

Работы молодых ученых Works of young scientists

DOI: 10.51217/npsyresearch_2022_02_04_09

Карпук В.А.

Интерьер как повседневная реальность и как дополнение
персональной идентичности

Karpuk V.A.

Interior as an everyday reality and as an addition to a personal identity

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

В современном мире у человека формируется чёткая потребность жить в определённом стиле: сформировать или перенять жизненный стиль и в соответствии с ним сконструировать своё жизненное пространство. Такая потребность не просто сохраняется, но и усиливается в ситуации жёсткой транзитивности и может служить основой для совладания с ситуацией неопределённости и сохранения индивидуального реального пространства. В статье представлены результаты пилотажного исследования об особенностях агрессивности, самоотношения и стилей поведения людей, предпочитающих один из четырёх стилей интерьера, выделенных дизайнерами в зависимости от разной степени агрессивности: Лофт, Арт-Деко, Минимализм и Скандинавский. В итоговую выборку вошли 55 респондентов. В результате эмпирически был получен материал, свидетельствующий, что особенности: «ожидаемое отношение других», «аутосимпатии», «ожидаемого отношения», «физическая агрессия» и «глобальное самоотношение» – могут выступать основаниями структурирования личностью своего жизненного пространства. Полученные результаты дают возможность выявить осознанную или потенциально присутствующую в сознании связь между отношением людей к себе и к миру и выбором интерьера, несущего уже заложенные в нем определенные ценности и отношения. Ценности, заложенные в Скандинавском стиле, более открыты и потому этот стиль может с большей осознанностью выбираться людьми. Стили Лофт и Арт-Деко несут в себе много скрытых и не всегда позитивно характеризующих людей смыслов, а потому их выбор может свидетельствовать об амбивалентных переживаниях и недостаточной гармонии в отношениях с собой и с миром. Полученные результаты также ставят новые вопросы о роли личностных особенностей в формировании повседневности и

компенсации или реализации персональной мотивации при обустройстве своего жилья.

Ключевые слова: дизайн интерьеров, жизненное пространство, психология дизайна, реальное пространство

Для цитирования: Карпук, В.А. Интерьер как повседневная реальность и как дополнение персональной идентичности // Новые психологические исследования. 2022. № 4. С. 188–207. DOI: 10.51217/prsyresearch_2022_02_04_09

В современном обществе потребление различных товаров и услуг носит массовый и многообразный характер во всех сферах жизни человека. Востребованность различных стилей ярко проявляется при покупке мебели, предметов интерьера и служит основанием появления всё новых и новых крупных международных компаний по типу Ikea, JYSK, Ashley HomeStore, Kartell и др., предлагающих своим клиентам не просто мебель, а философию и *стиль жизни*. Подобные гиганты не только сами производят всю свою продукцию, но и передают людям «конструктор», из которого те уже могут собрать своё жизненное пространство в определённой, заранее заданной стилистике и тем самым воплотить собственную *философию*. У современного человека сформирована, как нам кажется, новая потребность – жить в определённом стиле, а не просто стремление жить в комфорте и уюте. Бизнес-модель перечисленных выше компаний, выраженная в предоставлении покупателям возможности самостоятельно конструировать интерьер жизненного пространства, синергично слилась с потребностью в этом людей и получила большой потребительский отклик на многих мировых рынках. Профессия же дизайнера интерьеров и разнообразные сервисы и услуги в данной области пользуются в современном мире большим спросом.

Мы также не можем не отметить поведение людей в период острой неопределенности и социальной напряжённости, связанного с драматическими событиями в РФ в начале 2022 года. Вскоре после них компания Ikea сообщила о своём уходе с российского рынка, что было воспринято россиянами как большая потеря. Этот фактор стал крупным инфоповодом, который волновал людей в течение всего процесса самоликвидации Ikea, а многие общественные деятели, политики, экономисты и публичные спикеры высказывали свои мнения на этот счет. В апреле 2022 года банк «Открытие» провёл опрос с возможностью множественного выбора на 1000 респондентах, где структура выборки отражала население городов численностью от 100 тысяч человек, с целью выявить, об уходе с рынка какого

бренда больше всего сожалеют россияне. Первое место (27%) заняла именно Икеа. (Саркисов, Джавахова, 2022) Отмечалось также нетипичное поведение людей для ситуации экономического шока, который обычно сопровождается стремлением к денежной экономии, но поведенческой реакцией российских покупателей на уход Икеа стали сначала реальные очереди: торговые центры Икеа перед их закрытием оказались намного более загруженными, если сравнивать даже с периодом больших акций (Глотова, 2022). А затем их сменили небывалые очереди, но уже в виртуальном пространстве, где людям для заказа приходилось ожидать сутками на сайте магазина. И всё это несмотря на присутствие на российском рынке как доступных аналогов (альтернативных поставок от иных производителей), так и копий.

