Введение

Зачем человеку одежда? Ответ на этот вопрос не так прост, как кажется, ведь одежда есть у каждого. Традиционно специалисты, изучающие одежду, выделяют три основные роли, которые она играет в жизни человека: защиты, украшения и стыдливости.

До сих пор нет единой точки зрения, какой из этих ролей мы обязаны появлению одежды в человеческой культуре. У одних народов на первое место выступала необходимость защиты от атмосферных воздействий, у других она служила в первую очередь для украшения. Ну, а фиговый листок, как прообраз первой одежды, скорее указывал, чем прикрывал ту часть тела, которая иногда считается греховной.

В разных видах современной одежды указанные роли реализуются в самых причудливых композициях. Есть одежда, которая нас украшает и соответствует развитой у нас мере стыдливости, но фактически ни от чего не защищает, например, купальный костюм.

Есть одежда, которая прекрасно нас защищает и скрывает тело, но, увы, совсем не украшает. Прекрасной иллюстрацией этого положения является телогрейка и тому подобная одежда.

И, наконец, есть изделия, которые, закрывая и украшая тело, настолько его обтягивают, что прекрасно отвечают потребностям отдельных людей продемонстрировать свою раскованность и отсутствие какой-либо стыдливости вообще.

Кроме реализации утилитарных и информационных функций, одежда удовлетворяет ряд высших потребностей человека (в самоутверждении, самовыражении) и поэтому становится важным элементом в восприятии человека человеком и может служить средством диагностики личности ее носящего.

Любая одежда служит самым разным и иногда противоречивым потребностям. Легко заметить, что отдельные потребности связаны с самосознанием и самооценкой человека, его самочувствием и настроением, а другие относятся к сфере общения с людьми. И что бы не говорили отдельные люди о безразличии к мнению окружающих о своей одежде, результаты многих исследований убедительно показывают, что эти разговоры далеки от истины!

Реализация потребностей может происходить как на уровне сознания, так и на бессознательном уровне. Но не существует одежды, которая никак не связана с потребностями человека! У каждой личности свои потребности в одежде, свой индивидуальный стиль.

Цель данной работы - это исследование взаимосвязи стиля в одежде с социально-психологическими личностями.

Задачи:

1) рассмотреть стиль одежды в психологии;

2) изучить роль одежды в психологической защите личности.

## Глава 1. Стиль одежды в психологии

# .1 Одежда и личность в психологии

Психология обращается к изучению одежды человека в нескольких аспектах. Во-первых, связь одежды и личности носящего ее изучается психологией личности. Одежда рассматривается как проявление личности носящего, поскольку она связана с представлением человека о себе и его мнением о том, что он хотел бы из себя представлять. Правильно подобранная одежда:

физически удобна,

украшает внешность,

презентирует другим вашу личность,

соответствует самооценке и субъективному отношению личности к одежде (потребностям, установкам, разделяемым социальным стереотипам, возрастным и половым особенностям).[23.C.43]

Отсюда отличие психологических требований к одежде у различных групп и типов людей, которые и определяют потребительский спрос.

Человек не просто выбирает одежду, но и определяет стиль своего поведения. Одежда начинает влиять на него. Это взаимодействие очень интересно и неоднозначно. Смена одежды приводит к изменению манеры поведения, самоотношения, и наоборот. [23.C.45]

Проблемы проявления личности в одежде и влияния одежды на человека - наверное, самые интересные из проблем, изучаемых психологией. Именно им посвящена данная книга.

Вторым аспектом, интересующим психологию, является то, что одежда занимает определенное место в общении. Выполняя особую роль в формировании первого впечатления о человеке, она постоянно остается одним из важных атрибутов имиджа. По одежде можно понять национальную, классовую, групповую принадлежность человека. Она влияет на отношение других к носящему, часто как бы диктуя ему (через особенности кроя и посадку изделия на фигуре) определенный стиль поведения в обществе через осанку, жесты, позы и другие составляющие поведения. [2.C.124]

Очень важной является роль одежды в представлениях человека о том, как он выглядит со стороны. Каждый субъект имеет в своем сознании целую систему взглядов об особенностях восприятия себя другими, которые возникают на основе реакции и демонстрируемого впечатления окружающих. "В современной психологии эту особенность самосознания чаще всего называют «Я-зеркальное».[15.C.243]

Одежда выполняет в общении очень важные функции. Она говорит внимательному наблюдателю о характере, темпераменте, состоянии, настроении и отношениях ее владельца (аффективно-коммуникативная функция).

Одежда воздействует на других людей, вызывая у них те или иные реакции. Например, одежда женщины может подтолкнуть мужчину к более смелому ухаживанию (регуляторно-коммуникативная функция), а профессиональная одежда, например, милицейская форма, позволяет при необходимости быстро определить, к кому следует обратиться за помощью (информационно-коммуникативная функция).[15.C.246]

Изучение одежды в указанных аспектах - предмет социальной психологии. Об этом наша третья книга из серии «Одежда плюс психология» «Необходимый имидж». В ней рассматриваются практические алгоритмы формирования имиджа с учетом социально-психологических закономерностей восприятия и интерпретации внешнего облика человека.

