

Дмитрий Суворов

*** ЧТО ***
НА САМОМ ДЕЛЕ
ПОКАЗЫВАЮТ НАМ
ДИЗАЙН И АРХИТЕКТУРА
И КАК НА ЗНАНИИ ЭТОГО
РАЗБОГАТЕТЬ



Дмитрий Суворов

**Что на самом деле показывают
нам дизайн и архитектура...**

«Автор»

2026

Суворов Д.

Что на самом деле показывают нам дизайн и архитектура... /
Д. Суворов — «Автор», 2026

Почему именно (а не просто «вообще») одно здание или вещь нам мгновенно нравится, а другое нет? И как на знании простых, но не очевидных способов улучшения дизайна и архитектуры заработать? В 1992 году, чтобы не умереть с голоду и одновременно развлечься, автор открыл в Москве агентство рекламных технологий. За 20 лет его команда изготовила тысячи объектов наружной и внутренней рекламы и научилась главному: быстро отличать красивое от некрасивого и делать это для клиентов быстро, «на коленке». Так родился этот путеводитель. Вместо пыльных терминов вроде «ренессанса» и «барокко» здесь коротко и ясно, с простыми формулами, объясняется, почему одно рукотворное сооружение людям нравится, а другое нет, как измерить красоту в цифрах и как простыми средствами сделать объект привлекательнее. Красота стоит одной ногой вне рынка, на территории эмоций, поэтому может приносить сверхприбыль, получить ее - наша задача!

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ. Содержание и смысл проекта	6
1. ПЕРВОЕ. КОЛБАСИТ ТОЛЬКО ОТ ТОГО, ЧТО ВИДЕЛИ ПЕРВЫЕ ЛЮДИ	9
2. ВТОРОЕ. ВСЕ ПРАВИЛЬНО ВРУТ ИЛИ ВЕРНО НЕ ДУМАЮТ	14
3. ИТАК, ВОТ ОНА - ВСЯ ТЩАТЕЛЬНО СПРЯТАННАЯ ПРАВДА	15
4. ВЕЛОСИПЕД УЖЕ ИЗОБРЕЛИ, но сразу потом украли	20
Конец ознакомительного фрагмента.	22

Дмитрий Суворов
Что на самом деле показывают
нам дизайн и архитектура...

ПРЕДИСЛОВИЕ. Содержание и смысл проекта

*«Совы, это не то, чем чем они
кажутся»*

«Огонь, иди со мной»

Дэвид Линч. «Твин Пикс»

Для того, чтобы не умереть с голоду и одновременно развлечься 1992-м году я организовал в Москве рекламно- производственную компанию

Купил за немислимые 100\$ фотоальбом о рекламных вывесках в Лас Вегасе «Las Vegas Lights», кнопочный телефон и приступил к изготовлению наружной и внутренней рекламы - красоты, что делают с коммерческими (это важно) целями.

В следующие 20 лет мы изготовили тысячи объектов на которых мы сделали главное научились мгновенно отличать КРАСИВОЕ от НЕКРАСИВОГО и важно - делать клиентам это быстро, «на коленке»

Тогда же родилась идея создать простой путеводитель, где вместо списка пыльных терминов типа «ренессанса» или «барокко», что обычно для подобной литературы, будет коротко и ясно, черным по белому и желательнo с использованием простых математических формул написано, почему вот это рукотворное сооружение людям НРАВИТСЯ, а вот то - нет.

И как измерить красоту.

И как изменить «красивость» в лучшую сторону простыми средствами .

Конечно, здесь есть прямая связь с деньгами.

Красота находится одной ногой ВНЕ РЫНКА, на территории экстаза - поэтому может нести сверхприбыль !

ГАРАНТИРУЕМ

Напишите, что вы думаете по поводу содержания сборника на почту или в чат проекта в телеграмме.

