

ОФОРМЛЕНИЕ ВНЕШНОСТИ КАК СРЕДСТВО САМОВЫРАЖЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Шкуратова И.П.

Статья посвящена актуальной и малоизученной в нашей стране проблеме самовыражения личности с помощью внешности. В статье раскрывается понятие внешности, костюма, дается анализ влияния социально-демографических и индивидуальных особенностей человека на оформление своей внешности.

Ключевые слова: самовыражение личности, внешность, габитус, психосемiotика, костюм, социальная идентификация, мода унисекс.

Современное общество предъявляет все более возрастающие требования к внешнему виду человека, его одежде. От внешнего облика человека часто зависит получение им престижной работы, успех в любовных и дружеских отношениях, симпатия со стороны окружающих людей. Поэтому не удивительно, что современный человек тратит огромные средства на оформление своего внешнего вида, приобретая одежду, косметику, посещая косметические салоны, переходя на сложные виды диет, подвергая себя пластическим операциям. Почему люди так стремятся совершенствовать свой внешний вид? Что дает привлекательная внешность?

Внешний облик рассматривается Е.А. Петровой как «средство объективации и интерпретации субъекта, как орудие развития и формирования его психологических структур, в первую очередь образа «я», и как средство экспрессивно-импрессивного проявления личности» [5, с. 223].

Внешность выполняет ряд очень важных социально-психологических функций в процессе жизнедеятельности человека.

- Она является внешней оболочкой человека и, собственно говоря, телесным воплощением его души.
- Внешность достоверно отражает главные характеристики человека, которые учитываются в общении с ним окружающими людьми: пол, возраст, социальный статус, личностные черты и пр. Таким образом, она служит средством категоризации людей и их идентификации с разными социальными группами.
- Она служит основой для формирования Я-концепции личности.
- Она является средством выражения внутреннего мира личности, ее самопредъявления во взаимодействии с другими людьми.

Если говорить о животном мире, то главные признаки, которые имеют значение для оценки

животными друг друга, связаны с силой и репродуктивной функцией. Оба эти признака сопряжены с молодостью, вернее с периодом зрелости, когда все функции находятся в оптимальной фазе, поэтому молодость является одним из главных критериев, для определения ценности особи в животном сообществе. Человечество тоже высоко ценит молодость и стремится отодвинуть границу ее окончания как можно дальше. Когда человек биологически молод, то ему не надо ничего предпринимать для ее демонстрации. У человека произошло существенное увеличение продолжительности жизни за счет развития медицины, что привело к расхождению между биологическим и социальным возрастом.

В современном обществе мы сталкиваемся с феноменом относительности возраста, который состоит в том, что в разных культурах один и тот же возраст может быть отнесен к разным возрастным категориям. Более того, даже в пределах одной культуры один человек может быть воспринят как молодой, а его ровесник как пожилой.

Для анализа внешнего облика человека Е.А. Петрова выделяет три семиотических системы: габитус, под которым понимаются характеристики телесного строения человека; кинесика, которая включает невербальные жесты и костюм, состоящий из одежды, обуви и сопутствующих аксессуаров [5]. В данной статье мы остановимся на рассмотрении тела и костюма как средств самовыражения личности.

С.В. Попов выделяет во внешнем облике человека две группы признаков: собственные, которые неотъемлемо принадлежат данному человеку, и сопутствующие, которые дополнительно его характеризуют (одежда, обувь и пр.). К собственным признакам он относит следующие: общефизические (возраст, рост); демографические и антропологические (пол, национальность); анатомические (строение тела и его частей); функциональные (осанка, походка, мимика, речь)

[6]. Кроме того, признаки, с его точки зрения, можно классифицировать еще по ряду критериев: общие-частные; постоянные-временные; необходимые-случайные; естественные-искусственные.

По мнению В.М. Богуславского, восприятие внешности людей обусловлено «психологическими установками, сложившимися в результате познавательной и самопознавательной деятельности человека, которые определяют и психологически мотивируют подход оценивающего к данному объекту» [1, с. 14]. Он выделяет три вида таких установок: восприятие человека как цельного объекта; индивидуализация при восприятии внешности; формирование эмоционального отношения к объекту восприятия.

