

УДК 72.012.8 (075.8)

Блажієвська Н.І., старший викладач
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОСТОРУ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ. ПОНЯТТЯ «ПЕРСОНІФІКОВАНИЙ ПРОСТІР»

Анотація: У статті досліджено досвід виділення в інтер'єрі зон, які сприймаються користувачами як простір, що відповідає індивідуальному характеру розвитку особистості. Виявлені особливості влаштування персональних зон у житлових та громадських інтер'єрах. Обґрунтовано поняття «персоніфікований простір» в інтер'єрі та умови його формування.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, функціональне зонування, персоніфікований простір.

Постановка проблеми. Питання про становлення і розвиток особистості в кожному історичний період є важливим для людини, що здатна відчувати своє місце, захистити свої права та здійснювати свідомий життєвий вибір. Це питання пов'язане з проблемою формування персональної ідентичності, знаходиться на перетині соціальних, культурологічних, медичних (психологія) і інших досліджень та концепцій архітектури і дизайну. Актуальність дослідження визначається необхідністю врахування змін у сучасному суспільстві при проектуванні інтер'єру.

Аналіз попередніх досліджень. Історія досліджень та використання терміну «ідентичність» та понять «ідентифікація» і «персоніфікація» пов'язана з розвитком філософських та психологічних підходів до проблеми, що належать різним галузям науки. Можна виділити психоаналітичний підхід (Е.Еріксон та ін. [6]), когнітивний підхід, символічний інтеракціонізм (Дж.Мід, Р. Дженкінс та ін. [3]).

В містобудівній науці та архітектурі проблеми ідентифікації досліджувались з точки зору впізнаваності об'єкту та можливості загальної орієнтації у просторі, а індивідуальність розглядалась як похідна середовища оточення. Структурне сприйняття простору міського середовища, ідентифікацію ситуації та орієнтацію людини досліджено та викладено в роботах А. Гутнова, С. Лежави, В. Глазичева, А. Рапопорта [1].

Актуальними є теорії та концепції «Духу місця - Genius Loci», структурної

організації територій , теорії використання символів, образів та знаків як елементів загально зрозумілої архітектурної мови [2, 4].

Формулювання цілей статті: виявити сучасні особливості влаштування в інтер'єрі персонального комфортного і впізнаваного простору для особистості чи юридичної особи – бренду, провести аналіз попередніх досліджень та використання термінів і понять «ідентичність», «ідентифікація», «персоніфікація», провести обґрунтування поняття «персоніфікований простір».

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток сучасного суспільства пов'язаний з різними аспектами ідентифікації кожної особи фізичної чи юридичної .

Вперше детальний аналіз поняття ідентичність (лат. *identicus* - тотожний, однаковий) був зроблений в роботах американського психоаналітика Е. Еріксона [7]. Еріксон стверджує, що ідентичність індивіда ґрунтується на двох спостереженнях, які існують водночас: відчуття тотожності самому собі , свого існування в часі і просторі й усвідомленні того факту, що ці тотожність і неперервність визнаються оточуючими. Автор розглядав набуття ідентичності як необхідний процес, пов'язаний із соціальною адаптацією. Становлення особистості не закінчується в підлітковому віці, а розтягується на весь життєвий цикл і має 8 характерних вікових стадій. Еріксон довів, що кожній стадії притаманні свої власні параметри розвитку, здатні приймати позитивні і негативні значення. Ним же був запропонований термін «криза ідентичності», що з 50-х років набув розповсюдження як загальна характеристика сучасної епохи, котра часто визначається метафорами «бездомність».

Подальший розвиток досліджень соціології та соціальної психології довів, що практично вся взаємодія між людськими індивідами, як стверджують символічні інтеракціоністи, є обміном символами, якими можуть виступати слова, предмети або дія – жести, поведінка та стиль життя. Поведінка людини, згідно з цією концепцією, обумовлена самоідентифікацією особистості, її соціальною роллю і проявляється як у первинних групах – спільнотах (сімя, сусіди...), так і у вторинних (трудові колективи, класи, партії, нації...). Символ виступає ознакою особистості або спільноти.

