

ESTETICA ÎN DESIGNUL AMBIENTAL

AESTHETICS IN ENVIRONMENTAL DESIGN

ȘTEFANA-ROXANA STOICA¹

doctor, asistent universitar,

Universitatea Națională de Arte George Enescu, Iași, România

<https://orcid.org/0009-0007-7632-5150>

CZU 747.01

DOI <https://doi.org/10.55383/amtap.2025.1.19>

Subiectul esteticii în designul ambiental este unul de amploare, care se subordonează subiectului general de proiectare, însă se poate dezbate și separat, apelând chiar la partea umană de comunicare și interpretare a esteticii. Estetica reprezintă partea vizuală a unui proiect de design, reprezintă creația ce emană o anumită stare care ne introduce într-un anumit subiect. Amenajarea unui interior creează o experiență vizuală care se justifică prin felul în care sunt organizate lucrurile. Atenția asupra detaliilor ține tot de partea estetică și de capacitatea designerului de a crea o compoziție armonioasă.

Cuvinte-cheie: estetică, design, ambiental, spațiu, interior, comunicare, vizual, detalii

The topic of aesthetics in environmental design is a broad one, which falls under the general subject of design but can also be discussed separately, even addressing the human aspect of communication and interpretation of aesthetics. Aesthetics represents the visual aspect of a design project, the creation that emanates a certain state, drawing us into a specific subject. The arrangement of an interior creates a visual experience justified by the way things are organized. Attention to detail is also part of aesthetics and reflects the designer's ability to create a harmonious composition.

Keywords: aesthetics, design, environmental, space, interior, communication, visual, details

¹ E-mail: stoica_stefana93@yahoo.com

Introducere

Procesul gândirii estetice în ambientarea unui spațiu este unul complex și vizează realizarea corectă după normele de proiectare a tuturor elementelor și obiectelor din spațiu ce intră în conexiune, dar mai ales acest proces ține de interacționarea și comunicarea cu beneficiarii în vederea extragerii informațiilor necesare demarării ideilor de concept ale spațiului interior și pentru trasarea ariei de documentare și de dezvoltare a variantelor de design în care partea estetică este foarte importantă în impactul pe care-l va avea acea destinație.

„Omul e producător de imagini” [1 p. 12] – există o necesitate a omului de a „transforma experiențele în simboluri vizuale” [1 p. 12]. Experiența estetică se întâlnește atât în artă cât și în design și poate fi exprimată ca o satisfacție [1 p. 14] – idee emisă de către filosoful Albert Chandler, reamintită de Knobler în cartea sa „Dialogul vizual”. Acea satisfacție este dezvoltată de către indivizii care iau contact cu perimetrul vizual, starea lor de spirit plîindu-se pe ceea ce dorește să exprime ambientul.

Percepția esteticii unui spațiu poate fi transmisă și prin adoptarea unui așa-zis test de înțelegere și de asociere a materialelor cu anumite zone stilistice. Spre exemplu, se poate încerca pășirea într-o încăpere amenajată, legați la ochi, pentru a fi surprinși și curioși, totodată, de felul în care arată acel spațiu. O să observăm că simțul olfactiv și cel auditiv sunt activate la capacitate maximă, iar cel tactil în acest caz este foarte important. Astfel, în mintea umană se creează conexiuni bazate pe trăirile sau amintirile anterioare, bazate pe cunoștințele personale sau pe cultura fiecăruia. Estetica în spațiul ambiant nu doar se vede, ci și se simte.

„Frumusețea este armonia tuturor părților între ele, îmbinate cu proporție și înălțuire..., astfel încât nimic nu poate fi adăugat sau scos, sau schimbat de acolo fără a strica ansamblul” [1 p. 45], susținea arhitectul Italian Battista Alberti încă în secolul XV. Această definiție a frumuseții în artă se poate aplica și pentru marjele de proiectare în designul interior, privind partea estetică a proiectului. „Frumosul produce plăcere prin crearea unei senzații vizuale, acustice sau tactile” [1 p. 45], după cum remarcă esteticianul Edgar Carrot – idee emisă de acesta în secolul XX.

