

# Мой интерьер — моё второе «я»

## Часть первая. Интерьер и «каналы восприятия»

*«Реально только наше восприятие мира,  
и это восприятие у каждого человека  
индивидуально и уникально»*

*Д. Балыко*

Задумывались ли вы когда-нибудь над вопросами: Почему вам нравятся обои «в цветочек» или натуральное дерево на полу? По каким критериям вы будете выбирать ручки для кухонной мебели? А диван — вы готовы заказать в интернет-магазине или вам необходимо окунуться в его мягкость, почувствовать свои ощущения от прикосновения к ткани? А в какой обуви вам приятнее всего ходить дома?

В каком интерьере вам находится комфортно, а откуда хочется бежать со всех ног, хотя, там очень милая хозяйка и у нее очень вкусные пирожки? И почему так? Какие детали в интерьере отталкивают, а какие наоборот привлекают? Можете

ответить для себя на вопрос: «Какой он — мой интерьер?» Насколько мы знаем себя, когда начинаем ремонт, строительство дома или выбираем планировку квартиры? Почему задать себе эти вопросы действительно важно? На что это влияет?



Не так давно моя заказчица сказала фразу, ставшую для меня открытием: **«Елена, Вы понимаете, мне нравятся эти обои, они дают больше цвета в интерьер и соответствуют той концепции, которую мы выбрали, но я ФИЗИЧЕСКИ чувствую цвет. Понимаете? Я его чувствую кожей. И в таком насыщенном оттенке, я не смогу комфортно находиться долгое время»**. Все. Точка. Вот в этот момент в моей голове сложился очередной «пазл» и родилась она: та самая Идея. Идея рассказать о том, как подготовиться к процессу создания комфортного интерьера для себя и членов своей семьи. А начать погружение в мир психологии личности в дизайне интерьера, я предлагаю именно с особенностей восприятия мира каждым из нас.

Как известно, каждый человек воспринимает мир с помощью органов чувств: зрение, слух, осязание, обоняние, вкус. Некоторые психологи объединяют людей в группы-психотипы. И эти группы напрямую зависят от того канала восприятия, который является для человека основным: визуалы, аудиалы и кинестетики. Если не вдаваться в психологические термины, то наш мозг имеет своеобразную систему хранения информации (карту памяти), состоящую из нашего жизненного опыта. А еще — некий экран с проектором, чтобы показывать эту информацию нашему сознанию. Сознание же составляет большой коллаж из образов, который в итоге образует для каждого человека свою картину мира. Так вот, сейчас идет речь о том, как эта система хранения организована и с помощью чего транслируется на экран сознания наш опыт. Мы можем составлять свой коллаж либо посредством образов/картинок (визу-

альная система), либо основываясь на звуках (аудиальная система), либо с помощью ощущений (кинестетическая система).

К чему я все это? Для моей вышеназванной заказчицы ОЧЕНЬ важно, как цвет «ляжет» на ее ощущения себя в нем. Она — кинестетик и визуал одновременно. И очень хорошо знает об этом. Почему это понимание себя важно при оформлении своего жилища? Прежде всего потому, что это поможет быстро определиться и не прогадать с выбором. А найти можно только тогда, когда знаешь, ЧТО искать.

Есть люди, которые не воспринимают чертеж совсем. Они не могут понять, комфортно ли им будет в предлагаемом интерьере до тех пор, пока не увидят объемную картинку (3-D визуализацию). И этот тонкий момент необходимо понимать перед началом работы с дизайнером, чтобы выбрать для себя оптимальный пакет услуг.



В работе над проектом для меня — практикующего дизайнера интерьеров — очень важно: смогла ли я «прочувствовать» заказчика, понять и осознать для себя хитросплетения его личности. Я делаю интерьер для конкретного человека. С его уникальным кодом ДНК, характером, особенностями, психологическим типом, взглядами на мир, жизненной философией, индивидуальностью, семейным и социальным положением, увлечениями, наличием или отсутствием детей и еще множеством нюансов, которые отличают каждого из нас друг от друга. Вещи, цвета, детали декора, мебель — все, чем каждый из нас окружает себя, может многое рассказать о тайных желаниях, детских мечтах и не реализовавшихся надеждах, темпераменте и преобладающем канале восприятия личности владельца. Многие именитые психологи говорят, что мы общаемся с окружающим миром не только

с помощью слов, жестов, но и с помощью тех вещей, которыми мы окружаем себя в повседневной жизни. Конечно, все мы уникальны. Я не люблю вешать ярлыки типа: «Этот человек — аудиал, Обезьяна, Водолей, «Есенин» — с ним все ясно!» Но типология восприятия информации, в числе прочего, очень важна для дизайнера, работающего с личным пространством заказчика.

Не менее важно для каждого заказчика понимание своих личностных особенностей и умение это знание транслировать тому человеку, который будет работать над его интерьером. В противном случае взаимопонимания, которое так важно в совместной работе над проектом, не будет.

