

vds

Развитие городской среды / архитектура и айдентика

Итоги марта – апреля 2025



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

В этом выпуске мы расскажем в чем цели, причины и преимущества создания бренда для города.

Создание бренда для города (place branding) становится важным инструментом привлечения туристов, инвесторов и талантливых специалистов. Городской бренд – это своеобразная визитная карточка, позволяющая подчеркнуть уникальные черты региона, повысить привлекательность территории и способствовать экономическому развитию.

Городская идентичность формируется годами, основываясь на исторических событиях, культурных традициях и природных особенностях местности. Однако зачастую город остается неизвестным широкой публике или воспринимается однобоко. Создание сильного городского бренда позволяет решить эту проблему, акцентировав внимание на уникальных аспектах региона и предложив четкое представление о его характере и преимуществах.

Часто считают, что брендинг мест необходим лишь для привлечения туристов. На самом деле туристы лишь небольшая часть целевой аудитории. Помимо них, бренды городов, регионов и стран создаются для привлечения инвесторов, предпринимателей и новых жителей, улучшения имиджа места с политической и экономической сторон, ну и, конечно, для мотивации собственного населения.

Бренд города или страны – это не только красивый логотип и креативная айдентика. В это понятие также входит удобная и доступная городская среда, приятные культурные пространства и, конечно, развлекательная программа: фестивали, концерты, выставки и праздники. Именно поэтому первые позиции в рейтинге лучших брендов стран и городов, как правило, занимают места, не отличающиеся

известными логотипами или айдентикой небывалой красоты. К примеру, лучшими брендами последних лет признавались Лондон, Сидней и Париж.

Одним из ярких примеров успешной брендинговой кампании является проект ребрендинга Амстердама. В 2004 году городской совет решил показать, что голландская столица – отличное место для жизни и работы. Были определены три новые городские ценности, вокруг которых должна была строиться кампания: креативность, инновационность и дух предпринимательства. В первую очередь расчет в новой концепции был сделан на бизнес и местных жителей, однако и туристов не обошли вниманием. Новая кампания «I amsterdam» позволила Амстердаму выбиться в пятерку европейских городов с самыми сильными брендами и в топ-12 лучших городов мира для жизни.

Место, имеющее сильный бренд, становится магнитом для туристов, инвесторов и профессионалов, обеспечивая экономический рост и повышение качества жизни горожан. Он позволяет выгодно представлять регион на международном уровне, повышает качество жизни граждан и способствует стабильному экономическому росту. Успешные примеры подтверждают эффективность грамотно проведенного процесса формирования и продвижения городского бренда.

Содержание

01 Брендинг

- 06 Визуализация цикличности: брендинг VCEA для программы устойчивого развития Вьетнама
- 10 Обновленная визуальная идентичность Ferm living
- 17 Центр искусства и правозащитной деятельности: смелая новая визуальная идентичность

02 Большая архитектура

- 22 Ленты и складки
- 32 Культурный центр Хуангу
- 44 Павильон Mitsubishi для Expo 2025

03 Малая архитектура

- 50 Ká Coffee: Жемчужина устойчивой архитектуры от Nguyen Khac Phuc Architects
- 54 Студия BIG построила павильон из металла в китайском Сучжоу
- 64 Парящая вершина

04 Визуальная коммуникация

- 74 Павильон-лодка из стеклянных трубок от Deer Origin Lab в Китае
- 78 Выставочный зал с сетчатым фасадом в китайской деревне
- 84 Wutopia Lab: книжный магазин, вдохновленный чайником

05 Молодые и талантливые

- 92 Проекты жилых помещений дополнительного назначения, созданные студентами Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе
- 95 Дизайн-проекты студентов школы дизайна Parsons School of Design
- 99 Центр экологического просвещения
- 101 София Баринава: приливные ритмы независимых городских водно-болотных угодий

Визуализация цикличности: брендинг VCEA для программы устойчивого развития Вьетнама

Как фирменный стиль и визуальная идентификация способствуют устойчивому развитию во Вьетнаме.



В самом сердце Юго-Восточной Азии страна принимает преобразующую экономическую модель: круговую экономику. Вьетнам, осознавая потенциал устойчивого роста и новые рыночные возможности, активно переходит к системе, которая ставит во главу угла эффективность использования ресурсов и сокращение отходов.

В авангарде этого движения находится инициатива Vietnam Circular Economy in Action (VCEA). VCEA служит важной платформой для продвижения повестки дня циркулярной экономики во Вьетнаме, объединяя заинтересованные стороны из различных секторов для сотрудничества и инноваций.

Центральным элементом миссии VCEA является ее мощная визуальная идентичность, тщательно разработанная дизайнерским агентством holve. Логотип, яркое представление кругообразности, представляет собой два взаимосвязанных круга, образованных несколькими прямоугольниками. Эти прямоугольники символизируют разнообразные материалы, визуально иллюстрируя непрерывный цикл использо-





вания и регенерации ресурсов, который определяет круговую экономику.

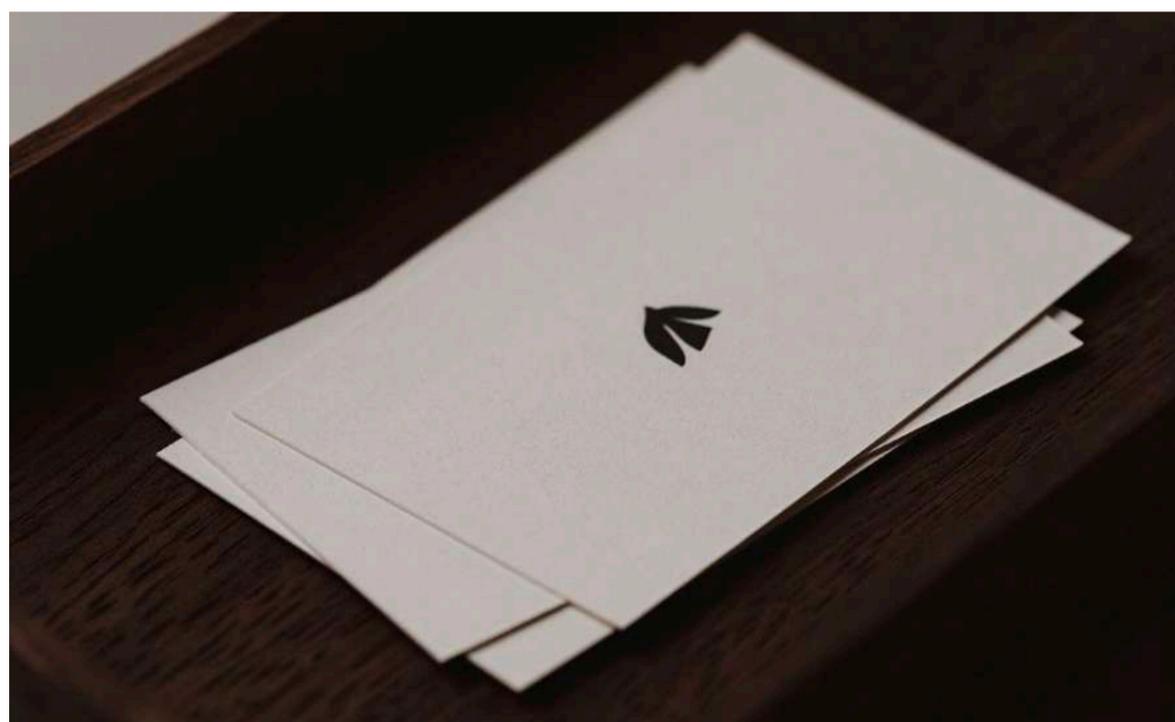
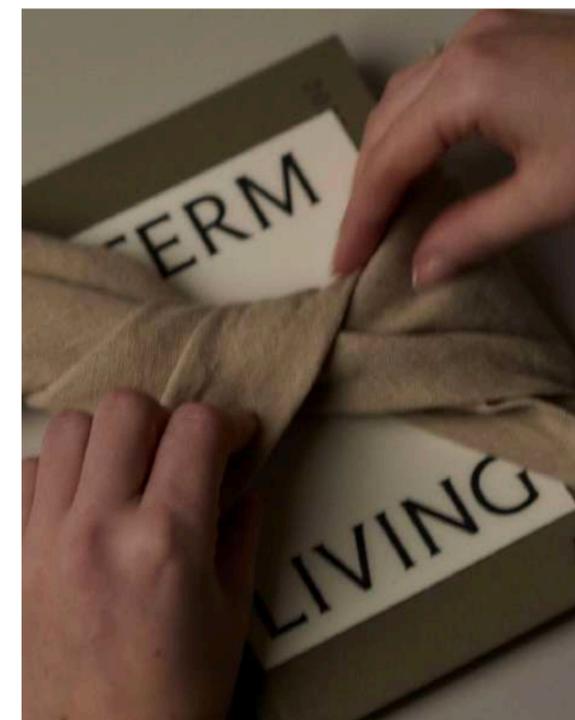
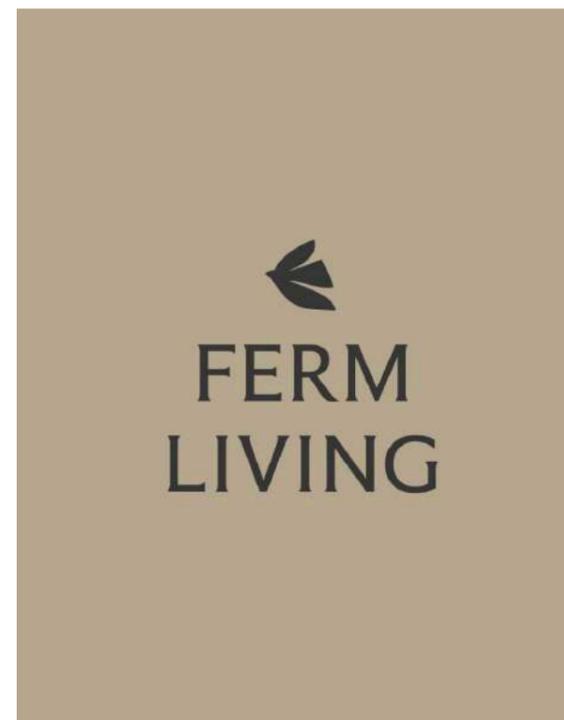
Этот сложный дизайн дополняется округлым словесным знаком, еще больше усиливающим темы взаимосвязанности и сотрудничества. Визуальный язык распространяется на все материалы программы VCEA, обеспечивая сплоченное присутствие бренда во всех различных мероприятиях инициативы.

Помимо визуальной привлекательности, фирменный стиль VCEA выполняет важную функцию: доносит основные принципы экономики замкнутого цикла понятным и привлекательным образом. Эффективно передавая концепцию замкнутого цикла, VCEA стремится вдохновлять на действия и способствовать внедрению устойчивых практик в различных отраслях и сообществах.

abduzeedo.com

Обновленная визуальная идентичность Ferm living

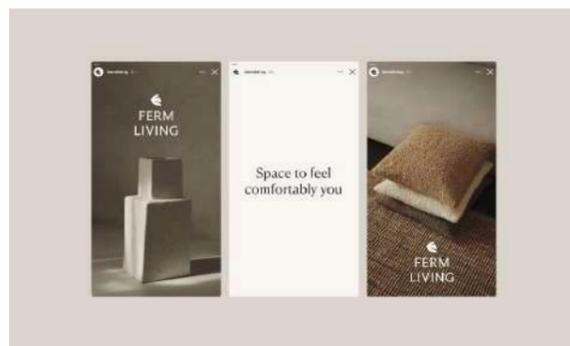
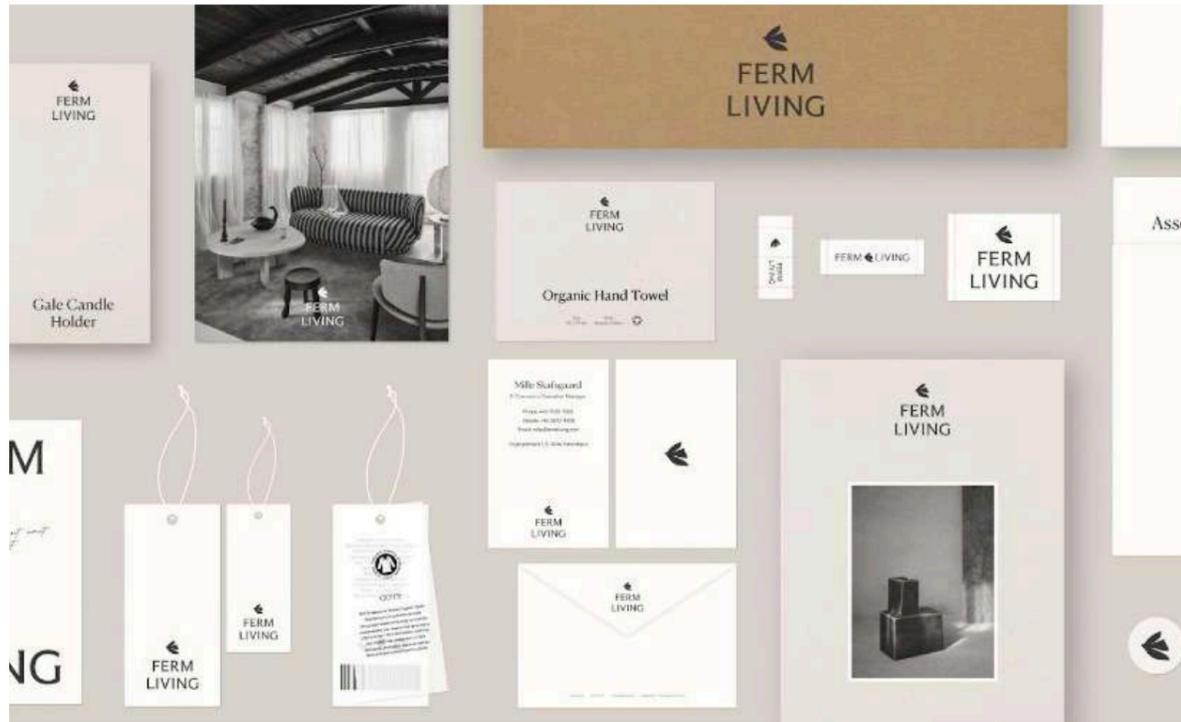
Сочетание скандинавского
дизайна и современного
брендинга.



Ferm Living, известная своей скандинавской эстетикой, превратилась в глобальный бренд. С момента своего основания в 2006 году датская компания предлагала мебель, аксессуары и освещение. Сегодня Ferm Living работает в 85 странах, сосредоточившись на создании комфортных пространств.

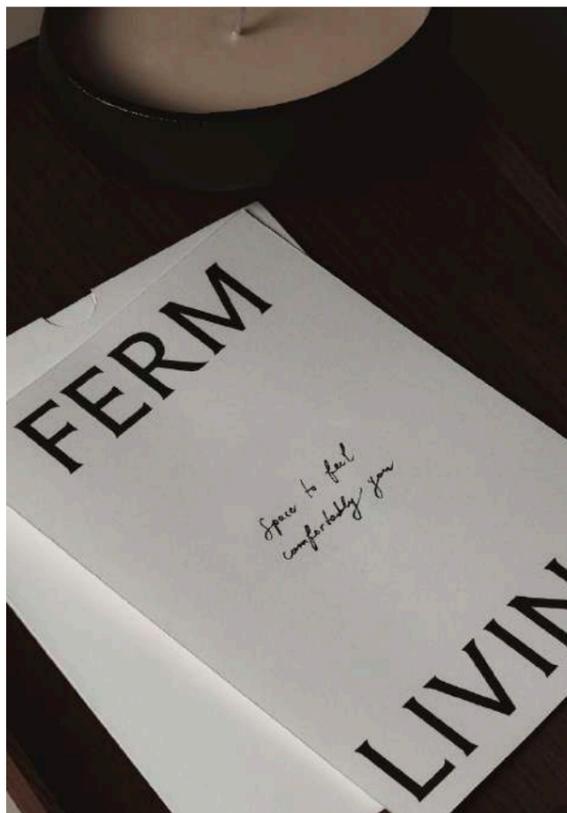
Бренд недавно обновил свою визуальную идентичность, отражающую его рост и преданность вневременному дизайну. Трине Андерсен, основатель Ferm Living, сотрудничала с датским дизайн-агентством e-Types над новым логотипом. Signifly, цифровое агентство, также базирующееся в Дании, сыграло ключевую роль в применении новой визуальной идентичности на различных платформах, включая упаковку и интернет-магазин.







Hourglass Pots
Arum Portable L
Ripple Carafe
Rico Sofa
Dae Floor Lan

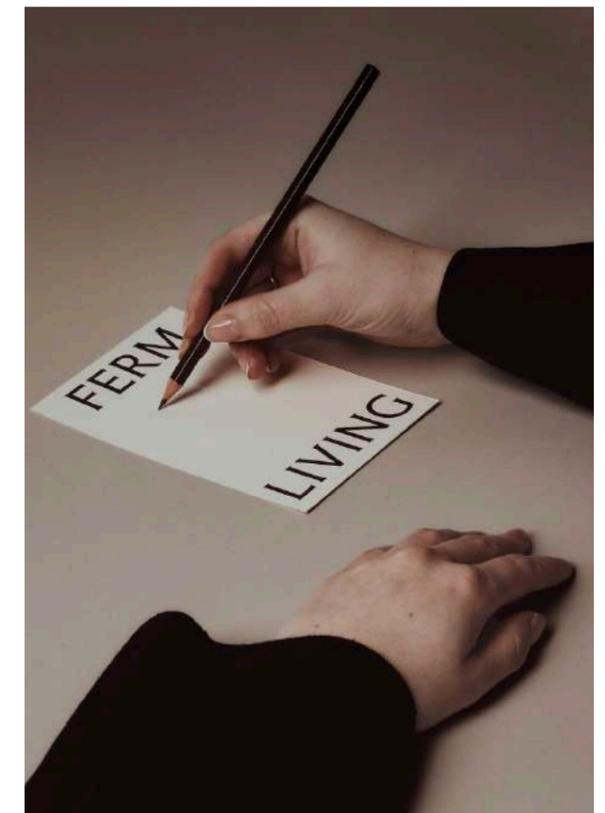


Естественная эволюция брендинга

Новый дизайн бренда, разработанный за последний год Ferm Living, e-Types и Signify, сосредоточен на переработанном логотипе. Этот логотип переосмысливает прежний культовый мотив птицы Ferm Living и применяет его в различных точках соприкосновения с брендом.

По словам Александра Сплиида, директора по дизайну и партнера Signify, новый дизайн призван выразить «уникальный тип комфорта и доступной роскоши». Цель – пригласить людей, а не просто взглянуть стильно в журналах или социальных сетях.

Обновленная визуальная идентичность также включает новую цветовую палитру и пересмотренную типографику. Типографика сочетает мягкие изгибы и острые края, уравновешивая теплоту с современным ощущением. Набор из четырех основных цветов обеспечивает последовательный и узнаваемый вид во всех коммуникациях, и они дополняются динамичными сезонными цветами.





Центр искусства и правозащитной деятельности: смелая новая визуальная идентичность

Брендинг и визуальная идентификация выводят миссию Центра на новый уровень по поддержке деятелей искусства.



От простой идеи к мировому бренду

Путь Трине Андерсен начался в 2006 году, когда она создала собственные обои, потому что не могла найти то, что хотела для своего дома. Постепенно ее коллекция расширилась, и Ferm Living начала продавать их на все большем количестве рынков.

Сегодня продукция Ferm Living доступна в более чем 85 странах через розничных продавцов, интернет-магазины и собственный интернет-магазин. Бренд также обслуживает офисы, гостиницы и аналогичные коммерческие помещения. Новый дизайн бренда призван освежить эту историю скандинавского дизайна и предпринимательского духа.

Новый брендинг и визуальная идентичность успешно отражают суть скандинавского дизайна, позиционируя Ferm Living для дальнейшего глобального роста. Сотрудничество между Ferm Living, e-Types и Signify демонстрирует продуманный подход к развитию идентичности бренда.

abduzeedo.com





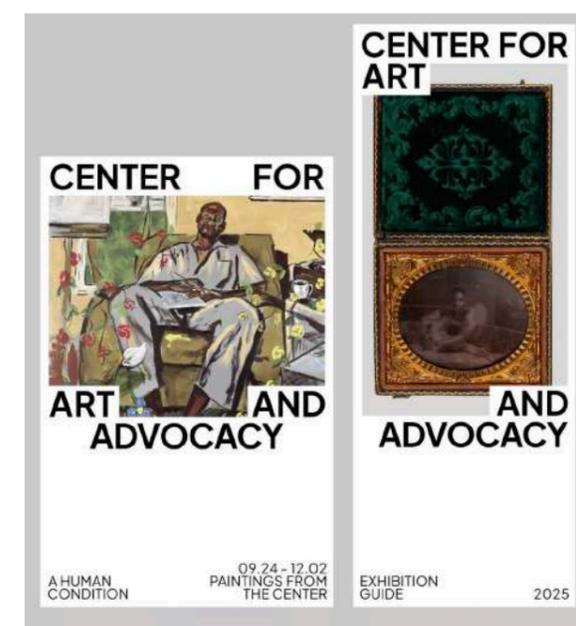
Разработанная лондонской студией Made Thought, новая система идентификации возвышает общественную художественную организацию до учреждения, способного перестраивать разговоры об искусстве и справедливости.

