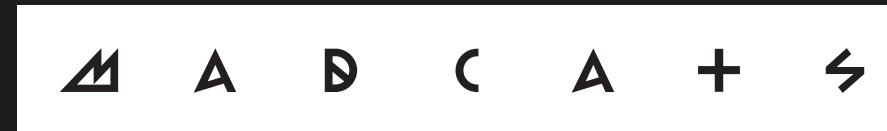
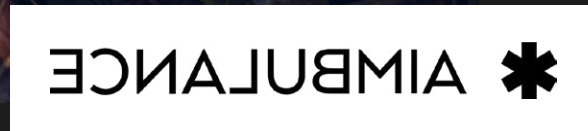
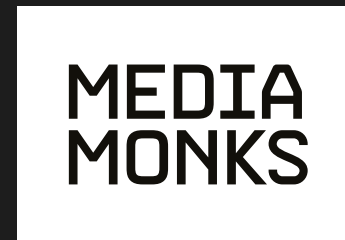
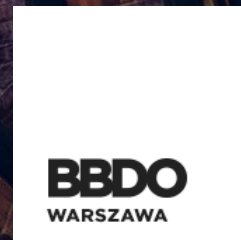
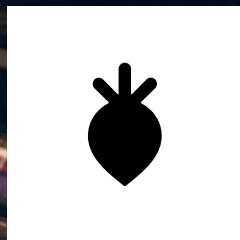


ВІЗУАЛЬНІ ТРЕНДИ 2020

ЗА КАДРОМ З КРЕАТИВНИМИ
АГЕНТСТВАМИ

БІЛЬШЕ ІДЕЙ
БІЛЬШЕ ІНСАЙТІВ
БІЛЬШЕ ТРЕНДІВ

Ми поспілкувались з професіоналами креативної індустрії і представниками відомих агентств, щоб визначити візуальні тренди 2020 року. Отримайте ще більше інсайтів і дізнайтесь про майбутнє візуальної комунікації.



AIMBULANCE

AIMBULANCE ✱

Ми – агентство стратегічного маркетингу Aimbulance. Ми допомагаємо компаніям і брендам розвиватися, розробляючи прості та креативні рішення, які дозволяють налагодити комунікацію і покращити життя людей.

ПРОЄКТИ AIMBULANCE



ID 311014134, 2Designbcn



Roman Havrysh

керівний партнер



Jovan Rocanov

креативний консультант

в Aimbulance

ВІЗУАЛЬНІ ТРЕНДИ ЯК ДОРОЖНЯ КАРТА

Тренди мають бути візуальною картою, яка дозволяє побачити загальну картину. Як креативні люди ми часто занурені у свої маленькі світи і забуваємо про світ навколо нас. Тренди – чудові показники досягнень цього світу. Вони нагадують, що головне – не ми, а наші клієнти.

ТРЕНДИ, ЯКІ ЗМІНЯТЬСЯ І ЗАЛИШАТЬСЯ З НАМИ У 2020 РОЦІ

Стратегічна перспектива

Кращі способи взаємодії у цифровому світі вже винайшли, і вони стануть частиною всесвітньої мережі. У digital-дизайні головним трендом буде об'єднання інтерфейсів. Це стосується і застосунків та інших дисплейних інтерфейсів.

Ще одним значущим трендом у візуальній комунікації може стати науковий підхід до дизайну. Нейробіологія та вивчення поведінки дозволять винайти кращі дизайн-рішення. Взаємодія між дизайнерами і фотографами з однієї сторони, науковцями та інженерами з іншої – буде посилюватись. Приклади якісних досліджень у маркетинговій комунікації і брендингу можна знайти [тут](#).

