

Psychologie architektury domova

MgA. Kryštof Haničinec
Prof. Akad. Arch. Vladimír Soukenka
20. srpna 2022

ÚVOD

Naše zkoumání psychologie domova se bude zaměřovat na efekt estetických kvalit objektů, které v domácím prostoru nalezneme a to jak ovlivňují vnímání prostoru jako takového.

Výzkum psychologie domova skrz estetiku objektů je komplikovaná otázka, protože samotný koncept domácího prostoru a slova domov je velmi složitý, ale také má celá dotčená terminologie příliš otevřený význam. Bude tak důležité jednotlivé termíny specifikovat, tak jak pro nás budou důležité v rámci našeho zkoumání.

Domácím prostorem budeme obecně označovat architektonickou strukturu, která je ze strany obyvatele užívána ke škále obytných aktivit a zároveň je jako domov označována z emočních důvodů. Pokud jsou tedy splněny tyto dvě podmínky, můžeme zkoumaný systém/strukturu označovat jako domov.

Dalším výrazem v našem zkoumání je význam objektů a hodnoty jejich estetických medií. Objektem v tomto kontextu myslíme vizuálně vnímatelný 3D systém, který svými proporcemi nepřesahuje samotnou architektonickou strukturu a náleží mu estetické elementy vnímatelné v rámci kontur barev, materiálů a vyšších konceptů.

Budeme-li hovořit o estetice hodláme se převážně zabývat vizuálním aspektem atraktivnosti jednotlivých formalistických kvalit zmíněných objektů, ale také jejich abstraktními významy. Estetiku nebudeme vnímat v rámci její filozofické teoretické definice, ale spíše jako inherentní část všech vizuálně vnímatelných věcí v daném prostředí. Tyto vjemy musíme dále rozdělit podle mechanismu jejich tvorby, do dvou pro nás důležitých pracovních okruhů.

Prvním estetickým okruhem v hierarchie estetických názorů je aspekt viscerální/adaptivní (Norman, 2005). Zde hovoříme o estetických hodnotách, které vychází ze základních evolučních struktur a můžeme je obecně přijmout jako vrozené a jejich fungování je do velké míry reflexní. Stejná kritéria platí pro výskyt těchto preferencí v rámci našich evolučně blízkých příbuzných, což také poukazuje na adaptivní aspekt těchto mechanismů (Munar et al., 2015).

Druhým pro estetiku nezbytným procesem formování názorů je proces reflektivní nebo asociativní. Jeho hodnoty, na rozdíl od procesu adaptivního, nejsou součástí vrozených predispozic. Asociativní významy estetických hodnot jsou vytvářeny v rámci učení a reflexe zkušeností v kontextech jako jsou kulturně civilizační zázemí, sociální prostředí a celé řady dalších typů prostředí. Jedná o velmi komplexní rámce, které se mohou ve svých rozdílech a samotných vlivech značně lišit a jakákoliv obecnější aplikovatelnost zkoumaných závěrů může být tak, bez bližší specifikace velmi problematická.

Psychologické aspekty lidského chování, které mohou být prostřednictvím estetických kvalit ovlivňovány budeme sledovat v úzkém záběru, a to v rámci negativních mentálních projevů, tedy discomfortu/nepohodlí.

METODA

Cílem výzkumu bude popsat analytické přístupy prostorově objektové analýzy u reflektovaně estetických elementů. Nebude možné měřit a ani přesně definovat všechny možné rámce reflektivních vlivů, proto vytvoříme hierarchii nejaktivnějších skupin těchto vlivů, které vyhodnotíme jako dominantně se podílející na mentálně nepohodlných pocitech domova. Využijeme již realizovaných výzkumů a to hierarchizace abstraktních konceptů domova (Sixsmith, 1986) a hodnocení objektové v rámci osobnostních charakteristik (Gosling et al., 2002). Jako nadstavbu těchto poznatků přistoupíme k vlastní studii pomocí, které obohatíme rámce významů.