Experiența estetică în ambient

În sistema artelor vizuale care se împart pe genuri de artă, se regăsește designul ambiant – de interior. Metodele de cercetare sunt universal valabile în toate genurile de artă și se bifează etapizat, după cum urmează: documentarea, analiza, sinteza. În etapa de analiză se efectuează metodic „epuizarea tuturor aspectelor concrete, necesitând o exersare prealabilă a ochiului” [2 pp. 39-41]. Particularizarea aspectelor esențiale ale esteticii designului [3 p. 272] reprezintă o parte foarte importantă în conceptul de design. Designerul acționează asupra proiectului său din mai multe puncte de vedere: „structural, funcțional și estetic-semantic” [3 p. 273].

Semnificația itemilor estetici dintr-un ambient reprezintă un cumul de idei sau informații din diverse domenii, precum arta, știința, literatura, mitologia, magia etc., iar toate acestea formează orizontul cultural [2 p. 43]. Direcția semnificației elementelor subtile amplasate în ambient gravitează după cum se configurează expresia. Sensul unui lucru are caracter general, iar conștientizarea înțelesului ține de semnificațiile redate prin simboluri. Înțelegerea simbolurilor este strâns legată de orizontul cultural al fiecăruia [2 p. 43]. Direcțiile de lectură a interpretărilor estetice în momentul privirii unui ambient pot porni pe direcție verticală, orizontală sau diagonală.

Judecata valorii, calității, a informației pe care o transmite un ambient sau o randalinare a acestuia ar trebui să trezească în persoane comentarii și opinii în asonanță cu convingerile designerului, însă pot exista cazuri în care unele persoane să aibă opinii și interpretări contradictorii cu gândurile designerului din cauză că intervine nivelul de cunoaștere și înțelegere al subiectului propus spre dezbatere estetică. Interpretarea unei imagini pe fundament estetic poate fi subiectivă sau obiectivă. Uneori plăcerea estetică stă în starea de spirit de moment. Indivizii sunt atrași de anumite locuri prin simplul fapt că le trezește o stare de care au nevoie în acel moment. Cu alte cuvinte, se poate enunța faptul că

estetica este în strânsă legătură cu aria psihologică. Nuanțele nu se selectează aleatoriu în designul interior, ci după efectele psihologice și simbolice ale acestora.

Psihologul american James W După susține: „Fiecare gând emoțional al omului natural își poartă cu sine crezarea” [2 p. 55]. A afirma, în artă sau în design, înseamnă a concepe cu pasiune. Aici punctăm cuvântul de ordine, „crezarea” – ceea ce unui designer ambiental îi este necesară pentru a-și afirma convingerile prin modalitatea de elaborare a proiectelor.

Viața cotidiană și civică semnalează nevoia de desfășurare a activităților în moduri distincte sau similare uneori, însă acestea se diferențiază mai exact prin gradul necesității de intimitate oferit de acel spațiu. Prin locurile denumite „publice” se poate înțelege o zonă exterioară, în natură, spre exemplu, o esplanadă, la care au acces liber absolut toate tipurile de persoane, de toate vârstele și categoriilor sociale; însă, dacă ne referim la o zonă delimitată vizual prin anumite elemente de signalistică sau prin finisaje, atunci ne putem referi la o îngrădire a unui perimetru destinat desfășurării activității unui local, spre exemplu, care, prin estetica propusă, se adresează indirect unei anumite categorii de clienți.

Așadar, estetica unui ambient dorește să activeze în subconștientul oamenilor anumiți parametri de regăsire a stilului, a personalității și, de ce nu, poate chiar să trezească sentimentul de curiozitate, făcându-i astfel pe indivizi să le „treacă pragul”. Indivizii își aleg să-și petreacă timpul într-un spațiu în funcție de tipul întâlnirilor – formale sau informale. „Între om și obiectele de care se înconjoară există o empatie, o sinceritate” [4 p. 7] în modul în care aceștia percep viața; de aici și tipul preocupărilor acestora care determină necesitatea desfășurării activității într-un ambient propice relaxării sau dezvoltării lor, de la caz la caz.

Estetica atrage. Estetica trezește simțuri. Estetica trimite spre o anumită stare. Interesant este faptul că un spațiu interior „vorbește” prin toate simțurile. În primul rând, prin impactul estetic, apoi, când luăm contact cu obiectele din spațiu, se activează simțul tactil, iar când facem câțiva pași în încăpere începe ușor să intre în armonie simțul auditiv, care poate fi precedat de cel olfactiv, făcând totodată trimiteri la cel gustativ. Nu întotdeauna enumerarea simțurilor o regăsim în aceeași ordine. Aici depinde de specificul locului în care ne aflăm.

