МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

ФГБОУ ВПО «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИИ»

Международная научно-практическая конференция
ГУМАНИТАРНЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРЕССА:
РОССИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ
Москва, 25-27 апреля 2016 г.

ДОКЛАД НА СЕКЦИИ 3. ПСИХОЛОГИЯ ИСКУССТВА, ДИЗАЙНА, МОДЫ И ТВОРЧЕСТВА
ОПУБЛИКОВАНО В СБОРНИКЕ СТАТЕЙ (УДК 008+009+159.9+330 М 82)

INTERIOR DESIGN SOCIONICS VIEW

T.N. Prokofieva, O.M.Vladimiroff

Scientific Research Socionics Institute, Moscow, Russia

Socionics describes the 16 personality types and preferences that influence the various spheres of life, including in the choice of interior. The article describes four quadras - socionic small groups, combining types according to their common values, aspirations and preferences. Presents the results of long-term observations on preferences in colors, interiors, styles of four quadras.

Keywords: socionics, interior design, quadra, quadras values, socionic functions, information aspects, style.

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРОВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИОНИКИ

Т.Н. Прокофьева, О.М. Владимиров

Научно-исследовательский институт соционики, Москва, Россия

Соционика описывает 16 психологических типов и их предпочтения, которые оказывают влияние на различные сферы жизни, в том числе и на выбор интерьера. Описаны четыре квадры – соционические малые группы, объединяющие типы согласно их общим ценностям, устремлениям, вкусовым предпочтениям. Приведены результаты многолетних наблюдений по предпочтениям в цветах, интерьерах, стилях каждой из четырёх квадр.

Ключевые слова: соционика, дизайн интерьера, квадра, квадральные ценности, соционические функции, информационные аспекты, стиль.

Известно, что окружающее пространство оказывает психологическое воздействие на человека. Например, цветовая гамма помещения так или иначе влияет на эмоциональное состояние. Причем на разных людей это воздействие будет разным. К.Г. Юнг писал: *«Два лица видят один и тот же объект, но они видят его не так, чтобы обе, полученные от этого картины, были абсолютно идентичны. Помимо различной остроты органов чувств и личного уравнения часто бывают глубокие различия в роде и размере психической ассимиляции воспринимаемого образа»*
(Юнг, 2001).

В этой работе, опираясь на соционический подход, мы рассмотрим **предпочтения людей при выборе интерьера жилища или офиса**
, распределим их в соответствии с типами личности.

Соционика изучает особенности обработки информации психикой человека и на этом основании делит людей на типы. Она показывает, как один и тот же информационный фон может оказывать на людей разных типов как отрицательное и так положительное воздействие. Комбинация различных психических функций в сознании и подсознании человека определяет 16 типовых предпочтений, которые влияют на выбор его ценностей и приоритетов. Функции эти были выделены и описаны Юнгом (Юнг, 2001) и в дальнейшем их описание было изучено, уточнено и дополнено соционическими исследованиями.

В соционике есть такое понятие, как квадры. Это один из самых эффективных инструментов ее практического применения. Квадры делят 16 соционических типов на четыре группы по четыре типа в каждой согласно их общим ценностям, устремлениям, вкусовым предпочтениям. Первооткрыватель соционики, Аушра Аугустинавичюте писала:

«Участников квадры объединяет определенная общность интересов, а главное – отсутствие возможностей конфликта. Исключительно плодотворна и производительна совместная работа. Общение в квадре снимает физическую и психическую усталость, активизирует, поднимает тонус, обеспечивает психическим иммунитетом перед жизненными невзгодами. Это идеальная форма психотерапевтической группы. Примечательно, что если в такую группу попадает человек из другой квадры, он чувствует себя исключительно неуютно» (Аугустинавичюте, 1982).

Каждая квадра отличается своей атмосферой, духом, направленностью устремлений, характером юмора. Для каждой квадры характерен свой набор квадральных или мировоззренческих ценностей. Именно из них образуется тот дух квадры, который в полной мере понимают и принимают лишь её представители. Ценности квадры определяются базовыми функциями входящих в квадру типов.

Весь поток информации, поступающей к человеку, можно поделить на информационные аспекты, включающие определённые категории понятий, которые с разной степенью полноты воспринимает тот или другой тип личности. *«Соответствие аспектов информации юнговским функциям установлено экспериментально в течение многолетних наблюдений»* (Прокофьева, 2008).

Мы проанализировали наши многолетние наблюдения по предпочтениям в цветах, интерьерах, стилях каждой из четырёх квадр и сопоставили их с семантикой информационных аспектов, ценностной для каждой квадры.

Стоит сразу оговориться, что какой-то конкретный стиль в дизайне не относится к конкретной квадре. В каждом интерьере возможны различные сочетания цветов и форм. Например, стиль «посмодернизм» трактуется дизайнерами очень широко. Наша задача – выделить именно «чистые» квадральные интерьеры, которые обладает тем самым «терапевтическим эффектом».

Первая квадра – «Альфа»

Представители: интуитивно-логический экстраверт (ИЛЭ), сенсорно-этический интроверт (СЭИ), этико-сенсорный экстраверт (ЭСЭ), логико-интуитивный интроверт (ЛИИ).

Базовые функции входящих в квадру типов:

- интуиция возможностей («экстравертированная интуиция» по Юнгу),
- сенсорика ощущений («интровертированное ощущение» по Юнгу),
- этика эмоций («экстравертированное чувство» по Юнгу)
- структурная логика («интровертированное мышление» по Юнгу).

Соответственно, у представителей альфа-квадры в ценностях возможности (идеи, игра воображения, полёт фантазии), понимание (правила, систематизация, игра смыслами), ощущения (комфорт, самочувствие, удобство) и открытые эмоции (радость, шум-гам, яркость впечатлений). *«Люди здесь любят помечтать – считается, что к представителям первой квадры применим девиз: «не здесь и не сейчас»*
(Прокофьева, Каменева, 2010).

Ассоциации с мировосприятием этих типов – это воздух, весна, утро, детство.

В интерьерах эти ценности раскрываются через легкость, простоту, воздушность (рис.1). **Интуиция возможностей** проявляется здесь в необычных формах декора. **Структурная логика** выражена в свободной геометрии, плавных линиях. Геометрические узоры утончённые. Часто присутствуют небесные или космические мотивы.
«Людей из Альфы постоянно как магнитом тянет ко всему новому и интересному. Творчество гармонии, радость познания истины – то, на чем строится их мировосприятие и жизненная позиция»
(Горенко, Толстиков, 2009).

Цвета «альфийцев» мягкие, пастельные. Часто используются лёгкие ткани и драпировки различных оттенков светлых тонов в сочетаниях с белым. Голубые, бирюзовые, фисташковые тона, розовые, персиковые оттенки. Встречается насыщенный бордовый – цвет королевских мантий, глубокий синий, индиго. Присутствуют акценты желтого и оранжевого как краски радости, солнечные оттенки.






α-интерьеры






β-интерьеры









γ-интерьеры

Рис.2. Интерьеры соционических [illegible] (ИЭИ/ЛСИ) и [illegible] (СЛИ).






δ-интерьеры

Рис. 1. Интерьеры людей с доминирующей рациональной функцией:



Светлана Девяткина:



