайнеров динамичный характер Halo способствует вдохновению и появлению новых идей.

Нью-йоркская студия SOFTlab создала павильон цилиндрической формы с арочными проемами. Сооружение расположилось недалеко от новой штаб-квартиры Google в Маунтин-Вью: благодаря холмистой местности и выгодной точке оно возвышается над кронами деревьев и становится видимым с окружающих транспортных магистралей. Снаружи постройка облицована вертикальными стальными трубами, в то время как интерьер представляет собой кристаллическую стальную конструкцию с дихроичной акриловой отделкой. В течение дня радужные грани отражают солнечный свет, отбрасывая разноцветные тени на окружающий ландшафт. При этом спектр определяется углом обзора и варьируется от оранжевого и желтого до зеленого, а ночью за счет светодиодов на внешней конструкции павильона синие оттенки сменяются фиолетовыми.

Атмосферная смена дня и ночи в интерьере призвала павильон стать местом, куда могут прийти посетители и сотрудники Google и где можно почерпнуть новые идеи, перестроиться или просто насладиться магией солнечного света, проникающего сквозь конструкцию павильона.

soft-lab.com



Навигационная система района Бровары Варшавские

Дизайн новой навигационной системы изящно интегрировался в исторический контекст района.





В 2021 году варшавский район Воля обрел великолепное общее место – Варшавские пивоварни (Browary Warszawskie). Теперь этот квартал заполнен жилыми домами, офисными зданиями, городскими площадями и новыми улицами. Важно помнить, что даже во времена промышленного процветания это был строго охраняемый район, закрытый для посторонних. Несколько зданий бывшего пивоваренного завода, в том числе исторический Дом здоровья, Лаборатория, Вилла Шиле и 170-летние подвалы Лежаковнии, которые сейчас отреставрированы, напоминают нам о былом совершенстве этого места.

При разработке навигационной системы района основной задачей было интегрировать все элементы вывесок в окружающую архитектуру и сохранить единую идентичность. Дизайнеры хотели, чтобы все элементы, такие как шрифты, пиктограммы, специальные знаки и вывески, гармонировали с духом зданий и друг с другом. Целью было интегрировать навигацию в существующий исторический контекст.

Знаки размещены внутри и снаружи зданий. Носители информации должны были оставаться целостными, несмотря на разную конструкцию, обусловленную пространством, в котором они размещены. На первый взгляд, дизайнеры хотели создать впечатление, что они являются частью одной системы.

Чтобы подчеркнуть характер пространства, дизайн вывески был основан на нескольких ключевых элементах:

1. Типографика: для использования в системе визуальной идентификации были выбраны два взаимодополняющих шрифта: Gordita – геометрический шрифт с засечками, построенный на современных деталях, которые создают оптически сбалансированный, дружелюбный шрифт, и Vesterbro – высококонтрастный, привлекательный и современный шрифт с засечками. Благодаря своим отличитель-