Исходя из этих данных, мы можем сделать предположение, что психологическое переживание, выраженное потребительским поведением, связано не с уходом «Икеа» как бренда, а с переживанием утраты того «жизненного стиля», воплощаемого ее брендом и опосредованного в том материальном продукте, который он продвигает (в предметах мебели, интерьера), но в конечном итоге – утрате самого жизненного стиля и человеческих ценностей. И конечно, в условиях жёсткой транзитивности, неопределённости естественная реакция человеческой психики – попытаться сохранить «осколки» былой ситуации, распадающейся реальности, пусть только в своём, индивидуальном и реальном жизненном пространстве, самом безопасном и важном месте – в доме.

Таким образом, можно говорить о том, что в психологическом плане интерьер можно рассматривать как один из вариантов повседневности, которая восстанавливает гармонию между персональной и социальной идентичностью – я остаюсь собой, несмотря на трансформации внешнего мира, так как обустроиваю свой микромир.

С этой точки зрения интерьер может рассматриваться и как дополнительная реальность, так как, отображая личностные особенности и вкусы человека, он дополняет имеющееся реальное пространство жизни идеальным, иногда даже не очень близким к реальности образом, который гармонирует с внутренним миром человека.

При этом как сам психологический смысл интерьера для человека, так и взаимосвязи психологических характеристик личности с предпочитаемыми стилями домашнего интерьера изучены недостаточно. В этой статье мы представляем часть полученных

данных, связанных с выявлением и изучением особенностей агрессивности, самоотношения и стилей поведения в конфликте людей с разными предпочтениями в стилях интерьера. Для первоначального исследования мы взяли характеристику «агрессивность», поскольку это одна из наиболее частых психологических характеристик личности, выделяемых дизайнерами, работающими со стилями интерьера. Проанализировав описание известных стилей интерьера, а также проконсультировавшись с профессиональными дизайнерами, мы взяли 4 наиболее подходящих и, возможно, отличающихся разнообразием стиля по заданному параметру:

- 1) *Лофт* (как самый агрессивный и «маскулинный»;
- 2) *Арт-Деко* (следующий за Лофтом по агрессивности);
- 3) *Скандинавский* (как наименее агрессивный)
- 4) *Минимализм* (нейтральный и максимально спокойный из всех стилей).

Первоначально мы выдвинули ряд **гипотез**: Респонденты, предпочитающие стиль Лофт, отличаются высоким уровнем физической агрессии и высоким уровнем самоуверенности. Респонденты, предпочитающие Арт-Деко, характеризуются высокими показателями самоотношения (самоуважение и самоуверенность, а также показателем вербальной агрессивности). Респонденты, предпочитающие Скандинавский стиль, выделяются высокой степенью аутосимпатии и низкими показателями агрессивности. Респонденты, предпочитающие Минимализм, имеют высокие показатели самоотношения (самопонимание и самопринятие, а также низкими показателями агрессивности).

Методы

Выборку составили 55 респондентов в двух возрастных диапазонах: 1) от 25 до 35 лет ($N = 33$) 2) от 36 до 50 лет ($N = 22$). Всего 27 – женщин и 28 – мужчин. 50 (91%) респондентов работают по специальностям, 4 (6,9%) – на фрилансе и 1 (2,1%) студент. Большинство респондентов (82,8%) обставляли самостоятельно своё жизненное пространство, т.е., занимались любительским дизайном интерьеров. В ходе опроса респондентам нужно было выбрать предпочитаемый стиль интерьера из четырёх предложенных изображений, где на каждом был интерьер одного помещения (спальни), но в разных стилях. Изображения были предоставлены нам профессиональными дизайнерами и защищены авторским правом.

Для проверки поставленных гипотез использовался метод психологического опроса, а именно личностные методики:

- Методика выявления самоотношения В.В. Столина и С.Р. Панталева. (Столин, Панталева, 1988)
- Методика исследования уровня агрессивности Басса – Перри. (Ениколопов, Цибульский, 2007)
- Методика описания поведения Томаса. (Гришина, 2008)

Статистическо-математический анализ данных осуществлялся с помощью пакета программ SPSS Statistica 26.0 с применением непараметрических критериев Манна-Уитни (Mann–Whitney U-test) и H-критерия Краскела-Уоллиса (Kruskal – Wallis test) для анализа различий между группами.

Результаты и обсуждение

По стилевым предпочтениям мы получили результат, представленный на рис. 1



Рис. 1. Распределение респондентов по предпочитаемому для себя стилю интерьера

Самым популярным оказался стиль «Минимализм», его выбрали 23 респондента (42%), из них 11 мужчин и 12 женщин. Это интересная особенность: минимализм сейчас в моде на Западе, но на самом деле это очень дорогой и труднодостижимый стиль, который подходит исключительно большим, просторным и светлым пространствам, в большинстве случаев частным загородным домам (Анисимова, 2019). Кроме того, мы часто можем видеть его в современном кино

как декорацию роскошной жизни, поскольку стиль «Минимализм» при всей своей простоте и аскетичности требует больших финансовых затрат. Считается, что стиль «Минимализм» не сильно распространён в России, и на то есть психологические причины, выделяемые некоторыми авторами (Наумова, Наумов, 2015). Но наши респонденты не только чаще всех прочих выбирали этот стиль как наиболее предпочитаемый для себя (см. рис. 1), они чаще всего и свой собственный, реально существующий стиль домашнего интерьера определяли как минимализм (24 человека, 43%), отвечая на наш открытый вопрос: «Можете ли Вы определить выбранный Вами стиль как:» (см. рис. 2).