AIMBULANCE



ID 68636711, digitalmiket

КРЕАТИВНА ПЕРСПЕКТИВА

1. Міждисциплінарна еkleктика

Використання fashion-фотографії при розробці фірмового стилю, запозичення UI-дизайном кодування кольору з дизайну інтер'єрів – це лише декілька прикладів змішування напрямів, методів і стилів для досягнення інноваційних та нестандартних візуальних образів. Щоб бути поміченим у перевантаженому медіапросторі, недостатньо просто дотримуватись свого стилю: необхідно запозичувати методи з інших візуальних дисциплін.

Наприклад, [Jessica Walsh](#) креативно заявляє про відкриття свого магазину, використовуючи fashion-фотографію.

2. Бренд-орієнтовані концепції

Сьогодні споживчий досвід важливий як ніколи. Це приведе нас до більш бренд-орієнтованих концепцій, мета яких – встановити з клієнтами зв'язок на емоційному рівні. Узгодження цілей бренду з потребами споживачів допоможе досягти необхідного контексту в кожному випадку. Цей контекст вимагатиме унікальних візуальних рішень, які важко скопіювати і використати поза конкретною стратегією бренду.

Американський виробник матраців Casper доносить меседжі про важливість здорового сну. Його рекламні кампанії ретельно продумані, вони передають суть бренду і відповідають очікуванням споживачів.



Roman Havrysh

керівний партнер



Jovan Rocanov

креативний консультант

в Aimbulance

3. Зображення, орієнтовані на соцмережі

«Чорні дзеркала» все ще залишаються головними магнітами нашого часу. Соцмережі диктують візуальні рішення. Ніщо не залишиться без їхньої уваги. Контенту доведеться підкоритися законам соціальних мереж. Те, наскільки зображення «інстаграмні», буде визначати їхній успіх. Наприклад, [безкінечні дзеркала Kusama](#) дуже «інстаграмні» і привертають набагато більше уваги, ніж картини.

4. Інклюзивність і доступність

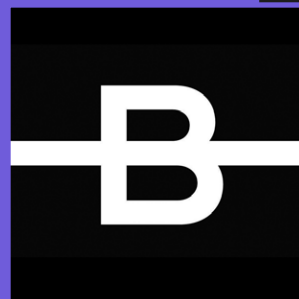
Відповіддю ультраправим і популістським політичним програмам стануть інклюзивність та доступність. Невідворотна трудова міграція створить попит на інклюзивний і доступний дизайн. Поява багатокультурних і багаторасових мегаполісів стимулює створення інклюзивних брендів. Затребуваним буде дизайн, який зможе доносити їхні ідеї. Олдскульні зображення з акцентом на соціальних, расових і культурних стереотипах викликатимуть негативну реакцію аудиторії і поступово зникнуть.

«[Tommy Adaptive](#)» – інклюзивна лінія одягу для людей з інвалідністю від бренду Tommy Hilfiger.



ID 257742456, kegfire

B-REEL



Ми були створені онлайн у 1999 році і з того часу досліджували цікаві явища, які виникають на перетині сторітеллінгу і технологій. Ми з усіх сил намагаємось робити цікаві проекти. Адже визначити естетику інтернет-культури, яка розвивається з гіпершвидкістю, неможливо.

ПРОЄКТИ B-REEL

ПРОЄКТИ, ЯКИМИ МИ ПИШАЄМОСЬ

Важко відповісти на це питання, враховуючи, що ми працюємо вже 20 років. Напевно, один з найвідоміших проєктів – Wilderness Downtown для Google Chrome. Серед останніх робіт, якими ми особливо пишаємось, – Hublot Digital Boutique і запуск Humanz для Gorillaz.



ID 174289294, mochak



Oscar Erlandsson

директор зі стратегії



Alexander Gårdenberg

дизайн-директор

в B-Reel

ПРО ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ НА ДИЗАЙН

Ми сподіваємось, що нові технології обов'язково вплинуть на дизайн. Зокрема, прискорять перехід від концепції paper-first до digital-first.