В-третьих, проблема знаковости в одежде - это проблема психосемиотики. Происхождение и функции одежды как знака в человеческом обществе, проблемы, где, как и для чего она выполняет эту функцию - вот вопросы, решаемые психосемиотикой.[29.C.67]

Знаковый характер одежды очевиден в одних случаях (форменная одежда военнослужащего, стюардессы) и менее очевиден в других. Однако важно, что всегда одежда и ее элементы могут рассматриваться как специфический язык (сигнально-знаковая система), который воспринимается вместе с другими невербальными сигналами общения (жестами, взглядами и пр.) и речью. И несоответствие одного другому может породить прямо противоположный желаемому эффект. Одежда королевы обязывает к королевским манерам! [23.C.49]

В-четвертых, возрастные особенности восприятия отношения и выбора одежды в детском возрасте представляют предмет детской психологии. Первую одежду ребенок получает сразу после рождения. Понятно, что новорожденному все равно, как она выглядит, хотя сразу важно, насколько она удобна.

Период безразличия к своему внешнему виду в жизни человека очень непродолжителен. Дети становятся неравнодушными к одежде примерно в три года. Дошкольники демонстрируют свои предпочтения уже достаточно явно, выбирая конкретные изделия, радуясь определенным деталям, цвету. Неудобные или некрасивые, по мнению ребенка, вещи могут просто срываться или прятаться ребенком, чтобы мама их не одевала. А сколько радости доставляет дошкольнику переодевание во взрослую одежду и погружение вместе с костюмом в мир сказки.[5.C.93]

одежда психологический личность стиль

1.2 Социальное значение одежды

В социальной психологии существуют свои теории роли стиля одежды для личности. Рассмотрим их. Одежда может демонстрировать профессиональную принадлежность или профессиональный статус носящего. Профессиональная принадлежность легко читается в одежде работников милиции, метро, врачей, проводников, стюардесс и облегчает выполнение профессиональных обязанностей человека.

На профессиональный статус могут указывать элементы костюма. Так, у военных и работников милиции мы легко определяем звание по звездочкам на погонах.

Одежда может быть знаком принадлежности к определенной социокультурной среде. Например, знаком классовой дифференциации или принадлежности к определенной исторической эпохе.[11.C.143]

Если обратиться к истории вообще, и истории одежды в частности, неоспорим тот факт, что одежда во все века «обслуживала» и дополняла общение людей. Знаком являлся цвет, форма, силуэт, вид и отдельные нюансы, элементы костюма.

Когда развитие человеческой цивилизации сформировало пирамиду социальной иерархии, одежда стала отражать статус ее обладателя. С незапамятных времен одежда и аксессуары выделяли вождя, главу племени.

В Ассиро-Вавилонии социальный статус читался в длине одежды. Только царь и его приближенные имели право носить длинные рубашки. Исключительно царю разрешалось надевать одновременно более одной рубашки. Отделка одежды имела также весьма определенное значение; приближенные царя носили по краю одежды бахрому строго определенной ширины.

В Древней Греции одежда белого цвета являлась знаком свободного человека. В Древнем Риме такое же значение имела тога. По тому, как именно она была задрапирована, судили о культуре и образованности человека.

В средневековой Европе знаком социальной принадлежности стала высота головного убора, достигающая у знатных дам одного метра, в то время как простые горожане могли себе позволить головной убор всего лишь в 50-60 сантиметров высотой...

Так, ушли в историю некоторые знаки сословного отличия. Рукав, принятый в готической, византийской моде, в ренессансе - знак сословия - в современном костюме не несет такого смысла. Все носят одинаковый покрой, кем бы ни были.[16.C.325]

На наших глазах появляются новые знаки, вызванные новой действительностью России середины 90-х годов. Символом «нового русского» - стал малиновый пиджак, толстые, массивные золотые цепи и длинное кашемировое пальто (на мужчине).

Одним периодам истории была присуща большая знаковость, другим меньшая, но всегда одежда несла информацию о классовой дифференциации, отражала принадлежность к определенной социальной и культурной среде.

Костюм и его элементы со временем становились символом определенной по времени культуры, отражая ее черты в сознании потомков. Так, костюм периода Готики указывает нам на вполне исторически конкретное время и место (XIV-XV вв., Европа) Исследователи в области истории костюма выделяют следующее: «Костюм эпохи Возрождения» (XIV-XVI вв., Италия); «Костюм Барокко» (XVII в.); «Костюм Рококо», «Костюм стиля Ампир»; «Костюм стиля Бидермейр» (1815-1848 гг.); «Костюм Реставрация» (1815-1825 гг.) ит. д. Мы легко определяем по одежде принадлежность определенной исторической эпохе или периоду.

Когда костюм становится символом своего времени, говорят о явлении исторического символизма. Так, цилиндр и фрак - символ делового мира XIX в. и определенного поведенческого этикета (джентльмен). Красная косынка и кожанка в женском костюме - символика равноправия свободной женщины - товарища периода революционных преобразований России в начале XX века.[16.C. 354]

Рыцарский костюм для нас не только элемент истории. Это боевая одежда, которая вместе с рыцарскими доспехами является символом духа того времени.

