

"Значението на емоциите при конструирането и при възприемането на формите и композицията в интериорния дизайн"

Емоциите действат като вътрешен език, като система от сигнали, чрез които субектът научава за потребностите си и за значимостта на това, което се случва. Особеността на емоциите е в това, че те пряко отразяват връзката между мотивацията и реализацията отговарящите на тези мотиви дейности.

В основата на всяка емоция стои душевно вълнение. Значимото е, че психичният живот на човека протича в непрекъснат смяна на качеството на преживените емоции.

Психиката на човека се обхваща от една емоция за определен период от време и тя въздейства с определена сила върху когнитивни и опосредстваци процеси и цялостното поведение.

Емоцията е афективно състояние на съзнанието, в което се преживява радост, тъга, страх, омраза или други подобни, за разлика от познавателните и волеви негови състояния. Съзнателна психическа реакция (като гняв или страх), субективно преживявана като силно чувство, обикновено насочена към конкретен обект и придружавано от физиологични и поведенчески промени в тялото.

Функциите на емоциите са сигнална, на разбиране без думи, мотивираща, за оказване на влияние, познавателна, за изразяване на потребности, оценъчна, адаптивна, контекстуална, организираща или дезорганизираща поведението.¹

При първата среща с въпроса за ролята на емоциите в архитектурата, с нейната теория и история е очевидна привидната липса на интерес към емоционалното въздействие на архитектурата в много от професионалните трудове в тази област.

Естетическата оценка е задължителна и обективно съществуваща оценка за всеки продукт на архитектурната и дизайнерска дейност. Обаче нейната качествена степен – художествената оценка - далеч не е задължителна за дизайнера.

В работата си дизайнерите се ръководят от правилото че „...Художественият модел, примерно жилището, трябва да носи нова информация – прагматична и семантична – в сравнение със субективните идеали/потребности/, за да достави положителни емоции.“²

Движеща сила за преобразуване на средата за човека е новата социална поръчка. В зависимост от промените в обществените условия, оформяне на нови дейности, изменени естетически вкусове в обществото възникват изисквания за съответстващи промени в средата.

Адекватни решения на нови социални поръчки често се реализират с участието на потребителите в проектния процес. Термини, с които се отбелязва това участие, са: арбитражно проектиране, алтернативно проектиране и т.н.

Комерсиален дизайн е осъзнато направление в създаването главно на вещи за бита. На преден план стоят съображения за бърза и ефективна търговска реализация на продуктите. През 30-те до 60-те години в САЩ доминиращ е именно този подход. В същото време това не е само негативно явление. Дизайнерите осъзнават необходимостта от завишени естетически качества. “Грозното се продава трудно” става девиз на много фирмени политики. Въпреки конюнктурността в творческия подход комерсиалният дизайн натрупва богат опит в отчитане на психологическите нагласи на потребителите. Той разкрива възможности да се моделират стилите предпочитания на купувачите. На тази основа формира изобретателност в решенията, която успява решително да обогати образността в дизайна.

Взаимовръзката между вътрешната архитектура и емоционалния свят на човека е била посочена от автори в областта на архитектурната семиотика: Барабанов А., Бурдина Н.А., Пучков М.В., Щайнер Р. и др.; в областта на архитектурната теория - Арнхайм Р., Дж.Саймъндс, Д.О., Забелшанский Г.Б., и др.

Много учени в областта на архитектурата все по-често изтъкват негативното влияние на „външната и вътрешна среда” върху емоционалния свят на човека. Основната причина е стремежа на поръчителите да търсят по-семпли форми със занижена себестойност, съответно лесни и евтини за производство форми, в резултат на което се стига до деградация на архитектурната среда по отношение на духовното и културното ѝ въздействие.⁹

Емоционалната реакция е цялостна и отразява не само външната, но и вътрешна среда на човека, неговото самочувствие, настроение и много други неща попадащи в полезрението и не зависещи от архитектурата.

От културно-семиотична гледна точка реакцията на човека спрямо архитектурния обект зависи не само от свойствата на обекта, но и от

способността на субекта да разбира, а също и от неговата култура и жизнен опит. Пространството и заобикалящата го среда взаимно си въздействат, а човека и пространството са във взаимна зависимост един от друг.