Digital-first дає багато креативних варіантів рішення завдань – від використання моушн-дизайну як головного елементу до дослідження нових способів розробки UX. Ми сподіваємось частіше бачити дизайн із застосуванням webAR і використання типів змінних для кращої функціональності і сприйняття.

ПАМ'ЯТАЙТЕ ПРО ЦИФРОВИЙ ДОСВІД І НЕ ЗАБУВАЙТЕ ПРО ВЕСЕЛОЦІ

За 20 років нашої роботи у цій сфері відбувався постійний коливальний рух між появою нових технологій і тим, що люди у першу чергу сприймають їхню функціональність, а потім починають отримувати задоволення від використання.

Протягом останніх років mobile-first і відмирання Flash привели до появи дуже структурованого і функціонального дизайну, тож зараз майже всі застосунки і сайти схожі. Сьогодні ми знову, але вже по-новому, приходимо до того, наскільки важливо отримувати задоволення, викликати подив і захоплення. Ми сподіваємось, що протягом декількох наступних років з'явиться більше цифрового досвіду, який вийде за межі трендів.

ПРИКЛАДИ ТРЕНДІВ

Проєкти: [Gorillaz](#), [Moschino](#), [Uninterrupted](#).



BBDO
WARSZAWA

BBDO WARSAW



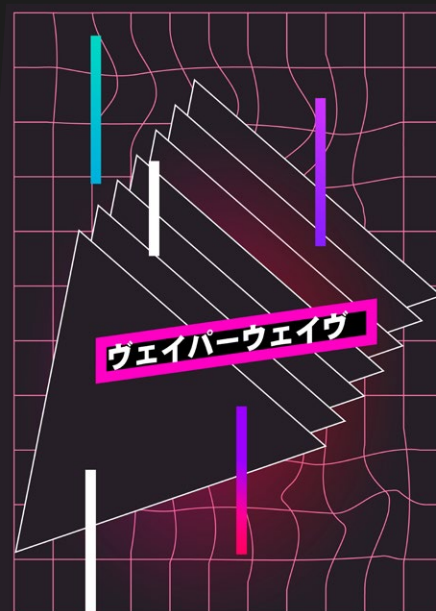
Evgeny Vetrov

арт-директор
у BBDO Warsaw

BBDO Warsaw – польський підрозділ найтитулованішої мережі рекламних агентств останнього десятиріччя. Одинадцять років поспіль BBDO стає найкреативнішою мережею агентств у світі за версією Gunn Report. Також у 2017 році BBDO назвали “Мережею року” у Каннах і найефективнішою мережею агентств у світі, згідно з Global Effie Effectiveness Index.

BBDO Warsaw – сучасна комунікаційна група, яка пропонує широкий спектр рекламних послуг на всіх медіаплатформах. Агентство і його підрозділи створюють не лише рекламні кампанії, але й digital-контент та -інструменти, продуктивний і UX-дизайн.

ПРОЄКТИ BBDO WARSAW



ID 253057106, artemvorotnik

ПРО БРУТАЛ-ДИЗАЙН

Брутал-дизайн – тренд, який буде актуальним у 2020 році. Він постійно мутує і зараз виглядає інакше, ніж рік тому, – доросліше.

Звільнившись від зайвої провокаційності та інфантильності, сучасний брутал все ще залишається відповіддю класичному відшліфованому дизайну. Це противага композиційно правильним макетам, де кожен елемент вирівняний за модульною сіткою, а кожен текстовий блок читається з будь-якої відстані. З'являється забагато гарного дизайну, як наслідок – він приїдається, стає нудним. Тоді приходиться брутал.

Попри уявну простоту виконання і повну свободу дій, це далеко не простий напрям дизайну. Не кожен кривий макет з дивною типографією і викривленими пропорціями стає стильним. Уся справа у тому, щоб бути дивним, привернути увагу, але при цьому не скотитися у треш, залишитися у межах естетики. А це, враховуючи багато невдалих спроб, дуже непросто.