Центр, рожденный из Right of Return Fellowship Джесси Краймса и Рассела Крейга, существует на уникальном пересечении. Это не коллектив активистов. Это не традиционная галерея. Это платформа для заключенных и бывших заключенных художников, чтобы раздвинуть границы искусства – творчески и культурно. И ему нужен был соответствующий бренд.

Точное позиционирование

Стратегия дизайнера сосредоточена на одной ясной идее: «Поддержка креативности, которая бросает вызов ограничениям тюремного заключения». С этой точки зрения Made Thought создал бренд, который в равной степени говорит об институциональной надежности и художественной свободе. Подход избегает клише и визуальных тропов, часто встречающихся в правозащитной работе, отдавая предпочтение ясности и пространству.

Это не бренд, который кричит. Это тот, который слушает, реагирует и адаптируется, предоставляя художникам, пострадавшим от правосудия, пространство, в котором им долго отказывали. Гибкость визуальной идентичности позволяет Центру расти, развиваться и менять фокус по мере появления новых работ и голосов.





Форма следует за миссией

Логотип – это больше, чем просто знак, это метафора. С многоуровневыми слоями, символизирующими этапы в путешествии художника, логотип предполагает движение, поддержку и восходящий импульс. Сопутствующая графическая система намеренно открыта. Типографика и макет отступают ровно настолько, чтобы центрировать художников и их работу на цифровых платформах, в печати и даже в самом словесном знаке.

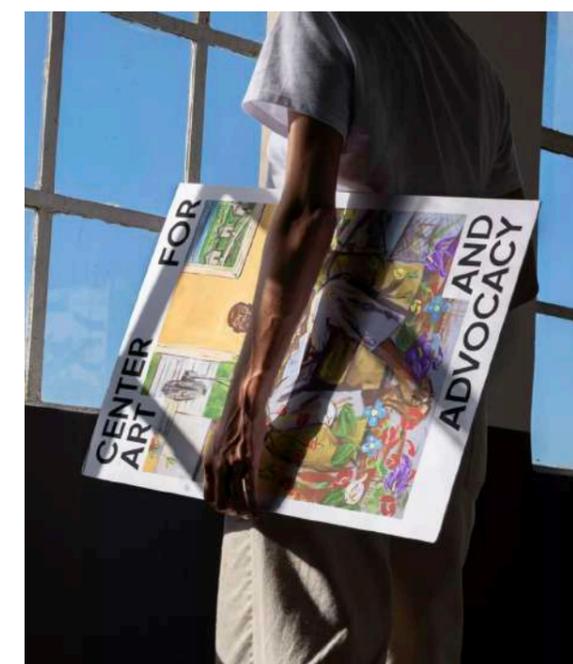
Художественное направление балансирует между интимностью и изысканностью. Переработанный веб-сайт (centerforartandadvocacy.org) теперь отражает эту двойственность, с более чистой навигацией и фокусом на повествовании через призму жизненного опыта и творческой практики.

Гибкое будущее

Работа Made Thought не просто представляет собой ребрендинг – она сигнализирует о перекалибровке того, как могут работать художественные учреждения. Новая визуальная идентичность Центра структурирована, но текуча, утонченна, но никогда не отдаляется от художников, которых он поддерживает. Она приглашает к открытию, диалогу и более глубокой связи.

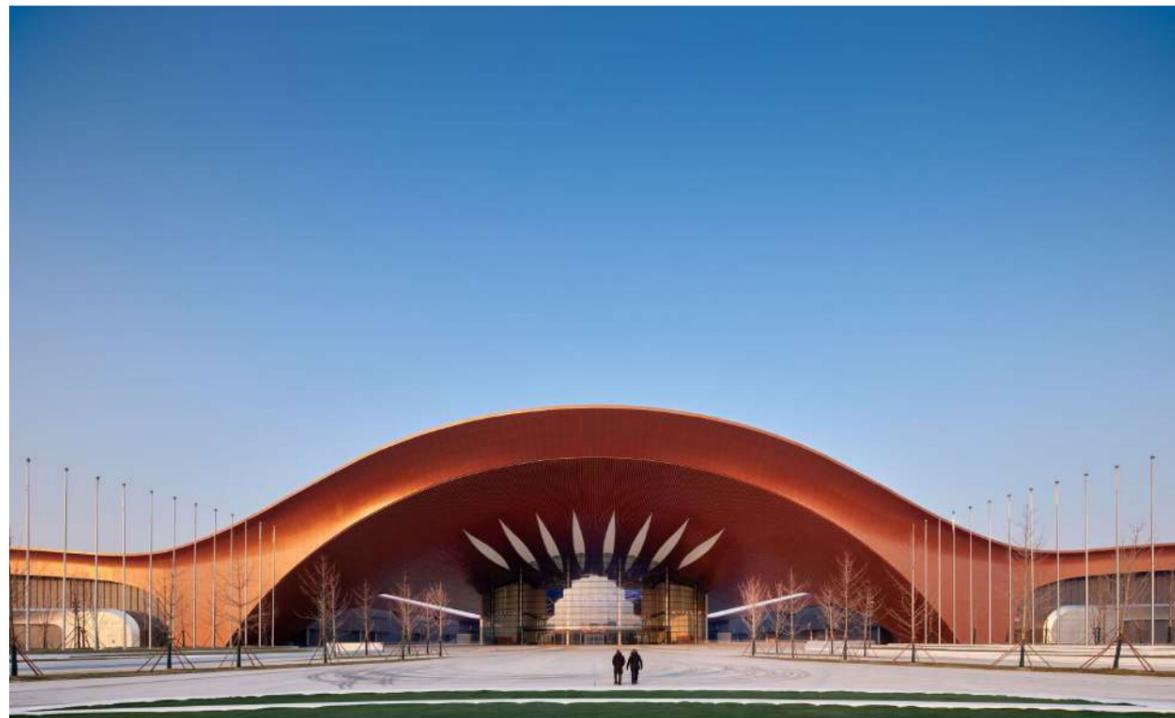
И что еще важнее, это гарантирует, что Центр не просто поддерживает художников, находящихся на обочине, но и ставит их в центр внимания.

abduzeedo.com



Ленты и складки

Выставочный центр по проекту Zaha Hadid Architects в Пекине реализован как модульное сооружение, что сократило затраты на строительство и его сроки.

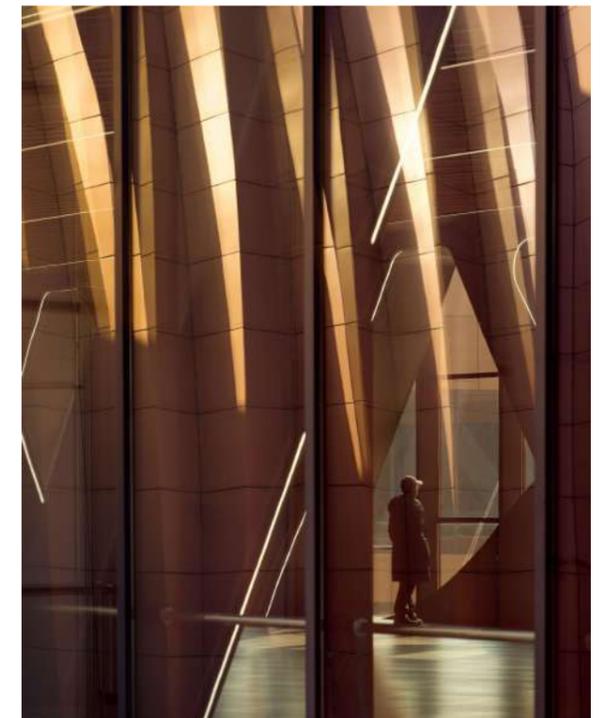


Столичный международный центр выставок и конгрессов (СІЕСС или Шоуду) дополнил Китайский международный выставочный центр, существующий в Пекине в виде двух площадок, в районах Чаоян (1985) и Шуньи (2008): вместе их полезные площади теперь составляют более 611 тыс. м².

Комплекс от ZHA, который был спроектирован и построен в районе Шуньи за 4 года, с 2021 по 2025, добавил в это число 210 тыс. м² крытых и 50 тыс. м² открытых выставочных пространств, а также конгресс-центр размером 50 тыс. м², включая зону для проведения конференций на 9000 участников (15 тыс. м²). В программу также входит отель на 410 номеров.

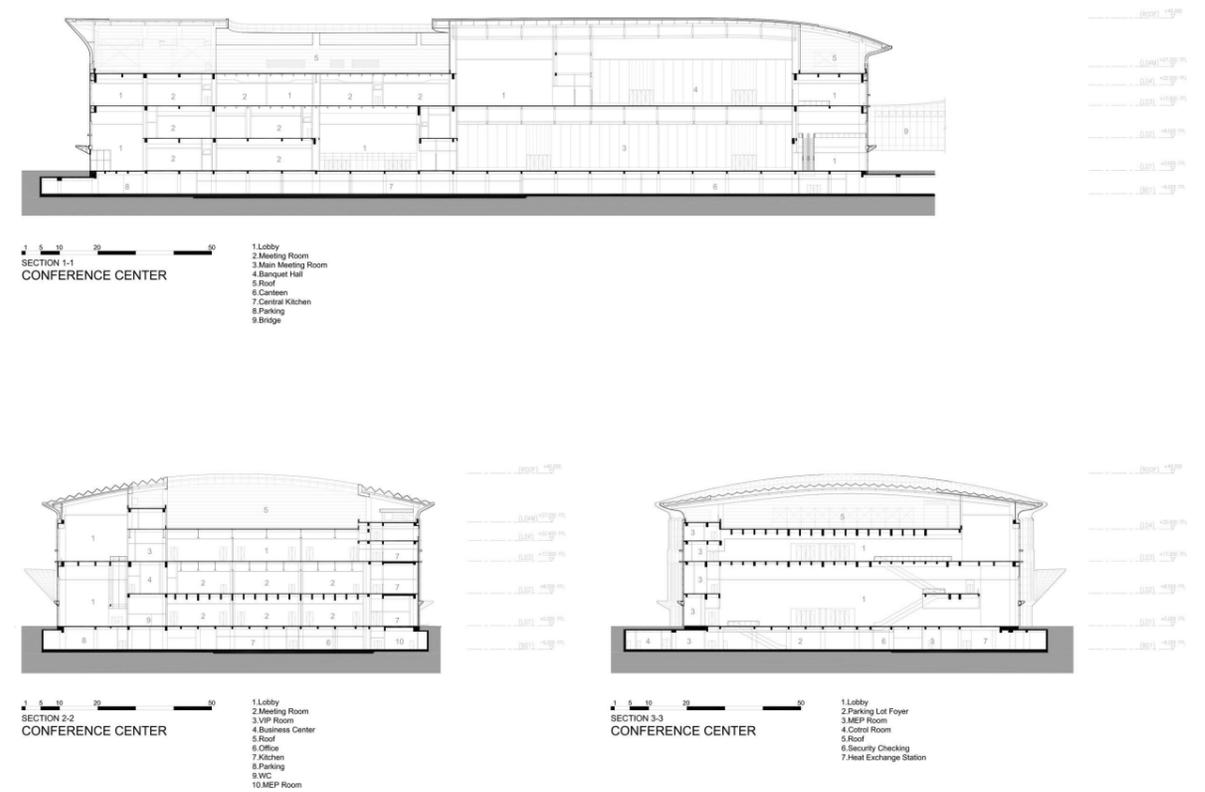
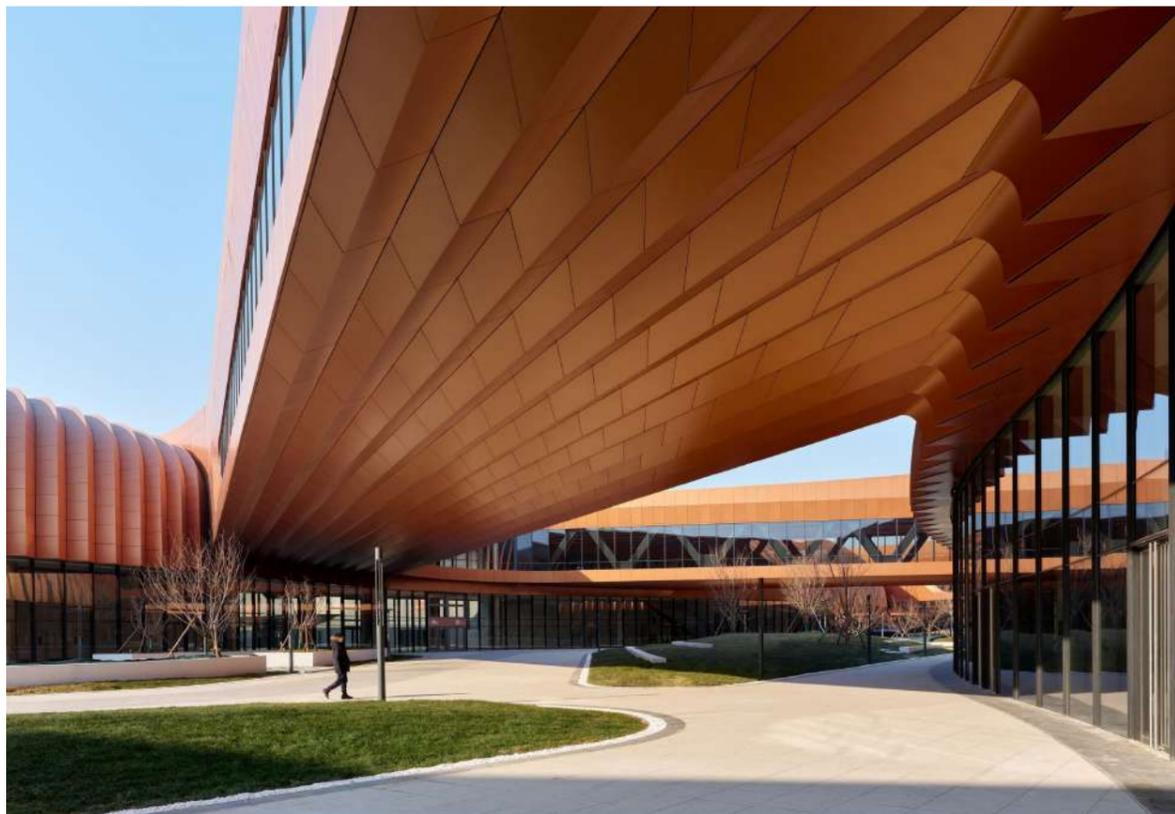
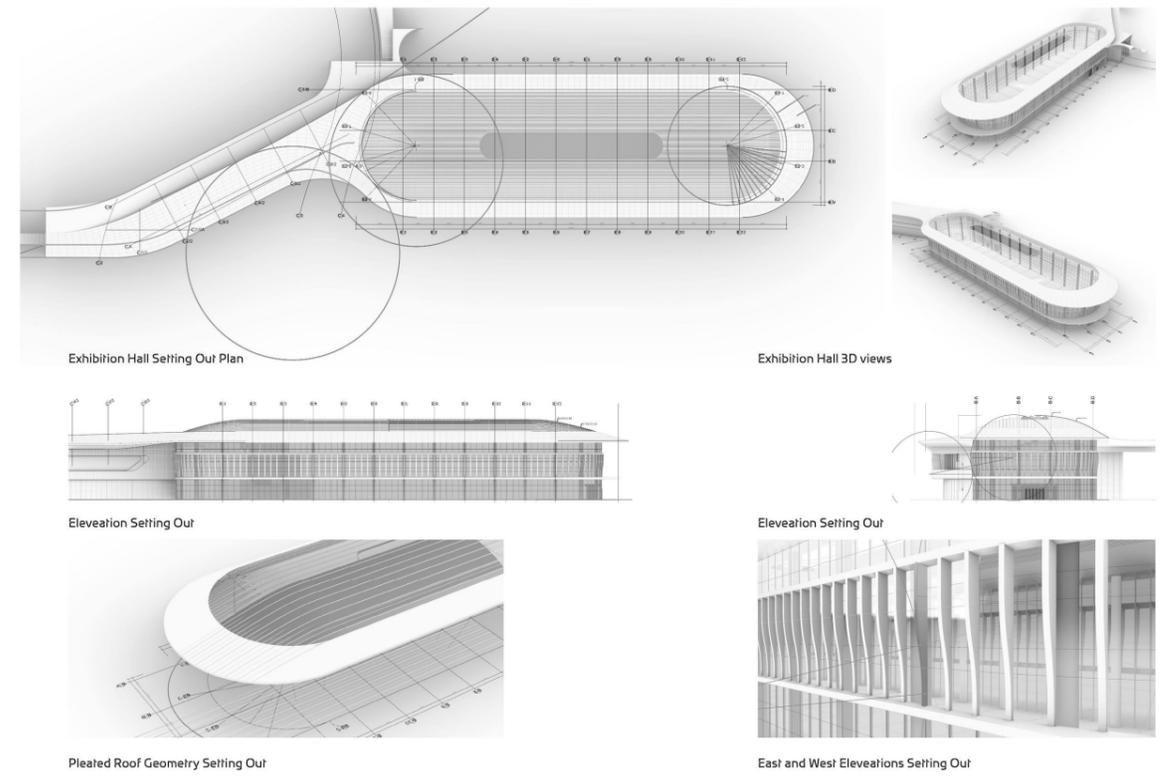
Девять выставочных павильонов (около 23 тыс. м² каждый) и три вестибюля расположены симметрично вдоль оси север-юг. Отель и конгресс-центр возведены к северу, где формируют площадь.

