Одежда как способ самовыражения и презентации личности

Шафикова Лилия Азатовна, Студент СПбГУПТД, Россия, г. Санкт-Петербург
E-mail: shafikova233@mail.ru

Научный руководитель: **Синявская Кира Викторовна**,ассистент кафедры конструирования и технологии швейных изделий СПГУПТД

Аннотация: В статье рассматриваются факторы, влияющие на потребителей при выборе швейных изделий, значение одежды с социально психологической точки зрения, а именно влияние одежды на самооценку и на презентацию внешнего вида в социальной среде.

Ключевые слова: Презентация личности; одежда для повышения самооценки и самоутверждения; манера одеваться; формирование вкуса; выбор одежды.

Abstract: the article examines the factors affecting consumers when selecting garments, meaning garments with the social psychological perspective, namely the impact of clothing on self-presentation and appearance in a social environment.

Key words: Presentation of personality; clothes for self-esteem and self-empowerment; manner of dress; the formation of taste; choice of clothing.

Одежда играет в нашей жизни весьма значимую роль. В течение всей многовековой истории люди создавали одежду, в которую вкладывали часть своей культуры и самобытности. Поэтому одежда – это проявление материальной культуры определенной эпохи, традиций, а так же личностных качеств человека.

На начальном этапе освоения своей специальности хотелось бы поподробнее изучить значение костюма. И прежде всего я хочу рассмотреть его с социально-психологической точки зрения, а точнее как одежда влияет на самооценку, чем руководствуется человек при выборе одежды и как произвести правильное впечатление?

Временами у людей, в особенности у представительниц женского пола, появляется желание обновить гардероб. Очень часто это вызвано желанием снять напряжение, ввести яркую краску в серую повседневность. Это также способствует повышению самооценки. В данной ситуации покупка новой одежды оказывает антистрессовый и бодрящий эффект. Невозможно не вспомнить слова американской киноактрисы 1950-х годов Мэрилин Монро: «Не в деньгах счастье, а в покупках». Одежда влияет на настроение, так же как и настроение влияет на выбор одежды. Неспроста же в зимний период времени люди, в основном, облачаются в изделия холодных и серых тонов, а летом же наоборот охотно примеряют на себя яркие и экстравагантные вещи.

«Наиболее активное участие в потреблении модной одежды принимают средние слои, что связано с относительной неустойчивостью и подвижностью их социального положения» [2, с.142]. Именно у них желание самоутвердиться и продемонстрировать свое «Я» выражено наиболее ярко. Одежда же способствует подчеркиванию своей индивидуальности. Человек с заниженной самооценкой будет тратить больше времени при подборе своего гардероба, так как «чем ниже самооценка личности, тем более значимым для него оказывается момент внешней выразительности

(привлекательности). Ношение модной одежды для таких превращается в повседневную демонстрацию мод» [2, с.233]. То, насколько мы сами себе нравимся в выбранном нами наряде, влияет как на самовосприятие, так и на настроение. А хорошее настроение, как известно, - залог успеха. Поэтому одежда, прежде всего, должна нравиться тому, кто ее носит, вследствие чего формируется вкус и манера одеваться.

Люди с адекватной самооценкой в процессе выбора костюма опираются на свой вкус и образ жизни. Они не поддаются стереотипному мышлению, вполне понимая, что одеться хорошо не значит одеться дорого. В основном, нынешнее поколение людей ведут активный образ жизни, они заняты в различных сферах деятельности, не забывают при этом и про досуг. И для каждой ситуации внешний вид должен быть уместен. Именно поэтому возрос спрос на многофункциональную одежду, в которой можно комфортно себя чувствовать в различных жизненных ситуациях, комбинируя одно изделие с другим.

В каждой социальной среде люди склонны либо к одному и тому же стилю одежды, либо к стилям, схожим между собой. Поэтому человек положительно воспринимает тот стиль, который он привык видеть в своем окружении, и при покупке одежды на него действуют социальные факторы. «Существуют референтные группы, побуждающие потребителей приобрести ту или иную одежду. Косвенное влияние оказывают так называемые «знаменитости» - актеры, певцы, популярные спортсмены и проч. А прямое влияние исходи от родственников, друзей, коллег, от тех людей, которые нас окружают» [3, с.18]. Люди, умеющие хорошо одеваться, считаются с собой и не оставляют без внимания мнения других, находя выход в самом естественном. Те, кто еще не определился со своими предпочтениями в одежде, могут воспользоваться простым советом: для создания стильного образа достаточно скомбинировать скромный костюм лаконичного кроя с удачно подобранным, броским аксессуаром. Аксессуар помогает придать образу целостный вид. Изделие с простым кроем будет выглядеть при этом намного изящнее. Это хорошая перспектива и для производителей. Важно не переусердствовать с внешним видом, хорошо подобранная одежда не должна привлекать к себе лишнего внимания.