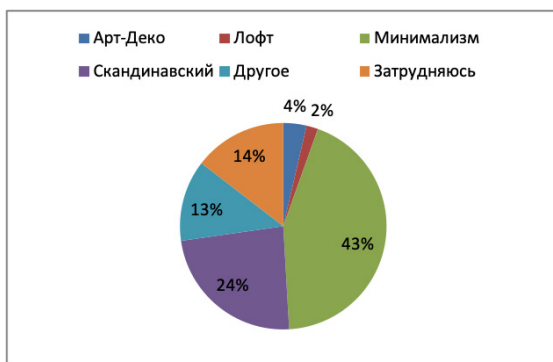


Рис. 2. Распределение ответов респондентов, на вопрос отвечая на наш открытый вопрос: «Можете ли Вы определить выбранный Вами стиль как:»

На данном этапе исследования у нас не стояла задача оценить соответствие полученных ответов реальному виду интерьеров респондентов, но для понимания заявленной темы важны были не составляющие с технической точки зрения детали интерьеров, а то, какое психологическое наполнение имеет для конкретного индивида созданный им интерьер. Для этого мы планируем на третьем этапе исследования дать респондентам возможность спроектировать в режиме реального времени интерьер посредством виртуальной реальности и произвести замеры личностных особенностей, а затем с помощью профессионалов отнести созданные интерьеры к тому или иному существующему виду.

Но сейчас важно ранжировать популярность стиля у респондентов с точки зрения как желанного, так и реально оцениваемого

существующего в настоящем обиходе. Интересно, что только 16 (69,57%) из 23 респондентов, назвавших свой стиль интерьера «Минимализм», выбирали его как желанный.

Значимые различия по возрасту были обнаружены только по шкале Гнева (см. рис. 3) Уровень гнева значимо ($p = 0,047$) выше у первой возрастной группы. И поскольку считается нормой, что более молодые люди имеют более высокий показатель агрессивности, то в дальнейшем мы не делили группы по возрасту, сравнивая только по предпочитаемым стилям интерьера.

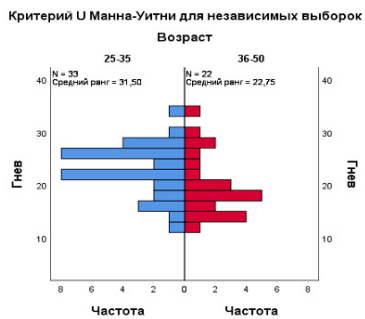


Рис. 3. Различие по шкале «Гнев»

Гораздо больше различий, выявление которых не входило в первоначально поставленные задачи исследования, но которые необходимо изложить для корректности представления данных, – в обнаруженных различиях по полу: Женщины, по сравнению с мужчинами, показали высокую степень «Аутосимпатии» ($p = 0,005$) (см. рис. 4), «Самопринятия» ($p = 0,001$) (см. рис. 5) и в «Самонтересе» ($p = 0,028$). (см. рис. 6). Можно предположить, что и при выборе окружающей среды женщины в большей степени склонны отдавать предпочтение (пусть даже полусознанно) тем интерьерам и аксессуарам, которые помогают им чувствовать себя более комфортно и подчеркнуть свои достоинства. Именно в этом и проявляется их склонность к большему интересу и симпатии к себе, а обстановка и ее детали должны помочь им в принятии себя в более высокой степени. Возможно, эти качества проявляются у женщин и при выборе модных новинок и аксессуаров, но подобное предположение нуждается в дальнейших исследованиях

Критерий U Манна-Уитни для независимых выборок

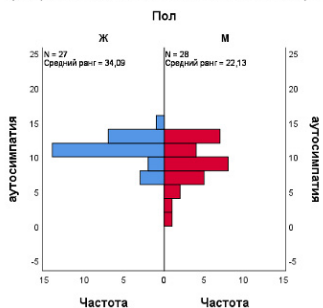


Рис. 4. Сравнение по полу шкалы «Аугосимпатия»

Критерий U Манна-Уитни для независимых выборок

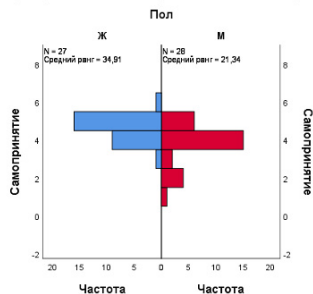


Рис. 5. Сравнение по полу шкалы «Самопринятие»