Модульная структура позволила упростить и ускорить строительство. Модульными являются также



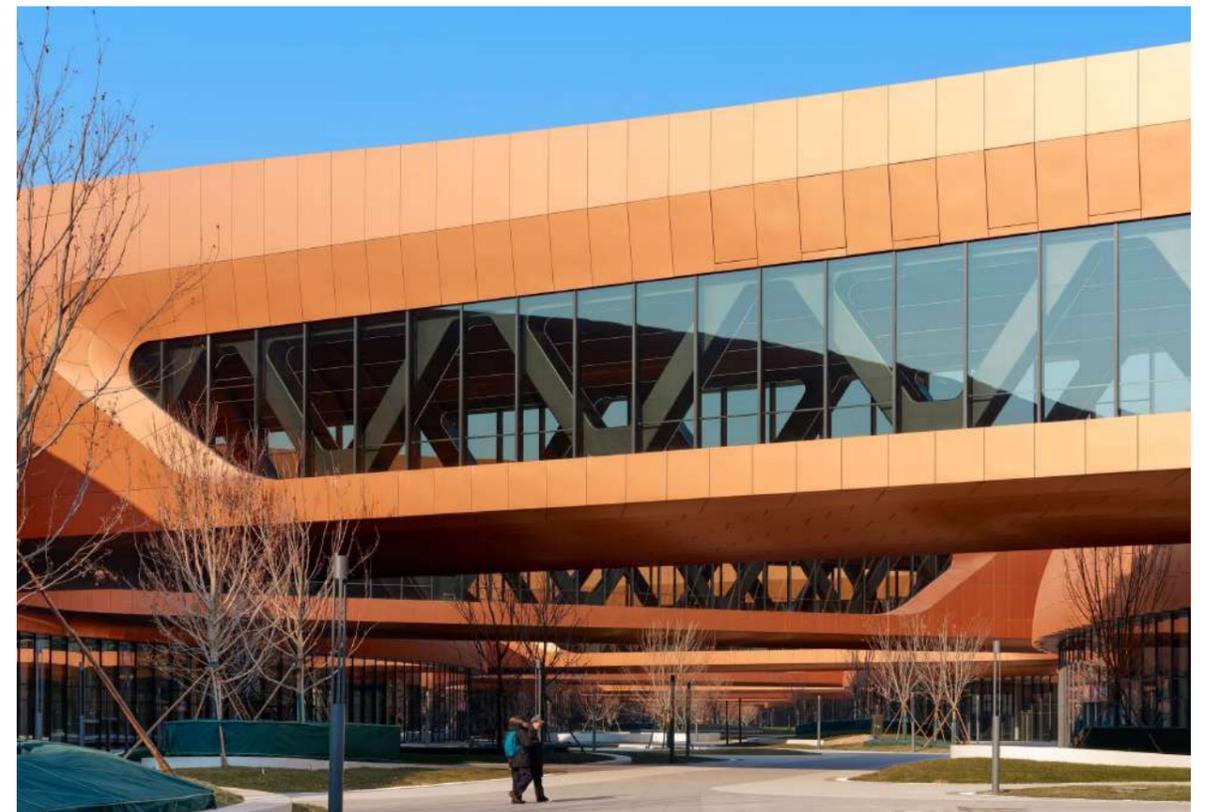
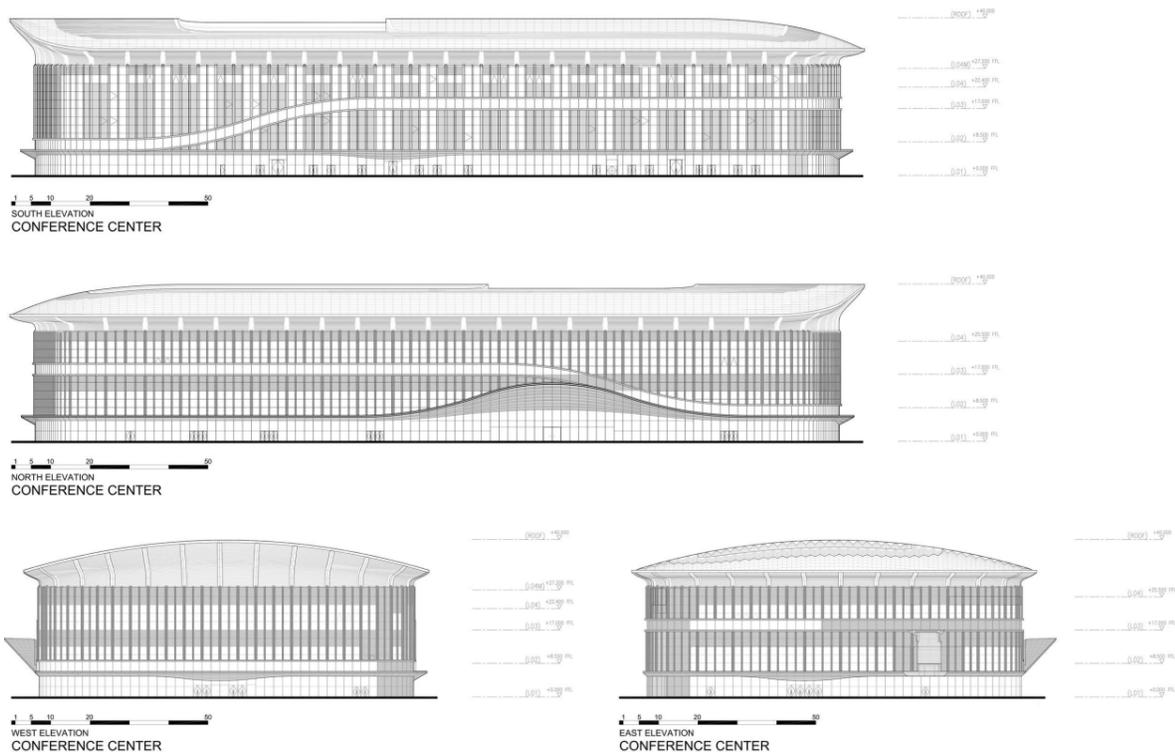
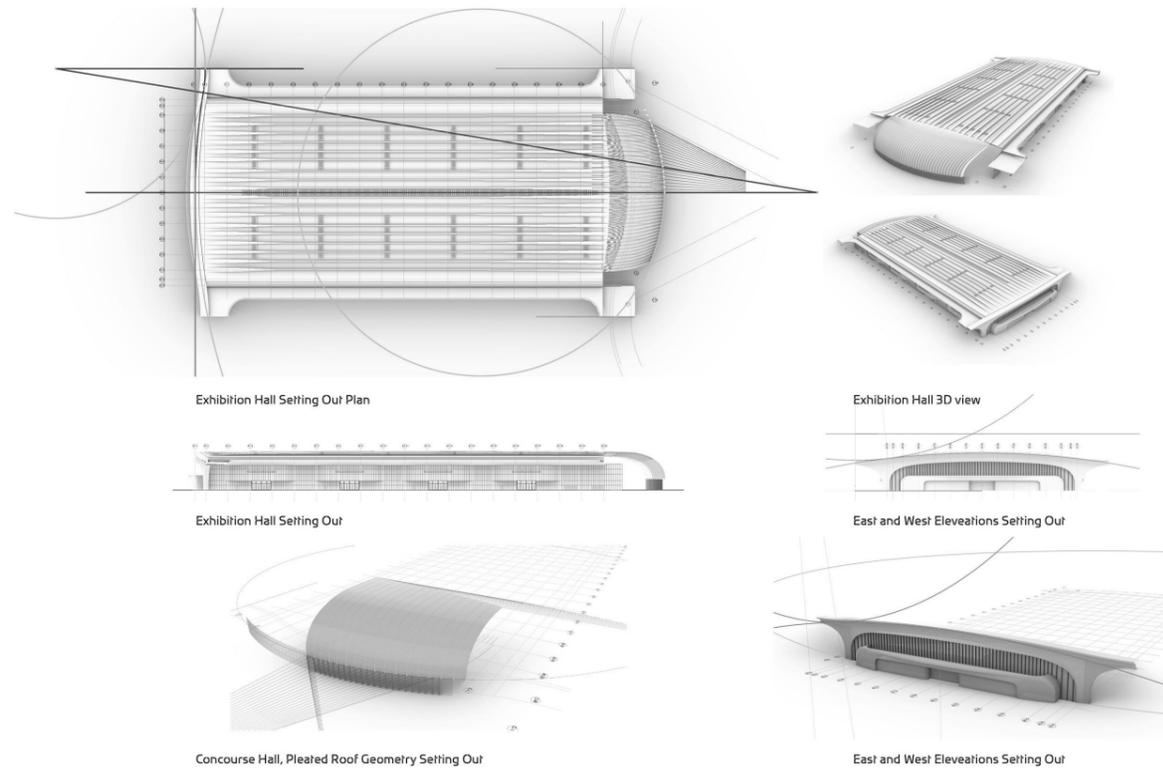


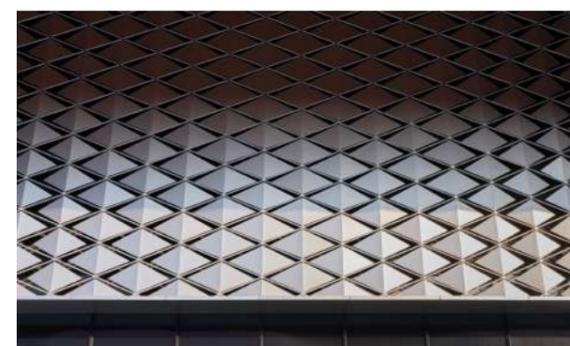
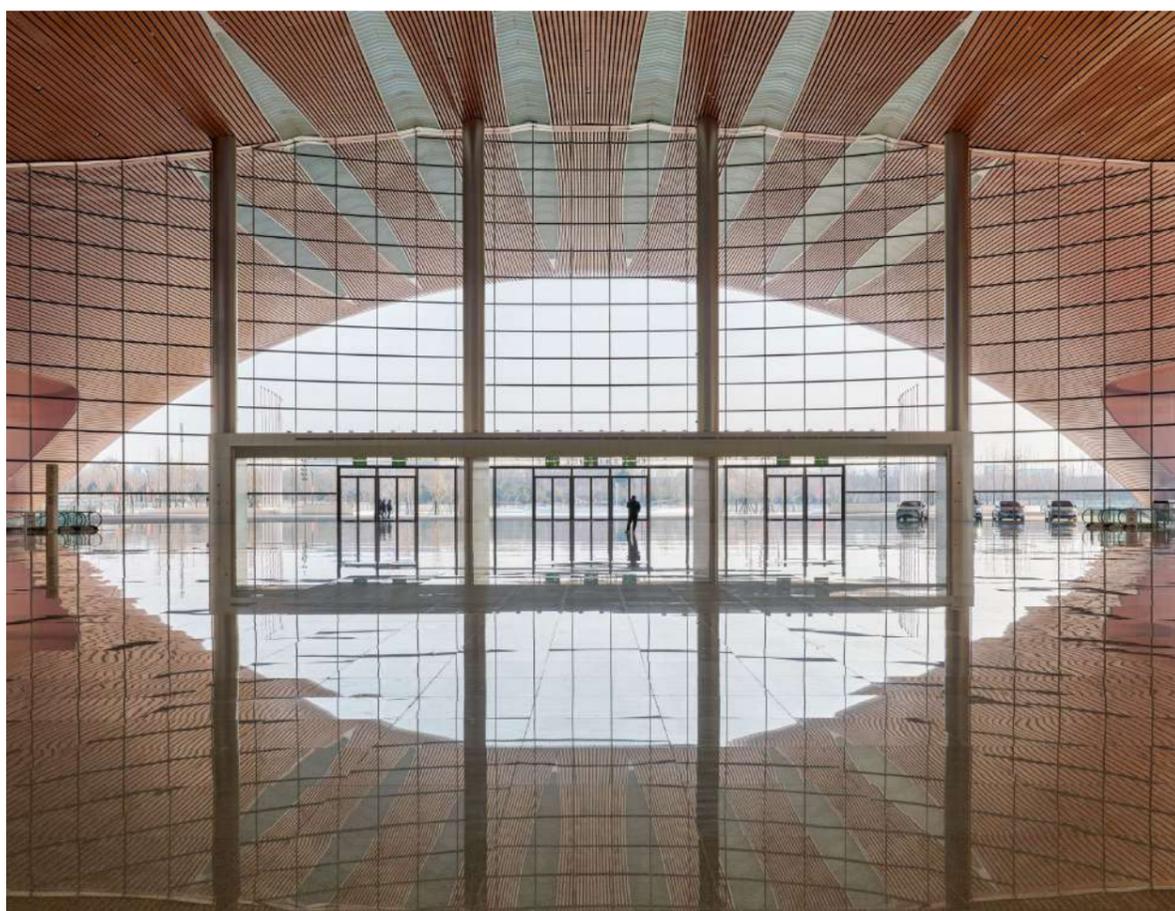
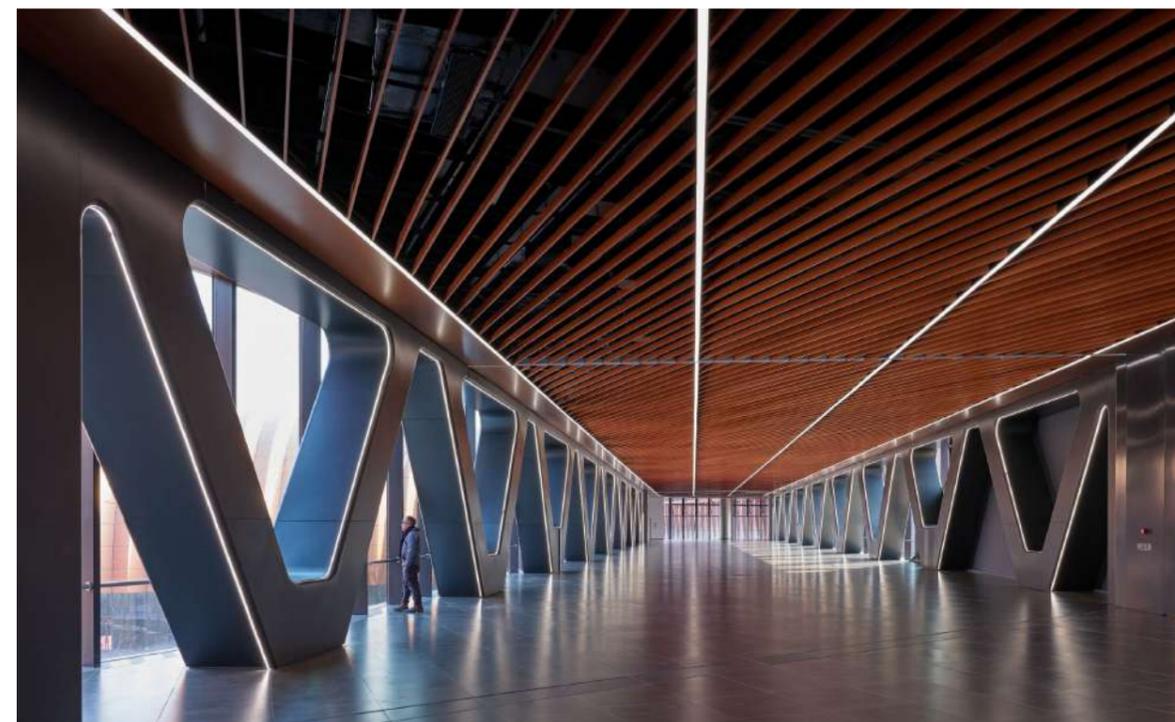
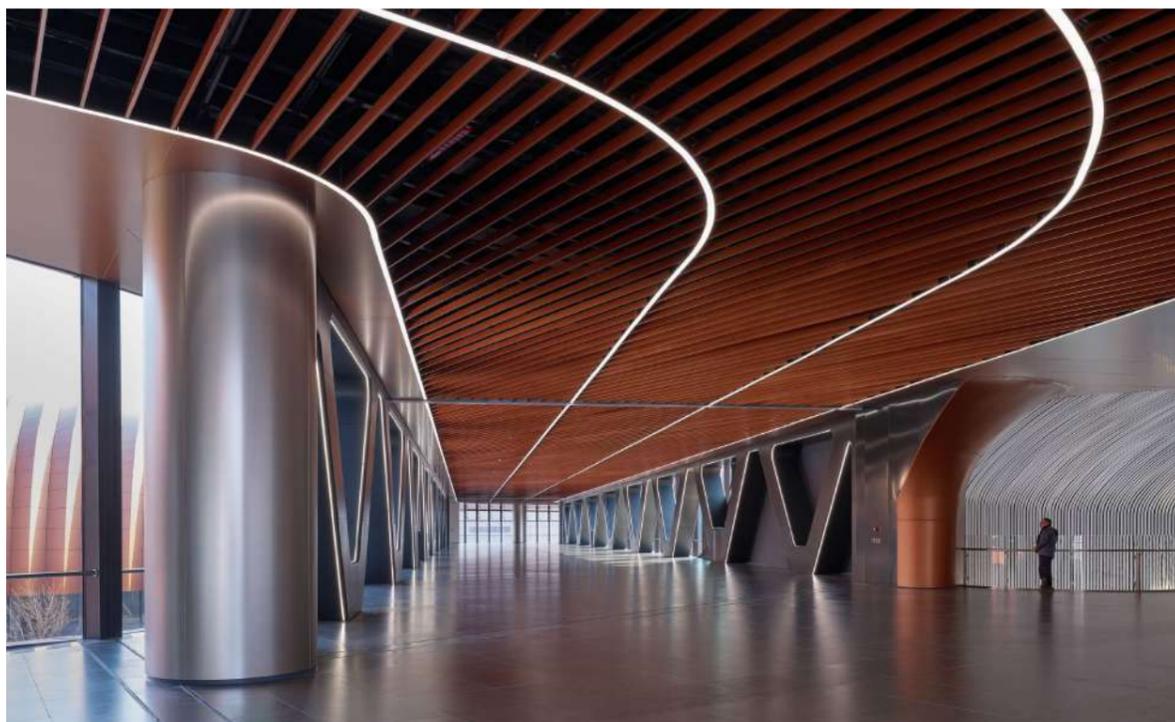
SOUTH LANDING HALL | OVERALL GEOMETRY SETOUT





EXHIBITION HALL | OVERALL GEOMETRY SETOUT

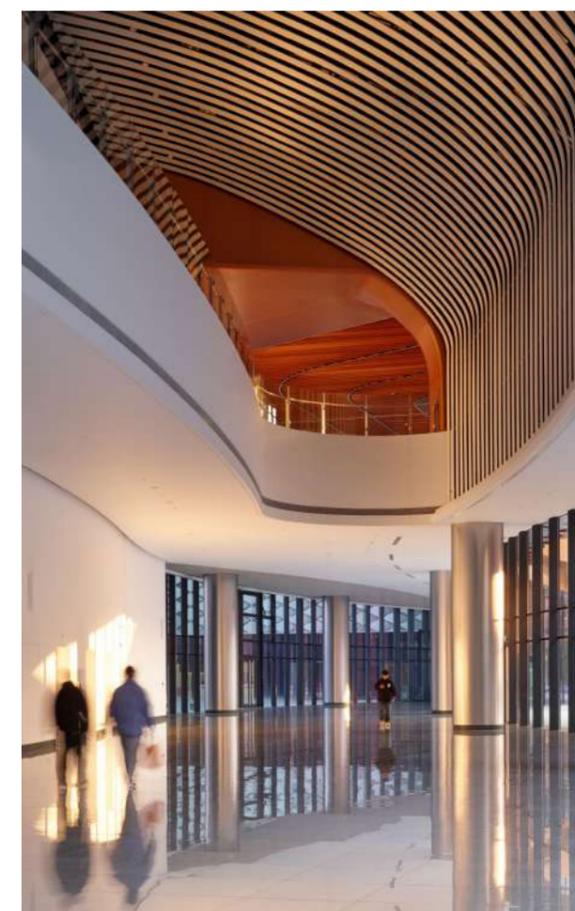




и складчатые кровли плавных очертаний: вместе с надземными переходами-лентами они визуально собирают огромное сооружение в единое целое. Играет роль и одинаковая трактовка оконных проемов: они помещены в рамы-ниши.

Цвет здания архитекторы определяют как темно-медный. В помещениях работает вентиляция гибридного типа, на кровлях установлена система сбора дождевой воды и солнечные батареи.

archi.ru



Культурный центр Хуанпу

В контрастной городской среде была необходима сюрреалистическая архитектурная форма, чтобы позволить центру выделиться из окружающего беспорядка.

Культурный центр Хуанпу занимает площадь участка в 6360 квадратных метров, с надземной площадью 21744 квадратных метра и подземной площадью 23692 квадратных метра. Здание возвышается на высоте 60 метров. Расположенный на южном краю старой городской стены в районе Хуанпу, Шанхай, дизайн проекта должен сбалансировать функциональность и символизм, гарантируя, что он станет отличительной культурной достопримечательностью в самом сердце Хуанпу, при этом принимая во внимание различные сценарии использования.