ПОЧТА: domik12345@mail.ru

ЧАТ ПРОЕКТА: <https://t.me/Art19171917>

Пишите-звоните.

Проект: «Зонтик от конца света» (с)

Дмитрий Суворов



Рис.1 Изображение создано при помощи сервиса ИИ

БАЙКУ ПРО 10 000 ЧАСОВ СЛЫШАЛИ?

Только после того, как вы 10 000 часов чем-то прозанимаетесь (прорисуете, пропляшете, прокулинарите, обойдете все архитектурные выставки мира и пр.) то достигните МАСТЕРСТВА.

Примерно 10 лет потребуется. Или больше.

Это чепуха.

Фишка в том, что любое познание можно растянуть надолго (изучать историю предмета, оттачивать мануальные навыки).

Ведь ЗА ОБУЧЕНИЕ ПЛАТЯТ, это выгодно – учить. Только поэтому дизайнеры и архитекторы учатся своему ремеслу годами.

Анекдот на тему

Если вы часто угадываете цифры в различных лотереях, бросьте эти глупости – займитесь сейфами.

НА САМОМ ДЕЛЕ, ВСЕ ПРОСТО

Любые ПРАВИЛЬНЫЕ дизайн и архитектура -- это вовсе не " миллион правил и закономерностей", как принято считать.

Если коротко - это воспроизведение КЛЮЧЕВЫХ ВИЗУАЛЬНЫХ ПРИЗНАКОВ ПРИРОДЫ (живой и неживой) силами человека.

Именно Признаков, а не копии их (например, кварталов домов, копирующих лапки птиц и насекомых в бетоне).

Да, вы обязательно сразу определитесь для чего вам это нужно. Т.е. если вы хотите именно продавать свои работы и побеждать на конкурсах - это единственный путь минуя волшебную палочку и заклинания.

Если же вы хотите просто самовыразиться - рисуйте свою бабушку, она вас похвалит в любом случае.

Но можно не терять время, ПОНЯВ СУТЬ (и тому много примеров Гениев Искусства с Нуля и Интуитивных Гениев).

Анекдот по теме

Электричка.

Цыганка - мужику:

- Позолоти ручку, дорогой! Всё что хочешь скажу! Мужик достаёт 500 евро:

- А скажи ка ты мне, голубушка, период полураспада радия!

- ...?!

Убирает деньги:

- Вот видишь, не заслужила.

Конечно, данная Инструкция не в том, что нужно взять в руки любой инструмент (от фотоаппарата до 3D принтера) и шлепать, что бог на душу положит.

Понравится «не бабушкам» только Красивый объект.

Но главное -люди проголосуют за него деньгами.

А это единственное объективное доказательство истины.

1. ПЕРВОЕ. КОЛБАСИТ ТОЛЬКО ОТ ТОГО, ЧТО ВИДЕЛИ ПЕРВЫЕ ЛЮДИ

"НРАВИТСЯ" ТОЛЬКО ТО, ЧТО ИЗВЕСТНО ТЫСЯЧИ ЛЕТ В ЕСТЕСТВЕННОЙ ПРИРОДЕ.

Остальное НЕ нравится или безразлично. Даже если они кидаются по ошибке на фальшивку или имитацию - это не надолго!

Анекдот по теме

Если в магазине вы встретили мужчину своей мечты - стройный, идеально подстриженный, бритый красавец в безупречной одежде и обуви, значит, это манекен

Причем, знают максимальное количество времени, а не познакомились с этим вчера (или, например, 250 лет назад, как с мебелью в жилищах). Т.е. 250 лет для понятий Красоты у Человека - это «только что» Условные 5 мин.



Рис.2

Именно поэтому дом, похожий на стул или чемодан будет ВСЕГДА "НЕ нравится". Как, например, вызвавший скандал зимой 2013 года огромный рекламный сундук на Красной Площади



Рис.3 Изображение создано при помощи сервиса ИИ

А вот дом-дерево (или даже дом-слон) - будут нравиться ВСЕГДА (почти)
Даже в виде фантазии.