С помощью одежды человек создает для себя некий образ, чтобы окружающие воспринимали его так, как он сам этого хочет. Но при этом в гардеробе будут присутствовать и личностные особенности: какие-либо предпочтения в крое изделия, в рисунке, цветовой гамме. Так во внешнем виде человека совмещаются две его стороны: «Я» идеальное (каким он хочет быть) и «Я» реальное (какой он есть на самом деле).

Многое можно сказать о человеке по его внешнему виду, сделать некие выводы о его образе жизни, стиле, социальном положении. По выражению американского писателя Ральфа Уолдо Эмерсона: «Стиль человека – это голос его души». Действительно, в своей манере одеваться человек, так или иначе, проявляет свои черты характера и темперамента. Предпочитаемая цветовая палитра тоже может охарактеризовать человека и его эмоциональное состояние. «Изменяется состояние – меняется и отношение к цвету. Поэтому выбираемый цвет есть индикатор нашего самочувствия и настроения» [5, с.179]. «Если субъективная предрасположенность к цвету говорит о внутреннем мире человека, то одновременно с этим и о способе его мышления, чувствах и поступках. Внутренний склад человека, его внутренняя структура отражаются в его персональном цветовосприятии» [1,с.28].

Например, людей, которые любят дорогую и модную одежду, можно назвать людьми со слабой волей, они живут одним днем и редко доводят начатое дело до конца. Если человек носит скромную одежду в нейтральных тонах, то он отличается своей ответственностью и застенчивостью. Такого человека можно обидеть любым неосторожным словом или действием. Энергичные, целеустремленные, уверенные в себе люди, как правило, носят одежду в единой

цветовой гамме, предпочтение отдают простым изделиям, но если того требует ситуация, они могут добавить и шарм в свой образ. Одежда для них предмет удобства, а не роскоши.

По данным известного психолога из Санкт-Петербурга В.Н. Панферова 85% людей склоны формировать впечатление о человеке, опираясь на его внешний вид. Поэтому во многих случаях одежда является нашей «визитной карточкой». «Только поверхностные люди не судят по внешности», - подметил Оскар Уайльд. Есть ситуации, когда очень важно создать правильное впечатление. «В деловом общении наиболее важно произвести выгодное впечатление о наших деловых и профессиональных качествах. <…> Добиться требуемого результата Вам поможет одежда» [4, с.45]. Например, при собеседовании на новом месте работы ваш внешний вид будет говорить за вас, насколько вы ответственный и исполнительный работник. Важно помнить, что и по манере ношения костюма многое можно сказать о вас, что не только параметры изделия могут вас охарактеризовать. Уместность одежды, её чистота и опрятность будут показывать только сильные ваши стороны.

Одежда стала неотъемлемой частью социальной активности человека. Она способствует как самовыражению личности так общению между индивидуумами. В своих предпочтениях в одежде человек выражает отношение к себе и к окружающим, характеризует себя как личность. Формирование своего стиля, имиджа напрямую зависит от динамичности образа жизни. Именно внешний вид помогает нам «прочесть» индивидуальные качества человека. Безусловно, вопросы, касающиеся швейных изделий, являются одними из самых актуальных и обсуждаемых, поскольку потребность в одежде была, есть и будет всегда. Все мы одеваемся в соответствии тому, кем мы являемся или хотим являться. И как сказала Софи Лорен: «Одежда – самое простое средство раскрытия личности».

Библиографический список:

1 Иттен И. Искусство цвета. – М.: Д. Аронов, 2015. – 95с.

2 Килошенко М. И. Психология моды. – М.: Оникс, 20005. – 320с.

3 Свирина Л. Мастер-класс Дарьи Пикаловой//Швейная промышленность. – 2006. – №6. – с.18-21

4 Сорины, сестры. Истоки имиджа или одежда женщины в азбуке общения. – М.: Издательство «Гном и Д», 200. – 192с.

5Сорины, сестры. Язык одежды или как понять человека по его одежде. – М.: Издательство «Гном и Д», 2002. – 224с.