ПРИКЛАДИ ТРЕНДІВ

Проект PUSH Sophie Gogishvili, SIN MAGAZINE 1 Kieran Burr і What We Feel Like Rita Matos.

BBDO UKRAINE



BBDO – найтитулованіша міжнародна мережа креативних агентств. І BBDO Ukraine відповідає цьому іміджу. Ми створюємо видатні продукти глобального рівня, які працюють.

Креативний продукт – ключовий драйвер усього, що ми робимо. Через нього ми вибудовуємо світ креативності. Саме наша креативна робота визначає нашу репутацію.

Наша мантра: “The Work. The Work. The Work”.

ПРОЄКТИ BBDO UKRAINE

ТРЕНДИ МОЖУТЬ БУТИ НЕБЕЗПЕЧНИМИ

Навіщо люди стежать за модою? Кожен рік ми обговорюємо модний колір від Pantone і актуальні моделі джинсів.

Бренд – це живий організм, який спілкується із зовнішнім світом. І йому, як і будь-якій людині, важливо бути поміченим, визнаним і актуальним. Слідуючи тренду, бренд показує, що він у темі, що він модний. Стиліст бренду – дизайнер.

Але є небезпека. Женучись за трендом і намагаючись показати бренд крутим і модним, дизайнери забувають про найголовніше – про інсайт та ідею (а саме завдяки цьому робота і стає видатною).



Maria Teterin

бренд-директор

у [BBDO Ukraine](#)

ЩО МИ ЦІНУЄМО

Для нас у BBDO Ukraine головне – знайти графічну метафору, що відображає інсайт бренду. Спочатку треба зрозуміти, про що буде “говорити” бренд. І лише потім – у що він буде “вдягнений”.

ПРО СОЦІАЛЬНІ ТРЕНДИ

Мені здається, що зараз важливіші не візуальні тренди, а соціальні:

- права жінок і роль жінки у суспільстві;
- екологія;
- здоровий спосіб життя.

Хочеться закликати дизайнерів спрямовувати свої зусилля на ці важливі теми. Розвиваючи у них різні візуальні стилі, ви можете стати справжнім трендсеттером!

ІДЕЇ ДЛЯ РОЗДУМІВ

Дизайн має містити послання, гру або жарт, а ще змушувати глядача відчувати емоції і думати.

ПРИКЛАДИ ТРЕНДІВ

Проект [Biasless World](#), брендинг для [&Walsh](#), [AFAR Travel Magazine](#).



PIXIT

PIXIT – титуловане дизайн-агентство з Австрії. Ми спеціалізуємось на створенні ексклюзивних, кастомізованих digital-рішень для клієнтів з усього світу. Наша творча сила проявляється у сфері дизайну, брендингу, виробництва контенту, веб-дизайну, розробки застосунків і онлайн-маркетингу. Наш стиль одночасно ексклюзивний, мінімалістичний і динамічний.

ПРОЄКТИ PIXIT



ID 283714870, ScienceRF



Martin Holoubek

CEO

у PIXIT

ПРО ГОЛОВНУ ПОДІЮ У СФЕРІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Наступну велику подію у візуальній комунікації можна визначити як «розумний персоналізований досвід». У часи маркетингу, заснованого на даних, і самонавчальних автономних систем ми здатні автоматично створювати персоналізований досвід. Він може містити індивідуальний дизайн і макет, нові види взаємодії, наприклад голосове керування і контент, який підходить користувачу. Сайти дозволяють отримувати абсолютно новий, динамічний досвід, а також саме ту інформацію, яка необхідна користувачу. Це відбуватиметься автоматично.

ЧИ ВАРТО ДИЗАЙНЕРАМ СТЕЖИТИ ЗА ТРЕНДАМИ?

Я думаю, тренди у дизайні – це джерело натхнення і погляд на майбутнє візуальної комунікації. Також я вважаю, що кожен дизайнер повинен залишатися вірним собі і створювати власний стиль. Слідувати варто лише тим трендам, які відповідають вашому стилю і стилю бренду. Безглуздо використовувати останні тенденції лише для того, щоб бути у тренді.