Noțiuni generale ale esteticii în designul ambiental privind desfășurarea gândirii proiectelor

„Anumite spații sunt considerate inferioare din cauza activităților care se desfășoară în ele și a oamenilor care le folosesc” [5 p. 14]. Ideea de interioritate sau superioritate a unor persoane față de altele apare în locuințe, în funcție de diagramele de spațialitate realizate după necesitățile activităților de desfășurare în acele încăperi. Compartimentarea unei case se poate realiza împreună cu designerul sau împreună cu arhitectul și designerul (dacă proiectul este în stadiul incipient, construcția fiind neridicată). Compartimentarea unui spațiu interior ține cont de destinația încăperilor, de numărul de persoane care-și vor petrece timpul în acel perimetru, dar se va avea în vedere și ierarhia dintre aceștia. Dacă ne referim la o locuință unifamilială modestă, atunci dormitorul matrimonial va avea un spațiu mai mare decât o cameră a unui copil. Dacă ne referim la o locuință în care conviețuiesc mai multe persoane ale familiei și poate chiar dețin încăperi pentru personalul care face curățenia sau mâncarea în casă, atunci desigur se poate prevedea în plan chiar o anexă pentru aceștia. Cel mai probabil estetica anexei casei nu va fi la același nivel cu cea a casei propriu-zise. Motivul nu stă în lipsa monetară, ci în subtilitatea estetică de intuire a nivelului de trai al proprietarilor și de a sublinia pentru „public” cine este deținătorul casei. Partea estetică a designului ambiental este foarte puternică. Estetica reflectă temperamentul proprietarului, plăcerile acestuia, cultura și chiar religia acestuia.

În etapele procesului de design dimensiunea estetică [6 p. 174] este definitorie în importanța finalității proiectului, per total. Funcția estetică este în conexiune cu funcția sintactică și cea funcțională [6 p. 175]. Designerul ambiental trebuie să fie conștient de faptul că ceea ce propune la nivel estetic în proiect se va materializa, iar rezultatul finit, cel palpabil, trebuie să fie identic cu randalinările prezentate clientului. Randalinările trebuie să redea cât mai fidel realitatea finalizării proiectului în real. Așadar, designerul ambiental pune la dispoziția beneficiarului lista de materiale de finisaje, lista obiectelor

de mobilier și a celor sanitare. Moodboard-ul în procesul de design este foarte important. Acesta se concepe înainte de a integra materialele și obiectele în randalinări. Practic, încă o dată realizăm faptul că partea estetică, cea vizuală, este foarte importantă în luarea deciziilor. „Activitatea designerului este o împletire permanentă a ieșirilor estetice legate de caracteristici semantice racordate la beneficiar” [6 p. 175]. Elementele estetice în design subliniază cerințele structurale și funcționale în spațiul interior; designerul devenind un intermediar care ajută la vizualizarea acestor intenții [6 p. 176].

Crearea unei stări în ambient este susținută și prin lumina naturală sau artificială, directă sau indirectă, difuză sau concentrată pe o zonă sau un obiect anume. Percepția este modelată prin jocul de lumini și umbre [6 p. 178]. Lumina influențează percepția vizuală a suprafețelor, formelor și texturilor.

Estetica în designul ambiental se bazează pe principiile de compoziție spațială, în care se regăsește conceptul armoniei dintre elemente, unde intră noțiunile ce țin de amplasare și scalare a obiectelor de decor, ceea ce poate duce spre un ritm anume. Ritmul se poate crea din modalitatea de amplasare a obiectelor în spațiu, prin dimensiunile și formele utilizate în ambient, prin modularitatea pieselor de mobilier ș.a. Proporția în designul ambiental este esențială, în primul rând, în plan funcțional, dar și în plan estetic.

Principiul armoniei [6 p. 179] estetice într-un interior poate fi redat din elementele pe care le considerăm monotone sau repetitive, intercalate cu altele pe care le „aruncăm” aleatoriu (la prima vedere), însă acestea nu sunt lăsate în voia sorții, ci sunt amplasate strategic pentru a rupe din acea stare „seacă”, creând o dorită dezordine controlată.

Un proiect de design, din „fașă”, pornește cu un entuziasm, pentru a avea o finalizare cu impact vizual, astfel încât, prin schițele preliminare de concept și de idei, se conturează partea estetică. Pornind în a privi dimensiunea estetică, treptat, se urmează fazele de cercetare și analiză amănunțită în vederea realizărilor iterațiilor, a variantelor de mixare a diverselor forme, nuanțe, texturi și, de ce nu, stiluri.