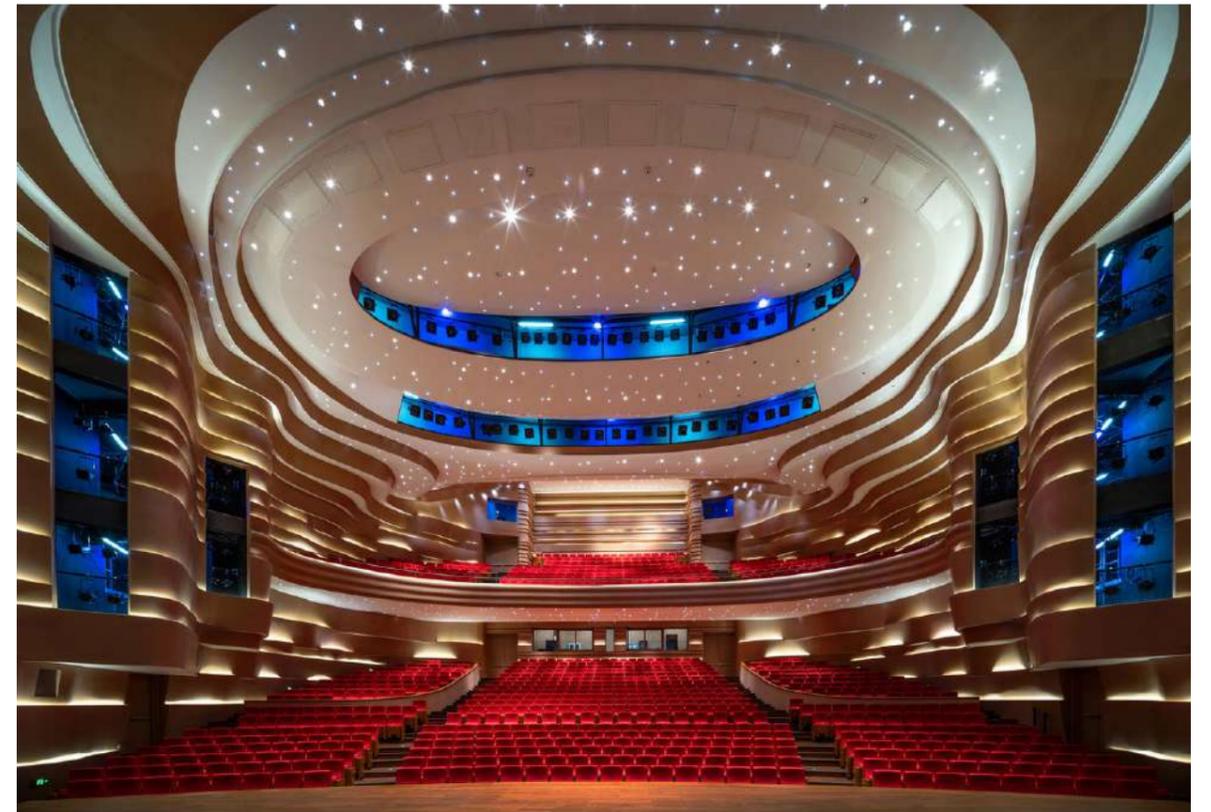
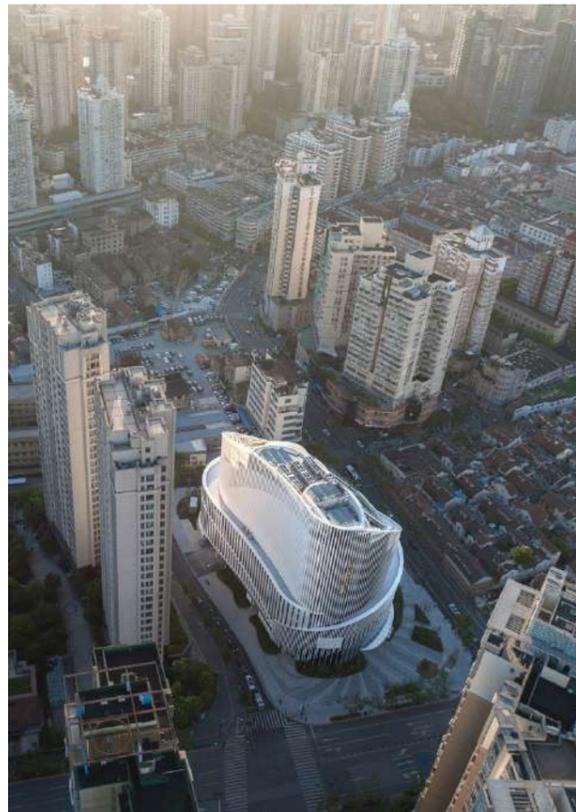
В большом театре в общей сложности 1006 мест в зрительном зале, из которых 753 места на первом уровне, включая 661 фиксированное место и 92 подвижных места в зоне оркестровой ямы, и 253 места на втором уровне. Сцена имеет крестообразную структуру, состоящую из главной сцены, задней сцены и боковых сцен слева и справа. В дополнение к большому театру есть также гибкий театр «Great Shanghai New Space» на 270 мест, воссоздающий отношения между зрителями и представлением.

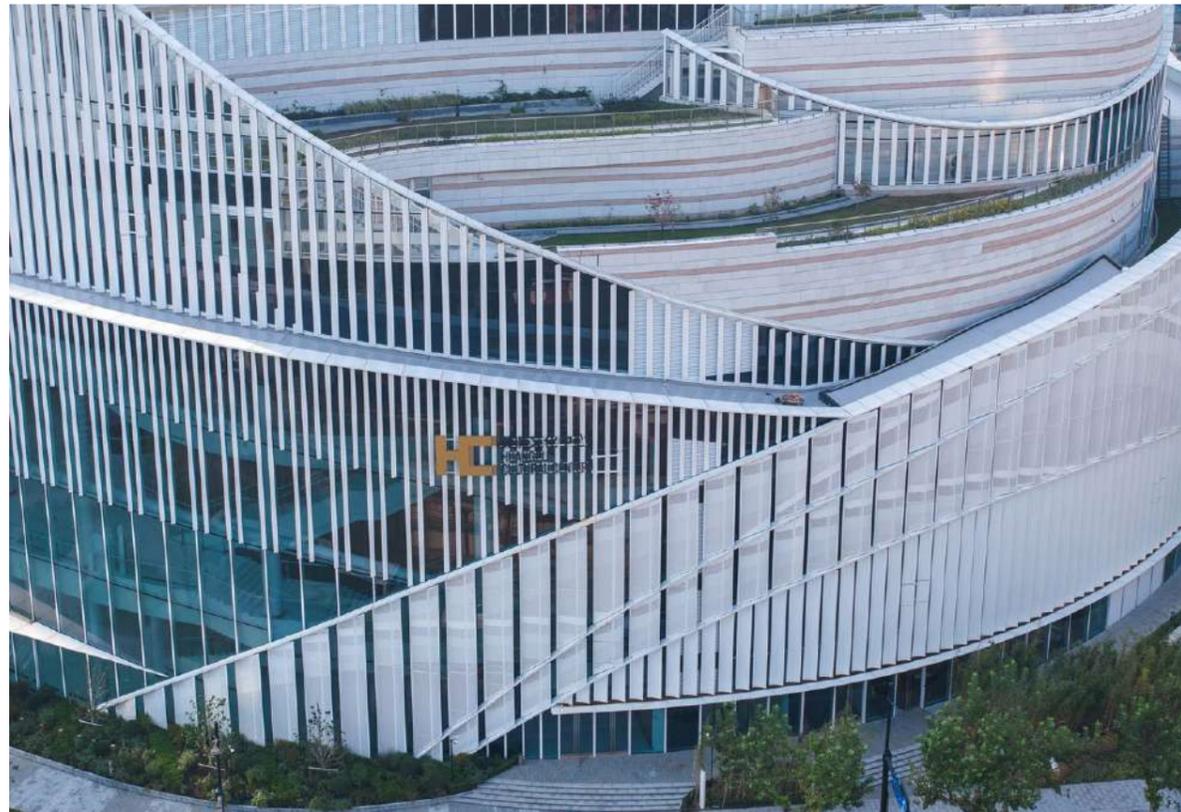
Резкий контраст между малоэтажными, многослойными переулками Шикумэнь на севере и современными высотными жилыми зданиями на юго-востоке создает ощущение фрагментации и конфликта. В этой крайне контрастной среде необходима сюрреалистическая архитектурная форма, чтобы позволить этой культурной достопримечательности выделиться из окружающего хаоса и беспорядка.

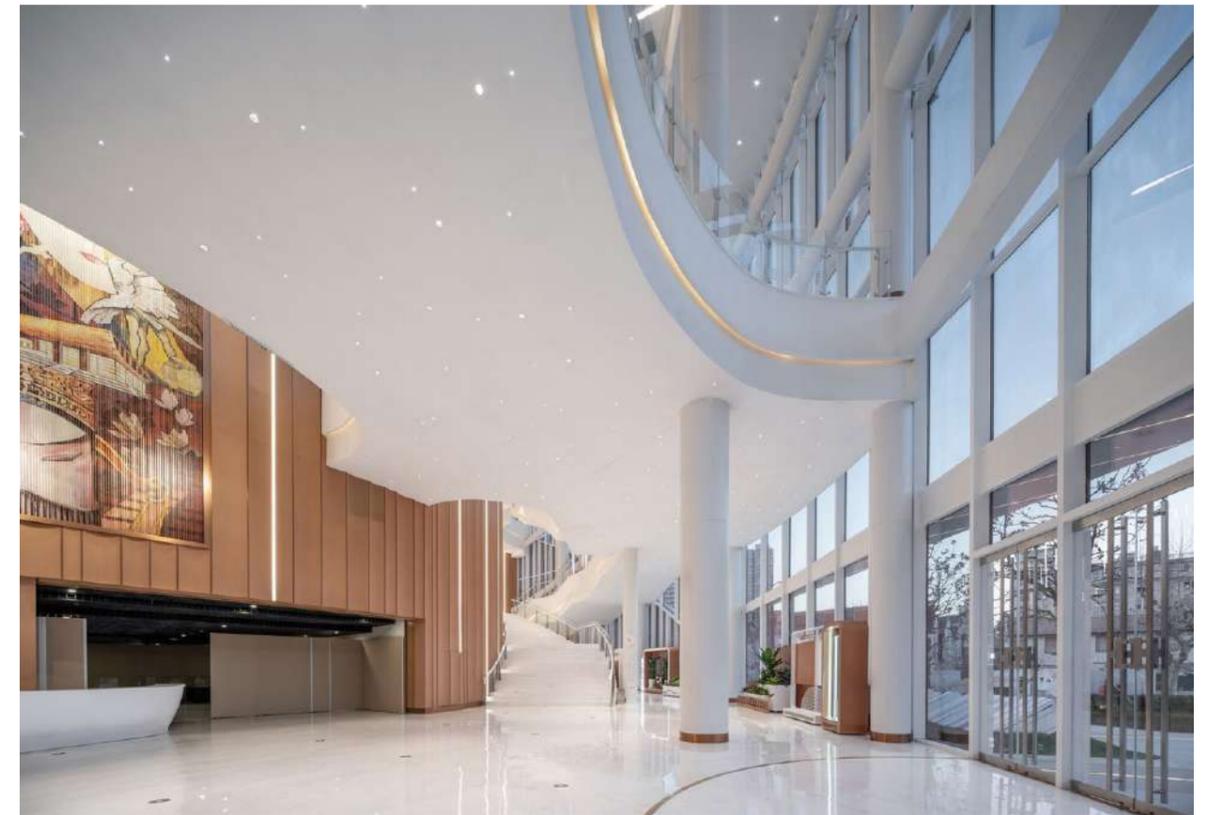
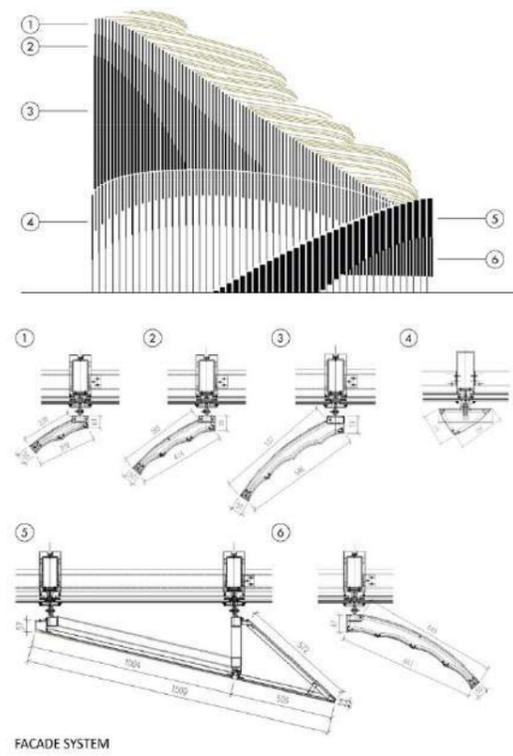
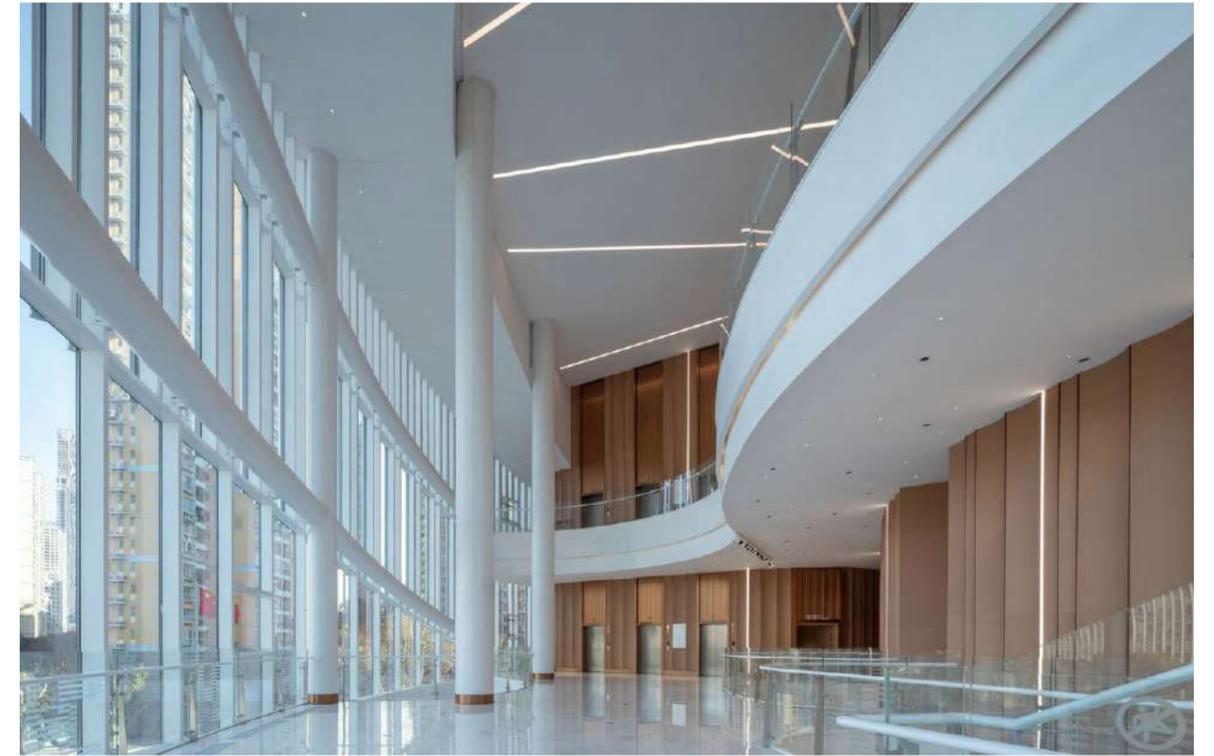
Театр повторяет архитектурную концепцию дизайна «живописных гор и городских террас», умело интегрируя художественную концепцию «текущих облаков и воды». Потолок со звездным небом и изящные изогнутые стены подобны текущим ручьям, напоминающим туманные облака и моря, создавая ощущение «природных ландшафтов в городе» и добавляя нотку динамичной красоты в городскую среду.

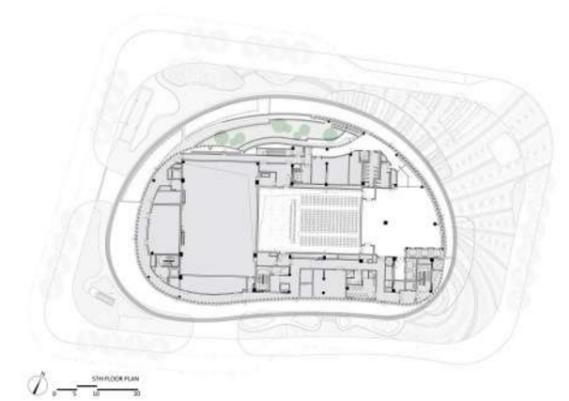
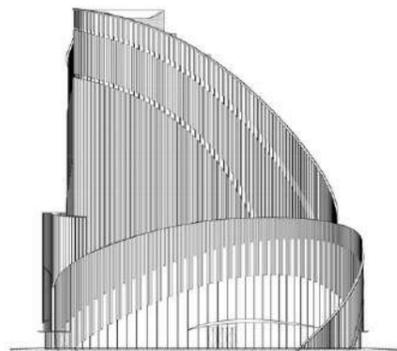
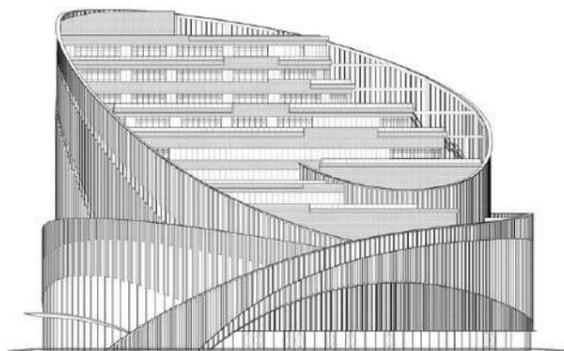












Здесь, будь то любящая искусство молодежь, родители, прогуливающиеся с детьми, или неторопливые бабушки и дедушки, каждый может найти свое собственное культурное убежище, чтобы в полной мере насладиться питанием и удовольствием от культуры.

archdaily.com

Павильон Mitsubishi для Expo 2025

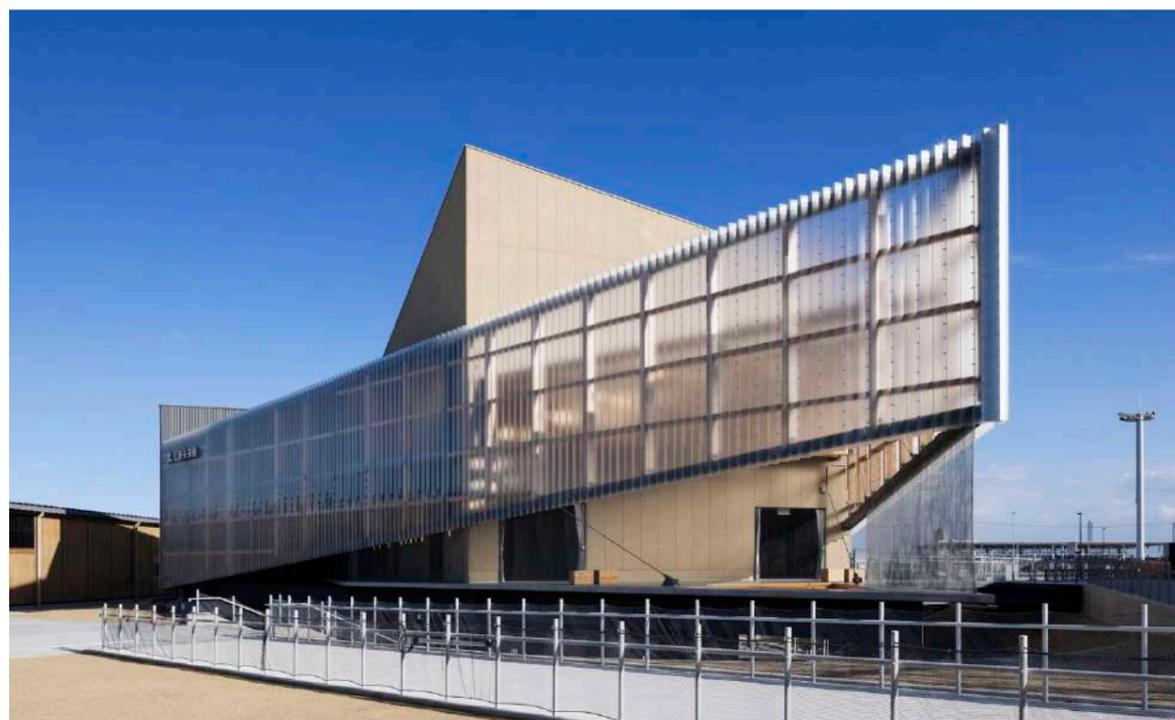
«Корабль-носитель»,
парящий прямо над
Землей – тема павильона
Mitsubishi Group на вы-
ставке Expo 2025 в Осаке.