ПРИКЛАДИ ТРЕНДІВ

Сайти [K24](#), [Cobo](#), [Design Canada](#) і проєкт [Nike Air Max project](#).

ID 259163008, DanieleGay

PERQ STUDIO

PERQ
studio

Perq Studio – інтегроване креативне агентство.

Одного разу наш клієнт сказав, що ми – креативний цех, який надає бутиковий сервіс. Усе тому, що ми залишаємось маленьким агентством, але при цьому досягаємо великих успіхів. Наші керівники – практики. Вони постійно розмірковують, створюють і використовують свій досвід у кожному проекті.

У нас немає конкретного стилю. Ми віримо, що різноманіття породжує креативність, тому не залежимо від напряму і розробляємо дизайн для клієнтів з різних сфер.

ПРОЕКТИ PERQ STUDIO

ПРОЕКТИ, ЯКИМИ МИ ПИШАЄМОСЯ

Ми розробили Instagram-дизайн для культового видавничого дому Condé Nast. Ми створили сміливі геометричні візерунки, щоб сформувати монохромний візуальний стиль бренду. Це дозволило об'єднати різний контент у три напрями:

1. **#iamcondenast** розповідає про співробітників і позиціонує бренд як надихаючого роботодавця.
2. **#insidecondenast** дозволяє побачити контент по-новому завдяки погляду на бекстейдж.
3. **#followfriday** показує глобальне охоплення публікацій бренду.



Nikki Burton

креативний директор
у Perq Studio

ТРИ ГОЛОВНИХ ТРЕНДИ, ЯКІ МИ БАЧИМО У СОЦМЕРЕЖАХ:

1. **Активізм.** Ми очікуємо, що сучасний політичний і екологічний активізм проявиться у сміливому стилі, використанні некомпліментарних кольорів, різноманітних матеріалів і рукописних шрифтів, а мистецтво вийде за звичні межі.
2. **Бодіпозитив.** Ми думаємо, що цей рух буде розвиватися і вплине на усі аспекти візуальної комунікації. Від глибоких лозунгів до різних моделей – цей візуальний тренд торкнеться кожного.
3. **ЖОМО** – це радість від втрачених можливостей. Використовуйте світлу палітру в стилі покоління Z і простий підхід до типографіки та фотографії для мінімалістичних проектів.

ТРОХИ ПРО ЖОМО І МІНІМАЛІЗМ

Мінімалізм передбачає звільнення від усього непотрібного, у той же час викликає радісні емоції за рахунок яскравих кольорів і сміливих шрифтів. Ми помітимо, що люди стануть сприймати свої будинки як місце гармонії, насолоджуватись відчуттям усвідомленості і присутності тут і зараз. Ми думаємо, це знайде відображення в індустрії. Наприклад, у створенні ще більш персоналізованого досвіду, який змусить нас уповільнитися і провести більше часу на сайті.

super

SUPER AN DER SPREE

Super an der Spree – креативне агентство, яке створює кампанії для політичних, соціальних і культурних закладів та організацій. Основа нашого стилю – оригінальні ідеї, якісний візуальний контент і доступна для всіх комунікація. Кожен проект, над яким ми працюємо, унікальний. Наша головна мета – не просто створювати привабливі кампанії, але і передавати близькі людям меседжі.

ПРОЄКТИ SUPER AN DER SPREE



ID 314666434, Wirestock



Anfi Sa

мультидисциплінарний художник і арт-директор
у Super an der Spree

ДВА ПРОЄКТИ, ЯКИМИ МИ НАЙБІЛЬШЕ ПИШАЄМОСЬ

DGB-Zukunftsdialog (Об'єднання німецьких профспілок). Це довгостроковий проект, розрахований на чотири роки. Ми займаємося візуальною комунікацією у його межах. Головна мета програми Zukunftsdialog – налагодити діалог між людьми і політиками, щоб вони разом вирішували, якого майбутнього хочуть.