Критерий U Манна-Уитни для независимых выборок

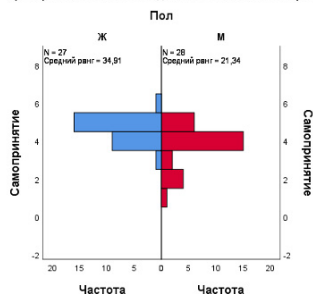


Рис. 6. Сравнение по полу шкалы «Самоинтерес»

1) «Лофт». Респонденты, предпочитающие стиль «Лофт», отличались, как мы и предполагали, высокой степенью *Физической*

агрессивности (см. рис. 7), но статистически значимые различия наблюдались только со «Скандинавским» стилем ($U = 19,997$, $p = 0,003$), гипотеза подтверждена частично. Кроме того, любители «Лофт» стиля имеют самый низкий показатель «Аутосимпатии» (см. рис. 9), т.е., характеризуются враждебностью по отношению к собственному «Я». Кроме того, низкий уровень аутосимпатии создателями шкалы (Столин, Пантилеев, 1988) описывается как имеющий также низкую самооценку, виденье в себе преимущественно недостатков и склонность к самобичеванию. Для интерпретации такого результата, мы обратились к истории стиля «Лофт». Считается, что этот стиль зародился в США в 40-х годах, во второй половине «Великой депрессии». Так что сам стиль, безусловно, несёт в себе дух упадка, а также есть упоминания, что этот стиль был изобретён и популярен прежде всего среди творческой богемы того времени: ее представители использовали освободившееся пространство под свои мастерские и фотостудии. Позднее ставшим модным стилем заинтересовались для проживания представители среднего класса (Артеменко, Артеминко 2018). Так что, безусловно, потенциальные жильцы лофта – это люди особого стиля жизни. В основном, это творческие натуры, которым необходимо большое личное пространство. А творческие натуры, как правило, обладают склонностью к самобичеванию и очень требовательны к себе. Кроме того, следует отметить, что стиль «Лофт» – это в некотором роде стиль лишения, для него нехарактерны вещи, создающие уют и расслабленность, наоборот, такое пространство должно вызывать ощущение пребывания на стройке, на промышленном объекте. Представить себе в подобном месте играющих детей достаточно сложно (Мякишева, 2016). Конечно, люди не наказывают себя таким интерьером, не терпят лишения ради стиля; как и любой интерьер, это вопрос, в том числе, и вкуса человека: кто-то будет чувствовать себя благополучно и комфортно и в таком интерьере, но нельзя не отметить, что тенденция выбирать стиль «Лофт» свойственна именно людям с низким показателем аутосимпатии.

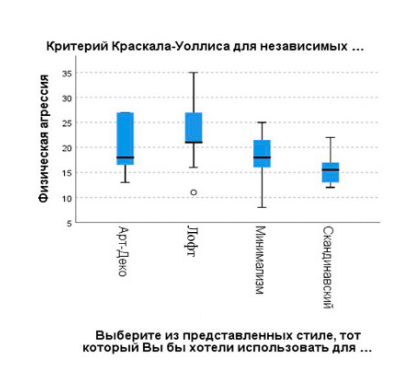


Рис. 7. Различия показателя «Физическая агрессия» по критерию Краскала-Уоллиса для независимых переменных между предпочитаемыми стилями интерьера

2) «Арт-Деко». Любители Арт-Деко показали значимо высокий уровень *Глобального самоотношения* по сравнению со всеми респондентами, выбравшими остальные стили (см. рис. 8) (по сравнению с Лофт $p = 0,011$; с Минимализмом $p = 0,006$; с Скандинавским $p = 0,046$), а также значимо высокий *Уровень ожидания от других* (см. рис. 11) по сравнению со всеми рассматриваемыми стилями (по сравнению с Лофт $p = 0,003$; с Минимализмом $p = 0,021$; с Скандинавским $p = 0,041$). Глобальное самоотношение отражает общее, недифференцированное чувство «за» или «против» самого себя, оно определяет веру человека в свою успешность в важных для него сферах жизни, среди которых и социальное взаимодействие, отношения с другими людьми. Высокий показатель этой шкалы выражает и высокую степень уверенности в собственном «Я», и безусловную веру в собственную успешность, высокую самооценку. А высокий показатель ожидаемого отношения от других показывает, что для предпочитающих Арт-Деко очень важна своя способность вызывать у других людей уважение и симпатию. Интересно, что такая спайка чувства уверенности в собственном «Я» и высокий показатель ожидания от других положительно коррелирует с показателями «Нарциссизма», по данным работы Польской Н. А., Соловьяновой Ю. А. (Польская, Соловьянова, 2019). Считаем необходимым проверить склонность к нарциссизму любителей Арт-Деко в будущем исследовании, но пока что проинтерпретируем полученный результат, снова обратившись к описанию истории стиля. Арт-деко – (сокращение от названия выставки «L'Exposition Internationale

des Arts Decoratifs et Industriels Modernes», состоявшейся в 1925 г. в Париже) — художественный стиль оформления, используемый от ювелирных украшений до интерьера. Считается, что это – последний «шикарный стиль» в истории моды. Сознательно ориентированный в прошлое, он был призван воплотить дух респектабельности и надежности, стремился к роскоши и воплощался в сочетании экзотического и примитивного искусств, в самых разных декоративных элементах в интерьере, ярких и смелых цветовых сочетаниях, в то же время не забывая о стремительно развивающемся индустриальном настоящем. В Америке стиль оказался очень быстро, в 30-х годах прошлого века, приобрёл популярность в Голливуде под именем «стиля звезд» и превратился из чисто французского явления во всемирно признанный символ эффектности (Обухова, 2010). Безусловно, это самый роскошный по внешнему убранству стиль из представленных нами в данном исследовании.