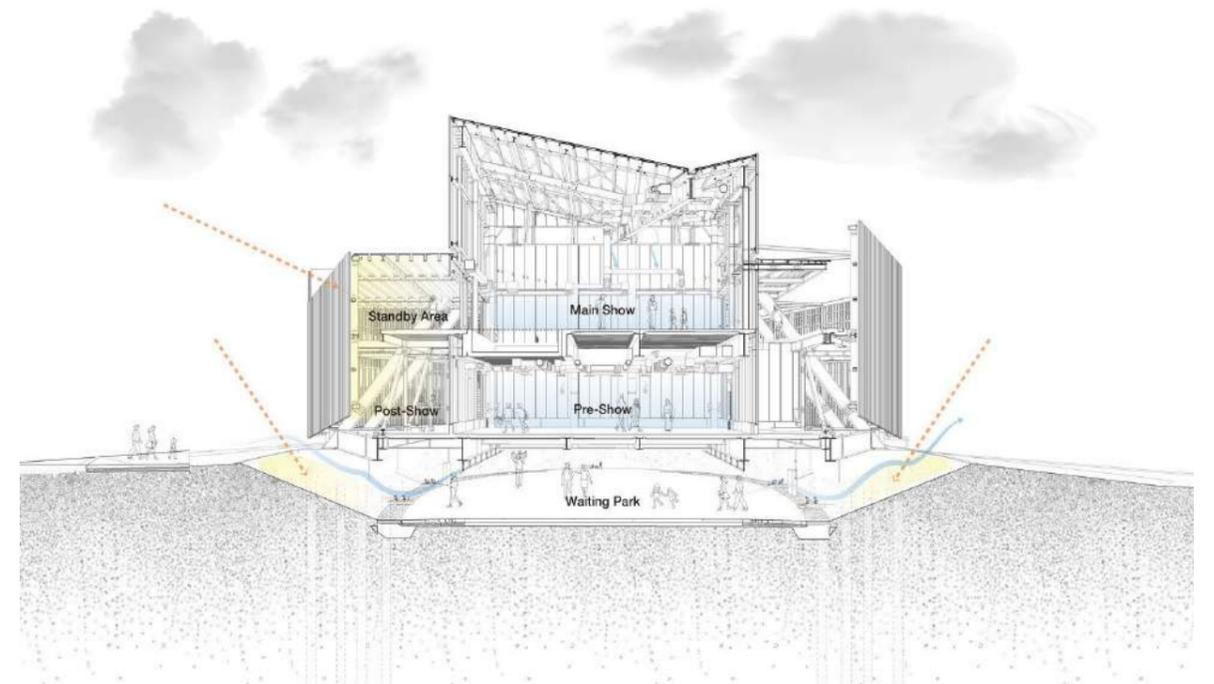
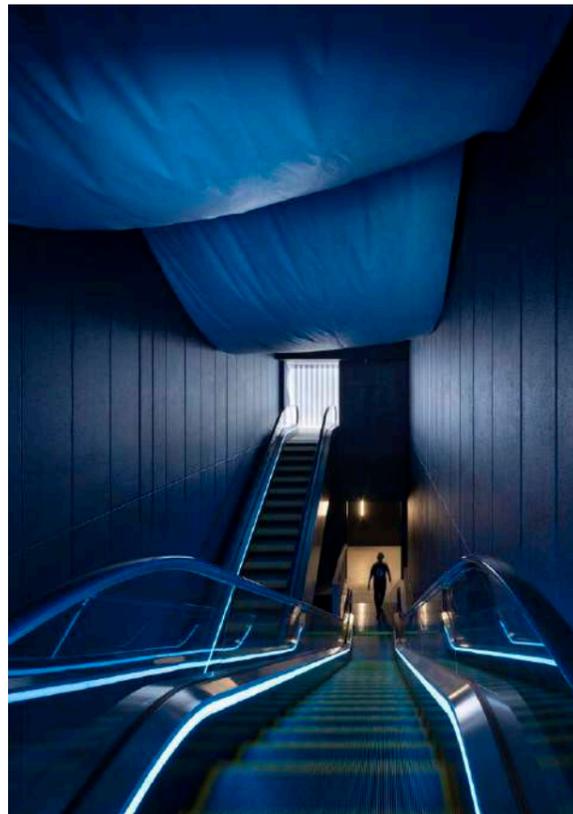
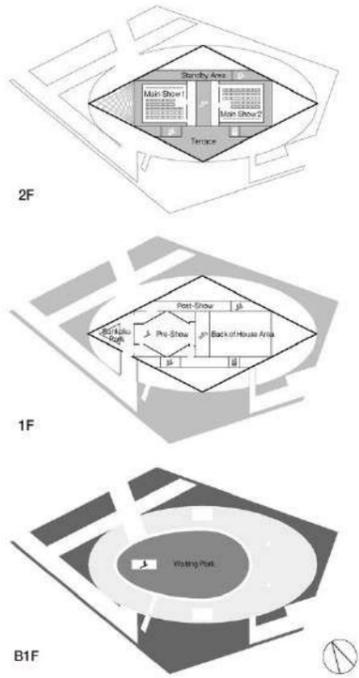
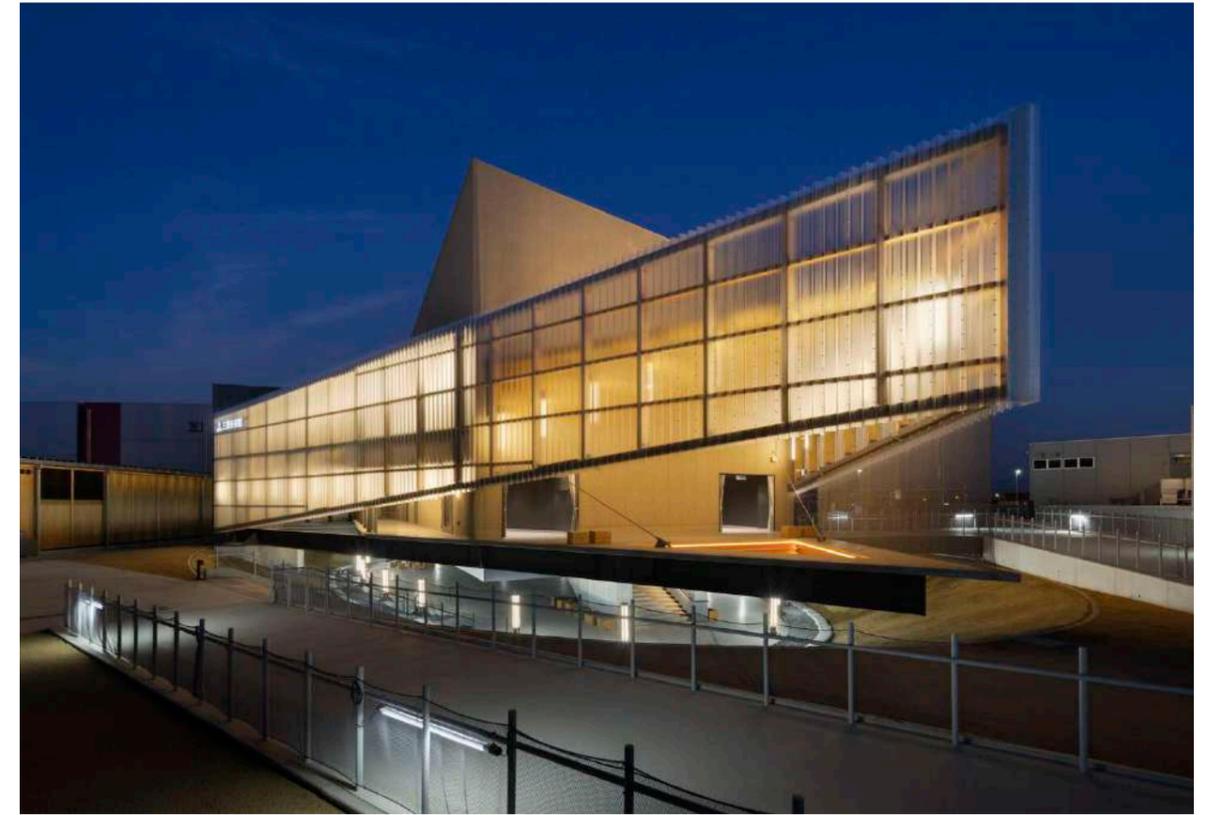
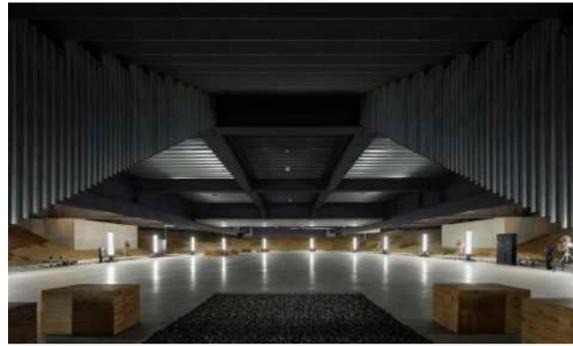


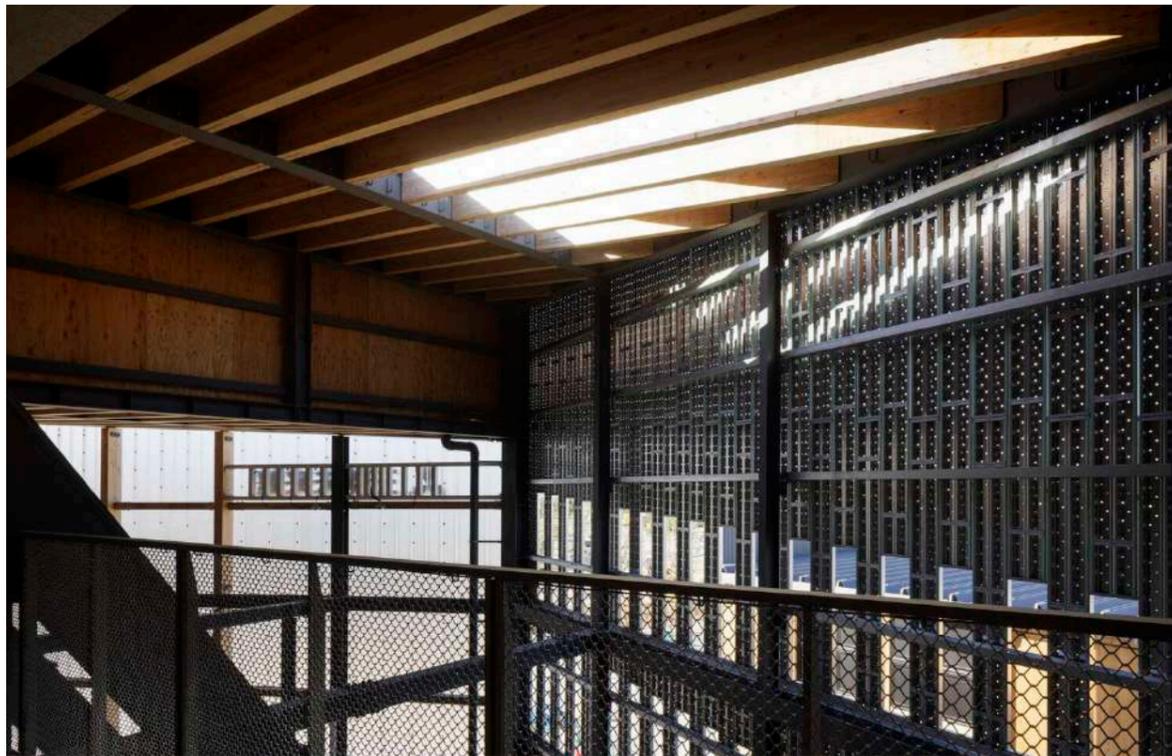
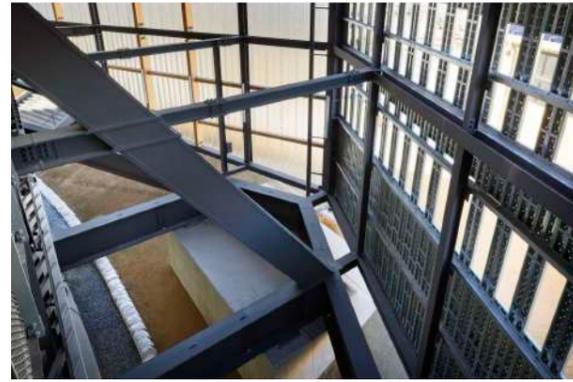
Тема павильона Mitsubishi Group на Expo 2025 в Осаке, Кансай – «сохранение мира ярким» – отражена в основной концепции дизайна жизни, природы и человеческого общества как взаимосвязанных и взаимодействующих элементов. Павильон состоит из подземного уровня и двух надземных уровней слоистых геометрий, начинающихся с полуподземного эллиптического пространства.



Внутреннее пространство спроектировано так, чтобы посетители могли трехмерно пересекать «тело» павильона, одновременно участвуя в различных мероприятиях в зонах, сосредоточенных вокруг основной видеовыставки. По прибытии посетители сначала спускаются в полуподземное пространство, известное как Парк ожидания. Конструкция блокирует попадание прямых солнечных лучей в пространство и способствует потоку прохладного воздуха. В результате получается затененная и комфортная зона ожидания, которой могут наслаждаться все посетители. Оттуда посетители переходят в Pre-Show на первом уровне, чтобы просмотреть ознакомительное видео, прежде чем перейти к Main Show на втором уровне. После захватывающего видеопыта посетители возвращаются на первый этаж и проходят через зону Post-Show, прежде чем достичь области на вершине конструкции, называемой Sankaku Park (буквально, Треугольный парк), которая ощущается так, как будто она подвешена в воздухе.







Ключевой концепцией, которая вдохновила нас на проектирование павильона, было круговое использование ресурсов в небольших масштабах. Павильон будет демонтирован после шестимесячного периода проведения Экспо, а место будет восстановлено до своего первоначального состояния. Проект минимизирует прямой контакт между зданием и землей, чтобы гарантировать, что почва – драгоценный ресурс – будет восстановлена до своего естественного состояния с минимальным воздействием на окружающую среду после окончания Экспо.

Вынутая почва будет повторно использована для рекультивации участка, выполняя наше обязательство по круговому использованию.

Для отделки мы исследовали альтернативные варианты использования временных материалов, которые обычно используются только во время строительства, переосмыслив их как основные отделочные материалы. Рассмотрев возможность повторного использования этих материалов после Экспо, мы стремились снизить как экономическое, так и экологическое воздействие павильона. В частности, внешняя часть павильона покрыта равной комбинацией поликарбонатных панелей и стальных строительных лесов. Мешки с песком, стальные трубы (однотрубные леса), ступенчатые пластины, осветительные приборы, вентиляторы и другие материалы, используемые в павильоне, могут быть повторно использованы на месте. Кроме того, практичные материалы, такие как синий брезент, материалы для потолочного каркаса, ламинированная древесина, ориентированно-стружечная плита (OSB) и ограждение из цепной сетки, искусно включены в отделку и дизайн интерьера.



Зоны с кондиционированием воздуха были сведены к минимуму, а большая часть внутреннего пространства была спроектирована как полуоткрытая зона, напоминающая веранду (engawa) в традиционных японских домах, тем самым снижая нагрузку на охлаждение. Дизайн также избегает слишком сложного или театрального освещения; вместо этого мягкое освещение изнутри здания выплескивается наружу, создавая градиент света и тени. Такое нежное, нюансированное освещение чтит эстетическую концепцию темноты, укорененную в японских культурных традициях, а также наполняет пространство ощущением глубины и богатства.

Проект павильона отражает приверженность принципам устойчивого развития, причем каждый аспект – от минимизации потребления энергии до повторного использования материалов – направлен на создание малогабаритной циклической архитектуры от строительства до сноса.

archdaily.com

Кá Coffee: Жемчужина устойчивой архитектуры от Nguyen Khac Phuc Architects

Проект демонстрирует экологичный дизайн, материалы, пригодные для вторичной переработки, и строительство на общественных началах в безмятежной сельской местности Вьетнама.



Кафе-палатка

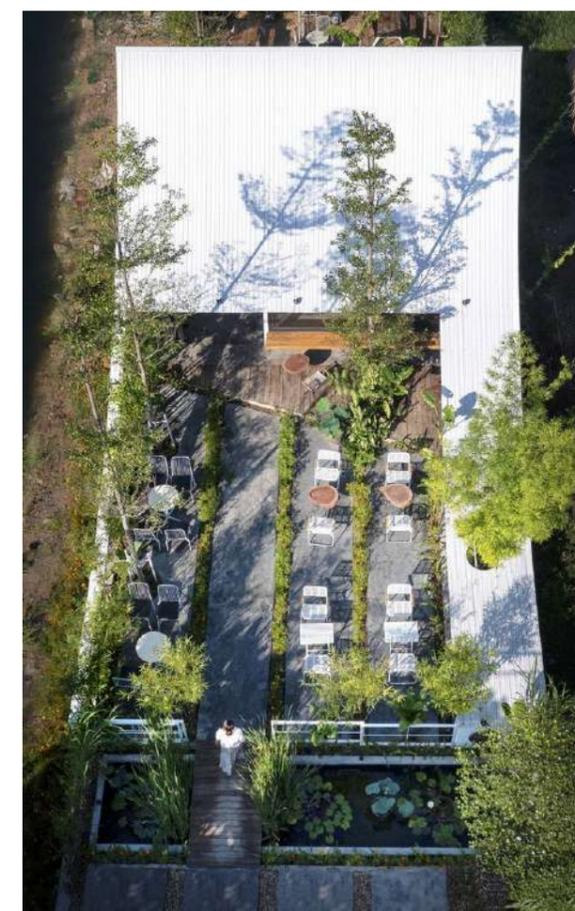
Не устояла перед тем, чтобы показать утопающее в зелени кафе, от которого веет свежестью! Ká Coffee от Nguyen Khac Phuc Architects расположено на окраине города во Вьетнаме. Территория сельской местности сейчас вытесняется застройкой и участки временно дают в аренду общественным заведениям (на 5 лет), привлекая людей.

Летящая крыша

Крыша в форме двускатного шатра с плавными линиями как "палатка" прилегла на ботанический сад и прорезалась растениями. Тонкие белые колонны поддержали легкость образа.

Экологичные материалы

В проекте использованы перерабатываемые материалы: фанера для потолков, древесина для декора и растения, подчёркивающие региональную идентичность (слоновья трава, банановые деревья, бамбук).





Атмосфера пикника

Кафе включает внутренние помещения и две открытые зоны – дворик и сад, что создает атмосферу пикника. Система тентов позволяет адаптировать пространство под меняющиеся сценарии.

Экономичность

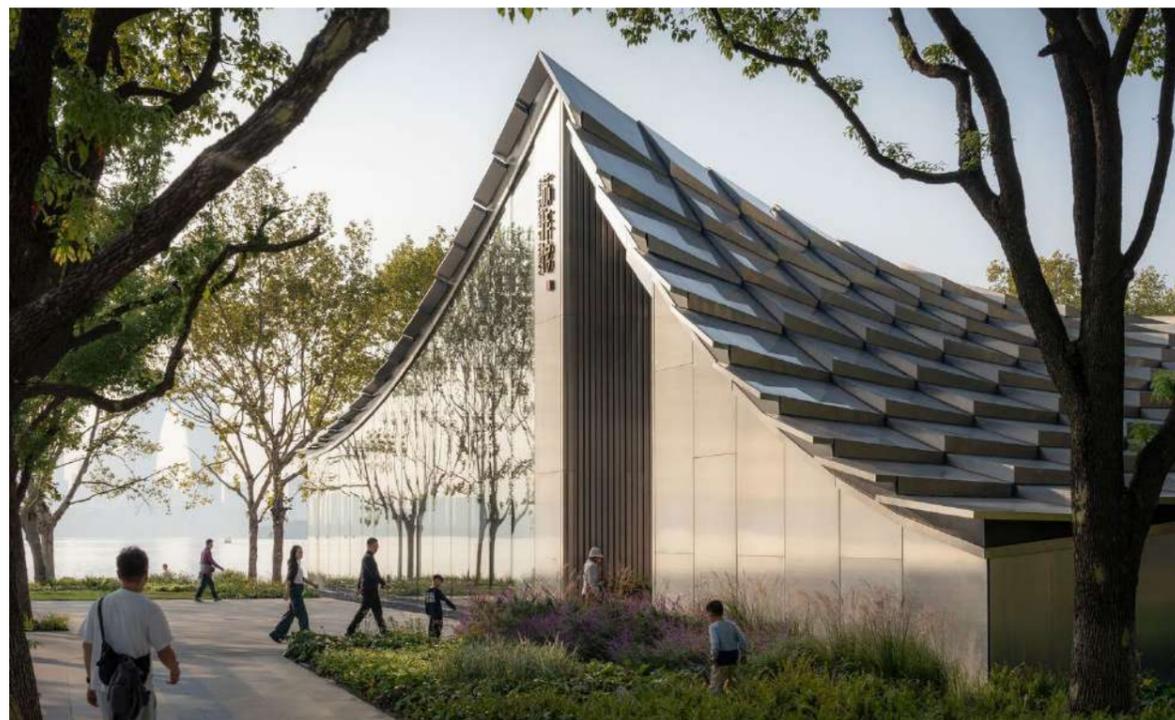
Строили из местных материалов и с помощью местных строителей, что позволило снизить затраты и поддержать локальную экономику. Конструкцию можно демонтировать и использовать повторно в другом месте после окончания срока аренды.

uni.xyz/journal



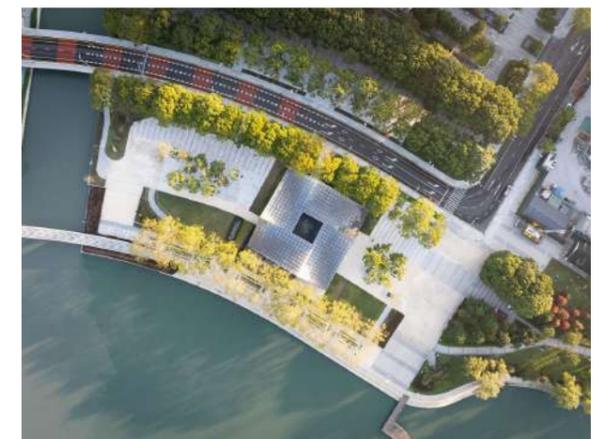
Студия BIG построила павильон из металла в китайском Сучжоу

Павильон сочетает в себе традиционную китайскую типологию внутреннего двора и современные общественные пространства.