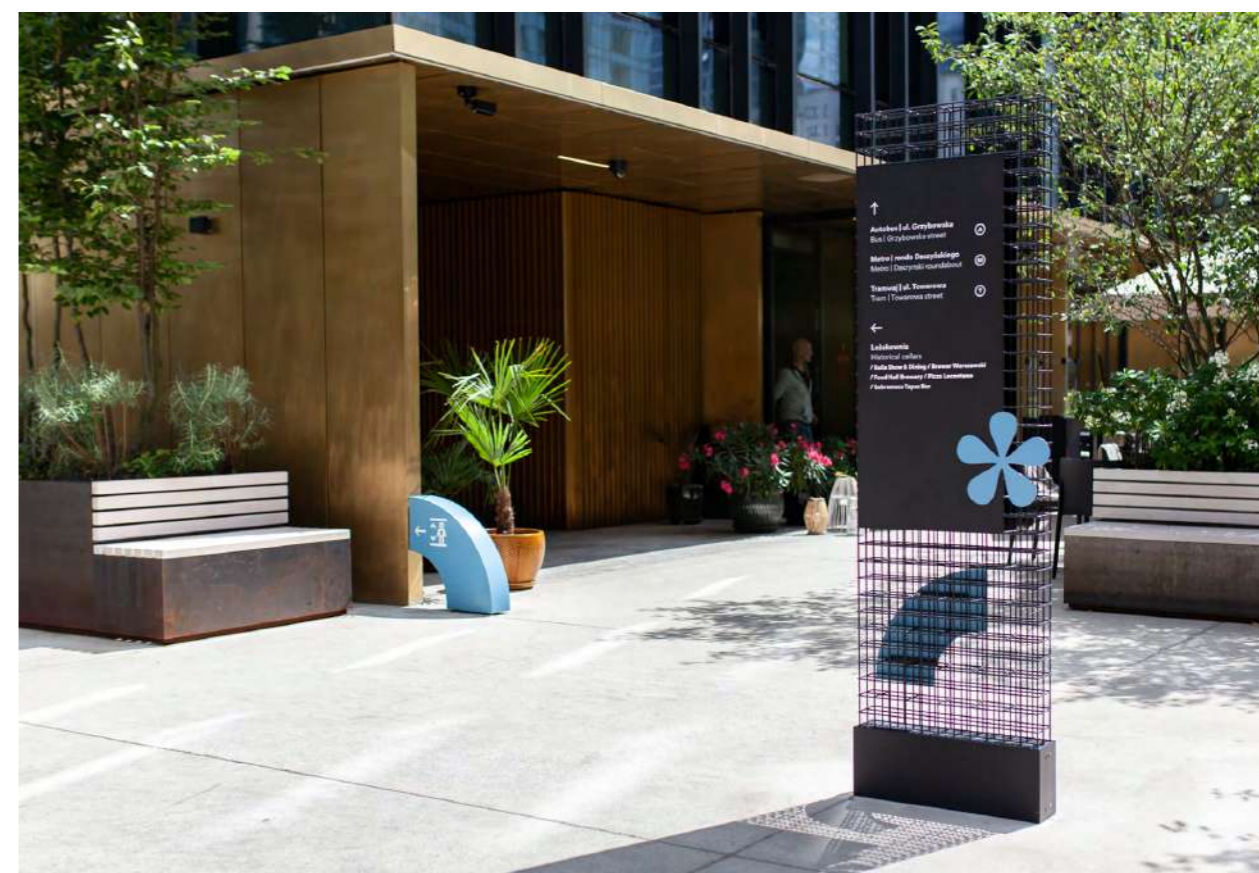
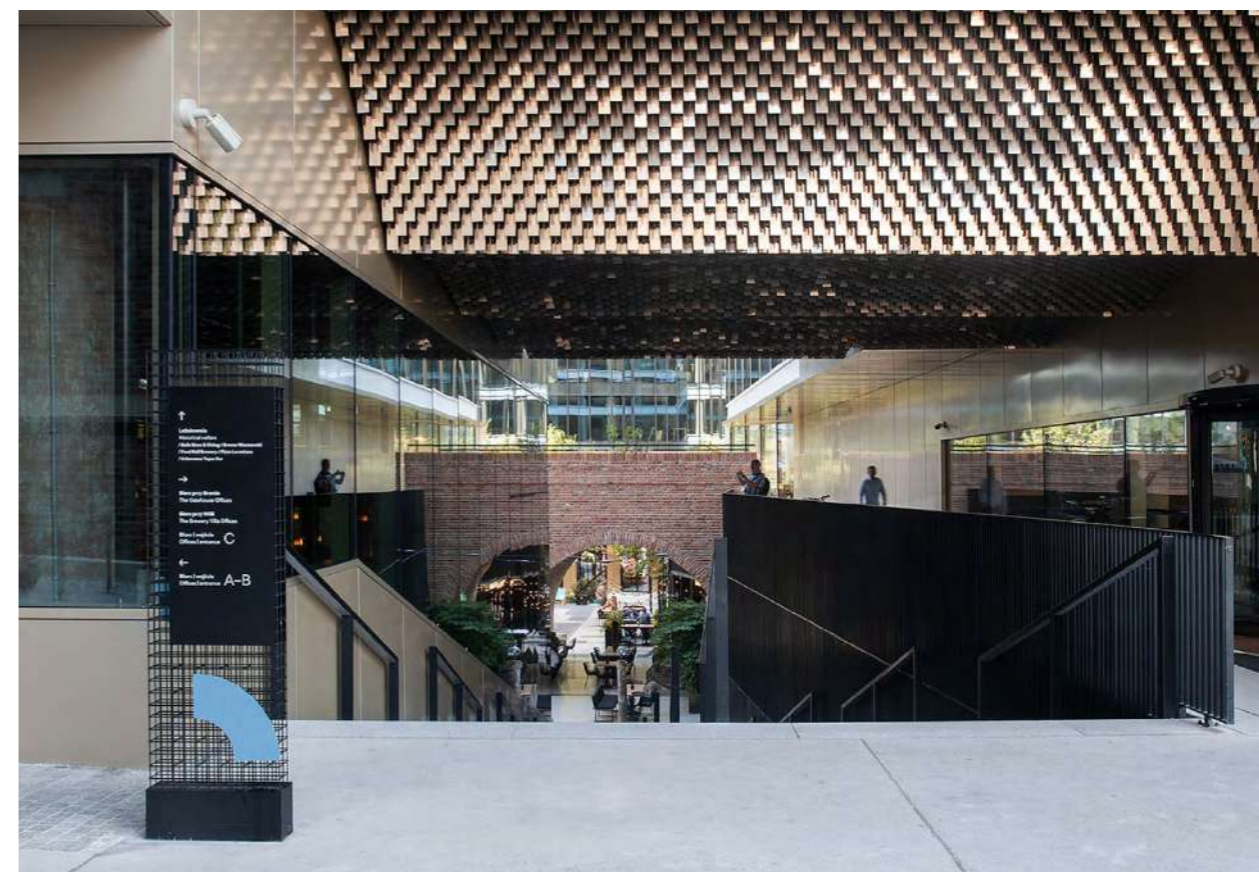
ным чертам эти шрифты создают идеальный дуэт, подчеркивающий атмосферу места (возрождение Варшавской пивоварни представляет собой идеальное сочетание истории и современности). Выбор шрифта также послужил хорошей основой для создания абстрактных узоров.