Плащ, возникший как предмет одежды в период Ренессанса ХIV-ХV1 вв. (Италия), в наши дни стал символом учености и справедливости. Поэтому его можно увидеть на торжественных университетских церемониях в Европе, Америке и ряде вузов России, а также на представителях правосудия (мантия судьи).[26.C.66]

Благодаря знаковости одежды, при включении любой телепередачи мы практически мгновенно понимаем, в каком времени происходит действие.

Одежда может быть знаком национальной принадлежности. Национальную специфику имеет употребление цвета, кроя, орнамента, конструктивных частей.

Виды одежды, употребляемые в аналогичных ситуациях людьми разных национальностей часто не совпадали. И наоборот, одинаковая по виду одежда отличалась по значению.

Встречаются виды одежды, присущие только отдельно взятому народу или даже отдельной социальной группе внутри народа. Конечно, такая одежда становится знаком принадлежности человека к данной группе.

Так, традиционная женская одежда народов Южной Азии - сари. Это очень интересный вид одежды, не требующий знания конструирования и представляющий из себя кусок ткани длиной 5-9 метров, который определенным образом обматывается вокруг тела.[17.C.145]

Другим ярким примером сугубо национального знака является кимоно (носят его традиционно в Японии). Кимоно имеет четкую конструкцию, прямоугольный крой и дополняется широким поясом.

Отдельным народам свойственно подчеркивать в костюме свою национальную принадлежность. И сегодня в Индии по-прежнему популярно сари, а в Японии - кимоно. Использование национальных мотивов в европейском костюме выливается в фольклорный стиль. Стиль объединяет совсем разные по своей природе мотивы народного костюма, которые являются источником творческого поиска современных дизайнеров по костюму.[22.C.33]

Фольклорный стиль использует лишь отдельные черты народного костюма. Например, крой, традиции оформления деталей, цвет, способы отделки и отчасти манеру ношения.

Одежда священнослужителей православия, католичества, мусульманства, надеваемая при исполнении церковных обрядов, называется облачением. У православных облачение шьют из дорогих шелковых тканей, парчи, бархата.

Священному облачению в каждом отдельном случае придается свой смысл. Каждая степень священства у православных, например, имеет свой комплект богослужебного облачения. Цвет облачения символичен и связан с канонами.[8.C.124]

Одежда как знак принадлежности к организации демонстрирует принадлежность к общественной, партийной организации. Например, форменная одежда скаутов (эмблемы, головные уборы, аксессуары), школьная форма, униформа (как элемент фирменного стиля организации).

Ведомственную принадлежность подчеркивают: форменная одежда военнослужащих, работников морского и речного флота, железнодорожников, связистов, летчиков и пр.

Любая специальная одежда вначале создается для оптимального решения профессиональных задач (например, костюм водолаза, созданный для условий работы на глубине), а затем становится знаком профессиональной принадлежности.

Одежда может говорить о принадлежности к неформальной группировке; социально-половой роли ее владельца. Так, например, во многих культурах существуют традиции в одежде замужних и незамужних женщин.[8.C.135]

Одежда может быть также знаком определенного времени суток (пижама для ночного отдыха, халат для утреннего умывания и т. д.), ситуации (повседневная, торжественная, официальная, неформализованная; у военных - повседневная, полевая и парадная); места (верхняя одежда для улицы, домашняя - для дома, одежда для отдыха и пр.).

Одежда может выступать знаком ритуала. Так, одежда для новорожденных - это ритуально-традиционная одежда для девочки (розовый бант, красное одеяльце) или мальчика (синий бант и одеяльце), которых забирают из роддома.[23.C.134]

Одежда для свадебного ритуала по традиции - черный костюм у жениха и белое платье с фатой и белыми перчатками у невесты.

Одежда может указывать на сезон года (зимняя одежда, летняя, межсезонная одежда); на престижность и богатство (дорогие кожаные или меховые изделия, выполненные известным модельером или престижной фирмой), на моду (очень модные изделия).

Одежда является знаком половой дифференциации. Разделение одежды по признаку пола на мужскую и женскую наблюдается уже в костюме Древнего Египта.[17.C.168.]

Традиционно мужские виды одежды акцентируют плечевой пояс фигуры. Женская же одежда подчеркивает линию талии, бедер и груди. Одежда усиливает и акцентирует телесные признаки пола. Знак «лицо мужского пола» - традиционно мужские виды одежды сорочки, брюки, пиджаки и т. д. Знак «лицо женского пола» - женские виды одежды (женские особенности кроя, отделки, силуэта и используемых тканей): например, платья, купальники и др.

Одежда указывает на возраст. Общение с помощью нее начинается с нашей первой одежки, которая несет в себе как минимум два знака:

принадлежность к полу - цветовое оформление;

знак младенца - вид одежды (пеленки, одеяла, чепчики, распашонки).

Одеяние младенца может также содержать в себе знаки престижности (например, вышитые семейные монограммы, национальной принадлежности).[18.321]

Возрастные особенности человека выражаются в одежде через степень подачи признаков пола, выраженность эротических зон (например, мера открытия колен и груди у женщин).