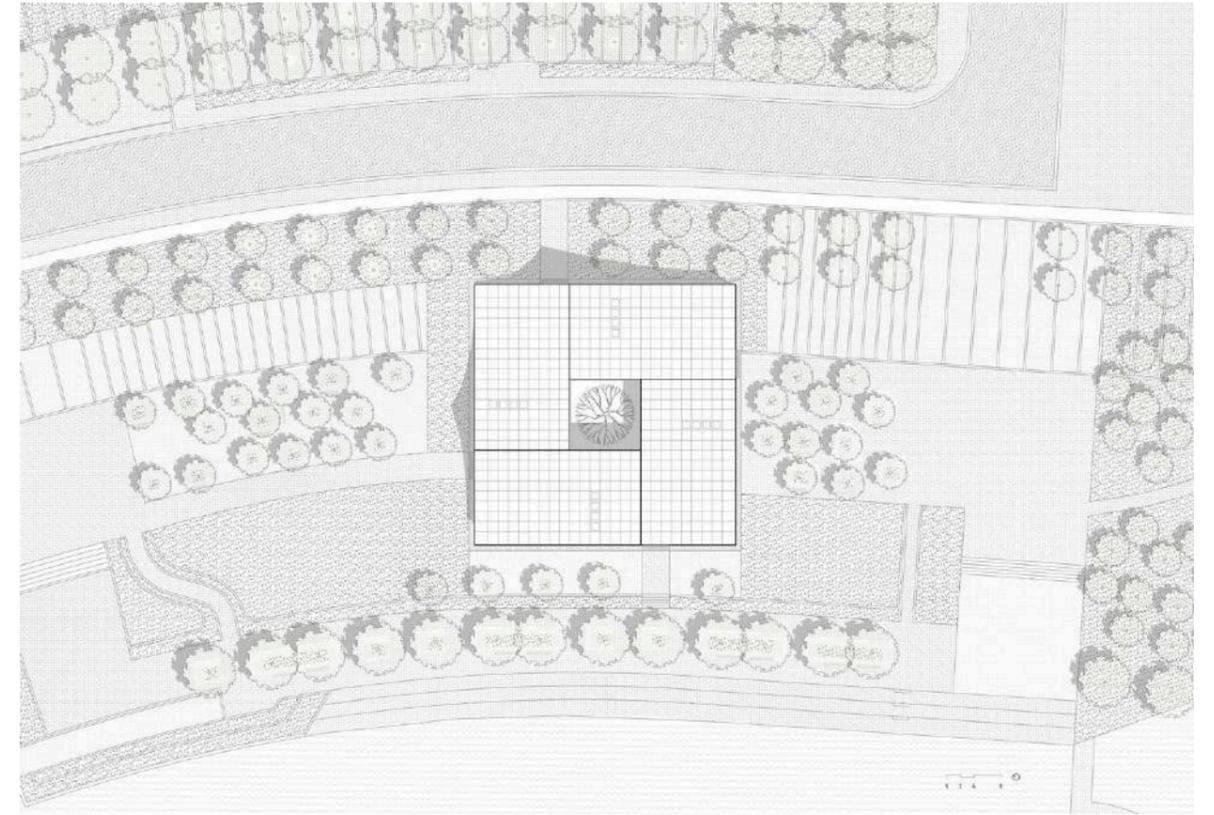


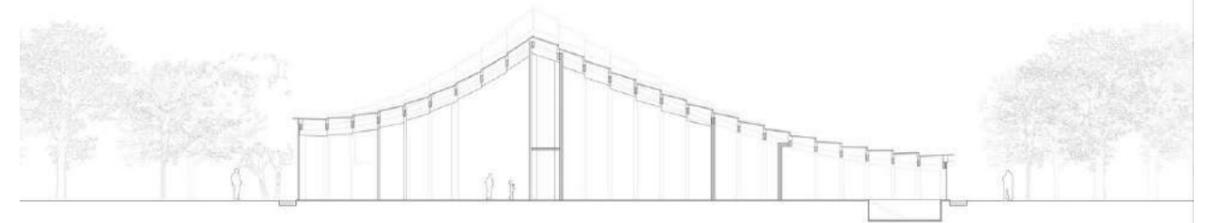
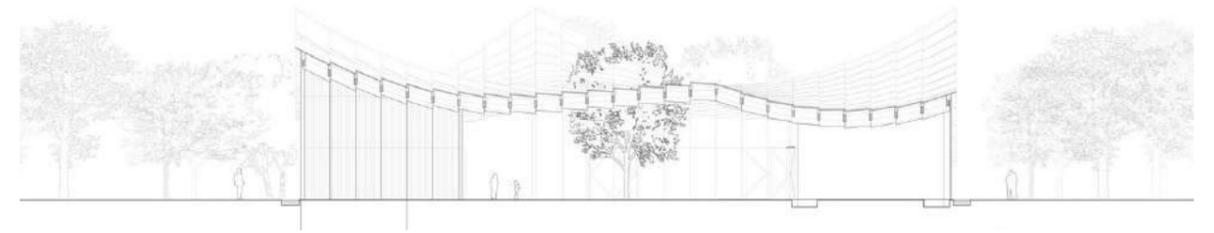
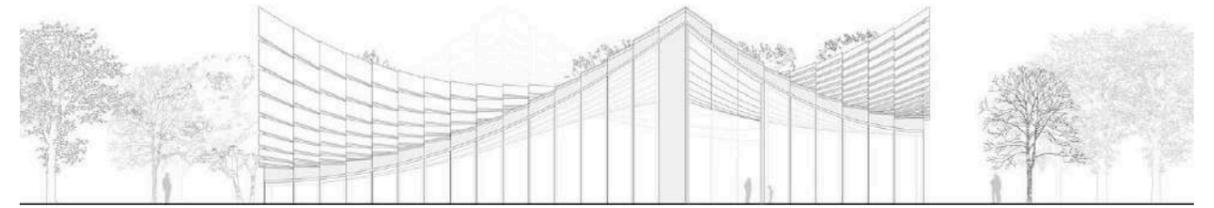
Из здания площадью 1200 квадратных метров открывается вид на озеро Цзинцзи. Павильон состоит из четырех объемов, обшитых металлом и расположенных вокруг центрального двора – открытого пространства для общественных собраний. Каждый из блоков вмещает в себя кафе, магазин, ресторан и центр для посетителей: их венчает единая волнообразная крыша, благодаря которой во внутренние помещения попадает мягкий рассеянный свет. По задумке архитекторов студии BIG Jinji Lake Pavilion, который гармонично интегрируется в природный пейзаж, формирует спокойное и умиротворяющее пространство для местного сообщества. Навес павильона отделан стеклянной черепицей, которая напоминает крыши традиционных китайских чайных домиков.

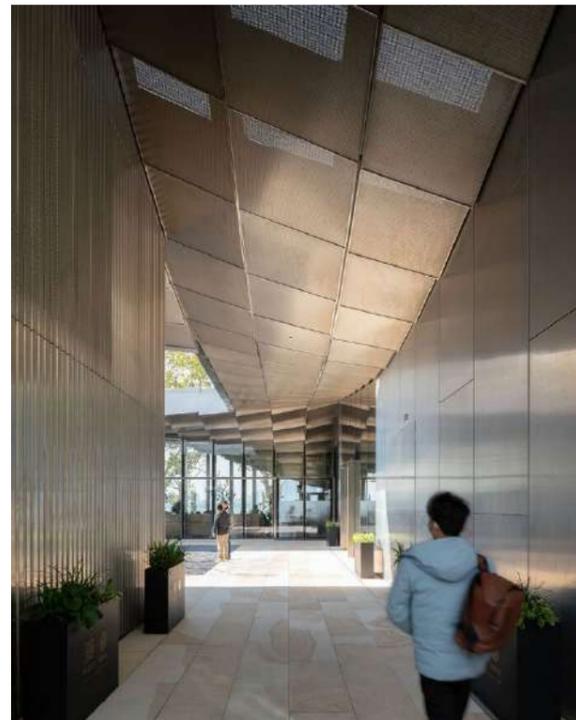
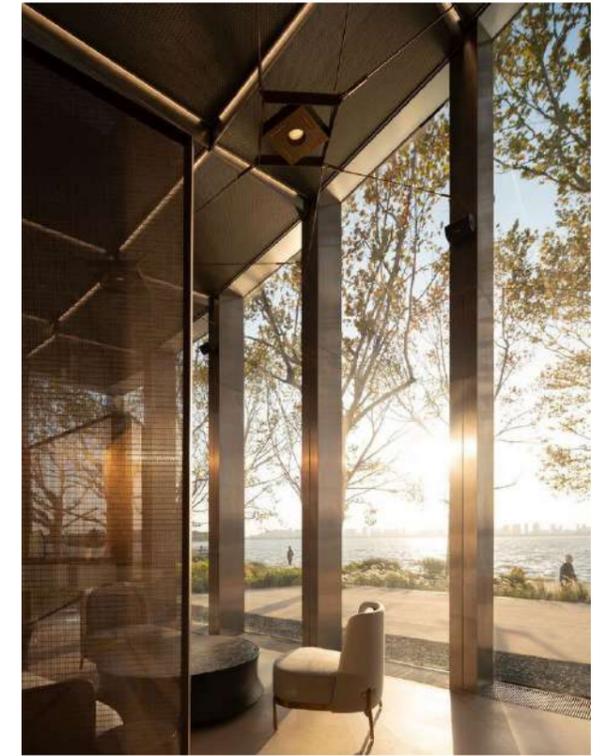
archdaily.com











Парящая вершина

Центр продаж по проекту бюро Wutoria Lab в дельте Жемчужной реки напоминает о горных вершинах – как местных, тропической провинции Гуандун, так и тьяньшаньских.



Юй Тин, основатель шанхайского бюро Wutoria Lab, известен оригинальными и даже провокационными обоснованиями своих проектов. Не стал исключением центр продаж для девелоперов Zhongshan Shenye Wansheng Investment и Vanke в Чжуншане. На насыпном острове Маань (Хэнмэнь), в новом округе Цуйхэн, создается зона новой застройки, обращенная в устье Жемчужной реки, а по сути – залив Южно-Китайского моря. Отсюда название всей прилегающей к этой речной дельте территории – область Большого залива. Это самая крупная урбанизированная зона в мире, здесь сливаются воедино мегаполисы Макао, Чжухай, Чжуншань, Гуанчжоу, Шэньчжэнь и Гонконг и др.

Будущий жилой район появится вдоль воды, а недалеко «выходит в море» автомобильный мост, соединяющий Чжуншань с Шэньчжэнем (его общая длина – 43 км, из них более 15 км проходит над заливом-устьем). Эффектное расположение жилья сочетается здесь с его стандартным обликом и планировками. Единственная (и ожидаемая) уступка – проект центра продаж. Юй Тин хотел сделать его



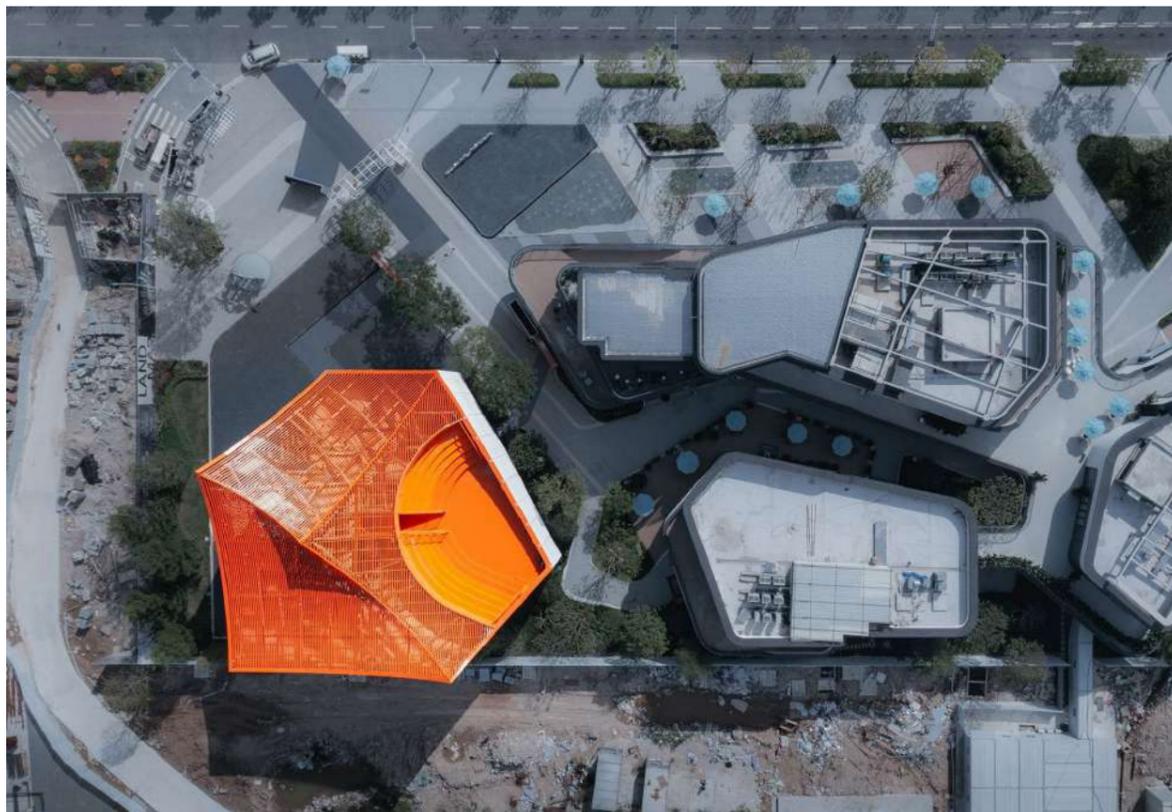


максимально необычным, противопоставленным безликому архитектурному окружению, и сначала предложил черный монолитный объем. Но городские власти не согласовали такой вариант из-за отсутствия «местных характеристик». Архитектор не собирался копировать традиционную архитектуру юго-восточного Китая и потому обратился к образу гор: Чжуншань граничит с высокими холмами, поэтому такой ход чиновников удовлетворил.

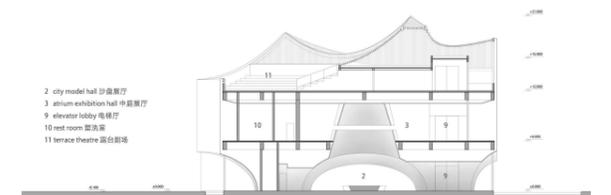
Однако главным источником вдохновения стали не поросшие тропическим лесом гуандунские возвышенности, а вершина Хан-Тенгри (Кан-Тоо) на Тянь-Шане, где сходятся границы Кыргызстана, Казахстана и Китая. Юй Тин путешествовал по китайской части этого горного массива в молодости и запомнил, как снежные пики пламенеют в час заката, а также эффект парения вершин над облаками.



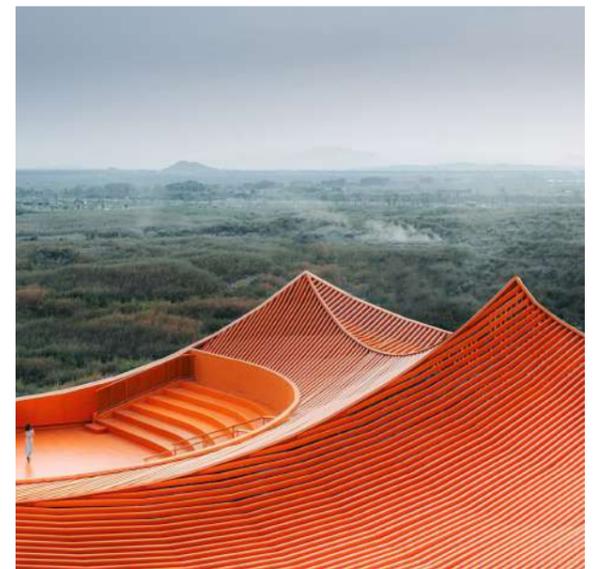
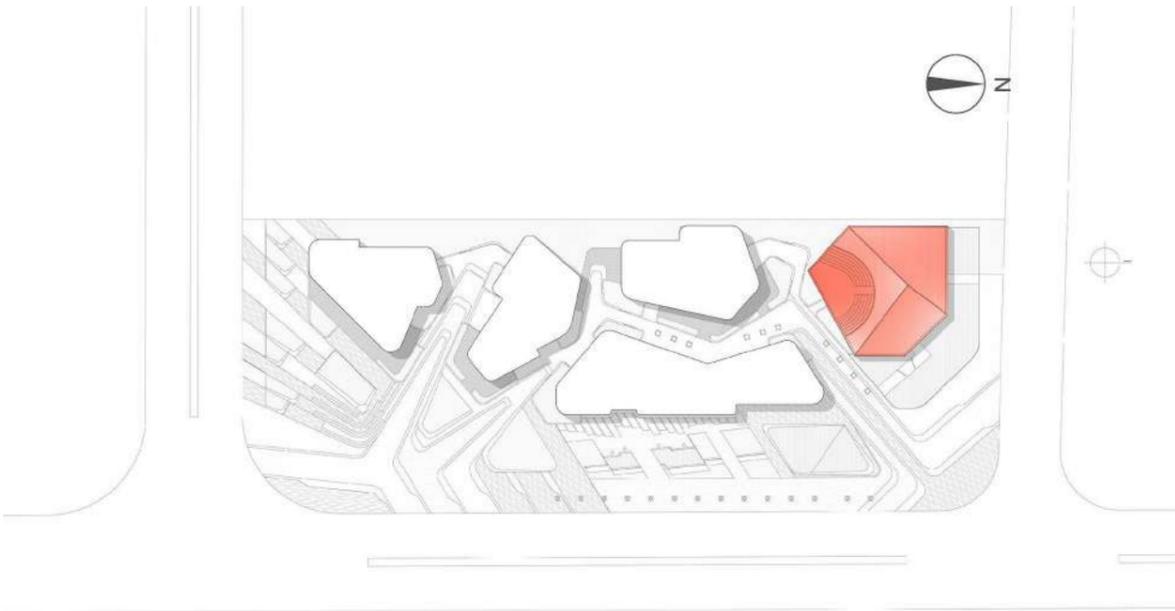
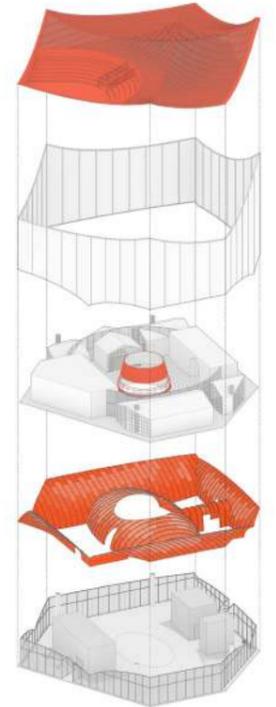
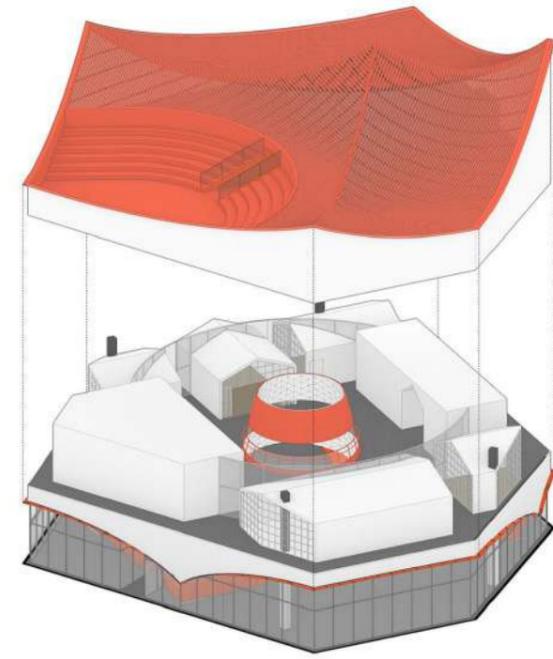
- 3 atrium exhibition hall 中庭展厅
- 4 gallery room 小展厅
- 5 reception room 接待室
- 6 meeting room 会议室
- 7 office 办公室
- 8 semi-exterior garden 花园



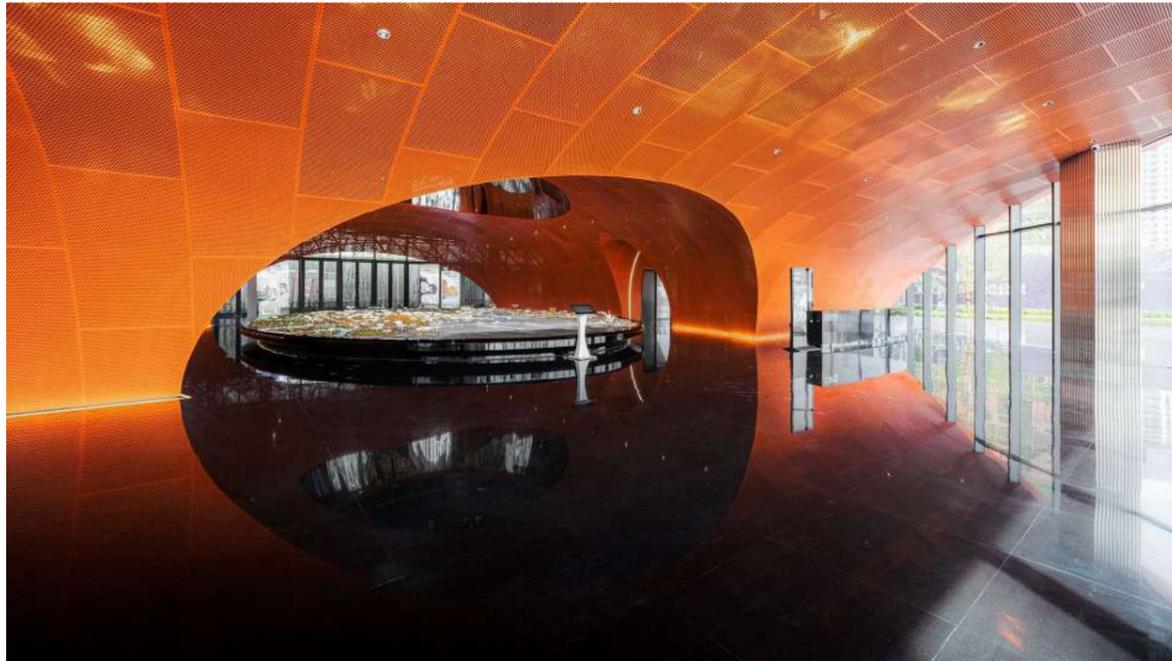
- 1 exhibition hall 展厅
- 2 sand-model hall 沙盘展厅



- 2 city model hall 沙盘展厅
- 3 atrium exhibition hall 中庭展厅
- 9 elevator lobby 电梯厅
- 10 rest room 卫生间
- 11 terrace theatre 露台剧场







В Чжуншане образ передан с помощью полупрозрачной белой ПТФЭ-мембраны, охватывающей почти весь объем здания кроме первого этажа (он оставлен прозрачным – стеклянным – чтобы верхняя часть постройки «воспарила»). Сложное завершение здания выполнено из перфорированных листов алюминия оранжевого цвета: оно напоминает сложный профиль горного хребта и одновременно скрывает вентиляционные установки. На кровле устроен открытый амфитеатр, где можно проводить мероприятия с видом на воду и новый район.