2. Оригинальный набор пиктограмм: пиктограммы были вдохновлены шрифтом Gordita – они были разработаны на его основе. Эти пиктограммы были построены путем объединения фрагментов глифов – конкретных форм букв определенного шрифта. Таким образом, система визуальной идентификации получилась целостной и характерной именно для этого района. Созданные на основе элементов шрифта, пиктограммы имеют схожие пропорции. Это создает впечатление, что они являются продолжением текстов, гармонично сливаясь с ними.

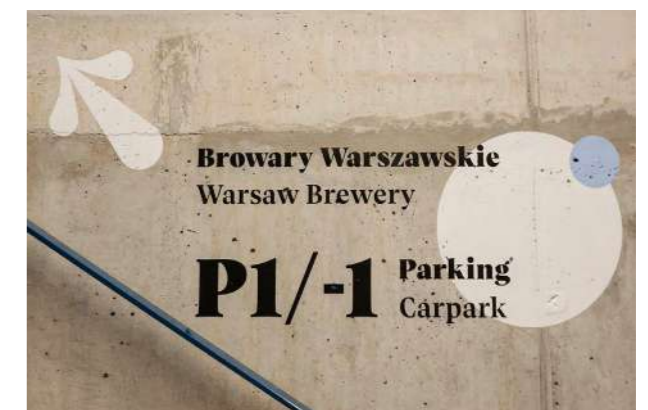
