

Полихромия как психофизиологический элемент. Та или иная колористическая атмосфера создает предпосылки для психологически направленного восприятия цвета, а следовательно, и объектов, которые являются его носителями. Существуют следующие характеристики психологического воздействия отдельных цветов: их эмоциональная окраска, связанные с ним ассоциации, присущее им символическое значение. Эмоциональное воздействие цвета связано, во-первых, с его непосредственным психологическим действием, и, во-вторых, с ассоциациями, присущими этому цвету. В зависимости от психофизиологической функции, архитектор, приступая к проектированию цветового климата, прежде всего решает какая должна быть цветовая гамма- возбуждающей, тонизирующей или успокаивающей.

Цель архитектора, используя возможности полихромии в решении задачи формирования оптимальной цветовой среды, отвечающей композиционным и функциональным требованиям, учитывая психофизиологические особенности человеческого цветовосприятия.

Литература

1. Ефимов Ю.В. Формообразующее действие полихромии в архитектуре. - М.: Стройиздат, 1985.
2. Пономарева Л.В. Цвет в интерьере. - Мн.: Вышэйшая школа, 1984.
3. Миронова Л.Н. Цветоведение. - Мн.: Вышэйшая школа, 1984.
4. Герхард Цойгнер. Учение о цвете. - М.: Литературы по строительству, 1971.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ВОСПРИЯТИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕРАКТИВНОЙ СРЕДЫ В ГОРОДСКОМ ИНТЕРЬЕРЕ

А.В. Новиков

Научный руководитель – доцент *А.А. Литвинова*
Белорусский национальный технический университет

Каждый человек обладает индивидуальным информационным полем. Совокупность информации, накопленной на протяжении истории, - это одно из значений понятия культура. Таким образом, если рассматривать давно знакомое нам слово - сочетание парк культуры под этим углом зрения, парк культуры становится парком информации или медиа парком.

В современной городской среде отсутствует возможность выбора необходимой потребителю информации и фильтрации информационного потока, что порождает стрессовые ситуации. Информационное поле интерьера общественных центров городов зачастую агрессивно навязывает ненужную человеку информацию. Основная задача создания полноценной городской среды - это привязка информации к пространству, сведение воедино пространства физического и виртуального, информационного пространства. Такое сведение позволяет систематизировать саму информацию, в каком то роде разложить ее по полочкам, только в качестве этих полочек выступают сами зоны городской среды. Создание такого сведения позволяет избежать опасной перегрузки информацией, особенно бесполезной, и в то же время нужная информация остается доступной в пределах самой городской среды.

Мы видим несколько выходов из сложившейся ситуации:

1. Создание структуры интерактивных медиа – объектов (инфо – портов, медиатек...) в городском интерьере. Например, медиа – парк представляет собой новый, синтетический тип объекта, он стремится включить в себя и донести до посетителя весь объем доступной человеку информации.

2. Также проведение реконструкции зон прилегающих к старым информационно нагруженным объектам (музеи, библиотеки, кинотеатры, выставочные залы...) с учетом возможностей современных информационных технологий.

3. Наряду с информационно нагруженными зонами необходимо создать и зоны инфо – рекреации, свободные от визуальной и аудио информации.

4. Изучить варианты решений из зарубежной практики, и необходимо проанализировать опыт зарубежного проектирования в этой области с целью внедрения в отечественную практику.