Одежда для различных возрастных групп визуально отличается особенностями кроя, формообразования, используемых материалов, цветов, элементов отделки, фурнитуры и пр. Это и делает ее узнаваемым знаком возраста.

Одежда может указывать на сферу деятельности. По назначению изделия выделяют три основные класса: бытовая, спортивная, производственная одежда.[13.C.37]

Класс бытовой одежды наиболее многочисленный, его подразделяют на следующие подклассы: бельевые изделия, костюмно-платьевые, верхней одежды, корсетные изделия, головные уборы, перчатки и рукавицы; виды изделий (согласно принятой в швейной промышленности классификации). Класс спортивной одежды подразделяют на подклассы по видам спорта, а далее на конкретные виды изделий. Так, выделяют одежду для футбола, баскетбола, волейбола, хоккея, фигурного катания, плаванья, прыжков в воду, фехтования, конного спорта, бокса, различных видов борьбы и т. д. Класс «спортивная одежда» соответствует количеству известных человечеству видов спорта.[16.C.420]

Класс производственной одежды в зависимости от выполняемых функций разделяют на три подкласса: специальную, ведомственную и технологическую одежду. Каждый класс такой одежды является четким знаком сферы человеческой жизни.

Одежда может стать знаком конкретного человека. Например, в жизни мы можем специально повторить костюм другого человека или пародировать его манеру ношения.[16.C.424]

Одежда может быть знаком социального типа. Хорошо представляемы знаки «джентльмен» - это фрак, белый шарф, перчатки, трость; «женщина-товарищ» - красная косынка и кожанка в женском костюме; «судья» - плащ и мантия; «новый русский» - малиновый пиджак, массивные золотые цепи и длинное кашемировое пальто на мужчине, хиппи, рейвер и т. д.

Глава 2. Одежда и психологическая защита личности

.1 Разнообразие стилей в одежде и личностей

Всегда ли мы понимаем, почему нам нравиться та или иная вещь, почему ранее любимое вдруг вызывает отвращение? Очень часто мы самими себе не можем объяснить, потому что не знаем ответа. Мысль о том, что душа человека имеет не только открытую его сознанию часть, но и еще нечто скрытое - известна всем. Представление о так называемых защитных механизмах, обеспечивающих избавление от тревоги, страха, внутренних личностных конфликтах, неосознанных самим субъектом, широкоизвестны. Они вошли в мировоззрение обычных людей, начиная с работ знаменитого Зигмунда Фрейда, вместе с распространением в повседневной жизни идей психоанализа.

Сейчас уже трудно встретить человека, который бы не владел минимальной информацией об этом. Понятие психологической защиты отделилось от первоначально породивших его концепций и стало употребляться практически всеми интересующимися психологией людьми (не говоря уже о психологах, представляющих разные психологические школы).[12.C.243]

Психологическая защита - неотъемлемая особенность индивида, позволяющая поддерживать самоуважение и положительную самооценку. У одного индивида могут проявляться различные механизмы психологической защиты, и личность их обычно не осознает.

Бесспорно, что различные типы психологической защиты могут проявляться в самых разных сферах жизни человека. Переход к более инфантильному поведению, когда человек ведет себя не  
по годам. Регрессия - защитный механизм, характеризующийся поведением, не соответствующим реальному возрасту человека. При этом поведение может быть таким, каким оно было у данного индивида в более молодые  
годы.[27.C.125]

Пожилая женщина одевается не по возрасту. Со стороны легко заметить это несоответствие. Однако она ни за что не расстается с такой одеждой и чувствует себя в ней очень комфортно. По той же причине мы радуемся встрече с одеждой, которую носили когда-то давно, и всегда стремимся ее примерить.

Мы видим и демонстративное подтверждение собственных нравственных устоев, и поддержание высокого мнения о себе. А с другой стороны, проекцию своей сексуальной озабоченности, психологической защиты от осознания у себя порочных наклонностей или тяготения к ним!

Проекция может проявляться и в ситуациях, когда люди советуют другим то, что сами никогда не оденут.

Разрядка эмоции (обычно эмоции гнева) на иные объекты, воспринимаемые индивидом как менее опасные, чем те, которые вызывают гнев. Это могут быть люди, животные и неодушевленные объекты.[24.C.104]

Разрядка такого рода просто необходима для некоторых людей, и лучше, если она сработает по типу замещения на неживой предмет. Психологическая защита может оказаться весьма полезной, если Вы, вместо того, чтобы выплескивать свои отрицательные эмоции на людей, сбросите их, например, на одежду.

Одежда может стать объектом замещения очень разных психологических проблем. Как часто пуговицы и «молнии» «летят» вследствие раздражения своих хозяев из-за собственной беспомощности в ситуации, превращаясь из аксессуара одежды в объект разрядки агрессивности. Иногда дело доходит до разрывания и выбрасывания «ненавистного» платья.[15.C.453]

Вымещать свою злость на одежде все-таки лучше, чем на людях, и дешевле, чем на ряде других объектов.