Jednou z klíčových metod je analýza domácích prostorů jednotlivých zkoumaných subjektů a to ne jen domovů současných, ale také domácích prostorů, kde trávili čas v dětství. Domníváme se totiž, že jedním z dominantně reflektivních celků je právě domácí prostředí, ve kterém se v útlém věku učíme celé řadě vzorců chování a to ne jen prostorách fyzických, ale také sociálních a všechny tyto formy vlivů jsou ve větší nebo menší míře přebírány (Maitland et al., 2013; Marino et al., 2012). Je naší hypotézou, že dominantní část esteticky preferovaných a komfortních estetických elementů bude stejným způsobem přebírána z prostorů rodině domácích. Budeme se proto v naší analýze zabývat zkoumáním přímo estetických kvalit v prostorech zkoumaných subjektů a jejich shodností nebo podobností s estetickými kvalitami v domácnostech, kde vyrůstaly.

Pro analýzu bude také nutné uvést komplexní hodnotící systém pro relevantní kvantifikovatelnost vlastních výstupů. Budeme možné použít systém v koncepčních rámcích podobný informačně teoretickým výpočetním celkům. Současně s vlastní analýzou prostoru budeme také analyzovat obyvatele, a to s ohledem na osobnostní charakteristiky, individuální rozdíly, rozdílné životní zkušenosti, sub-kulturních příslušnost a další. Domníváme se, že všechna tato kritéria mají dílčí dopad na estetickou významovost. I když se hodláme do velké míry zabývat reflektovaně asociativními významy, bude bez tak nezbytné do studie zanést, již zmíněné aspekty adaptivních elementů estetiky. To bude předmětem rozboru základních skladebních medií, která můžeme vnímat ve všech objektech bez výjimky. Půjde o barvu (Palmer & Schloss, 2010), kontury (Bar & Neta, 2006) a materiál, u materiálu je nutné podotknout, že tato problematika nemusí nutně spadat do adaptivních procesů. Dále je třeba prověřit interakce objektové kompozice s prostorově strukturálními parametry jako jsou vnímaná výška, hloubka a atmosféra prostoru.

ZÁVĚR

Výsledkem výzkumu by měl být výčet elementů objektů s jejich reflektovaně popsány asociacemi na vazby konkrétních subjektů. Stejně složitým problémem může být analytický přístup k obecné formě objektů, tak jak je pro účely experimentu definujeme. Estetiku jako zkoumaný okruh budeme interpretovat ve dvou již zmíněných odvětvích, kde v případě motivací viscerálně adaptivních bude většina našich závěrů vycházet z hodnocení sekundárních dat a teoretických závěrů. Motivace estetických závěrů reflektovaně asociativních bude už otázkou vlastních kritérií autorského výzkumu, který by měl odhalit dominantní aktéry ve tvorbě ne jen zásadních efektů estetiky domácího obytného prostředí, ale také některých vzorců chování uvnitř prostoru obecně.

LITERATURA

1. Norman, D. (2005). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things* (1st edition). Basic Books.
2. Munar, E., Gómez-Puerto, G., Call, J., & Nadal, M. (2015). Common Visual Preference for Curved Contours in Humans and Great Apes. *PLOS ONE*, 10(11), e0141106. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0141106>
3. Sixsmith, J. (1986). The meaning of home: An exploratory study of environmental experience. *Journal of Environmental Psychology*, 6, 281–298. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(86\)80002-0](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(86)80002-0)
4. Gosling, S. D., Ko, S. J., Mannarelli, T., & Morris, M. E. (2002). A room with a cue: Personality judgments based on offices and bedrooms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 379–398. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.3.379>
5. Maitland, C., Stratton, G., Foster, S., Braham, R., & Rosenberg, M. (2013). A place for play? The influence of the home physical environment on children's physical activity and sedentary behaviour. *The International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 10, 99. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-10-99>
6. Marino, A. J., Fletcher, E. N., Whitaker, R. C., & Anderson, S. E. (2012). Amount and environmental predictors of outdoor playtime at home and school: A cross-sectional analysis of a national sample of preschool-aged children attending Head Start. *Health & Place*, 18(6), 1224–1230. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2012.08.004>
7. Palmer, S., & Schloss, K. (2010). An ecological valence theory of color preferences. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 107, 8877–8882. <https://doi.org/10.1073/pnas.0906172107>
8. Bar, M., & Neta, M. (2006). Humans Prefer Curved Visual Objects. *Psychological Science*, 17(8), 645–648. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01759.x>