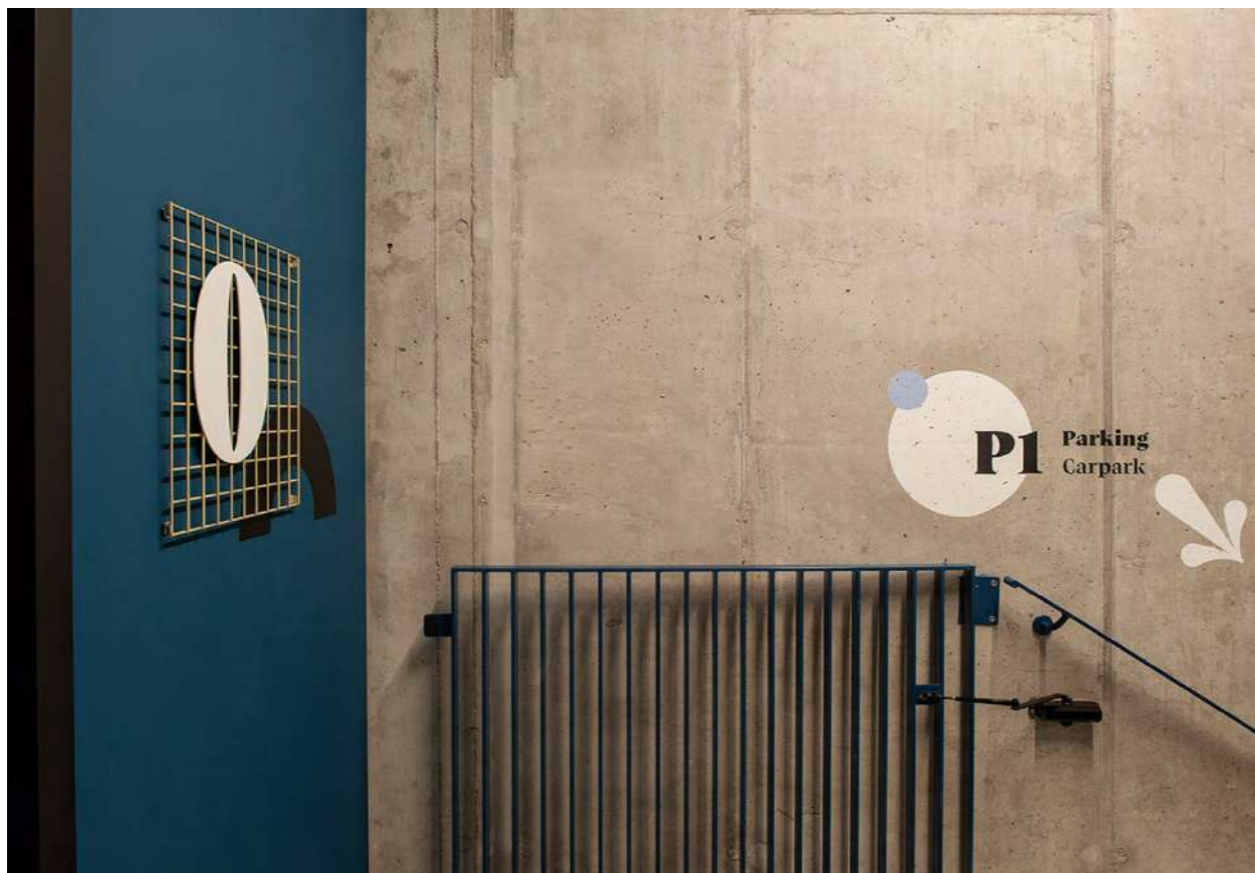
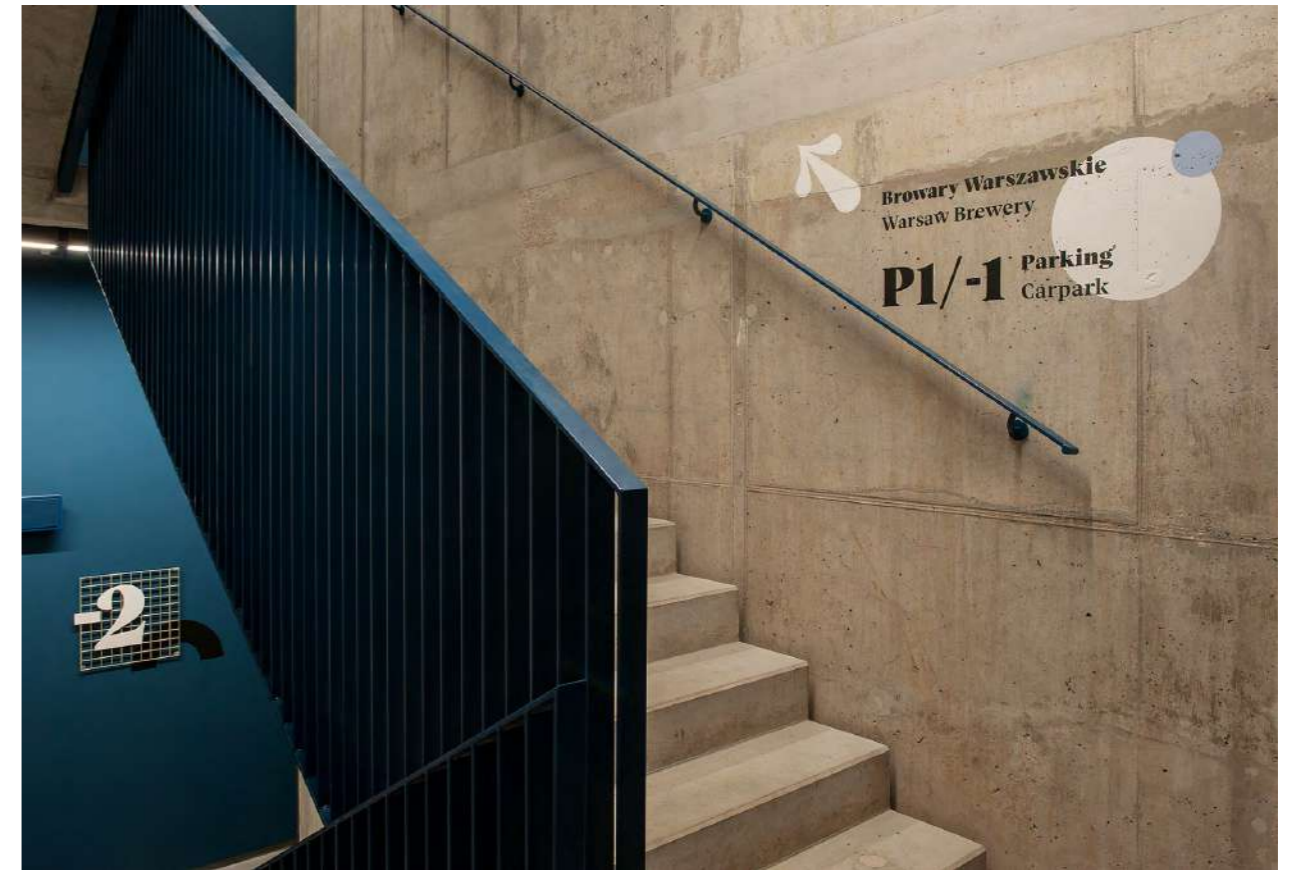
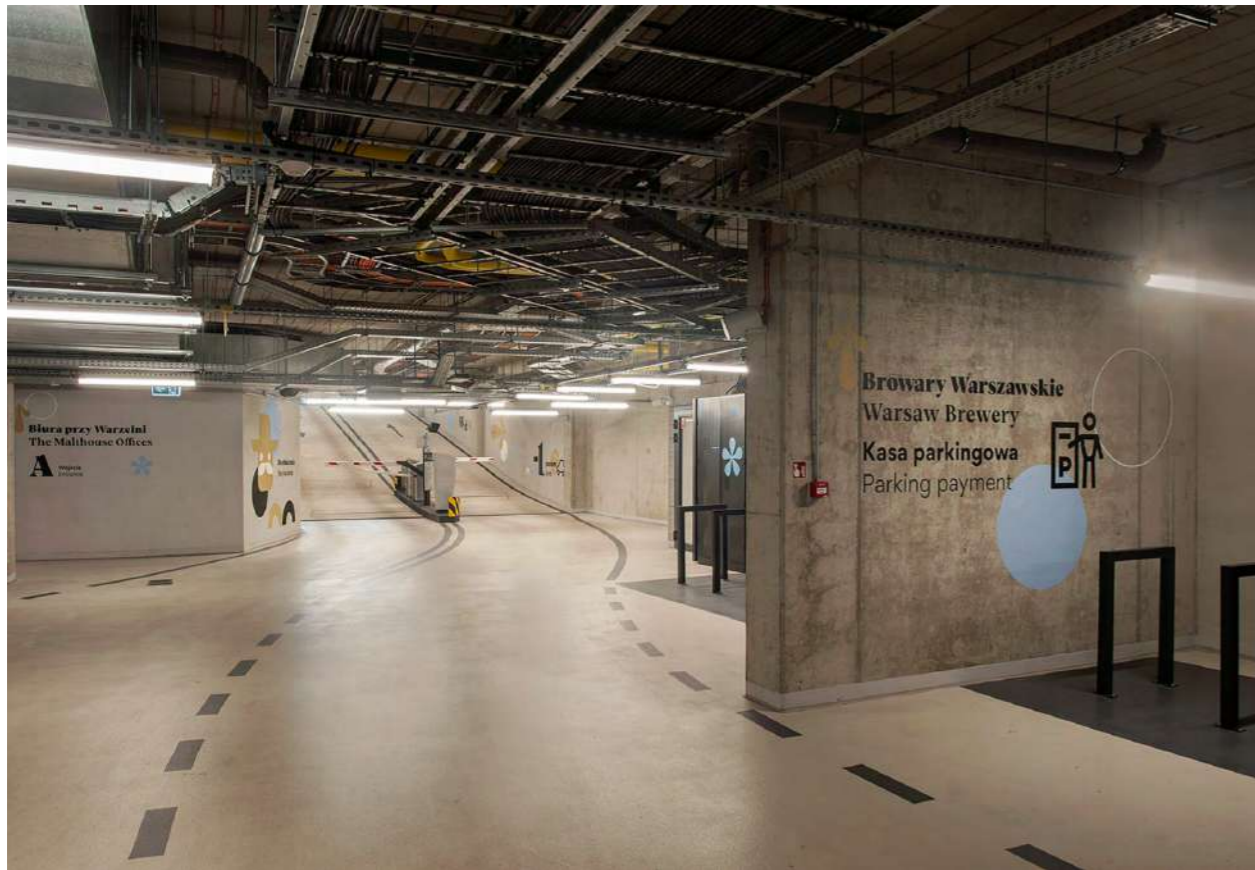
3. Уникальные иллюстративные элементы и оригинальные коллажи выполнены с использованием подлинных исторических материалов, связанных с Пивоваренным заводом.