Часто в манере одеваться проявляется еще один механизм психологической защиты - компенсация, когда человек неосознанно стремиться восполнить собственные реальные или воображаемые психологические проблемы.[7.C.35]

Слишком тщательный уход и тщательное разглаживание белья могут компенсировать у одинокого человека стремление ухаживать за кем-либо. А стремление к физической чистоте в одежде компенсирует недостаточную душевную чистоту человека.

Комплексы неполноценности могут являться источниками компенсаторного желания наряжаться, одевать только новые и модные туалеты, приобретать большое количество разнообразной одежды. Женщина стремится хорошо, модно одеваться, особое значение придается внешнему облику, косметике. Так много времени, сил отдается этому, что для чего-то еще просто не остается времени.[24.C.113]

Механизм переключения ярко проявляется в тяжелые моменты жизни. Женщина, получившая известие о смерти близкого человека, начинает интенсивно заниматься траурным туалетом и ругается с портнихой из-за каждой мелочи.

Примером является мать, которая стремится одеть детей во все лучшее, яркое, красивое и продемонстрировать всему миру, какие у нее замечательные дети. Это может осуществляться даже в ущерб своему небольшому материальному благополучию.

Разнообразие возникает при стремлении к перемене. Корни отвращения к всякой повторяемости, к тому, чтобы носить одну и ту же одежду в одном и том же обществе, или к тому, чтобы постоянно сталкиваться с человеком, который носит одно и то же платье, то есть корни страха перед непрерывностью, произрастают из страха перед пустотой, характеризуемые отсутствием переживаний и раздражений. Такое состояние раскрывает беспокойство и недостаточную готовность к душевной самоотдаче.

Консервативность в одежде может выбираться для того, чтобы продемонстрировать свою расчетливость и рассудительность. Это люди, отвергающие «эротику мотовства, расшвыривание денег». Консервативная манера одеваться присуща людям, которые пытаются внедрить во всем свой собственный порядок. За консерватизмом может скрываться боязнь изменения и перемен, растерянность перед ними.[1.C.56]

Эксклюзивность - это предпочтение одежды редкого и высокого качества. Так одеваются люди чувствительные и требовательно-разборчивые. Отмечает их внутреннюю напряженность, их эстетизм - уход в свои «частные небеса на земле», боязнь быть непонятым в своей внутренней неповторимости.

В тех случаях, когда демонстрируемое соответствует реальности, - они прямо говорят об отношении человека к одежде. И могут быть индикаторами личности («Я-реальное»). Если то, что мы наблюдаем, не соответствует тому, как человек в реальности относится к одежде, то мы имеем дело с самопрезентацией. Если человек при Вас так объясняет свое отношение к одежде, значит, он желает, чтобы Вы так думали и приписывали ему именно те качества, которые у большинства людей связываются с той или иной одеждой.[17.C.328]

Обычно мотив связан с истинным рациональным отношением к одежде, но может быть ситуативной манифестацией подобного отношения. Например, в беседе будущей невестки со свекровью девушка говорит о практичности, а в реальности покупает дорогие и совершенно непрактичные вещи.

Суждения типа «Одеваться надо интересно и необычно» произносятся людьми, стремящимися тем самым подчеркнуть собственную привлекательность и возможность ее представить во внешнем облике. Так рассуждают либо люди коммуникабельные, с высокой самооценкой, знающие себе цену и любящие внимание, либо люди, желающие заставить других так думать. А фраза «Я одеваюсь плохо» - откровенная манифестация неудовлетворенности и бессилия что-либо изменить в этой жизни. Этот мотив может реально быть присущ женщине, неудовлетворенной своим внутренним и внешним состоянием. Ей все время что-то мешает, присутствует какая-то внутренняя дисгармония и неудовлетворенность жизнью и собой. Преобладание этого мотива в реальности говорит о проблемах, разобраться в которых совсем не просто.[25.C.140]

Всякая традиционность в одежде проявляет развитую потребность принадлежности. Предпочтение такой одежды свойственно людям, верным идее, заложенной в ней. Поэтому, носить национальную или форменную одежду люди стремятся тогда, когда хотят выразить внешним обликом единство и общность с нацией или профессией. (Речь не идет о случаях, когда практичная жена военнослужащего экономит на его одежде, и мужчина вынужден носить везде и всегда форму, ибо ничего другого не имеет.)

Разнообразие в одежде возникает при повышенной потребности к впечатлениям. Особенно информативны резкие перемены в сложившемся индивидуальном стиле и манере ношения одежды, которые и есть самые яркие сигналы внутренних перемен. О проявлении в параметре разнообразия психологической защиты мы уже рассказывали в соответствующей части-второй главы.[6.C.245]

Однако и в сравнении с общепринятым количеством одежды (для людей того же пола, возраста и социального уровня) можно тоже кое-что сказать о человеке. Люди всегда стремятся либо вписаться в норматив, либо демонстративно выйти за него. При «ублажающей» концепции самопрезентации количество будет примерно в рамках неписаных правил и является показателем соответствующей стратегии самоподачи.

При «самоконструирующей» концепции ее индикатором становится любое отклонение от норматива: и очень много, и слишком мало (при наличии нормальных покупательных возможностей).

