

ELEMENTE DE PSIHLOGIE SOCIALĂ APLICATĂ ÎN ARHITECTURĂ ȘI DESIGN

Simion Simion Dănuț
Technical University of Moldova
simion.simion@ssu.utm.md

Abstract- Where psychology meets architecture and design, new research objects and new approaches emerge. The aim of this research is to detail the relation between architecture and design with social psychology. In this time, the separation of the human from environment is no longer possible, everything interacts. We try to found answers to this symbology in the following pages. Colors and space influence us psychological and physiological in every moment of our life. Likewise the age and the space cultural influence and personal relationship.

Abstract- Acolo unde psihologia întâlnește arhitectura și designul prind contur noi obiecte de cercetare și noi abordări. Scopul acestui articol este de a exemplifica succint relația dintre psihologie, psihologia socială aplicată în special și arhitectură sau design. Culoarele știm precis că ne influențează zilnic psihologic dar și fiziologic. Cum fac acest lucru și ce se întâmplă cu noi și relațiile noastre în acest context. Cum vârsta influențează designul sau arhitectura, cum spațiul și cultura din care provenim complică cu mult lucrul arhitecților.

Termeni cheie: psihologie socială, arhitectură și design, culorile, vârsta, genul, relațiile personale și spațiul cultural.

Purced în demersul acestui articol având la bază câteva elemente deloc complexe, absolut logice și cu o vizibilitate substanțială. Legătura dintre aceste două obiecte psihologie și arhitectură sau design a existat dintotdeauna. Chiar dacă această relație este de mult studiată în occident în forma unor noi discipline ca psihologia ambientală, psihologia mediului, psihologia ambientală sau elemente de psihologie socială aplicată în arhitectură etc. în funcție de diferitele abordări; în spațiul nostru încă se vrea infuzată.

Un alt element la fel de important este determinat de relația unor profesii cu oamenii și mediul; extern sau intern. Oare ce alt obiect poate explica atât de bine aceste legături, decât psihologia. Psihologia socială aplicată poate fi definită ca fiind folosirea teoriilor, principiilor, rezultatelor cercetării și a metodelor experimentale pentru a înțelege problemele sociale sau de intimitate de relaționare; încercând să ofere soluții reale pentru o varietate de probleme sociale. În schimb psihologia ambientală Linda Steg (2013) o putem defini

ca pe o disciplină care studiază interacțiunea dintre indivizi și mediul lor natural dintre indivizi și spațiul construit. Nu ne vom focaliza pe psihologia mediului o disciplină ce analizează tranzacțiile dinamice dintre oameni și mediile lor zilnice, sociofizice ci doar pe acele elemente de psihologie socială întâlnite în arhitectură și design.

De ce ele sunt importante pentru o mai bună înțelegere a interacțiunii dintre formarea în specialitate și mediul social? Să ne imaginăm doar un simplu fapt oare cât de mult ar putea eficientiza procesul de creație a unui spațiu interior sau un proiect arhitectural dacă designerii și arhitecții ar ști ce gândesc clienții lor. Cum nu putem citi mințile oamenilor putem totuși atrage atenția la o varietate de elemente care pot îmbunătăți simțitor timprii, valoarea dar și vandabilitatea unui proiect. În noua paradigmă educațională pe noua funcționalitate economică o mare parte dintre specializări de mult nu mai sunt separate. Interacțiunea e tot mai vizibilă cerințele sunt tot mai clare. Piața dictează ritmul și necesitățile socioeconomice.

Ne simțim bine în anumite spații pentru că ele ne amintesc de unele lucruri personale, și ne trimit într-o zonă plină de sentimente și emoții, nostalgii ce tind să coincidă cu o zonă proprie de confort.