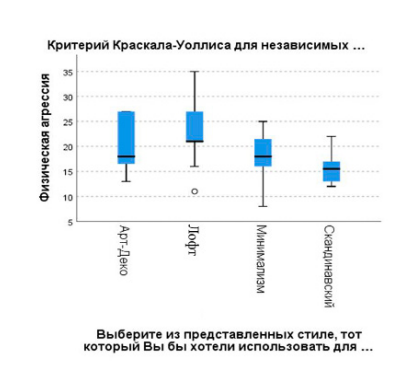


Рис. 8. Различия показателя «Глобальное самоотношение» по критерию Краскала-Уоллиса для независимых переменных между предпочитаемыми стилями интерьера

3) «Скандинавский». Респонденты, выбирающие *Скандинавский* стиль, прежде всего характеризуются значимо низким уровнем физической агрессии по сравнению со всеми другими рассмотренными стилями (Минимализм $p = 0,038$; Арт-Деко $p = 0,035$; Лофт $p = 0,003$). Наша изначальная гипотеза о низкой агрессивности именно у предпочитающих «Скандинавский» стиль подтвердилась. Мы выдвинули свое предположение, опираясь на главные принципы данного стиля: чистые линии, свет, лаконичность, демократизм, уют и

мягкость. Кроме того, следует напомнить историю рассматриваемого стиля. Он имеет глубокие исторические корни, но наибольшее развитие стиль получил с начала 1945 года в ставшей социалистической Швеции. Под руководством Готхарда Йохансона (теоретика дизайна) здесь была реализована программа под названием «Жилищный тест», в основе чего лежала адаптация функционализма, направления, эстетика которого определялась как прогрессивная и политически корректная (Беликова, 2018). Социалистические принципы, в широком понимании трактующиеся как стремление к миру, основанному на гармоничной социальной организации, к чему стремится всё шведское общество, были заложены в скандинавском стиле, и, по-видимому, до сих пор имеют отклик у людей, разделяющие подобные ценности.

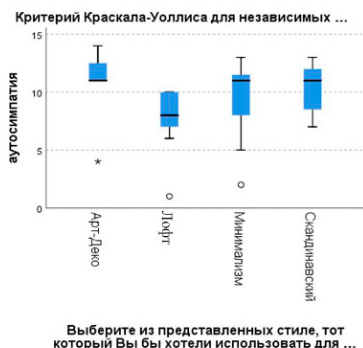


Рис. 9. Различия показателя «Аутосимпатии» по критерию Краскала-Уоллиса для независимых переменных между предпочитаемыми стилями интерьера

4) *Минимализм*. Единственный стиль, где в рамках нашего исследования не удалось найти чёткие психологические особенности у людей, его предпочитающих. Но и как нейтральный минимализм не может быть охарактеризован: по уровню физической агрессии его сторонники весьма незначительно уступают предпочитающим Арт-Деко. Интересные различия мы получили по шкале «Отношение других» (см. рис. 11), где любители минимализма имеют выше показатель по этой шкале по сравнению с любителями Скандинавского стиля ($p = 0,05$), но значимо ниже у них этот же показатель по сравнению с любителями Арт-Деко ($p = 0,006$). Это значит, что любители

минимализма всё-таки склонны обращать внимание на отношение к себе других, им важна эта характеристика. Такой результат можно объяснить сложностью технического воплощения данного стиля: для его реализации нужно потратить много сил и средств. Очевидно, не имея скрытого, неосознанного желания впечатлеть других, человек будет менее склонен ему следовать. Однако отношение к ним других для любителей этого стиля не так важно, как для любителей «Арт-Деко». Традиционный минимализм исповедует принцип «чем меньше, тем лучше, это весьма строгая концепция: оставить только самое необходимое, то, что требуется для элементарного выживания» (Fortin, Quilici, 2019). Здесь ценится прочность, функциональность, индивидуальность, выдержанные в одном стиле, и всё должно быть не просто в меру, а аскетично, скромность тоже заложена в первоначальную идею «Минимализма».