Рис.4 Изображение создано при помощи сервиса ИИ

Хоть в таком, более реальном симбиозе дерева и дома.

Это здание интегрировано в 6 огромных деревьев и имеет площадь 930 м. кв. Полный бардак и хаотическое нагромождение форм - но сооружение **ПРАВИТСЯ!**



Рис.5 Изображение создано при помощи сервиса ИИ

А вот дом-слон.
Или даже больше: дом-автобус-слон.
Но все равно нравится!



Рис. 6 Изображение создано при помощи сервиса ИИ

Вот ещё дом-слон.

Другой.

Абстрактный, но все равно узнаваемый и "нравящийся".

Вот какова сила образа "самое большое животное на суше".

Причина - образу слона в сознании людей миллионы лет.

Конкурировать с ним бесполезно, лучше его уместно применить.

2. ВТОРОЕ. ВСЕ ПРАВИЛЬНО ВРУТ ИЛИ ВЕРНО НЕ ДУМАЮТ

Спрашивать людей СЛОВАМИ об их предпочтениях бесполезно.

Языком (а не поступками) люди никогда не скажут, что им нравится. Если только не соврут - специально или нет.

Почему?

Истинные причины своих вкусов 98% людей "не понимают" и не способны понятно выразить словами в принципе (если не сядут при вас писать на эту тему диссертацию по искусствоведению).

Главная причина этого - мозг человека высокоавтоматизирован и клиширован. Это никакой не недостаток, а условие выживаемости, неременный результат эволюции.

Именно поэтому выбор "НРАВИТСЯ-НЕ НРАВИТСЯ" происходит у людей мгновенно, не затрагивая сложные цепи центральной нервной системы. Поэтому они и не могут ничего объяснить и обычно только трясут головой или машут руками, выражая эмоции.

Это хорошо.

Таково требование эволюции, что оставляет в живых только тех, что за доли секунды отличат ребенка от паука и скажут ребенку - ДА(он продолжает род и тиражирует генотип),а пауку - НЕТ(он обычно враг и может смертельно укусить).

Поэтому состояния "нравится" и "не нравится" и «это похоже на...» слишком глубоко запряты внутри сознания, чтобы люди могли их объективно наблюдать со стороны, во весь их рост и бесстрастно объяснять словами.

Зато они через долю секунды понимают, что им "лайкать" и что "не лайкать".

Итак, к делу - наконец и впервые.

3. ИТАК, ВОТ ОНА - ВСЯ ТЩАТЕЛЬНО СПРЯТАННАЯ ПРАВДА

Суть ее в том, что любые искусственные объекты, чтобы нравиться людям, должны любыми доступными средствами воспроизводить САМОЕ ИНТЕРЕСНОЕ И НУЖНОЕ ИМ - МЕТАФОРИЧЕСКИХ

- 1) МУЖЧИНУ
- 2) ЖЕНЩИНУ
- 3) РЕБЕНКА

Внимание - архитекторы, например(в отличие от дизайнеров, что лепят смазливых девиц даже в рекламу бензопил) "делают" только УСЛОВНЫХ ЛЮДЕЙ!

Воспроизводятся именно признаки, черты.

Объекты архитекторов - не куклы, не скульптуры, а конструкции, выполняющие инженерные задачи.

(Ниже об этой засаде - копировать природу на ксероксе - будет в рассказе об эффекте "зловещей долины")

НО – открытие, что вы вынесете из прочтения данной книжки заключается в том, что ЛЮБОЕ(абсолютно) творение архитектора или дизайнера воспроизводит УСЛОВНЫХ,МЕТАФОРИЧЕСКИХ ЛЮДЕЙ.

При этом, если в объекте одновременно присутствуют признаки мужчины, ребенка и женщины (это сплошь и рядом), то определяющими являются ДОМИНИРУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ.