В архитектурата, има обеми и форми, от които архитектът създава пространство, което може да има емоционално въздействие върху нас. (Фиг.1)



Фиг.1 Сауна "Пещерата" - Канада

Направлението на линиите и формата изграждащи пространството, влияят върху архитектурното възприятие на човека и съответно върху емоционалното му състояние. Архитектът Антони Гауди никога не е възприемал, затворени и геометрично правилни пространства, в които изпитвал психически дискомфорт. (Фиг.2), (Фиг.3), (Фиг.4)



Фиг.2 Къщата Батло в Барселона, архитект - Антони Гауди



Фиг.3 Къща „Nautilus“ близо до Мексико Сити, архитект - Хавиер Сенсиаин (вдъновен от Гауди)



Фиг.4 Къща „Nautilus“ (поглед отгоре, разрез)

Изображенията, въплътени в архитектурни сгради, могат да бъдат много различни, съответно, да са различни и емоционалните реакции.³

Освен пряко и непряко влияние формите и дизайна са свързани и с естетико-художественото възприятие, което на емоционално равнище е чисто оценъчно (положително, отрицателно или неутрално), т.е. една форма може да предизвика, позитивни, негативни или неутрални емоционални реакции когато се разглежда от естетическа гледна точка.

Според Д. Желева-Мартинс и С. Ташева „Всяка художествено - естетическа дейност, в това число и дизайнът, съществуват в името на задоволяване едновременно на биологически потребности от положителни емоции и социални потребности от познание, от информация“⁴.

Бихевиористката парадигма застъпвана в руската психология значително опростява и ограничава естетическото въздействие върху емоциите като го третира от позициите на емоционалното възприемане на дизайна само като генератор на потребности. Според Симонов “....положителните емоции осигуряват активното търсене на неудовлетворените потребности и прагматичната неопределеност. Това превръща положителните емоции в най-важен апарат за активно нарушаване на “равновесието” с околната среда, което е изключително необходимо за постъпателната еволюция на живите същества. Положителните емоции представляват едно от частните проявления на принципа за самодвижение на развиващата се органична материя на нашата планета.”⁵. Тогава е естествено човек да се стреми към производство на положителни емоции по пътя на удовлетворяване на всички свои потребности.

Всяка човешка дейност е естетическа, тъй като се ражда за да удовлетвори покрай утилитарната необходимост и потребностите от положителни емоции и познание. Но, съществува област от човешката дейност, където удовлетворяването на тези потребности е първостепенна задача - това е областта на художествената дейност, на изкуствата, в това число - на архитектурата и дизайна.

Художествената дейност оперира с художествени модели. При архитектурата и дизайна художествен модел е продуктът от дизайнерската дейност - било то проект или реализация. Художествените модели трябва да дават на потребителя нова информация за обекта и освен това, да

удовлетворяват потребността му от положителни емоции. Информацията може да бъде прагматична и семантична.

Положителните емоции са свързани с известен прираст на прагматична или семантична информация постъпваща от художествения модел, спрямо субективния модел на потребителя и неговите субективни потребности.⁶

Нека да обобщим теоретичните разсъждения описани по-горе: Ако архитектурата и дизайнът представляват изкуствена среда, човек приема информацията от тази среда посредством естествени канали - рецепторите на зрението, слуха, осезанието, вкуса, обонянието, условните и безусловни рефлексии. Духовните реакции - това са условните рефлексии, в плана на втората сигнална система. Получените информационно - енергетични импулси от рецепторите се предават на мозъка във форма на усещания и се преработват чрез висшата нервна дейност в асоциации, образи, представи. Всичко това създава определено цялостно състояние на психиката, определено настроение, психологична настройка и мислени изводи.⁷

За организма вече съществува определена физиологична, мислена и емоционално - психологична оценка за средата.

Използвана литература:

1. Радев, Пл. Емоции и емоционално развитие на човека, Пловдив: Университетско издателство П. Хилендарски, 2012, с. 11
2. Желева-Мартинс, Д. и Ташева, С., Теория на композицията, София, Изд. Група Цвят – България 2014, с.80
3. Соснина, О., Дизайн Интериоров в 3DS MAX, Нижны Новгород 2012, с. 16
4. Желева-Мартинс, Д. и С. Ташева, Теория на композицията, София, Изд. Група Цвят – България 2014, с.79
5. Симонов, П.В, “Теория отражения и психофизиология емоции”, М. Изд.Наука, 1970
6. Желева-Мартинс, Д. и Ташева,С. ,Теория на композицията, София, Изд. Група Цвят – България 2014, с.79
7. Ткачиков, И., “Архитектурная психология: проблеми и перспективи”- В: “Архитектурная композиция- современные проблемы, Москва, Стройиздат, 1970