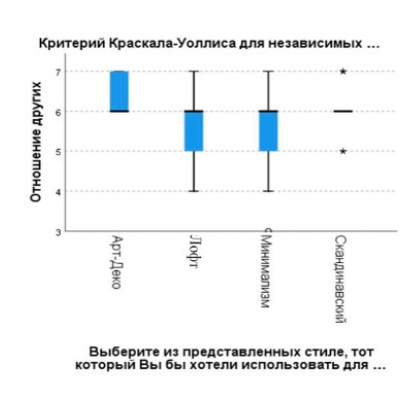


Рис. 10. Различия показателя «Отношение других» по критерию Краскала-Уоллиса для независимых переменных между предпочитаемыми стилями интерьера

Сравнение показателей, полученных при изучении каждого стиля, показало.

1) Выбирающие стиль «Лофт» отличаются от предпочитающих другие рассмотренные стили статистически значимым низким показателем аутосимпатии (см. рис. 9) с предпочтениями «Арт-Деко» $p = 0,07$, «Скандинавский» $p = 0,013$, Минимализм = $0,039$, высоким уровнем физической агрессивности на уровне тенденции (см. рис. 7) по сравнению с «Арт-Деко» и «Минимализм», и статистически значимо выше со «Скандинавским» стилем ($p = 0,003$), Также низким

уровнем глобального самоотношения (см. рис. 8) на уровне тенденций с «Минималистами» и «Скандинавскими» и статистически значимо ниже любителей «Арт-Деко» ($p = 0,011$). И статистически низким показателем «Отношения других» по сравнению с «Арт-Деко» ($p = 0,039$)

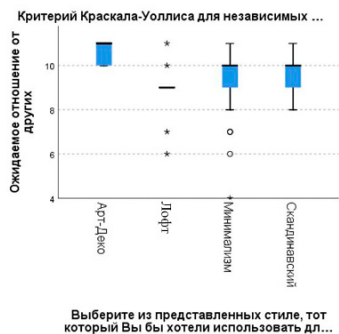


Рис. 11. Различия показателя «Ожидаемое отношение от других» по критерию Краскала-Уоллиса для независимых переменных между предпочитаемыми стилями интерьера

2) Любители Арт-Деко показали значимо высокий уровень *Глобального самоотношения* по сравнению со всеми остальными стилями (по сравнению с Лофт $p = 0,011$; с Минимализмом $p = 0,006$; с Скандинавским $p = 0,046$) (см. рис. 8) 6). Высокий уровень *Аутосимпатии* (см. рис. 7), но значимо только с Лофт ($p = 0,007$) и значимо высокий *Уровень ожидания от других* (см. рис. 11) по сравнению со всеми рассматриваемыми стилями: по сравнению с Лофт $p = 0,003$; с Минимализмом $p = 0,021$; с Скандинавским $p = 0,041$. А также высокий уровень *Отношения других* (см. рис. 10), но только в сравнении с Минимализмом ($p = 0,006$) и Лофт ($p = 0,039$).

3) Респонденты, выбирающий *Скандинавский* стиль, характеризуются значимо низким уровнем физической агрессии по сравнению со всеми другими рассмотренными стилями (Минимализм $p = 0,038$; Арт-Деко $p = 0,035$; Лофт $p = 0,003$), а также низким значением шкалы отношения других (см. рис. 10) по сравнению с любителями «Минимализма» ($p = 0,056$) и «Арт-Деко» ($p = 0,006$)

Выводы

Целью проведенного исследования было выявление факторов, которые определяют стремление людей сконструировать своё жизненное пространство, а также раскрыть мотивы, на основании которых человек совершает выбор интерьера или почему склонен выбирать тот или другой стиль. То есть, мы стремились выяснить, существуют ли связи между личностными особенностями человека и стилем, выбираемым им для оформления своего интерьера. Ответы на эти вопросы с одной стороны помогают понять связь стиля интерьера с повседневностью и идентичностью людей, а с другой стороны изучить, может ли конкретный, выбранный самим человеком интерьер стать дополнительной реальностью, помогающей улучшению психологического состояния.

Проведённое нами исследование отвечает лишь на часть вопросов, но ставит и новые. Прежде всего было обнаружено, что особенности «Ожидаемое отношение других», «аутосимпатии», «ожидаемого отношения», «физическая агрессия» и «глобальное самоотношение» могут выступать основаниями структурирования личностью своего жизненного пространства.

Можно предполагать, что та позиция, которую занимает человек по отношению к самому себе, отражается и в выборе физического пространства вокруг себя. Однако кажется очевидным и обратный процесс: устоявшиеся стили интерьера уже несут в себе психологическое содержание, жизненный стиль, идею, не просто заложенную в стиль интерьера, а выраженную в нем, и это привлекает людей с созвучными этой идее жизненными ценностями. Наиболее явно это отражено в выборе Скандинавского стиля, в большей степени, нежели другие, предоставляющий человеку возможности для релаксации. Поэтому в данном случае можно предположить именно взаимосвязь между личными качествами людей и заложенными в интерьере возможностями. Менее явно эта связь проявляется в выборе других интерьеров.