Berlin baut auf dich – платформа, покликана допомогти мешканцям Берліну впливати на міське планування.

ПРО МУЛЬТИДИСЦИПЛІНАРНИЙ ХАРАКТЕР ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Наступною важливою подією у візуальній комунікації може стати мультидисциплінарність, яка включає спільну роботу. Ми побачимо все більше проектів, що впливають на багато різноманітних дисциплін.

Візуальна комунікація йде у цьому напрямі. З'явилися різноманітні навички, які дизайнери можуть застосовувати у своїй роботі, – від кодування і проектування до сценічного мистецтва.

Багато технологій стають більш доступними і легкими у застосуванні, тому дизайнери використовують їх творчо, що дає вражаючі результати. Таке розмаїття інструментів збагатить візуальну комунікацію і вплине на естетику. Кожен новий інструмент, за допомогою якого дизайнери будуть шукати унікальний стиль, стане своєрідним новим трендом.

ПРИКЛАДИ ТРЕНДІВ

POST design festival і спікери The Rodina, Anja Kaiser, Dinamo, Amy Suo Wu, Paula Mingelgaite, а також Fraser Muggeridge studio.

MADCATS

M A D C A T S

MADCATS – креативне агентство з Києва. Ми – команда стратегів, дизайнерів, маркетологів і мрійників, які об'єднались, щоб допомогти нашим партнерам у розвитку їхнього бізнесу.



Vik Vatamaniuk

арт-директор

у MADCATS



Gleb Petrov

співзасновник

ПРОЄКТИ MADCATS

ОБМЕЖЕННЯ У ДИЗАЙНІ

Якщо подивитись на дизайн як на візуальну гру, її сенс – викликати інтерес людей за допомогою новизни та інтелектуальної елегантності. На шляху до цього виникають обмеження:

- 1) площини, на якій існує дизайн, оскільки вона завжди двовимірною;
- 2) пошуку тісного зв'язку зображуваного з контекстом, тобто форми і суті.

ВИХІД ЗА МЕЖІ ПЛАСКОГО ДИЗАЙНУ

Спроби перенести просторові характеристики у площину, з одного боку, викликають цікавість, розважають глядача. З іншого, ці прийоми не лише долають обмеження площини, але і працюють на підсилення зв'язку з контекстом, тісніше пов'язують форму і суть. Приклад – логотип музею скла у Нью-Йорку, який передає текстуру скла, або простір Printworks у Лондоні у вигляді вала друкарського верстата.

ПРИКЛАДИ ТРЕНДІВ

Printworks і New York Museum of Glass.





spiilka

SPIILKA DESIGN BÜRO



Vladimir Smirnov

дизайн-директор
у Spiilka Design Büro

Spiilka – бюро з інженерно-естетичним підходом, але, напевно, без конкретного стилю.

Массімо Віньеллі сказав: “Важливо створювати не власний стиль, а власний підхід”. В інженерно-естетичному підході нам важливо знайти золоту середину між інженерією і естетикою, квінтесенцію кожного проєкту. Саме цей підхід визначає естетику наших проєктів. Так, щоб айдентика, сайт, застосунок стильно виглядали і були чудовим інструментом.

Чим ми пишаємося

Зараз ми розробляємо застосунок “Дія” для громадян України і дизайн-систему державних сайтів. Також наш проєкт – упаковка для морозива “МО” – переміг на RedDot Awards (Best of the Best). Ще одна наша робота – брендинг для українського виробника рюкзаків Keep.