На первом этаже, в большом безопорном пространстве 16x30 м, также использован гнутый перфорированный алюминий оранжевого цвета: из него выполнены своды, подводящие посетителя к макету района 15-метровой длины. Этот макет освещен солнцем сквозь перекрытия с помощью атриума-трубы, облицованного изнутри отполированной до зеркального блеска нержавеющей сталью. Несущие стены сосредоточены в двух лестничных узлах. Второй этаж занят малыми выставочными залами, официальной и неформальной переговорными и т. д.

archi.ru

Павильон-лодка из стеклянных трубок от Deer Origin Lab в Китае

Архитекторы вдохновились традиционными беседками садов Сучжоу, обернув их в «хрустальную» оболочку.

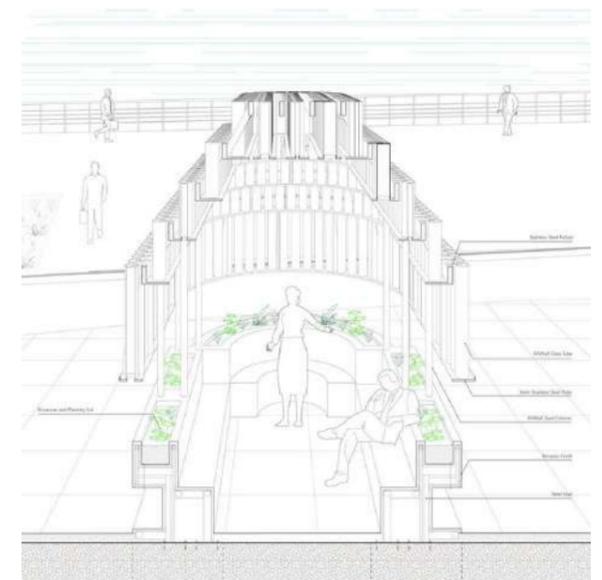
Deer Origin Lab завершила павильон Lucida, отличительную структуру, расположенную вдоль набережной в научно-технологическом городке Сучжоу. Проект инсталляции открытого художественного пространства направлен на то, чтобы предложить современную интерпретацию материалов и форм, вписывающуюся в рекреационную общественную среду нового города, при этом уважая исторический контекст. Павильон черпает вдохновение из зданий в стиле лодок, которые можно найти в традиционных садах Сучжоу, обычно расположенных рядом с водой или обращенных к ней. Его полузакрытая конструкция позволяет просматривать внутреннее пространство, в то время как прозрачность и открытость интегрируются с окружающей средой. Названный Lucida за свою яркость и прозрачность, павильон имеет основание из террасцо, которое образует сиденья и пруды для растений, с подоконниками с каждой стороны и спинками Wuwang. Стеклянная трубчатая крыша, простирающаяся до уровня глаз, служит архитектурным элементом, формирующим перекрывающийся ландшафт и обрамленный пейзаж.





Внутри зрители могут наблюдать непрерывно меняющиеся свет и тени через оптический изгиб занавеса и зазоры между остеклением. Павильон Люсида, задуманный Циньжун Лю, использует структурно открытую систему столбов и перемычек, отодвигая колонны в сторону, чтобы увеличить зазор центрального осевого пространства. Навесная стена, образованная навесной крышей, создает уникальную последовательность внутреннего наблюдения и отражения в относительно обыденной равнине, окружающей городской пейзаж. Пять стопок стеклянных трубок образуют традиционное изображение кронштейна, повторяя архитектурные элементы, которые можно увидеть в обычных жилищах в регионе Гусу. Вход в павильон Люсида особенно открыт, что подчеркивает связь с большим деревом на участке. Дугообразная особенность в конце усиливает представление общего опыта катания на лодке. Дизайн объединяет экологические соображения и отвечает видению участия сообщества в будущем, внося уникальный вклад в набережную Сучжоу.

designboom.com



Выставочный зал с сетчатым фасадом в китайской деревне

Культурное пространство Streaming Light было создано специально для фестиваля искусств Guanzhong Mangba в деревне Кайцзяпо.



Специально для фестиваля искусств Guanzhong Mangba в деревне Кайцзяпо бюро Daiyu Architects придумало эффектный прием, который привлёк дополнительное внимание к новому культурному пространству Streaming Light. Выставочный зал, появившийся на месте заброшенного склада, дополнен волнообразной перфорированной конструкцией из металлической сетки, которая покрывает оригинальную черепицу и, расширяясь от крыши, образует круглый вход.

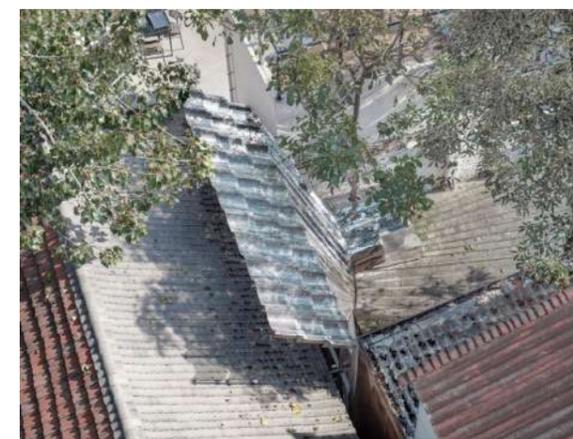
Помимо визуального эффекта, полупрозрачный сетчатый фасад направляет дождевую воду к скрытой дренажной системе, таким образом устраняя угрозу затопления внутреннего двора во время дождей.

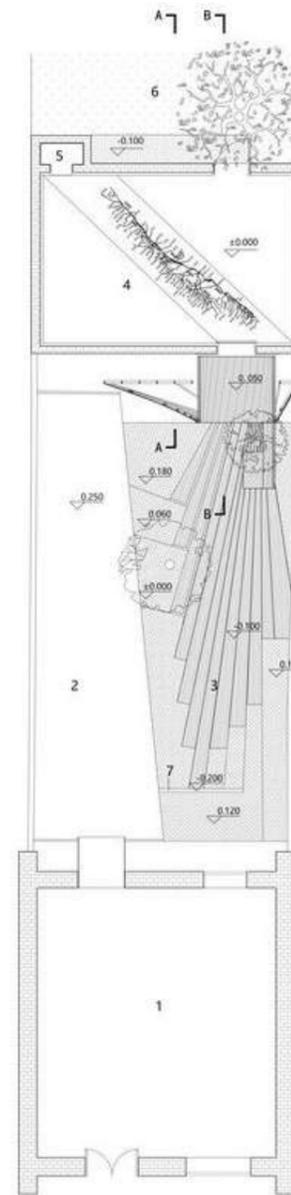
Изготовленная заранее и установленная в течение двух дней легкая конструкция играет на контрасте прозрачности и непрозрачности. При одних ракурсах металлическая поверхность отражает небо и солнце, словно растворяясь в воздухе, а под другими углами за ней видна оригинальная кирпичная кладка бывшего склада.

Внутри выставочного зала архитекторы демонтировали кирпичную стену, чтобы создать открытое пространство, и установили треугольную стальную раму, которая укрепляет существующую крышу. А оригинальный дымоход убрали, чтобы на его месте появился световой люк для естественного освещения экспонатов.

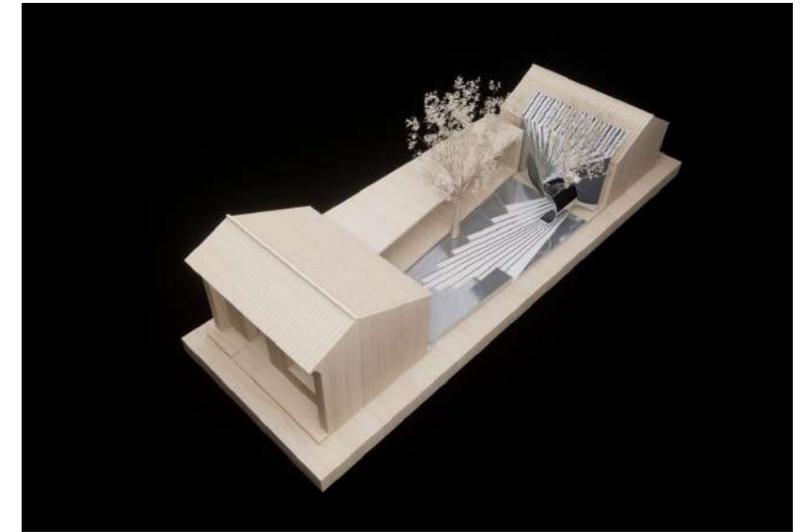
interior.ru







- | | |
|------------|----------------------------|
| 1. 南房 | 1. south wing of courtyard |
| 2. 现有木平台 | 2. existing platforms |
| 3. 庭院 | 3. courtyards |
| 4. 展厅 | 4. exhibition |
| 5. 烟囱 - 壁龛 | 5. chimney - niche |
| 6. 后院 | 6. backyard |
| 7. 排水系统 | 7. water drainage |



Wutoria Lab: книжный магазин, вдохновленный чайником

Пространство стало частью реновации бывшего гончарного завода, преобразованного в культурный квартал.

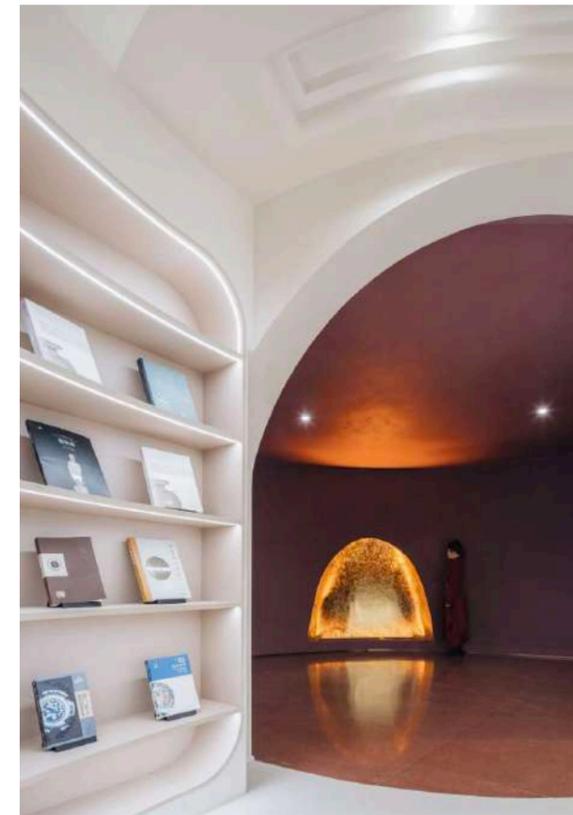


Пекинская студия Wutoria Lab завершила в Исине проект Ceramic Pages – книжного магазина с плавными изогнутыми стенами и световым фонарем в форме носика чайника. Пространство стало частью реновации бывшего гончарного завода, преобразованного в культурный квартал. Ранее на этой же территории японское бюро Kengo Kuma & Associates открыло Музей керамики UCCA.

Работая над этим пространством, дизайнеры из Wutoria Lab вдохновлялись процессом лепки и обжига знаменитых чайников из фиолетовой глины, которые столетиями создавали в Исине. Нижний уровень книжного магазина представляет собой бетонную конструкцию, а цилиндрический объем над ним облицован перфорированными панелями из коричневого металла. Посетители последовательно проходят через три зоны: лобби в приглушенных пурпурных тонах («глина»), кафе в огненно-красных оттенках («огонь») и галерею в водной тематике («вода»). «Материалы и цвета отражают основные составляющие гончарного искусства: глину, воду и пламя», – поясняет основатель студии Ю Тин (Yu Ting).





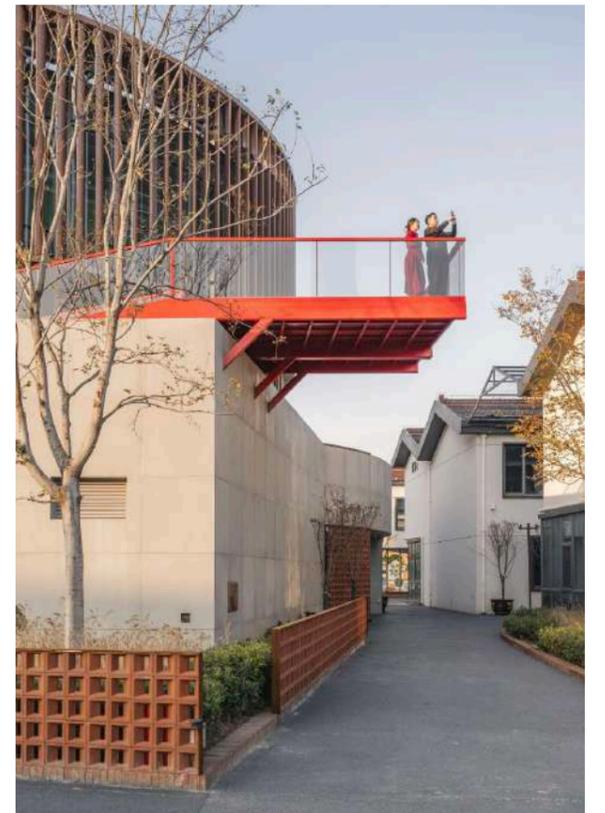




На первом этаже между двумя изогнутыми стенами цвета глины расположены плавные и угловатые книжные полки. В зоне, которая получила название «Сцена в горшке» («Scene in the pot»), организован световой фонарь, который, подобно носику чайника, проходит сквозь все этажи. «Этот элемент – отсылка к наследию Исина, – добавляет Тин. – Китайские философы видели в чайнике целую вселенную. Мы передали его суть через метафоры, избегая буквальной интерпретации».

На второй этаж можно попасть как изнутри, так и снаружи – для этого на улице установили внешнюю лестницу из красной стали. Здесь расположены сувенирный магазин и кафе с перфорированными металлическими панелями, напоминающими языки пламени, и террасой, откуда открывается вид на музей УССА. Пол террасы украшен узором в виде огня. На верхнем уровне, где находятся цилиндрическая галерея и лаунж-зона, оформленные в водных оттенках, глянцевые полы и потолок с волнообразными вырезами создают эффект текучести.

interior.ru



Проекты жилых помещений дополнительного назначения, созданные студентами Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе

Жилые помещения, бросающие вызов традиционному американскому дому.



Дом-сад Monsanto

Студентка: Мона Масотта
Преподаватель: Эммануэль Осорно

Этот проект по возведению дополнительного жилого блока и ландшафтному дизайну направлен на создание открытого пространства для садоводства и отдыха, дополненного отдельным жилым блоком площадью 750 квадратных футов на участке площадью 6050 квадратных футов.

Оба здания соединены циркуляционным проходом с общим пространством с бассейном и многоуровневым садом. Это пространство идеально подходит для владельца, чтобы предаваться садоводческим подвигам.

Наверху многоуровневого сада находится открытая гостиная и общественное пространство. Внутри дома есть односпальная кровать и ванная, кухня, гостиная и внутренний сад, освещенный большим окном на юго-восточной стороне.

Концепция дизайна ADU представляет собой граненую сферическую форму, пронизанную диагональным линейным прямоугольником, служащим входом и световым люком.



Evolve, Monsanto

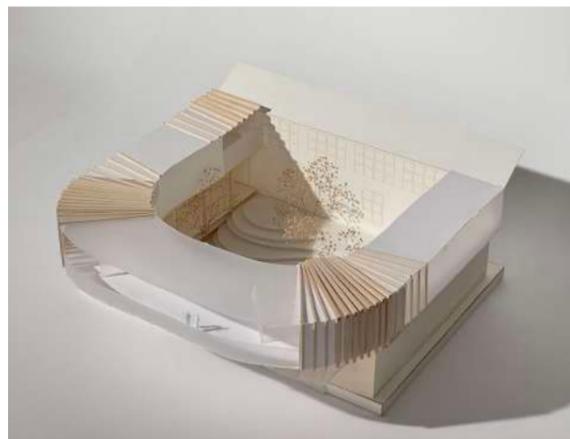
Студент: Конрад Коллинз
Преподаватель: Эммануэль Осорно

Evolve, Monsanto – это концептуальный дополнительный жилой модуль (ADU), разработанный в духе культового, но в то же время противоречивого проекта «Дом будущего» от Monsanto. Вдохновленная радиальной модульной конструкцией дома Monsanto и ее намерением рекламировать пластиковый «продукт будущего» Monsanto – Evolve, компания Monsanto использует следующее поколение регенеративных материалов.

Он состоит из бамбуковых панелей с перекрестным ламинированием, которые складывают плавные структурные ленты вокруг центрального сердечника.

Из верхнего офиса и террасы открывается вид прямо на дом Monsanto. Здесь наследник может поразмышлять о противоречивом наследии, которое оставила ему его семья, и о том, как он может регенеративно направить их влияние в будущее.

Дизайн-проекты студентов школы дизайна Parsons School of Design



PlastiShell

Студент: Цзысюань Гао
Преподаватель: Эммануэль Осорно

Этот дополнительный жилой блок представляет собой отдельно стоящий жилой блок рядом с домом Монсанта. Вместо того, чтобы концентрироваться вокруг хозяйственного блока, как в доме Монсанта, в ADU есть центральный сад, который служит буферной зоной для жителей ADU и своим внешним видом напоминает дом Монсанта. Его поразительная структура отличается плавными изгибами и динамичными углами, напоминающими футуристический павильон.

Внутренняя планировка спроектирована таким образом, чтобы обеспечить максимальную эффективность и комфорт, с жилыми помещениями открытой планировки, в которых органично сочетаются передовые технологии и экологически чистые особенности. Проект включает большие окна для естественного освещения и отдельный вход, что создает комфортное и уединенное жилое пространство.

«Безграничный»

Студентка: Кэтрин Тан
Преподаватель: Вэй Цюй

Основная идея этого дизайна заключалась в создании свободного пространства. Это не только создает спокойную обстановку для студентов, но и привлекает тех, кто находится снаружи, создавая гостеприимную атмосферу.

Поскольку учащиеся проводят большую часть своего обучения в душных классах, концепция этой модели заключается в том, что это пространство не имеет жестких границ. Оно задумано как неограниченное пространство, и то же самое относится к мыслям и эмоциям человека, находящегося в этом сооружении.

dezeen.com

Школа дизайна направляет будущих лидеров к созданию социально справедливых, экологически устойчивых и технологически инновационных зданий, интерьеров, освещения и продукции.