Хотя можно говорить о том, что выбирающие стиль Лофт, для которого характерно нагромождение не всегда хорошо структурированных, но демонстративных деталей может свидетельствовать, с одной стороны, о стремлении людей к агрессивному позиционированию себя, а с другой – о неуверенности и невысокой самооценки, которые и должен компенсировать выбранный стиль.

Большое количество деталей в стиле Арт-Деко, в отличие от стиля Лофт, хорошо связаны между собой, они сочетают демонстративное стремление к роскоши и стремление к сибаритству. Именно это сочетание, видимо, и импонирует тем респондентам, которые выбрали этот стиль и которые высоко оценивают себя.

Эти материалы раскрыли некоторые особенности личности, проявляющиеся при выборе стиля интерьера. Однако нам ещё предстоит расширить как перечень рассматриваемых черт и особенностей личности, так и количества стилей для получения новых и более полных данных, что мы планируем сделать во второй части исследования. Представляется важным проверить и направления активности людей при широких (пусть воображаемых) возможностях выбора персонального интерьера.

Благодарность

Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ №19-18-00516 «Транзитивное и виртуальное пространства – общность и различия».

Литература

Анисимова, А.В. Минимализм в интерьере // Ресурсам области – эффективное использование: Сборник: материалов XIX Ежегодной научной конференции студентов Технологического университета, Москва, 03 апреля 2019 года. М.: Общество с ограниченной ответственностью «Научный консультант», 2019. С. 58–595.

Артеменко, А.П. Артеменко, Я.И. Гуманизация, или технологии «мягкой власти» в городском пространстве: семиотика лофта // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2018. Т. 11. № 3. С. 319–331.

Беликова, Д.А. Скандинавский дизайн // От модерна до авангарда. Историческая среда городов и сохранение архитектурного наследия: Материалы международных научно-практических конференций «Пространство Шехтеля» и «Эпоха Мельникова». Саратов: Общество с ограниченной ответственностью Издательство «КУБиК», 2018. С. 58–63.

Глотова, Н.И, Герауф, А.Ю. Легализация параллельного импорта: решение проблемы дефицита товаров мировых брендов // Общество. Экономика. Культура: актуальные проблемы, практика решения: сборник научных статей XII Международной научно-практической конференции. Барнаул: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2022. С. 3–8.

Гришина, Н.В. Психология конфликта 2-е изд. СПб.: Питер, 2008.

Ениколопов, С.Н., Цибульский, Н.П. Психометрический анализ русскоязычной версии Опросника диагностики агрессии А. Басса и М. Перри // Психологический журнал. 2007. № 1. С. 115–124.

Макишева, С.А. Жилой интерьер в архитектуре промышленного назначения: философия и психология проживания // Дизайн и художественное творчество: теория, методика и практика: Материалы I международной научной конференции / Под редакцией В.Б. Санжарова, Д.О. Антипиной. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2016. С. 379–385.

Наумова, Е.Г., Наумов, Н.В. Влияние инновационных технологий и материалов на формирование минималистического дизайн-стиля современного интерьера // Строительство и архитектура – 2015: материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону: Редакционно-издательский центр РГСУ, 2015. С. 126–128.

Обухова, Ю.А. Арт деко – в искусстве и дизайне XX века // Деятельностное понимание культуры как вида человеческого бытия: Материалы VII Международной научной конференции / Ответственный редактор В.И. Полищук. Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2010. С. 179–180.

Польская, Н.А., Соловьянова, Ю.А. Нарциссические черты личности и их взаимосвязь с разными аспектами самоотношения в молодежной выборке // Клиническая и специальная психология. 2019. Т. 8. №. 4. С. 74–92.

Саркисов, В.Б. Оценка товарооборота в России в условиях санкционных ограничений // Проблемы и перспективы разработки и внедрения передовых технологий : Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2022. С. 79–82.

Столин, В.В., Панталеев, С.Р. Опросник самоотношения // Практикум по психодиагностике: Психодиагностические материалы. М.: Изд-во Московского университета Москва, 1988. С. 123–130.

Fortin, C. Quilici, K. New Minimalism: Decluttering and Design for Sustainable, Intentional Living. New York: Sasquatch Books, 2019

Сведения об авторе

Владимир А. Карпук, аспирант, Институт психологии им А.С. Выготского, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская площадь, д. 6; karpuke_va@mail.ru

Karpuk V.A.

Interior as an everyday reality and as an addition to a personal identity

Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

In the modern world, it appears a clear personal need to live in a certain style: to form or adopt a life style and, in accordance with it, design the living space. Such a need not only persists, but also intensifies in a situation of rigid transitivity and can serve as the basis for coping with a situation of uncertainty and preserving individual real space. The article presents the results of a pilot study on the characteristics of aggressiveness, self-attitude and behavioral styles of people who prefer one of the four interior styles identified by designers depending on the different degree of aggressiveness: Loft, Art Deco, Minimalism and Scandinavian. The final sample included 55 respondents. Material which was empirically obtained, indicating that the features: “expected attitude of others”, “autosympathy”, “expected attitude”, “physical aggression” and “global self-attitude” – can serve as the basis for structuring a person’s life space. The results obtained make it possible to reveal whether there is a conscious or potentially present in the mind connection between people’s attitude to themselves and to the world and the choice of an interior that carries certain values and relationships already embedded in it. The values inherent in the Scandinavian style are more open and therefore this style can be chosen by people with greater awareness. Loft and Art Deco styles carry many hidden and not always positive meanings that characterize people, and therefore their choice may indicate ambivalent experiences and insufficient harmony in relations with oneself and with the world. The obtained results also raise new questions about the role of personal characteristics in the formation of everyday life and compensation or the implementation of personal motivation in the arrangement of one’s housing.