Conținutul estetic dintr-un proiect al designerului reprezintă nucleul creației acestuia. Creația vizuală are un mesaj, o poveste. Dintr-un proiect de design ambiental putem extrage trăsăturile designerului, chiar putându-l privi ca pe un artist. Diferența dintre un designer interior și un artist vizual stă în marja de libertate a deciziilor cu privire la întregul proiect. Prin urmare, artistul are libertate nemărginită de visare, însă designerul trebuie să țină seama și de preferințele beneficiarilor, iar în plus gradul său de visare este îngăduit de constrângerile de funcționalitate și de spațialitate din spațiul pe care urmează să-l amenajeze.

Preferințele estetice se remarcă după preocupările indivizilor și după abilitățile, scopurile și intențiile lor. Totodată, deciziile acestora nu se limitează doar pe plan estetic, ci o alegere de design poate proveni din convingerile lor culturale, religioase, economice, dar țin, bineînțeles, și de partea funcțională a designului [7 pp. 128-129].

Estetica în designul ambiental propune o comunicare a mesajului vizual. Din diagrama elementară a comunicării putem desprinde noțiuni tangibile cu subiectul nostru. Aspectul sintactic al informației vizuale în ambient este dat de succesiunea semnalelor auditive, grafice, ș.a. Aspectul semantic al informației vizuale se mulează pe convențiile sociale, „deoarece semnificația nu este identică pentru toți participanții la actul comunicativ, aici se face distincția dintre informația semantică intenționată (informația pe care emițătorul vrea să o facă) și informația semantică realizată (informația pe care receptorul o desprinde din mesajul receptat)” [2 p. 45]. Ultimul aspect al comunicării este cel pragmatic care reprezintă efectul asupra receptorului, aici făcându-se un transfer de informație către receptor [2 pp. 45, 49].

În sfera esteticii cotidiene calitatea estetică se remarcă nu numai unde funcția estetică este cea principală sau în sine în operele de artă, ci apare și în zona ambianței cotidiene, unde oamenii intră în legătură directă cu materialitatea obiectelor [2 p. 30]. Modalitatea de gândire asupra esteticii existențialiste poate determina vaste teorii, printre care și cea expusă de scriitorul Jean-Paul Sartre – „conceperea artei ca realizare a unei esențe ascunse, mistice, transcendente realității...” [2 p. 31].

Experiența estetică, după cum susține filozoful american M. Beardsley, apare doar dacă o persoană este „unificată și plăcută prin faptul că este legată de forma și calitățile obiectului prezentat în mod

senzorial sau imaginar” [8 p. 81], concentrându-și astfel atenția asupra sa [9 p.12]. Experiența estetică se realizează în momentul în care atenția este orientată și concentrată, individul fiind astfel detașat de fluxul experienței cotidiene [9 p.12], punând în prim-plan ceea ce el gândește și dorește de fapt să regăsească în designul spațiului interior.

Evaluarea operei cu ajutorul calificativului „frumos” poate fi efectuată din perspectiva a două puncte de vedere diametral opuse – cel al observatorului și cel al creatorului. După cum afirmă Edgar Carrot la începutul secolului XX, frumosul produce plăcere, ca reacție la senzația vizuală, tactilă sau acustică [2 p. 34]. Un design „frumos” se încadrează în ordinele estetice care sunt stabilite și acceptate de către societate [2 p. 35]. Catalogarea unui design interior de a fi „frumos” ține de reacția emoțională a privitorului. Aceste reacții se diferențiază considerabil de la un privitor la altul. La identificarea urâtului și a frumosului în estetica spațiului ambiental se pune accent pe calitatea produselor și a materialelor sau pe starea pe care o emană încăperea, apelând la trezirea amintirilor (care pot fi plăcute sau, din contra, neplăcute) [2 p. 35]. Universul creativ are ca bază principiile estetice, gravitând în jurul reacțiilor și a emoțiilor „pe care le trezește un produs în interiorul ființei umane” [10 p. 48]. Complexitatea reacțiilor indivizilor în momentul contactului cu partea estetică a lucrurilor sau în momentul în care intră într-un spațiu interior se poate descrie mai exact prin citatul: „Experiența estetică este întotdeauna mai mult decât estetică” [11 p. 29] – idee susținută de N. Shusterman și preluată de la J. Dewey, ceea ce semnifică faptul că în fundamentul experienței estetice se regăsește o responsabilitate morală desprinsă din educarea civică a individului [9 p. 24].