Технике развития «рефлексии на внешность» и конкретным алгоритмам формирования гармонии внешнего облика мы посвятили первую книгу «Презентация внешности» серии «Одежда плюс психология». Надеемся, что Вы уже с ней знакомы и на себе почувствовали большие резервы самосовершенствования в этой области.[24.C.143]

Существует достаточно большее количество разнообразных стилей и направлений моды. Не вдаваясь во все нюансы этой интересной проблемы, которую мы подробнее раскрываем в следующей, третьей книге нашей серии (в контексте проблемы формирования впечатления, которое мы производим на других людей), мы хотим прокомментировать лишь предпочтение некоторых основных стилей: делового, спортивного и романтического.

Деловой стиль предпочитают те, кто хотел бы продемонстрировать самому себе и другим деловитость и вне рабочего места, укрепить свой авторитет, кто претендует на определенный статус в обществе. Классический деловой стиль выдает организованность человека, скрытое, но последовательное притязание на значимость осуществляемой им деятельности. Это люди, ожидающие внимания, признания и уважения в своем труде. Деловой стиль, употребляемый в одежде, всегда и везде вне контекста ситуации, говорит о чрезмерном нахождении в роли делового человека, невозможности или неумении совмещать ее с другими жизненными позициями.[28.C.127]

Грустно это замечать, например, у учительниц, которые и вне школы остаются педагогами даже внешне. Конечно, одной одеждой изменить личность невозможно, но может быть стоит попробовать отказаться от деловой стилистики вне урока?

Спортивный стиль предполагает ношение брюк, свободной одежды и соответствует мере раскованности человека, стремлению к свободе. Двадцатый век - век эмансипации - ознаменован освоением брюк европейской женщиной в качестве повседневной части костюма. Любящие спортивный стиль активны, демократичны, ценят независимость и отличаются простотой нравов.

Романтический стиль в повседневной одежде человека стал занимать гораздо меньшее место. Романтическое платье в повседневной жизни оттеснено комплектами одежды и в основном используется женщинами лишь в праздничной одежде. Рюши, оборки, воланы и бантики не в моде.

Платья упорно носят женщины сентиментальные, отчасти с традиционными патриархальными установками, стремящиеся подчеркнуть свою женственность. [14.C.124]

Любимые виды и покрои одежды могут весьма интересно свидетельствовать о глубинных личностных проблемах. Если встать на точку зрения психоанализа и считать одежду бессознательным символом материнской защиты - становится ясно, почему все мы чувствуем себя в одежде лучше, чем совсем без нее (отдельные ситуации наслаждения состоянием обнаженности на теплом солнышке не в счет).

.2 Формы и цвет в стиле одежды для личностей

В состоянии депрессии или плохого самочувствия, когда особенно нуждаемся в любви и заботе, мы кутаемся в одежду, как будто она способна спасти нас от холода судьбы и человеческих отношений. Люди тревожные всегда предпочитают объемные, длинные модели, укутывающие всю фигуру до самых пят. Такая одежда как бы защищает не только тело, но и душу человека, порождает чувство безопасности.

Современная психология считает, что предпочтение определенных геометрических фигур связано с психологическими особенностями человека. Опираясь на психогеометрические представления, можно кое-что узнать о человеке по любимой им форме одежды.[24.C.149]

Многочисленные психологические исследования показывают, что цвет в восприятии всегда важнее формы. Поэтому мы решили посвятить данному вопросу отдельную часть данной главы. Представления о проявлении человека в предпочтении и отвержении цвета представляются не только интересными, но и достаточно изученными в современной науке.

Выбор ткани в сезонной одежде (плащи или драповые пальто) часто совсем ничего не говорит о владельце. Мы получаем информацию по изделию в целом.

Однако когда мы смотрим на нарядную одежду или одежду для отдыха, здесь мера проявления психологии владельца больше.

Информативны плотность и пластичность выбираемых тканей, а также фактура и состав волокон. Поскольку последние показатели интересны как показатели психологической комфортности, то отсылаем читателя к третьей главе данной книги. А здесь подробнее остановимся на двух первых показателях.[19.C.43]

Плотность ткани выражает меру открытости человека к миру. Наши наблюдения показывают, что более открытые, общительные люди, живущие в проблемах внешнего мира более, чем в проблемах внутреннего (экстраверты) носят и более тонкие полотна, и более пластичные в динамике: тонкий шелк, струящийся трикотаж, другие ткани разреженной структуры.

Динамичность (пластичность) ткани и конструкции соответствуют подвижности и активности самого владельца.

Более погруженные в себя (интроверты) тяготеют к более плотным и менее подвижным в динамике тканям: негнущаяся парча, современный плотный бархат, плотная шерсть и лен.

Если в расцветках предпочитаемых изделий спирали, круги и волнистые линии - перед нами человек эгоистичный, сосредоточенный на собственной персоне, вряд ли способный всерьез интересоваться другими.

Если на ткани откровенная геометрия - вы уже знаете, о чем говорят главные фигуры рисунка. В целом рисунки с острыми углами чаще, чем с плавными линиями, выбирают люди более деловые, сильные и агрессивные.