Key words: interior design, living space, design psychology, real space, psychology

For citation: Karpuk, V.A. Interior as an everyday reality and as an addition to a personal identity. *New Psychological Research*, No. 4, 188–207. DOI: 10.51217/npsyresearch_2022_02_04_09

Acknowledgement

The experiment was carried out with the support of the Russian Science Foundation grant No. 19-18-00516 “Transitive and virtual spaces – commonality and differences”.

References

Anisimova, A.V. (2019). Minimalism in the interior. In *Resursam oblasti – effektivnoe ispol'zovanie: Sbornik: materialov XIX Ezhгодnoi nauchnoi konferentsii*

studentov Tekhnologicheskogo universiteta (pp. 58–59). Moscow: Obshchestvo s ogranichennoi otvetstvennost'yu “Nauchnyi konsultant”.

Artemenko, A.P., Artemenko, Y.I. (2018). Humanization, or “soft power” technologies in urban space: loft semiotics. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya*, 11(3), 319–331.

Belikova, D.A. (2018). Scandinavian design. In *Ot moderna do avangarda. Istoricheskaya sreda gorodov i sokhranenie arkhitekturnogo naslediya: Materialy mezhdunarodnykh nauchno-prakticheskikh konferentsii “Prostranstvo Shekhtelya” i “Epokha Mel'nikova”* (pp 58–63). Saratov: Obshchestvo s ogranichennoi otvetstvennost'yu Izdatel'stvo «KUBiK».

Enikolopov, S.N., Tsubulsky, N.P. (2007). Psychometric analysis of the Russian version of the A. Bass and M. Perry Aggression Diagnostic Questionnaire. *Psikhologicheskii zhurnal*, 28(1), 115–124.

Fortin, C, Quilici, K. (2019). *The New Minimalism. Rational approach to the design of living space and improving the quality of life*. New York: Sasquatch Books

Glotova, N.I., Gerauf, A.Yu. (2022). Legalization of parallel imports: solving the problem of deficiency of goods of world brands. In *Obshchestvo. Ekonomika. Kul'tura: aktual'nye problemy, praktika resheniya: sbornik nauchnykh statei XII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* (pp. 3–8). St. Petersburg: Sankt-Peterburgskii universitet tekhnologii upravleniya i ekonomiki.

Grishina, N.V. (2008). *Psychology of conflict*. St. Petersburg: Piter, 2008.

Myakisheva, S.L. (2016). Residential interior in industrial architecture: philosophy and psychology of living. In *Dizain i khudozhestvennoe tvorchestvo: teoriya, metodika i praktika: Materialy I mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* (pp. 379–385). St. Petersburg: Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet promyshlennykh tekhnologii i dizaina.

Naumova, E.G., Naumov, N.V. (2015). Influence of innovative technologies and materials on the formation of the minimalist design style of a modern interior. In *Stroitel'stvo i arkhitektura – 2015: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* (pp. 126–128). Rostov-on-Don: Redaktsionno-izdatel'skii tsentr RGSU.

Obukhova, Yu.A. (2010). Art deco in art and design of the xx century. In *Deyatel'nostnoe ponimanie kul'tury kak vida chelovecheskogo bytiya: Materialy VII Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* (p. 179). Nizhnevartovsk: Nizhnevartovskii gosudarstvennyi universitet.

Polskaya, N.A., Solovyanova, Yu.A. (2019). Narcissistic personality traits and their relationship with different aspects of self-attitude in the youth sample. *Klinicheskaya i spetsial'naya psikhologiya* 8(4), 74–92.

Sarkisov, V.B., Javakhova, Z.A. (2022). Assessment of commodity turnover in russia under the conditions of sanctional limitations. In *Problemy i perspektivy razrabotki i vnedreniya peredovykh tekhnologii: Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-*

prakticheskoi konferentsii (pp. 79–82). Ufa: Obshchestvo s ogranichennoi otvetstvennost'yu "Aeterna".

Stolin, V.V., Pantileev, S.R. (1988). Questionnaire of self-attitude. In *Praktikum po psikhodiagnostike: psikhodiagnosticheskie materialy* (pp. 123–130). Moscow: Izd-vo Moskovskogo universiteta.

Information about the author

Vladimir A. Karpuk, postgraduate student, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya square, Moscow, Russia, 125047; *karpuk_va@mail.ru*