Estetica în organizarea spațiului ambiental

Printre cuvintele de ordine raportate la aria spațiului interior ambiental se regăsește „organizarea” [2 p. 70] și se întâlnește în variantele de amplasare în plan ale pieselor de mobilier, ținând cont de standardele de ergonomie ale spațiului. În primul rând, organizarea spațiului are loc pe principiile de funcționalitate, însă designul înseamnă și o organizare plăcută, estetică a elementelor din spațiul ambiental. Organizarea estetică poate reprezenta modul în care se utilizează forma, culoarea, textura și linia stilistică în ambient. Culoarea respectă configurația formei, conduce la intuirea mesajului comunicat prin estetică. Linia estetică sau, metaforic vorbind, „firul narativ” dintr-un spațiu ambiental se formează prin ritmul creat în compoziția pe care o privim la 360 de grade, în plan orizontal, dar și vertical [2 p. 73].

Valoarea estetică se cuantifică în felul în care culoarea este amplasată în spațiul ambiental prin simetrie, echilibru sau repetiția acesteia, creând ritmul. Valoarea estetică este „valoarea pe care o are în virtutea plăcerii pe care o oferă strict în virtutea proprietăților sale perceptive” [7 p. 81]. Frumusețea oricărui spațiu este susținută de formele care se conectează între ele, realizând o compoziție estetică echilibrată, ordonată și armonioasă, ceea ce propune o atmosferă relaxantă [7 p. 81].

O estetică unitară se alcătuiește pornind de la noțiunea de varietate ori prin contrast, sau prin realizarea mișcării prin continuitate [2 pp. 74-77]. Unitatea estetică are loc în momentul în care elementele se alătură sau se îmbină armonios într-o anumită ordine. O estetică unitară a spațiului care se bazează pe contraste (de culoare) poate fi denumită ca fiind o comunicare a extremelor sau când se referă la relația de complementaritate a acestora, estetica în spațiul ambiental fiind propusă prin valorile opuse ale nuanțelor. De aici se dezvoltă un simț al echilibrului în compoziția tridimensională, unde este necesară o pondere a culorilor, texturilor și, implicit, a ideilor. Efectul de vibrație cromatică a suprafețelor de materiale este susținut de jocul de lumină și umbră [2 pp. 74-75].

Organizarea planului spațiului interior are legătură cu dimensiunea estetică în design sau este doar o etapă în care partea funcțională și ergonomică își spune cuvântul? Cu siguranță, organizarea unui spațiu interior, chiar și când ne referim la amplasarea pieselor de mobilier în planul orizontal cotelat, nu ține doar de eficientizarea mișcării noastre printre obiecte, ci este vorba și de modalitatea în care observăm formele obiectelor amplasate în spațiu. În funcție de suprafață și de constrângerile elementelor arhitecturale (stâlpi, grinzi) sau a zonelor de goluri de ușă sau ferestre, ne putem orienta spre variantele de mobilare.

Documentarea și selectarea pieselor de mobilier se face în mod subconștient, ținând cont de tipurile de activități pe care le știm că se vor desfășura în acel perimetru. Așadar, designerul va opta, spre exemplu, pentru corpuri de mobilier cu colțurile rotunjite sau în formă ovală, sau pe cerc, dacă primează siguranța (de exemplu, în cazul ambientării unei camere pentru copii, în locurile de joacă, în cabinetele medicale destinate copiilor etc.). Pe lângă formele obiectelor văzute în planul bidimensional, designerul este atent și la scalarea, amplasarea și crearea, până la urmă, a unei compoziții echilibrate vizual.

Universul estetic al designului ambiental se ghidează după principiile și normele de proiectare, țintește să bifeze în plan bidimensional și tridimensional, o compoziție corectă (având în considerare limitările tehnice sau estetice impuse de locație sau beneficiar) și, nu în ultimul rând, estetica este concepută prin modul în care designerul deține capacitate de filtrare a dorințelor beneficiarului, dar, în același timp, lăsându-și amprenta prin anumite elemente de finețe (elemente ce sunt descoperite, observate și înțelese de însuși designerul pe parcursul timpului). Gustul estetic diferă de la om la om, însă există de cele mai multe ori posibilitatea de a ajunge la un numitor comun, satisfăcător pentru ambele tabere (client versus designer). Gustul estetic al designerului trebuie să se modeleze după beneficiar, însă și designerul, la rândul său, are misiunea de a-i prezenta clientului opinii pro și contra asupra fiecărei variante de amplasare sau selectare a finisajelor sau pieselor de mobilier din spațiul ambiental. Altfel spus, universul estetic în designul ambiental necesită o comunicare verbală a ideilor, susținute de o prezentare a unor imagini vizuale.