Когнітивна психологія виходить з того, що мозок має певну концептуальну

структуру і розглядає залежність поведінки людини від наявних у неї пізнавальних схем - когнітивних карт. Когнітивна карта є усвідомленою структурною моделлю предмета, маршруту або ситуації – орієнтиром, що дозволяє людині оцінити об'єкт, відносячи його до певної групи чи категорії та відповідно формувати своє відношення до нього і дії. Ці напрямки досліджень знайшли безпосереднє відображення в архітектурній науці. Норвезький архітектор Крістіан Норберг-Шульц - історик і теоретик архітектури, розвиває концепцію «Genius Loci (Духу Місця)» у своїх роботах з 1979 року, спираючись на дві основні характеристики об'єкту: «простір», що вказує на тривимірну організацію складових елементів, та «характер», що виявляє головну властивість місця. Житло має бути «таким, що захищає», офіс – «практичним», зал для вечірок – «святковим», а церква – «величною, піднесеною». Це – загальні риси характеру. Феномен характеру виявляє індивідуальні риси об'єкту і є фактором його впізнаваності, тобто ідентифікації. Ідентифікація та орієнтація – головні аспекти для людини що пізнає світ, є частиною природи і розуміє у ній своє місце.

Можливість людини орієнтуватися в просторі і суспільстві визначається «середовищними образами» узагальнено - уявної картини фізичного світу, збереженими свідомістю індивідууму. Відповідно містобудівельній теорії та практиці, ідентифікацію міського простору формують наступні групи факторів:

- межі або кордони простору (фізичні та візуальні),
- шляхи або комунікації (фізичні та візуальні),
- складові елементи простору,
- вузли як фокуси тяжіння або перетини шляхів, та
- знаки і орієнтири як точкові стабільні ідентифікаційні елементи.

Закономірності, що описано, мають відношення і до інтер'єрного простору. Це питання недостатньо досліджено і потребує окремої уваги.

В сучасному проектуванні поширюється тенденція відкритого плану - багатофункціонального простору, де окремі зони, пов'язані з певними функціями та особами, мають відокремлюватись від впливу небажаних факторів, мати специфічні функціональні умови і бути впізнаваними без обмеження території будівельними конструкціями та засобами. Тобто потребують виділення - ідентифікації засобами дизайну або за допомогою

спеціальних технологій. Ця тенденція застосовується як в громадському, так і в житловому будівництві.

В той же час кількість дій, що здатна одночасно виконувати одна людина, значно зростає. Завдяки технічним засобам в одному місці можуть локалізуватись функціональні процеси, які раніше були несумісні: робота (дистанційна), фізичні тренування, відпочинок, навчання, купівля товарів, спілкування, розваги, тощо... Функції ущільнюються на просторі, який зменшується під впливом економічних факторів. Але індивідуум не має втрачати свою ідентичність, психологічний комфорт, відчуття можливості персонального уособлення і вибору поведінки. Більшість функціональних вимог до проектування не є універсальними. Для всіх людей вони пов'язані з місцевими традиціями, соціальними умовами та іншими індивідуальними факторами, і лише у цій відповідності вони можуть використовуватись архітекторами та дизайнерами. Таким чином формується локальний естетичний акцент, що в детальному розробленні набуває рис індивідуальності.

Отже, задача сучасного дизайну інтер'єру – виділення індивідуального простору для кожної особистості та створення можливості уподібнення цього простору персональним потребам та вподобанням індивідууму, відповідно його ототожненню з певною спільнотою. Ці вимоги відповідають критеріям ідентичності (тотожності) та ідентифікації (впізнаваності), завдяки тому, що надають інтер'єрному простору характерні властивості його власника чи користувача. В такому випадку придатний до використання і доречний термін «Персоніфікація» інтер'єрного простору, який означає процес та результат надання об'єкту властивостей та якостей конкретної персони. Термін активно використовується в різних галузях діяльності – мистецтві, літературі, діловодстві та інших, але досі не був залучений для опису простору інтер'єру.