ПРО ЗМІНИ У ДИЗАЙНІ

Думаю, що головними трендами стануть не стільки конкретні прийоми або стилі, скільки загальні зрушення у дизайні. Завдяки великій кількості різноманітних курсів, лекцій, конкурсів і дизайнерських платформ загальний рівень естетичної свідомості зростає. Це значить, що в наступному році ми будемо спостерігати перехід від «інженерного» дизайну до «інженерно-естетичного». У ньому набагато важливіше те, як дизайн сприймається, ніж те, як його використовувати. Ми у Spiilka докладемо усі зусилля, щоб ці зрушення відбувалися швидше.

ЕСТЕТИКА КЕМПУ? ЧОМУ Б НІ?

Якщо говорити про конкретні прийоми, то, скоріш за все, відбудеться довгоочікуваний перехід кемпу з fashion-індустрії у комунікаційний і продуктовий дизайн. Сміливість, гротеск, гумор, гострота, відкритість – ось, що хотілося б побачити у новому році.

ПРИКЛАДИ ТРЕНДІВ

Проєкт Stand Proud, Wade and Leta і Bi-Scriptual, а також Costapalor, це і це.

ПРОЄКТИ SPIILKA

MEDIA MONKS

MEDIA
MONKS

MediaMonks нагадує висококласну, мішленівську кухню і комору, заповнену кращими інгредієнтами та інструментами, які дозволяють перетворити їх у все, що ви захочете. З візуальної, UX і креативної точки зору, ми створюємо першокласні проекти, і наші можливості безмежні.



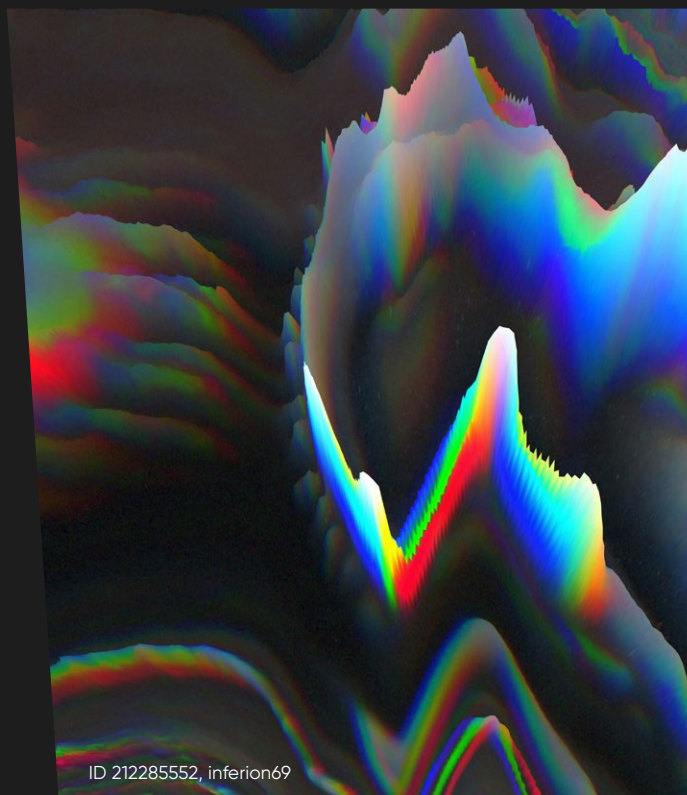
Sebastiaan Scheer

дизайн-директор
у [MediaMonks Amsterdam](#)

ПРОЄКТИ MEDIA MONKS

ПРО ПРОЄКТ, ЯКИЙ НАЙБІЛЬШЕ ЗАПАМ'ЯТАВСЯ

Для мене і команди одним з проектів, який найбільше запам'ятався, став Motorsports Experience для PUMA. Ми побудували два симулятори перегонів для флагманського магазину PUMA у Нью-Йорку, де люди можуть брати участь в індивідуальних перегонах. Для нас проект почав оживати, коли на етапі розробки ми потрапили в офіси Ferrari в Італії. Це був приголомшливий досвід. Я думаю, наше захоплення втілилося у кінцевому результаті.