Все остальное, что вы создадите (хотите вы это или нет) станет номером 4.

НЕИЗВЕСТНО ЧТО.

Теперь запомните всего три состояния, которые вы вызовете у зрителя своим творчеством-

- 1) ДА
- 2) НЕТ
- 3) БЕЗРАЗЛИЧНО

Следующее.

Цвет и фактура их (объектов) должны быть похожими на хорошо известные состояния материальной природы (ГОРАЗДО дольше, чем 250 лет) и образы -

тело, почву, песок, небо, снег, лед, радугу, дневное и ночное небо и пр.

Отсюда и Главный Секрет – он в том, что если ДО начала проектирования четко не определиться, ЧТО создается, наблюдатель будет в недоумении (в состоянии НЕТ).

Пример работы, "нарывающейся на отказ" - проект Гаэтано Пеше "Розовый павильон"(был реализован в выставочном пространстве Триеннале Бовиза. Милан, Италия (2007 г.))

Только в рамках "выставочного" дискурса Удиви Меня и только архитектор-знаменитость Пеше мог себе это позволить. На самом деле, если присмотреться - здесь объект - ребенок, но без специальных знаний это сразу не понять .

(Об этом тоже ниже.)



Рис. 7 Изображение создано при помощи сервиса ИИ

В примере выше, с Пеше, ему было по-фигу, насколько его Понимают. Архитектору было важнее выпендриться (он от этого получил удовольствие). Порадовались и его заказчики, от того, что на них работал сам Пеше.



Рис. 8 Изображение создано при помощи сервиса ИИ

Другой пример - работа с регионального архитектурного конкурса в Пензе. Это бессмысленный набор фигур - НЕИЗВЕСТНО ЧТО.

Объект не нравится. Архитектор же не "не звезда".

Тот кто ловит сечку здесь - тот король и царь искусственного материального мира в условиях постиндустриального быта, когда продажу большинства искусственных объектов обеспечивают "обертки", а вовсе не конфетки в них.

Пример Дома - мужчины?

Например, Бленхеймский дворец Джона Ванбру (В соавторстве с Николасом Хоксмуrom)



Рис. 9 Вудсток, графство Оксфордшир, Великобритания (1705-1722 гг.).

Классический Дом-Мужчина, агрессивный повторяющийся набор визуальных решений. Он нравится, потому что не двусмысленнен, понятен, предсказуем.



Рис. 10

Рис. 10

Дом- женщина?

Ок.

Новый аэропорт в г. Шэньчжэнь (Китай) Здание в стиле "Чего изволите"

Это обычная женская парадигма.

Отрицают ли эти **НОВЫЕ ПОСТУЛАТЫ** существующие представления о дизайне и архитектуре?

ДА и НЕТ.

Вернее – они их развивают.

Еще точнее - открывают заново.

Запрос "архитектура" в Википедии выдаёт такую формулировку:

"По способу формирования образов архитектуру относят к неизобразительным (тектоническим) видам искусства, которые пользуются знаками, не допускающими узнавания в образах каких бы то ни было реальных предметов, явлений, действий и обращённых непосредственно к ассоциативным механизмам восприятия".

То есть, видим, что согласно современным представлениям, дом-слон, дом- дерево это не архитектура в традиционном представлении, а аттракционы.

Колонны и арки - мол, нравятся нам САМИ-ПО СЕБЕ, просто так, **ВООБЩЕ**, а не потому, что с чем-то ассоциируются.

Архитектура и дизайн оживают по мнению современного официального представления только в **СИНТЕЗЕ** с изобразительными искусствами - если на стене дома нарисовать портрет человека, или станцевать танец, лишь в этом случае дом сблизится с природным образом (например, образом человека.)

Иначе - никак.

На самом деле - **ЭТО ПРОСТО УМЕЛО СКРЫТАЯ ПРАВДА.**

Зачем так сделали?