Персоніфікація (дослівно – уособлення; від лат. *persona* - особа і *fasio* - роблю) - результат, що утворюється перенесенням ознак особи на предмети [5, с.654]. В літературі це - вид метафори: уподібнення неживих предметів чи явищ природи людським якостям, олюднення їх. В бізнесі термін вживається для означення кола обов'язків співробітника, відповідно посадовій інструкції. У бухгалтерії, податковій звітності та статистиці термін позначає безпосередне

ототожнення особи з її фінансовими, юридичними та іншими діями. В архітектурі та дизайні термін досі не набув поширення. Але використання його раціональне як для вживання для опису ситуації розвитку мережевих закладів (персоніфікований фірмовий стиль), так і для приватного інтер'єру (робоче місце, місце навчання та гри дитини, місце приватної колекції, спортивного знаряддя, місця для тварин і навіть рослин мають сприйматися як користувачем, так і оточуючими як персональні простори). Отже, виходячи з функціонального зонування, фрагменту простору надаються індивідуальні риси, відповідні особі користувача, що усвідомлює свої потреби та місце в спільноті .

Персоніфікація простору в інтер'єрі таким чином, відбувається вразі виконання наступних умов:

- виокремлення просторового елемента (зони) та позначення його меж,
- створення функціональних умов, відповідних персоні - користувачу
- надання індивідуальних ознак простору для забезпечення його зовнішньої ідентифікації.

Висновки. Розвиток сьогоденного суспільства вимагає ідентифікації кожної особи, як юридичної, так і фізичної.

Забезпечення наявності та захисту місця особи у загальній структурі суспільства призводить до необхідності формування її індивідуального простору, до якого доречно застосування поняття «Персоніфікований простір». Влаштування такого елемента житлового або виробничого середовища - головна задача і особливість сучасного дизайну інтер'єру.

Персоніфікований простір інтер'єру – виділений простір, межі якого означено, де забезпечена організація певних функціональних процесів та створені індивідуальні - персональні ознаки розпізнання об'єкту серед подібних.

Перспективи подальших досліджень. Необхідно виявити, дослідити та описати прийоми, принципи та методи організації персоніфікованого інтер'єрного простору.

Література

1. Гутнов А. Э., Мир архитектуры. Лицо города / А.Э.Гутнов, В.Л.Глазычев. — М.: Молодая гвардия, 1990. — 351 с
2. Линч К. Образ города / Пер. с англ. В. Л. Глазычева; под ред. А. В. Иконникова. - М.: Стройиздат, 1982. - 328 с.
3. Мід Дж. Г. Дух, самість і суспільство. З точки зору соціального біхевіориста / Дж. Г.Мід. - К.: Український Центр духовної культури, 2000. - 416 с.
4. Норберг-Шульц К. Жизнь имеет место [Электронный ресурс] / К. Норберг-Шульц //Архитектон: известия вузов. – 2012. – № 39 Приложение. – Режим доступа:http://archvuz.ru/2012_33/16
5. Український Радянський Енциклопедичний Словник. Головна редакція Української Радянської енциклопедії.- Київ,1987.- Т.2. - С. 654
6. Элкінд Д. Эрик Эриксон и восемь стадий человеческой жизни / [Пер. с англ.] — М.: Когито-центр, 1996. - 16 с.
7. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. — М.: Прогресс, 1996. - 344 с.

Аннотация

Блажиевская Н.И. Современные особенности организации пространства в дизайне интерьеров. Понятие «Персонифицированное пространство». В статье исследован опыт выделения в интерьере зон, которые воспринимаются пользователями как пространство, отвечающее индивидуальному характеру развития личности. Выявлены особенности устройства персональных зон в жилых и общественных интерьерах. Обоснованно понятие «персонифицированное пространство» в интерьере и условия его формирования.

Ключевые слова: дизайн интерьера, функциональное зонирование, персонифицированное пространство.

Abstract

Blazhiyevska N.I. Modern features of space organization in interior design. "Personified Space" concept. This article explores the experience of interior zones selection that are perceived by users as a space that meets the individual character of the individual. The features of the personal zones in residential and public interiors installation are educed. Justification of the concept of "personalized space" in the interior and the conditions of its formation.

Keywords: interior design, zoning, personalized space