Breaking the Grid, Weaving the Block

Студент: Ноа Склар
Курс: Магистр архитектуры

Преподаватели: Астрид Липка и Эллисон Макдэвид
Архитектура формально создает безопасные, определенные пространства. Сетка Манхэттена формирует рациональность и линейность, которые упорядочивают периметры и организуют наше движение между ними. Черпая вдохновение в книге Джеффа Мано «Путеводитель для взломщиков по городу», я исследую городской ландшафт через движения взломщика.

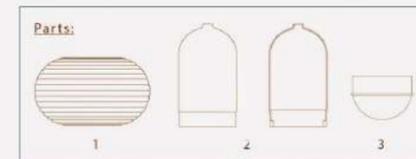
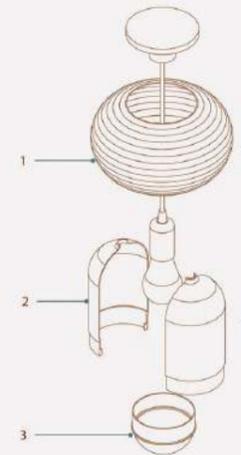
Анализ чертежей «творческого нарушения» дает информацию о новом подходе к планированию дизайна – таком, который задействует пустоту. Проект, вплетающий структуру и программу в существующие фасады, переулки, пустыри и заброшенные здания, затрагивает промежуточные пространства в квартале Манхэттена и открывает новый городской пейзаж.

А я стремлюсь положить конец предписываемому и повторяющемуся движению, которое увековечивает сетка, размывая пространственные границы и побуждая нас задуматься о том, как мы определяем границы собственности, права собственности, конфиденциальность и доступ.



Accessory for Ambient Lighting

How to assemble it:



Создавая комфорт: сменные осветительные аксессуары

Студент: Рабель Эспиноза
Курс: Магистр изящных искусств по световому дизайну

Преподаватели: Крейг Бернекер и Крейг Бернекер
В моем проекте рассматривается разработка аксессуаров, напечатанных на 3D-принтере, которые легко крепятся к стандартным лампочкам. Аксессуары представляют собой доступный способ улучшить качество домашнего освещения, комфорт и благополучие пользователя.

Они помогают людям преодолеть финансовые барьеры производства и установки при модификации освещения. Эти продукты применяются в различных условиях, позволяя пользователям регулировать освещение без внесения структурных изменений. В более широком смысле мой проект бросает вызов представлению о том, что хорошее освещение – это роскошь, и в то же время демонстрирует, что небольшие изменения имеют большое значение для создания комфортной и адаптивной среды.



EcoShell

Студент: Инфэй Чжо
Курс: МИД Промышленный дизайн

Преподаватели: Рама Чорпаш и Кристин Фаселла
В своем проекте по дизайну биоматериалов я сотрудничал с нью-йоркским проектом Billion Oyster Project, чтобы повторно использовать выброшенные устричные раковины в качестве экологически чистой альтернативы традиционной перерабатываемой декоративной наружной плитке.

Я использовал два типа морских отходов: раковины устриц и клей, извлеченный из рыбьих костей, чтобы создать устойчивый к коррозии под воздействием соли и ветра материал для прибрежных сооружений.

Мой процесс проектирования отражал итеративный подход промышленного дизайнера: создание и тестирование плитки и тщательное рассмотрение структуры и деталей.

Проект EcoShell целостно объединяет промышленный дизайн и архитектуру с городским дизайном, инновационными материалами и социальной ответственностью. Это отражает как практическое применение принципов устойчивого развития, так и мою приверженность охране окружающей среды.

dezeen.com

Центр экологического просвещения

Архитектура, раскрывающая более широкий спектр энергетического потенциала.

София Баринова: приливные ритмы независимых городских водно-болотных угодий

Проект демонстрирует
мост посреди прибрежной
зоны.



Автор: Корнелиус Пельцер

Выходя за рамки того, что заложено в «Адаптивном повторном использовании», эта архитектура раскрывает более широкий спектр энергетических потенциалов в сюжете.

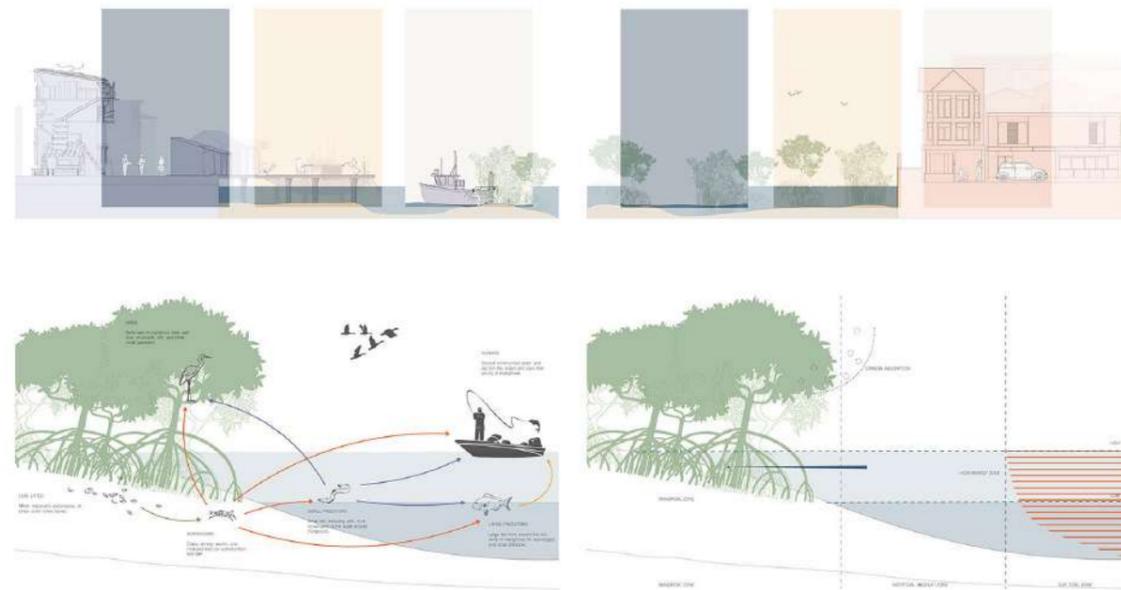
При разделении программы и получении нескольких оболочек, солнечные экспозиции могут быть настроены соответственно для каждой ситуации на месте. Разделение позволяет пассивно создавать различные климаты в разных зданиях; один из которых использует воду в качестве тепловой массы. При использовании дождевой воды в качестве нового строительного материала на месте, появляется прототип для водяной стены.

Прямое расширение построенного вещества – это теплица, которая наклонена над южной каменной стеной старой библиотеки. Этот древний тип «пристройки» действует как неотапливаемая теплица, используя существующий кирпич в качестве дополнительного хранилища тепла. В конечном итоге были задуманы три разных типа.

В этой концепции восприятие местного материала меняется и продвигает идеи за пределы тактильных ощущений как центрального качества эстетизированной субстанции на месте. Климат Fair Haven переосмысливается как набор экологических активов, новая материальность, из которой должна развиться дополнительная структура.

architecture.yale.edu

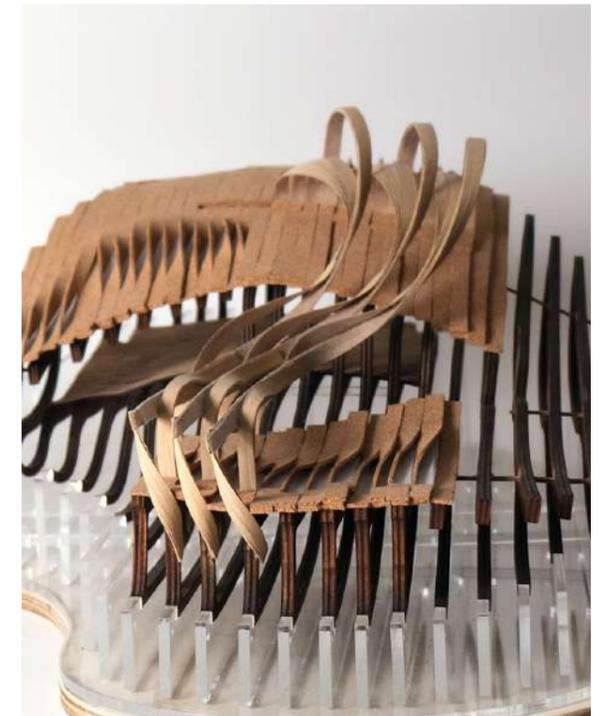


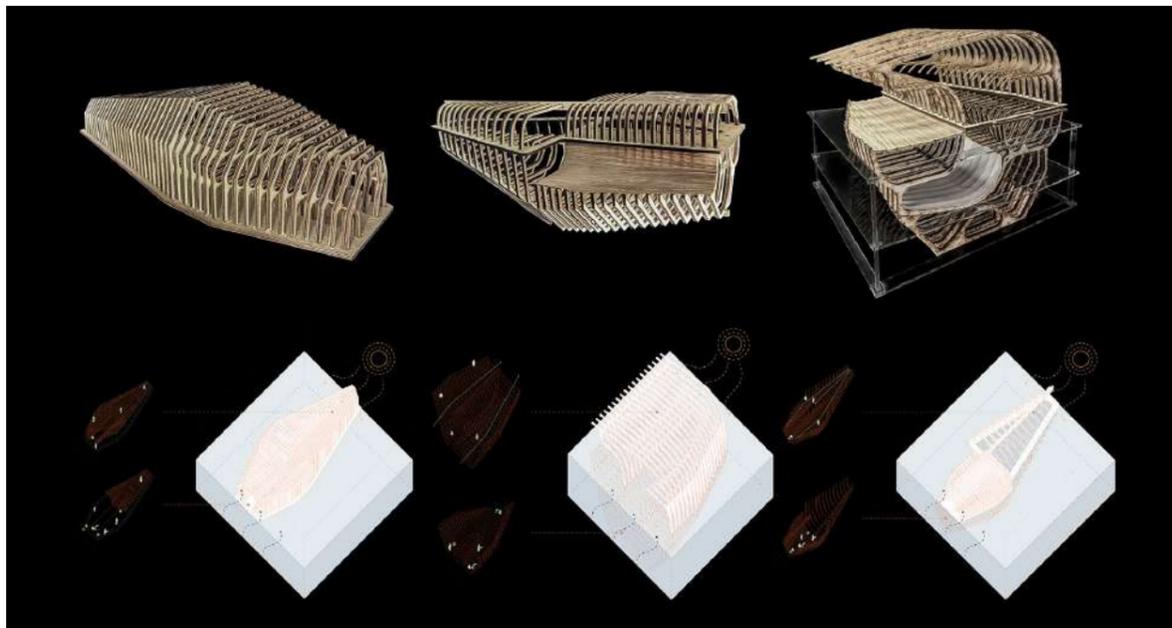
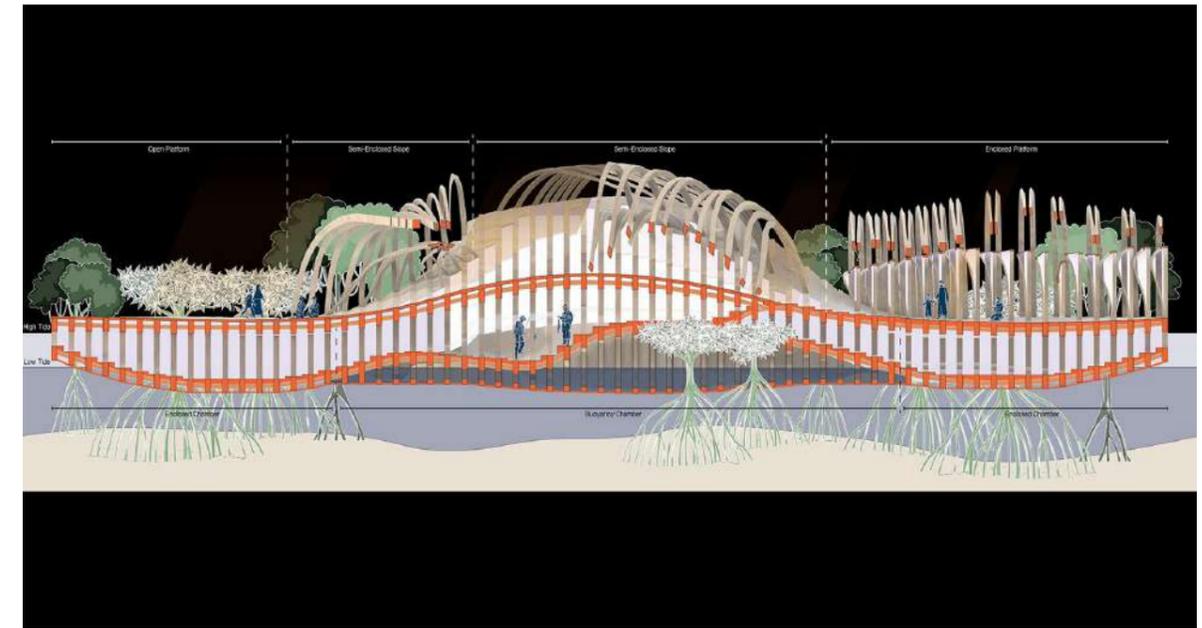
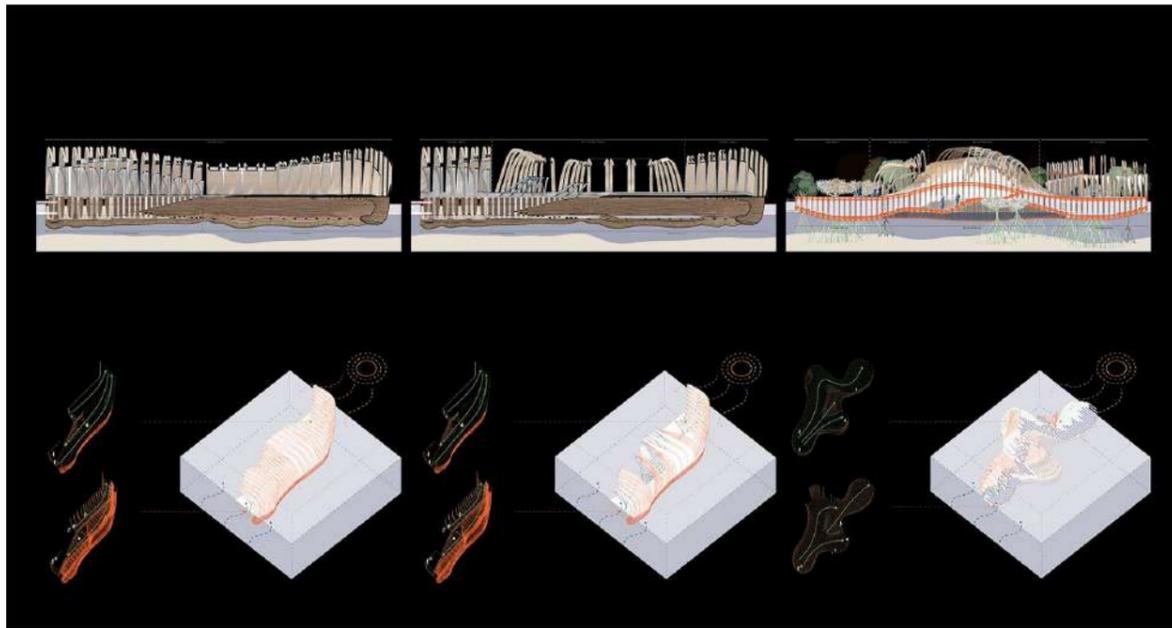


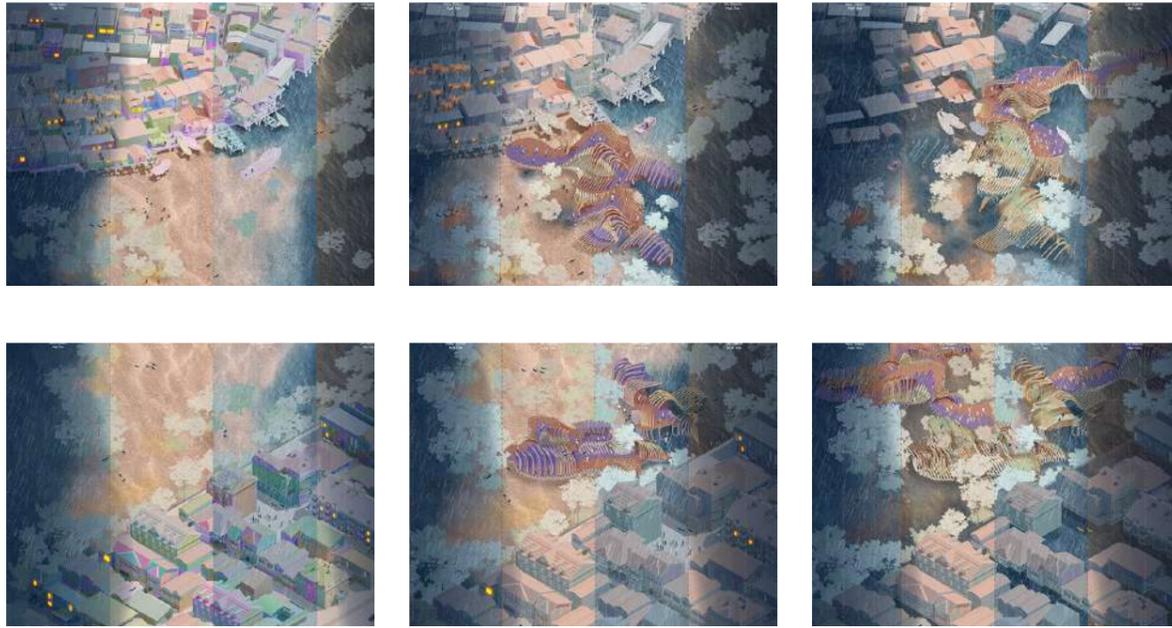
Поскольку прибрежная городская зона Джакарты часто затопляется, пригодный для жилья мост может способствовать традиционным практикам мангровых лесов. Проект будет интегрироваться в условия водно-болотных угодий и поощрять независимость от земли с точки зрения социальных и структурных сетей, одновременно позволяя различным сообществам связываться через мангровые леса. Проект также будет учитывать местные культурные практики и фестивали.

Мангровые заросли играют ключевую роль в содействии переходу людей от наземного образа жизни к водному, поскольку они создают схожие условия с точки зрения ритмических циклов, ресурсов и биоразнообразия в прибрежных городских районах.

Конструкции используют ритмичные ребристые структуры для создания динамичных и визуально привлекательных пространств как внутри, так и снаружи. Конструкция 1 фокусируется на повышении гидродинамической эффективности, управлении ветровыми нагрузками и создании разнообразных теневых узоров для поддержки общественных собраний и рыболовной деятельности. Конструкция 2 делает акцент на наблюдении за приливами и взаимодействии с водно-болотными угодьями, с частично открытыми платформами и различной частотой ребер, создающими различные уровни ограждения и световых условий, идеальные для общественных мероприятий и рыбалки. Конструкция 3 включает вертикальные подводные уровни с толстыми ребрами для поддержки и тонкими ребрами над водой

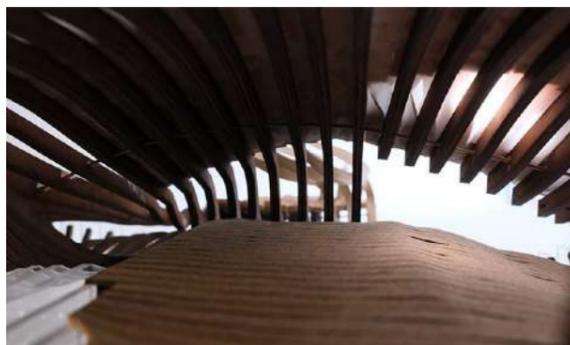






для открытости, предлагая защищенное взаимодействие с мангровыми зарослями и пространствами для фестивалей и рыбалки, при этом обеспечивая устойчивость и эстетическую привлекательность за счет различной частоты ребер.

Утром или вечером, в зависимости от сезона, прилив приносит жизнь и энергию на верхний этаж конструкции. Большие отверстия между ребрами позволяют обильному солнечному свету заливать пространство, делая его намного светлее. Повышенная открытость также усиливает звуки, создавая живую и шумную атмосферу, когда собираются разные сообщества. Птицы присоединяются к активности, наполняя воздух своими криками и добавляя яркости сцене. Взаимодействие света и звука от мангровых зарослей, облегчаемое обширными отверстиями конструкции, создает визуально и акустически привлекательную среду.



Через несколько десятилетий первоначальная конструкция модульных сооружений обветшает и зарастет мангровыми зарослями, а дополнительные полузакрытые и закрытые модульные сооружения обеспечат водные пространства для местных жителей после того, как прибрежная зона окончательно будет затоплена.

pr2024.aaschool.ac.uk



city.vds.group



telegram