Prin amenajarea unui spațiu public sau personal prin crearea unei haine sau a unui obiect de uz personal, dacă ne referim la cei ce lucrează în domeniul designerului industrial, înseamnă de fapt procesul prin care spațiul sau produsul respectiv va fi modelat spre a răspunde anumitor nevoi, de cele mai multe ori nu ale designerilor care concep proiectul. Comandatarul are propria viziune, fie ca este vorba de un spațiu personal sau de cel public. Dacă ar fi să punctăm elementele caracteristice ale spațiului urban ne putem rezuma în linii mari la: străzi, clădiri și piețe, însă pentru ochiul trecătorului contează și originalitatea, varietatea cadrului spațial și, nu în ultimul rând, gradul de acțiune inter-individuală.

Valoarea unui spațiu urban sau rural depinde de funcțiunile specifice pe care le oferă: cadrul construit, funcția economică, socială și de recreere. Spațiul construit nu are numai un rol estetic și funcționa el aduce și un alt set de beneficii ce țin de confortul psihologic și fiziologic al locuitorilor lui. Spațiul trebuie să ofere siguranță și autonomie. De asemenea, spațiile urbane deschise oferă beneficii de sănătate pentru locuitorii orașului, prin expunerea la mediul natural. Expresivitatea unui spațiu arhitectural poate să se manifeste în nenumărate moduri. Atunci când mesajul arhitecturii se combină cu elementele naturale se poate ajunge mult mai ușor la sufletul omului. Numai spațiul verde este în sine un organ viu și indispensabil specific din ce în ce mai mult arhitecturii moderne.

La designerii de interior percepția spațiului este puțin diferită. În cadrul spațiului intim acolo unde corpul fizic interacționează cu mediul introducerea

unor noi elemente trebuie să se facă ținând cont de personalitatea și mobilitatea persoanelor ce vor locui în acel cadru. Fiecare atingere este personală, fiecare atingere provoacă reacții diferite. Cine interacționează cu acel spațiu copii mici sau adolescenții, persoanele în etate sau adulții. Spațiul personal- acolo unde interacționăm cu cei apropiați, acolo unde se află familia sau prietenii presupune o nouă abordare necesitățile și funcționarea, nevoia de interacțiune fiind diferită.

Pentru acel spațiu social mediul unde interacționăm unii cu alții sau public acel areal unde vorbim în public sau aplicăm pentru diferite servicii accentul proiectelor cade pe cu totul alte aspecte. Elementele naturale străvechi precum lumina sau întunericul, focul dar și apa, pământul și vântul, aerul sunt adânc înrădăcinate în genetica și cultura indivizilor suportând grade diferite de interpretări în condiții total diferite. Răspândirea luminii forma și orientarea față de punctele cardinale sunt strâns legate de felul în care lumina se descompune în culori iar culorile dau peste cap aproape orice proiect.

Culorile ne inspiră, culorile interacționează specific cu mediul fizic, cu fiziologia, culorile ne pot provoca plăcere sau durere fiziologică, confort psihologic sau din contră ne pot stresa prin ceea ce azi numim astăzi poluare cromatică (un bloc în care fiecare balcon sau etaj este la exterior vopsit în culori diferite). Culorile prin impactul lor, sunt folosite în advertising, în marketing, în politica, în lansarea unor icon-uri de produs, în arta culinară și nu în ultimul rând în arhitectura și design. În arhitectura, culorile pot fi împărțite în convenționale, de influențare și culori decorative. Culoarea este un ingredient esențial în existența noastră ca ființe vii întrucât transmite emoție, creează stări de spirit, și ne influențează comportamentul. Studii recente au arătat că oamenii pe lângă reacția optică la culoare au și reacții fiziologice la percepția lor.