**А теперь несколько примеров из практики. Попробуйте узнать себя в какой-то из этих зарисовок!**

Был у меня такой опыт. Прихожу на встречу. По плану — утверждение цветовой концепции. Вооружена, как обычно, «веером», в котором более 2000 оттенков (и серого там гораздо больше 50-ти). Человек смотрит на ЭТО. Вижу, дело плохо. Не может понять, что я хочу, чтобы он выбрал. Его мироощущение: «Ну, есть черный цвет, есть коричневый, белый, фиолетовый...». Каждый охотник... ну, вы понимаете. Все! Занавес! А вот что для него ДЕЙСТВИТЕЛЬНО было очень важно: «Как избежать шумов с улицы и от соседей?». Понятное дело, что «веер» мне на встрече не пригодился. И выбрали мы в итоге белый... ну, наиболее подхо-

дящий белый. А в дополнение ко всем чертежам по проекту, наш довольный заказчик получил бесплатно просчет звукоизоляционных материалов.

Или другая ситуация. Обсуждаем будущий интерьер. Заказчик делает акцент на отличной звукоизоляции помещений, особенно той комнаты, где будет расположена качественная звуковая аппаратура. Очень детально говорим о рамках для розеточных групп из серии Celine. В итоге, выбираем именно эти «с перламутровыми пуговицами», в смысле в металлическом корпусе «Фактурная сталь». Для такой детальности мне пришлось «огрбить» поставщика и забрать демонстрационные модели со стенда в шоу-руме. Казалось бы, все ясно: дальше заказчик будет

прорабатывать все, вплоть до каждого шурупа. Приступаем ко второй части балета: выбору материала. И тут фраза заказчика потрясла меня до глубины души: «Остальные мелочи (в доме на 700м.кв.!) лучше обсуждать с моей супругой». Понимаю, что терзать его вопросами об оттенке цвета стен — не лучшее решение. Он поставил приоритеты четко. И четко мое понимание: если в проекте будут другие решения, связанные со звуковым восприятием или тактильными ощущениями, это будет НЕОБХОДИМО согласовывать с ним, а не только с его супругой.

Для некоторых моих заказчиков основной вопрос при выборе материалов отделки — фактура. Так однажды прихожу на первую встречу. Лето. Объект — квартира на вторичке.

*Не менее важно для каждого заказчика личностные умения лиризовать над его интуицией, которое так важно в совместной работе над проектом, не будет.*

Входим. Заказчица разувается и проходит босиком в квартиру (на объекте не привычная чистота). Кто обратит внимание на такую микроскопическую деталь поведения, тот — дизайнер.



Для чего мне эти знания, и какие выводы я делаю для себя? Если человек, оказываясь в личном пространстве, ходит босиком, это значит, что для него очень важны тактильные ощущения. Мне предлагаются «дежурные» тапочки в упаковке. Теперь тест: почему я обращаю на это внимание? Все верно! Значит, что человек, с которым я буду работать, очень щепетильно относится к чистоте и ее сохранению в доме. Имеет смысл предложить технические новинки из серии «мини-пылесос под раковинной», минимизирующие трудозатраты на уборку. Из таких мельчайших деталей

поведения складывается идеальный интерьер для каждого конкретного человека. Вся дальнейшая встреча проходит в непринужденной и дружеской обстановке. В качестве напольного покрытия сразу предлагаю натуральное дерево. Оговариваю все недостатки, достоинства (тактильные, конечно же, вы правильно догадались), тонкости использования и ухода. Предупреждаю, что стоимость будет значительно выше. И даже не смотря на то, что это не самый практичный вариант для квартиры с ребенком, заказчица выбирает дерево. Опять же тест: почему? Возвращаемся

к психотипам. Моя заказчица — человек с преобладающим кинестетическим восприятием. Для нее на первом месте — ее ощущения от прикосновений ее ступней к фактуре дерева. Все остальное — тоже имеет значение, но вторично.

Однажды, на первой встрече с дизайнером на вопрос: «Какая деталь для Вас наиболее значима в интерьере?» заказчица ответила, что в гостиной наилучшее решение — это преобладание зеленого оттенка. И (внимание!) достала книгу замечательной Стефани Хоппен «Нейтральный цвет в интерьере», сделав ремарку, что



Узнали себя в каком-то описа-

к нашей встрече она подготовилась. Делаем вывод: человек знает себя достаточно хорошо. Понимает, сколько оттенков зеленого существует и как важно для нее оказаться именно в ТОМ зеленом. Только человек с преобладающим визуальным восприятием мира ощущает цвет так остро.

Расставьте свои приоритеты. Подумайте! Как сделать ваш дом наиболее приспособленным именно под вас? Вам станет понятнее, что можно изменить или дополнить, усовершенствовать в вашем доме уже сейчас. Без помощи дизайнера. Это как игра. Включайтесь! И вы откроете себя с новой стороны, узнаете что-то новое о себе, увидите другую сторону своей личности.

Узнали себя в каком-то описании? Что важно для вас в интерьере? Что поставили бы в приоритет: тактильные ощущения, визуальную картинку или звуковые эффекты? А может быть для вас важно органичное сочетание двух или даже всех трех аспектов?

А уж если где-то на горизонте маячит радостная перспектива покупки нового жилья, строительства дома или ремонта. И вы задумываетесь о привлечении специалиста, который поможет спроектировать ваш интерьер, то ответы на эти вопросы сэкономят много времени и вам и дизайнеру. Помогут раньше начать воплощать задуманное и приблизят к конечной цели: идеальному интерьеру. Именно для вас.