Из-за денег, естественно.

Обучение дизайну и архитектуре - это выгоднейший бизнес с оборотами сотни миллионов долларов.

Сам объем архитектурных и дизайнерских услуг имеет оборот десятки миллиардов долларов(услуги архитектора стоят от 10% от стоимости строительства здания!)

Что делаем в результате?

НЕГЛАСНО СЕКРЕТИМ ПРАВДУ О КРАСОТЕ.

Пудрим мозги студентам и обывателям(заказчикам).

Мол - красота, это **САМО-ПО СЕБЕ** и **ЧУДО-ЧУДЕСНОЕ** - и баста! К этому мало чего прилагается кроме обширейшего перечня Образцов Красоты (никто не спорит), плюс нескольких не принципиальных определений и моментов (о цветах и доминантных формах, симметрии и ассиметрии, архитектурных стилях).

На самом деле, вся история исследований красоты в архитектуре аккуратно подводит именно к тем выводам, что делает исследование, которое вы сейчас читаете.

Они здесь просто впервые коротко изложены.

4. ВЕЛОСИПЕД УЖЕ ИЗОБРЕЛИ, но сразу потом украли

Идеи этой книжки разделял еще проницательный интуит Радищев:

"Изо всех искусств архитектурное почитается между наипространнейшими и труднейшими..", а поэтому, мол, "не надлежит пренебрегать никаких знаний, кои могут открыть разум и подать хороший вкус во всем том, что некоторую приличность имеет к строению".

В те времена спецы были помешаны на весьма абстрактном классицизме и твердили про ничего не содержащие, по сути "вкус" и "изящество" и мерили архитекторов этими смешными измерительными "линейками".

Но вот что написал, например, такой неюсмейкер культуры и науки, как Д.А.Голицын:

- Советовал бы я архитектору, вместо того, чтобы набивать голову горизонтальными и вертикальными линиями, разделениями и субдивизиями, и мутулами, и триглифами, упражнялся бы долго времени и долго в изображении фигуры человеческой.."



Рис. 11

Но это были пока пустые слова.

Доказательства новые, прикладные взгляды на мастерство архитектора получили в работах Германа Гельмгольца, который обосновал, что ЗРЕНИЕ - НЕ ПРОСТОЙ ОПТИЧЕСКИЙ АППАРАТ, не набор линз, а аналог бортового компьютера - анализатор картинке с точки зрения предыдущего опыта(т.е. он лучше всего видит Полезности и Опасности).

Потом те же постулаты развили Э.Г.Вебер и Г. Фехнер.

Затем Герберт Спенсер обосновал красоту как "забытую полезность"(т.е. клевые образы из былых эпох становятся культовыми в последующих эпохах)

Впервые внятно изложил идеи этой книжки немецкий искусствовед Генрих Вёльфлин (столп европейского искусствоведения, он жил с 1864 по 1945).

"Формы становятся значительными для нас,- писал он,- только благодаря тому, что мы обнаруживаем в них выражение душевных переживаний (чувств). Непроизвольно мы одушевляем каждый предмет. Это древний инстинкт человека."

Далее, у него же - "Архитектура представлена в восприятии человека не отдельными эффектами в определенных органах чувств, а общим чувственным бытием. Оценка архитектурных сооружений и их описание в терминах строения человеческого тела ("антропоморфное восприятие пространственных структур") отражена в языке: если мы хотим описать нечто целостное, мы всегда "придаем" ему голову, ноги, т.е. видим верх и низ лицевую и обратную стороны."

Потом это направление (психофизиологическое) развили бихевиористы во главе с Д.Б. Уотсоном (1876-1958).

Основой их взгляда на человека являются базисность отношения "СТИМУЛ-РЕАКЦИЯ" и программность, автоматичность поведения людей.

На этом представлении стоит вся современная реклама с голыми тетками, рекламирующими токарные станки и пр.



Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.