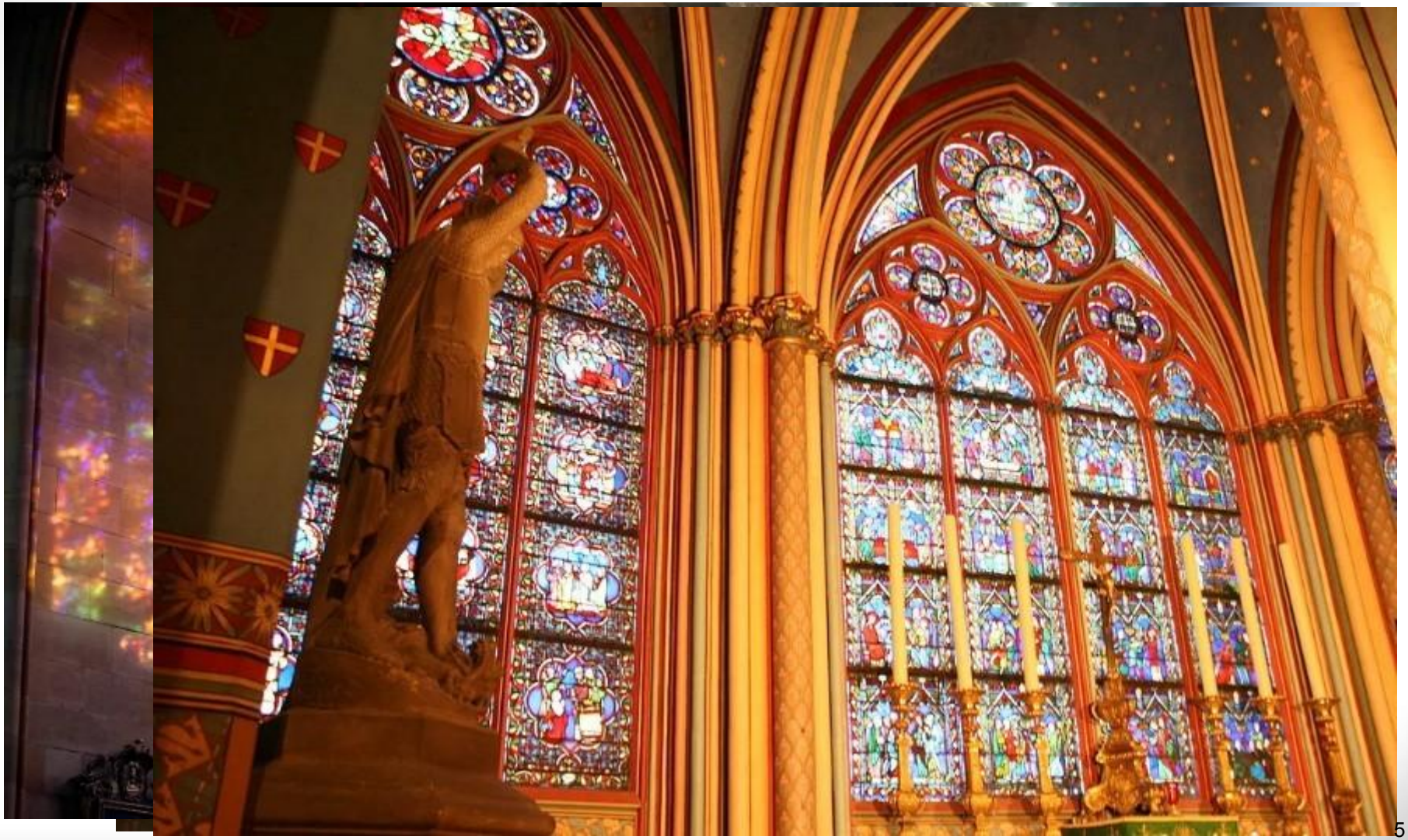
Цвет в архитектуре и дизайне. Роль цвета в формотворчестве.