Gustul are legătură cu plăcerea estetică și depinde de satisfacția utilizării unui produs sau de satisfacția petrecerii timpului într-un ambient. Senzația estetică reprezintă modul în care oamenii trec prin filtrul minții orice amănunt ce gravitează în jurul percepției, a condiției psihice personale, senzație ce poate avea diferite grade de plăcere [7 pp. 196-197]. Designul trebuie să fie plăcut și estetic la vedere. Modalitatea de observare a gradului de importanță estetică a designului interior se poate realiza printr-o evaluare [7 p. 200], prin simplul fapt al invitării mai multor persoane într-un anumit spațiu ambiental pentru a face schimb de opinii asupra designului, dar cel mai prețios moment și cel mai real este captarea grimaselor acestora în momentul în care pășesc în încăpere.

Limbajul estetic privind subtilitatea detaliilor în conturarea designului ambiental

Charles R. Swindoll, autor și pastor american, susține că „detaliile fac diferența”, ceea ce se referă la faptul că succesul și excelența se conturează din micile detalii a vieții de zi cu zi. Această ipoteză se regăsește deseori în predicile sale și subliniază dezvoltarea caracterului, punând accent pe organizarea timpului. Ca o paralelă cu subiectul abordat în acest articol – „Estetica în designul ambiental” – putem remarca o similitudine în modalitatea de abordare a proiectelor de design interior. Accentul pe detalii este esențial în spațiul ambiental.

În designul ambiental, pe lângă alegerea finisajelor și a pieselor de mobilier, cea mai mare importanță o au accesoriile sau obiectele de decor. Putem spune cu fermitate că un obiect de decor întregeste imaginea generală a compoziției spațiale. Obiectul de decor poate fi chiar cheia, punctul central de unde încep să graviteze celelalte forme ale obiectelor. Obiectul de decor poate fi observabil pe planul al doilea sau chiar pe ultimul plan, important este să nu pară a fi în plus, să nu pară din altă linie stilistică. Orice obiect de decor sau accesoriu, integrat greșit în ambient, poate face ca toată munca designerului să fie în zadar. Documentarea în privința alegerii obiectelor de detaliu în ambient trebuie realizată căutând aceeași categorie tematică [3 p. 273] pe plan estetic, dar și după funcțiile conexe ale obiectelor ce trebuie să satisfacă nevoile utilizatorilor.

Printre accesorii [12] amintim: mânerele unei uși, mânerele și picioarele pieselor de mobilier, sistemele de deschidere (a fronturilor, sertarelor etc.), estetica prizelor și a întrerupătoarelor, materialele textile selectate pentru dormitor (așternutul, cuvertura, fețele de pernă), materialele textile pentru living (pătura sau cuvertura, fețele de pernă), pentru locul unde se ia masa (fața de masă, napronul, suportul farfuriilor realizat din diverse materiale, suportul pentru lumânări și cel pentru șervețele, sfeșnicul,

estetica veselei și a tacâmurilor), pentru blatul din bucătărie (suportul de cuțite, tocătorul lăsat intenționat la vedere, oliviera sau zaharnița), pentru baie (covorașele și perdeaua de baie, suporturile pentru produsele de baie, mânerle de susținere în cabinele de duș, buretele sau anumite produse de curățare corporală lăuate intenționat cu logo-ul acestora la vedere), covoarele, draperiile și perdelele sau jaluzelele, suporturi de chei pentru masa tip consolă, bolurile pentru fructe, lumânări, rame foto, platouri de decor, umidificatoarele de aromatizatoare, oglinzile, vasele, chiar și plantele naturale sau artificiale care se amplasează în vase sunt percepute ca fiind elemente „accesorii” ale esteticii ambientale.