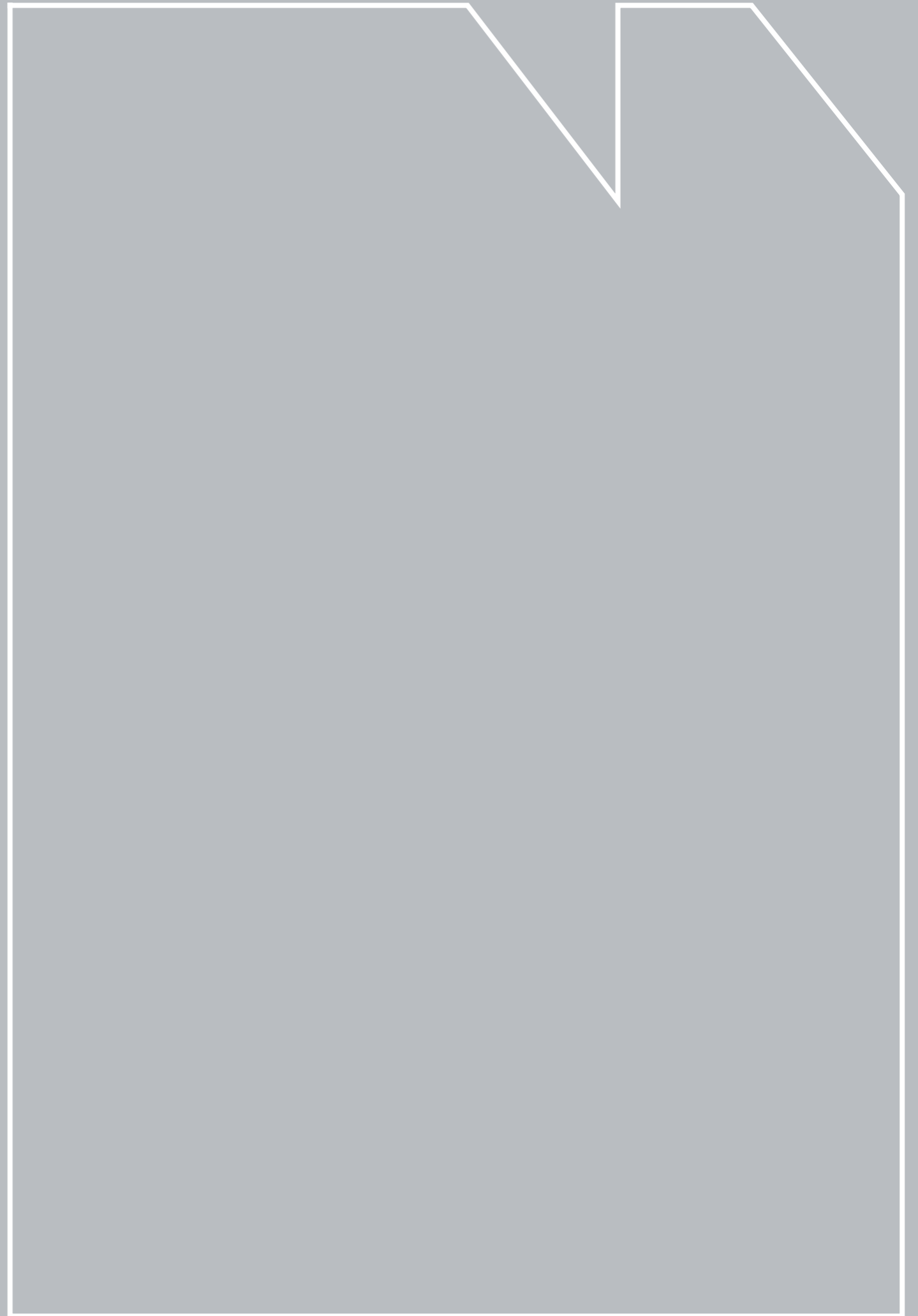
4. Носители информации – для них характерно использование визуально легкого металлического каркаса, благодаря этому даже большие пилоны сохраняют индустриальный характер, но при этом не загромождают окружающее пространство. Они могут быть прикрыты близлежащими зелеными насаждениями.

behance.net











city.vds.group



[telegram](#)