Клетку любят люди серьезные и одновременно несколько замкнутые и тревожные. Они разочарованы в жизни. Клетка говорит о наличии скрытых комплексов и психологических проблем. Они стремятся к спокойствию и ищут опоры.

Полоска любима экстравагантными и смелыми людьми, не боящимися жизненных перемен и не оглядывающимися на чужое мнение.

Информация, которая может быть «считана» о человеке на основе дополнений к его костюму, вынесена нами в заключительную часть данной главы. Наибольшей информативной ценностью обладают, по нашему представлению, те дополнения, которые работают по контрасту со стилистикой, дороговизной и другими параметрами одежды.[20.C.76]

Любовь к чистоте и аккуратности, переросшая в ранг доминирующего отношения к одежде, нами уже рассматривалась. Здесь отметим, что чрезмерно высокие требования к ухоженности проявляются не только в одежде, которая находится на человеке, но и весьма ярко проявляются в его шкафу. Если в шкафу идеальный порядок, т.е. повседневная и выходная одежда отделены друг от друга, вычищена и выглажена, аккуратно развешена, ничего не скомкано, не засунуто кое- Отношение к цвету одежды обусловлено очень многими моментами жизни, воспитания, индивидуальными особенностями человека. Замечено, что в первую очередь на манеру одеваться оказывает влияние географический фактор. Люди, живущие в теплом климате, с обильным солнечным светом, любят одеваться в яркие цвета. Не случайно, женщины стран Востока в своей одежде традиционно используют контрастные орнаменты, много насыщенных теплых тонов, тканей с металлической, блестящей нитью (под золото, серебро), массивные и яркие украшения. У северных народов преобладают явно более смягченные и менее яркие цвета.

Предпочтение тех или иных красок зависит не только от климата, но и от национальных традиций. Известно, что у одних народов белый цвет олицетворяет чистоту, радость (невесты в белоснежном одеянии - лучшее подтверждение этому). А у других - белый цвет одевают на похороны, ибо он соответствует скорби собравшихся по этому поводу.[17.C.354]

Цветовые национальные традиции лучше всего просматриваются в национальных костюмах того или иного народа. Замечено, что более энергичные народы тяготеют к ярким тонам, а более спокойные и выдержанные (немцы, англичане) традиционно к более приглушенным и темным.

Семантика цвета менялась в разные исторические периоды в связи с влиянием мировой культуры на национальные традиции. В современной одежде людей европейских стран заметно преобладание модных тенденций над национальными традициями.

Многочисленные психологические исследования показывают, что цвет в восприятии всегда важнее формы. Поэтому мы решили посвятить данному вопросу отдельную часть данной главы. Представления о проявлении человека в предпочтении и отвержении цвета представляются не только интересными, но и достаточно изученными в современной науке.

Возраст человека также откладывает отпечаток на отношение к цвету. К старости многие люди начинают тяготеть к темным оттенкам серого и коричневого цветов, тогда как для ребенка обычно характерно предпочтение ярких цветов и пестрых расцветок.

В специально проведенных исследованиях было показано, что у младенца желтый и салатный цвета улучшают настроение, к 3 - 5 годам предпочитается красный, к семи - желтый, в 10 лет дети предпочитают красный, пурпурный, розовый и бирюзовый цвета. В возрасте 11-12 лет выбираются зеленый, желтый и красный. В 13 - 16 лет начинают предпочитаться ультрамарин, оранжевый и зеленый. В 17 - 19 лет самым любимым становится красно-оранжевый. [8.C.135]

Диагностической ценностью обладает только такое предпочтение цвета, которое является типичным для человека. Только в таком предпочтении совмещается цвет одежды с «цветом души».

Заключение

Одежда для различных возрастных групп визуально отличается особенностями кроя, формообразования, используемых материалов, цветов, элементов отделки, фурнитуры и пр. Это и делает ее узнаваемым знаком возраста.

Одежда может указывать на сферу деятельности. По назначению изделия выделяют три основные класса: бытовая, спортивная, производственная одежда.

Класс бытовой одежды наиболее многочисленный, его подразделяют на следующие подклассы: бельевые изделия, костюмно-платьевые, верхней одежды, корсетные изделия, головные уборы, перчатки и рукавицы; виды изделий (согласно принятой в швейной промышленности классификации). Класс спортивной одежды подразделяют на подклассы по видам спорта, а далее на конкретные виды изделий. Так, выделяют одежду для футбола, баскетбола, волейбола, хоккея, фигурного катания, плаванья, прыжков в воду, фехтования, конного спорта, бокса, различных видов борьбы и т. д. Класс «спортивная одежда» соответствует количеству известных человечеству видов спорта.

Любимые виды и покрои одежды могут весьма интересно свидетельствовать о глубинных личностных проблемах. Если встать на точку зрения психоанализа и считать одежду бессознательным символом материнской защиты - становится ясно, почему все мы чувствуем себя в одежде лучше, чем совсем без нее.

Класс производственной одежды в зависимости от выполняемых функций разделяют на три подкласса: специальную, ведомственную и технологическую одежду. Каждый класс такой одежды является четким знаком сферы человеческой жизни.Одежда может стать знаком конкретного человека. Например, в жизни мы можем специально повторить костюм другого человека или пародировать его манеру ношения.