Comunicarea vizual-estetică urmează o linie stilistică care urmărește tendințele. Întreaga narațiune a designului [13 p. 239] unui produs este rezultatul unui proces complex de gândire a acestuia și de integrare a produsului într-o stilistică potrivită a spațiului ambiental. În plan social, designul a devenit un instrument ce conectează indivizii în societate [13 p. 239], iar prin estetica obiectelor pe care le selectează a fi utilizate sau prin decizia petrecerii timpului într-o anumită locație cu un design pe gustul acestora ei pot avea parte de o experiență minunată privind partea vizual-estetică.

Concluzii

În concluzie, calitatea laturii estetice a designului ambiental pornește încă din primele etape de dezvoltare ale proiectului. Pentru realizarea unui design estetic care să satisfacă dorințele beneficiarului este necesar ca aceștia să comunice. Un schimb de idei eficient ajută la o conturare mai clară și onestă a ariei estetice abordate în amenajare. Extragerea informației pe care o primește designerul din discuția cu beneficiarul și sentimentele pe care acesta le pune pe tavă pentru a fi „descoperit” mai amănunțit ajută designerul în studierea și crearea liniei stilistice de ambientare pentru acesta.

În contemporaneitate indivizii nu mai au nostalgia imitației, dar dețin „puterea impunerii de imagini” [14 p. 9]. Totodată, imaginea estetică poate presupune diverse interpretări, în funcție de „posibilitatea imaginării” [14 p. 9], mai exact, în funcție de capacitatea designerului de a reda vizual ceea ce clientul își imaginează și visează.

Experiența estetică în ambient, modalitatea de gândire a proiectelor de design, partea estetică de organizare a spațiului ambiental și limbajul estetic privind subtilitatea detaliilor, sunt subiectele ce trasează direcții adiacente de discuții pe baza cărora se pot extrapola chiar în alte arii ale designului sau ale artelor, dezvoltându-se astfel noi idei. Conexiunea acestora este importantă de avut în vedere de către un designer ambiental, deoarece astfel își sporește creativitatea estetică și nu numai.

Referințe bibliografice

1. KNOBLER, N. *Dialogul vizual: o introducere în aprecierea artei*. Vol. 1. București: Meridiane, 1983.
2. MICU, D. *Evaluare estetică în design*. Iași: Performantica, 2013. ISBN 978-606-685-021-6.
3. PRALEA, J.; M. SFICLEA; M. POP; E. ȘOLTUZ și S. BURAGA. *Eco design*. Iași: Artes, 2010, ISBN 978-606-547-011-8.
4. GAȘPAR, L. *Simboluri românești: decodificări și interpretări*. Iași: Performantica, 2022, ISBN 978-606-685-922-6 39.
5. POP, M. *Semiotica spațiului ambiental*. Iași: Performantica, 2013, ISBN 978-606-685-012-4.
6. SFICLEA, M. Estetica produsului industrial, element esențial al procesului de design în demersul conceptual al designerului. In: *Artă și comunicare: sesiunea de comunicări științifice*. UNAGE Iași, 3 iunie 2008. Iași: Artes, 2008, pp. 174–180. ISBN 978-973-8263-39-0.
7. POP, T. *Design de produs*. Iași: Editura Palatului Culturii, 2023. ISBN 978-606-8547-72-5.
8. BEARDSLEY, M.C. *The Aesthetic Point of View*. Ithaca: Cornell University Press, 1982.
9. NAE, C. *Estetica artelor vizuale. Experiență, interpretare și apreciere estetică: note de curs*. Iași: Artes, 2013. ISBN 978-606-547-137-5.
10. TEODOR-STANCIU, S. Elemente ale postmodernismului în design. *Ethos–The New View: revistă de teoria culturii*. 2012, nr. 6. ISSN 2246-9427.
11. SHUSTERMAN, R. The End of Aesthetic Experience. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 1997, vol. 55, no.1, pp. 29–41.
12. SCHLEIFER, S.K. (coord.). *500 Tips Accessories*. Spain: FKG, 2022. ISBN 978-84-9936-247-2.
13. GHIOC, A.Ș. and R.B. CARNARIU. Visual communication between cultural meaning and functional effectiveness. A case study in upcycling design. *Journal of Industrial Design and Engineering Graphics*. Online. 2019, vol. 14, issue 1, pp. 239–241. ISSN 2344-4681. Disponibil: <http://sorging.ro/jideg/index.php/jideg/article/view/67/67> [accesat 2025-04-17].
14. POP, M. *Dinamica limbajului vizual*. Iași: Artes, 2013. ISBN 978-973-8263-92-5.