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

Цвет в архитектуре

В Античном полисе на фоне коричнево-красной застройки центр выделялся белым, что говорило о «прозрачности» политических решений.

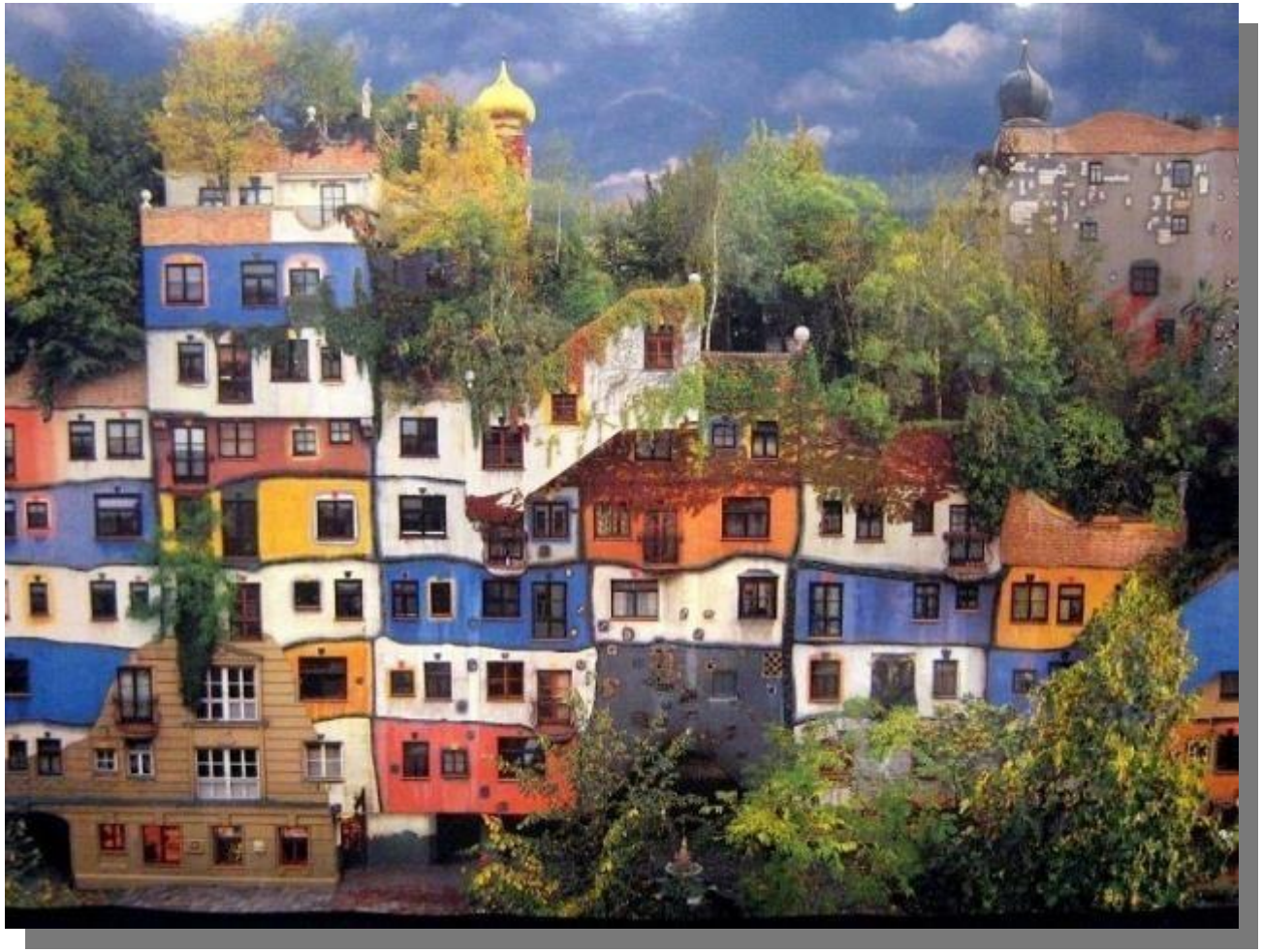
В Средневековых городах цвет приобрёл значение божественного света и переместился из внешнего пространства во внутреннее



Первым, кто вынес цвет на фасад, стал А. Гауди. Его дом Бальо в Барселоне 1906 года – это самобытная перестройка старого здания, которое часто интерпретируют как фигуру гигантского дракона.