Возраст человека также откладывает отпечаток на отношение к цвету. К старости многие люди начинают тяготеть к темным оттенкам серого и коричневого цветов, тогда как для ребенка обычно характерно предпочтение ярких цветов и пестрых расцветок.

В специально проведенных исследованиях было показано, что у младенца желтый и салатный цвета улучшают настроение, к 3 - 5 годам предпочитается красный, к семи - желтый, в 10 лет дети предпочитают красный, пурпурный, розовый и бирюзовый цвета. В возрасте 11-12 лет выбираются зеленый, желтый и красный. В 13 - 16 лет начинают предпочитаться ультрамарин, оранжевый и зеленый. В 17 - 19 лет самым любимым становится красно-оранжевый.

Диагностической ценностью обладает только такое предпочтение цвета, которое является типичным для человека. Только в таком предпочтении совмещается цвет одежды с «цветом души».

Список использованной литературы

1. Аватесян Г. Все! Меняю имидж. М.: Ниола, 2011. - 120с.

2. Арутюнов С.А. Народы культуры. М.: Наука, 2012. - 243с.

. Берд П. Продай себя! Эффективная тактика вашего имиджа. / Пер. С англ. - Мн.: Амалфея, 2014. - 208с.

. Браун Л. Имидж - путь к успеху. СПб.: Питер, 2011. - 192с.

. Бушер Х. Какой цвет вам к лицу. / Пер. с нем. - М.: Кристина, 2013. - 127с.

. Ватерман Г., Цингель Ф. Ваш неповторимый стиль. / Пер. с нем. - М.: Кристина, 2015. - 127с.

. Ваш гардероб, стиль - имидж. / Под ред. И. Демидовой. - Мн.: Миринда, 2012. - 464с.

. Вебер-Лорковски Э. Шарф. Платок: стиль и мода. / Пер. с нем. - М.: Ниола, 2013. - 98с.

. Вейс Г. История цивилизаций: Архитектура. Вооружение. Одежда. Утварь. М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2014. - 752с.

. Голыбина А.Г. Вкус и мода. М.: Знание, 2014. - 159с.

. Женщины и вещественный мир культуры у народов России и Европы. / Под ред. Т.Я. Бернштам. - СПб.: Питер, 2013. - 249с.

. Калашникова Л. Формирование имиджа. // Вопросы психологии. 2014. №10. С.25-29.

. Киреева. Е.В. О культуре одежды. Костюмы, стиль, мода. СПб.: Лань, 2012. - 124с.

. Ковальчук А.С. Основы имиджелогии и делового общения. Ростов н./Д.: Феникс, 2013. - 224с.

. Козлов Н.И. Формула личности. СПб.: Питер, 2012. - 368с.

. Кондратенко Л.В. Забота об имидже. // Библиотека. 2013. №8. С.36-38.

. Криксунова И. Создай свой имидж. СПб.: Лань, 2015. - 176с.

. Либина А. Энциклопедия житейской психологии. М.: ЭКСМО-ПРЕСС, - 2011. - 512с.

. Липс Ю. Происхождение вещей. Смоленск: Русич, 2011. - 512с.

. Минюрова С.А., Кустова О.Л. Формирование образа женщины в различных социальных группах. // Вопросы психологии. 2014. №1. С.95-97.

. Мода и стиль: современная энциклопедия. / Под ред. В. Волкова. - М.: Аванта, 2012. - 780с.

. Найденская Н.Г. и др. Человек. Образ. Стиль. М.: Познавательная книга плюс, 2012. - 368с.

. Одежда новая и обновленная. / Под ред. Л.С. Ждановой и др. - Петрозаводск: Карелия, 2013. - 383с.

. Орлова Л.В. Мы и мода. М.: Знание, 2012. - 163с.

. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. М.: Дело, 2010. - 240с.

. Психология делового преуспевания. / Под ред. Е.А. Алехиной и др. - М.: ВЛАДОС, 2011. - 304с.

. Савельева Н.Т. Мода и массовый вкус. М.: Легкая индустрия, 2012. - 159с.

. Сорины, сестры. Язык одежды, или как понять человека по его одежде. М.: ТАНДЕМ, 2015. - 224с.

. Сорины, сестры. Истоки имиджа или одежда женщины в азбуке общения. М.: Гном и Д, 2012. - 192с.

. Спенсер К. Выбери свой стиль - для женщин. М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2013. - 160с.

. Тищенко М.Н. Нужна ли нам фирменная одежда? // Библиотека. 2013. №11. С.66-68.

. Фернхем Ф. Личность и социальное поведение. / Пер с нем. - СПб: Питер, 2011. - 368с.

. Царство людей: Одежда, утварь, обычаи, оружие, украшения народов древних и новых времен. / Под ред. Л. Яковлева. - М.: РОСМЭН, 2014. - 160с.

. Черепанова В.Н. Курс лекций по имиджелогии. Ч.1. Т.: ТГНГУ, 2012. - 186с.

. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. М.: ЛИНКА-ПРЕСС, 2013. - 168с.