Teste realizate în laborator au aratat că, chiar dacă o persoană este legată la ochi, pulsul său va crește considerabil atunci când este expus la culoarea roșie și scade atunci când este expus la culoarea albastră. Un alt lucru interesant obținut în urma numeroaselor cercetări este că copiii mai mici de un an nu au o preferință față de o culoare anumită; explicația este dată de faptul că răspunsurile emotive la culori sunt culturale, țin de rasă sau amplasare geografică și că de cele mai multe ori avem un răspuns fizic opus celui învățat din punct de vedere cultural. Urmând vârsta adultă bărbații preferă albastru, violet și verde, în timp ce femeile preferă roșu, portocaliu și galben. Atât pentru bărbați cât și pentru femei, diferența de valoare a culorilor este esențială în preferința combinației de culori - cu cât mai mult contrast, cu atât este mai plăcută combinația.

Vârsta pentru care se construiește sau se face designul, se creează un produs definindu-i diferit funcționalitatea de asemenea trebuie adusă în discuție. Una este să crezi pentru 10 ani, alta pentru 18 și alta pentru 35 sau 50 de ani. Culorile influențează diferit categoriile de vârstă, necesitatea și utilitatea

spațiului iarăși depinde de vârsta celui căruia îi oferi acel produs. Mobilitatea vârstei determină modificarea formelor și a spațiului. Zgomotul este un alt factor la care e util de atras atenția iar combinația acestuia cu culoare poate avea efecte psihologice deloc plăcute.

Influența culturală face ca oamenii pe de o parte să se comporte ciudat iar pe de alta să aleagă diferit. O culoare spre exemplu poate avea semnificații diferite de la o țară la țară de la o zonă geografică la alta pentru unul poate reprezenta viața pe când pentru celălalt moartea. Elementele ce ne înconjoară sunt purtătoare de semnificații și interpretări personale. Relațiile personale și relațiile cu ceilalți schimbă semnificativ spațiul ce e înconjoară. Amplasarea unui proiect și atitudinea, comportamentul față de mediu sunt elemente de care e bine să se țină seama în procesul creativ.

Oamenii funcționează diferit, au statute și nevoi diferite, provin din medii sociale și cultural lingvistice diferite; unii vor să-și etaleze statutul, alții vor un colț retras și bine organizat, alții cred în întoarcerea la natură și păstrarea valorilor tradiționale iar alții sunt mereu grăbiți. Cu fiecare în parte se dialoghează se cer detalii în limita bunului simț despre nevoile și necesitățile lor, la alții se pot observa toate acest lucruri de cum au intrat pe ușa biroului. Cum este îmbrăcat, în ce culori este îmbrăcat, ce atitudine emană și cum comunică, Ce accesorii poartă și din ce sunt făcute acestea ne pot da informații prețioase în sugerarea unor proiecte sau idei ce se pot emula perfect pe personalitatea și necesitățile clientului.

Bibliografie selectivă:

- [1] Corina Ilin (2010) Orașul. Studii de psihologie environmentală. Editura Institutul European, Iași.
 - [2] Golu M. și Dicu A. (1974), Boncu, S. Ilin, C., Sulea, C., (2006), Manual de Psihologie sociala aplicata, Timisoara : Editura Universitatii de Vest
 - [3] Boncu, S. (2002). Psihologia influenței sociale, Iasi : Editura Polirom
 - [4] Linda Steg, Kees Keizer, Abraham P. Buunk, Talib Rothengatter (2017) Applied Social Psychology: Understanding and Managing Social Problems 2nd Edition, Publisher: Cambridge University Press,
 - [5]. Linda Steg, Agnes E. Van Den Berg and, Judith I. M. De Groot, (2013) Environmental Psychology an Introduction, Publisher: British Psychological Society and John Wiley & Sons, Ltd.
 - [6]. Zlate, M. (2002), „Fragmentarea și pulverizarea psihologiei sau unificarea și fortificarea ei?”, Răspuns la „Laudațio”, în Revista de Psihologie Aplicată, anul 4, nr.4
- Resurse internet:
<https://www.reactivegraphics.co.uk/the-psychology-of-design-perception-in-the-digital-age/>
<https://medium.com/studiotmd/the-perception-of-color-in-architecture-cf360676776c>