ID 212285552, inferion69

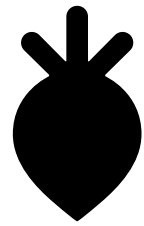
ТРЕНДИ ПРОТИ ЦІЛЕЙ ПРОЄКТУ

Насамперед варто думати про те, що ви створюєте, а тренди використовувати, коли вони доречні. Це допоможе у вирішенні будь-якої дизайнерської проблеми. Визначальним фактором має бути не дизайн, а цілі проекту.

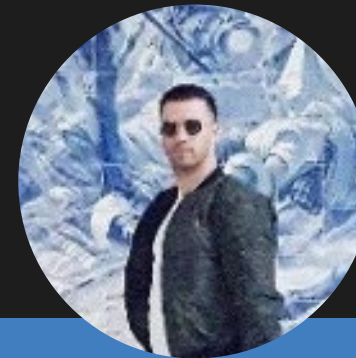
ГОЛОВНЕ – ГЛИБИНА І ДИНАМІКА

Дизайн постійно розвивається. Якщо подивитись на UI, ми пішли від скевоморфізму до плоского дизайну, як у Material Design від Android. Думаю, надалі більший акцент буде на глибині та динаміці між флетшейдингом і створенням ефекту тривимірності. Ви можете побачити це у нових версіях Windows і MacOS. Також у майбутньому нас чекає удосконалення теперішніх тенденцій.

ID 229745064, natika



BEETROOT



Giannis Gougoulis

дизайнер

у Beetroot

Ми – команда дизайнерів із Салонік, Греція. Головне у нашій роботі – комунікаційний дизайн. Ми хочемо змінити світ. Наша місія – змішувати кольори, форми, звуки та ідеї, щоб створювати бренди, веселитися і надихати людей. Як команда ми зосереджуємося на своєму добробуті та якості життя, а також на дизайні. Командна робота і креативність – частина нашої повсякденності.

ПРОЄКТИ BEETROOT



ID 182269656, BugFish

ГОЛОВНИЙ ПРОЄКТ – GREEK MONSTERS

Щоб змінити уявлення про скрутний політичний і економічний стан Греції, ми створили проєкт "The Greek Monsters". У ньому використовували універсальні філософські основи, сучасний дизайн і гумор. Наша виставка має чітко окреслену освітню спрямованість, одна з її цілей – показати творчу самобутність Греції у міжнародному і позачасовому контексті.

НАДИХАТИ, А НЕ ОБМЕЖУВАТИ

Ми вважаємо, що візуальні тренди мають вирішальне значення для безперервного вивчення візуальної комунікації. Тим не менш, не варто обмежуватись ними. Ми маємо порушувати правила, щоб створити щось цілком нове.

ТРИ ГОЛОВНИХ ТРЕНДИ У ВІЗУАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

1. Експериментальні варіативні веб-шрифти.
2. Повернення класичної типографіки.
3. Концепція проти естетики (повернення до сенсу).

ID 99102474, zzzdim





Depositphotos – міжнародна платформа стокових фотографій, відео, ілюстрацій і векторів. Ми залуцаємо фотографів і художників з усього світу, щоб урізноманітнити бібліотеку зі 140 мільйонів файлів. Depositphotos об'єднує бізнес і творчість, допомагаючи клієнтам зі 192 країн візуалізувати ідеї та проекти.

10 РОКІВ В ІНДУСТРІЇ

140 МІЛЬЙОНІВ ФАЙЛІВ НА DEPOSITPHOTOS

100 000 АВТОРІВ

ІНДИВІДУАЛЬНІ ПЛАНИ ПІД БУДЬ-ЯКИЙ БЮДЖЕТ

Сайт проекту:

ВІЗУАЛЬНІ ТРЕНДИ 2020

Підпишіться:



Зв'яжіться з нами

Cover:
ID 315954486, malayali
ID 320285732, burakovac