Эксперименты с цветом переместились в теоретические труды. В. Кандинский в книгах «О духовном в искусстве» (1910) и «Точка и линия на плоскости» (1926) рассуждал о влиянии цвета на зрителя

Своими праздничными постройками Ф. Хундертвассер стремился разрушить рациональную городскую застройку, которую считал однотипной, скучной и причиняющей душевный дискомфорт.



Хундертвассер. Мусоросжигательный завод в Вене, 1988-1992

Фрэнк Гери.
Biomuseo в Панаме, 2014

На рубеже XX-XXI веков широко распространились проекты, в которых цвет был направлен на поднятие качества жизни. Многие бедные районы Албании и Польши, перекрашивали в цветные кварталы.

Цвет яростно вторгся в многоэтажные кварталы. Чтобы люди больше не путали подъезды и кварталы, дома стали выкрашивать во все цвета радуги. Однако такой путь индивидуализации стал приобретать критические масштабы и требует на сегодня более обдуманного использования.

ЖК “Северная Палитра"

Счастливый дом
Германия

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

Цвет в дизайне интерьера

Психологическое воздействие цвета на человека

- Красный – тепло, конфликтность

Голубой – успокаивающий, снижает давление

Синий, фиолетовый – успокаивающий, подавленное настроение

Желтый – хорошее настроение, веселье, стимулирует умственную деятельность и зрение

Оранжевый – улучшает аппетит,
усиливает кровообращение.

Зеленый – успокаивает, дает отдых уму, пробуждает терпение, оптимальный цвет.

Реклама (от лат. *reclamare* — «утверждать, выкрикивать, протестовать») — информация, распространенная **любым способом, в любой форме** и с использованием **любых средств**, адресованная неопределенному кругу лиц направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Формы упаковок

Упаковка - это реклама вещи, поэтому ее стиль созвучен стилю вложенной в нее вещи

Упаковка может быть любой формы: может представлять просто сумку, пакет, а может быть декорированная коробка

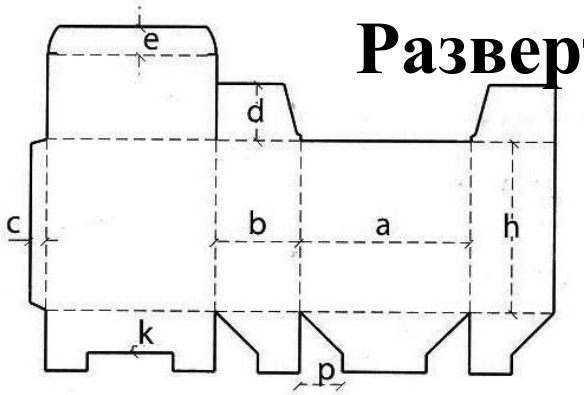
Функции упаковки

- Использует смягчающие (амортизирующие) материалы, вспомогательные упаковочные средства и материалы.
- Предназначается для сохранения свойств предметов после их изготовления
- В большинстве случаев является одним из носителей рекламы товара.
- Оформление упаковки является одним из необходимых условий успешной продажи почти любой продукции.
- Обязательно несет на себе информацию о содержимом.
- Различают внешнюю и внутреннюю, единичную и групповую, жёсткую и мягкую, одноразовую и не одноразовую упаковки.

Соответствие содержимого упаковке

Практическая работа

Развертка



«Сумочка»

Практическая работа

Практическая работа

Практическая работа