В.М. Богуславский выделяет шесть аспектов оценки внешности человека.

- Экзистенциальный аспект (восприятие человека как некой природной данности).
- Эмоциональный аспект (выражение эмоционального отношения к воспринимаемому человеку).
- Эстетический аспект (оценка внешности с точки зрения ее красоты и гармонии).
- Психологический аспект (приписывание человеку личностных черт на основе наблюдаемых признаков внешности).
- Социальный аспект (приписывание человеку социальных характеристик).
- Возрастной аспект (ассоциирование воспринимаемых признаков внешности с определенным возрастом) [1].

При восприятии внешности человека все эти аспекты представлены в том или другом выделяемом признаке. Характер ситуации, в которой происходит восприятие человека, выдвигает на первый план аспекты, имеющие первостепенное отношение к целям взаимодействия субъекта и объекта оценки.

По данным С.В. Попова, если за 100% принять общее число всех элементов внешнего облика человека, то на отражение физического облика (рост, глаза, лицо, волосы и пр.) придется 82, 5 %, на экспрессию (мимику, жесты, позы, речь и пр.) – 14 %, а на оформление внешности (прическу, одежду, обувь и пр.) – всего 3,5 %. [6].

В исследованиях А.А.Бодалева было установлено, что взрослый человек, воспринимая других людей и затем, воссоздавая их облик, выделяет признаки в следующей последовательности: рост (83 %), глаза (75), волосы (73), мимика (66), лицо (64), телосложение (54), поза, осанка, (10,3), косметика, украшения (8,4), одежда (6,8) [2].

Судя по данным этих авторов, восприятие устойчивых телесных признаков (рост, глаза, волосы) является более важным для окружающих, чем неустойчивых, связанных с их оформлением (косметика, одежда, прическа). Но необходимо отметить, что человек

в разных ситуациях фиксирует разные признаки, так как его восприятие подчинено целям взаимодействия с воспринимаемым лицом. Можно привести много примеров, когда одежда кардинально меняла восприятие внешности человека, поэтому изучение одежды как средства самопредъявления личности становится очень актуальной проблемой.

Под костюмом понимается «исторически сложившийся и постоянно развивающийся комплекс определенным образом согласованных между собой предметов как непосредственно надеваемых на тело (одежда, обувь, головной убор, перчатки и др.), так и сопутствующих им дополнений (сумка, зонт и др.), а также прически, грима, формирующих внешний облик человека и образующих единое утилитарно-художественное целое» [цит. по 5, с. 172]. По мнению М.И. Килошенко, «костюм помогает создать конвенциональный образ человека, является средством самопрезентации личности; это не только внешние признаки и характеристики представляемой индивидуальности, но и средство воздействия на других людей» [4, с. 121].

Костюм выполняет две основные функции: утилитарно-практическую и общественно-символическую [4]. Утилитарно-практическая функция одежды является первичной и сводится к защите человека от неблагоприятных воздействий окружающей среды. Общественно-символическая функция состоит в том, что одежда служит средством социальной идентификации человека, выполняет роль украшения, является выражением его индивидуальности.

История человечества свидетельствует о том, что человек приобретает все большие возможности в плане выбора костюма в соответствии со своими вкусами, и что костюм несет в себе все большее количество информации о его владельце. Однако даже в современном мире человек ограничен многими правилами выбора и использования тех или иных видов одежды и аксессуаров.

Каждый костюм обладает сложной символической системой, обусловленной его формой, цветом, стилем и составом. Костюм, по мнению М.И. Килошенко, отражает многие социо-культурные характеристики человека, к которым можно относятся классовая дифференциация, богатство, респектабельность, половая принадлежность, принадлежность к определенной идеологической группе, вкус человека, культурная принадлежность [4]. Однако, это далеко не полный перечень, поскольку одежда также отражает личностные особенности человека, его возраст, темперамент, коммуникативные качества и многое другое.

Е.А. Петровой было разработано психосемиотическое описание визуальных знаков костюма, включающее 185 знаков, которые подразделяются на знаки-симптомы, знаки-регуляторы, и знаки-информаторы:

- 1) знаки-симптомы состояния (радость, грусть, ностальгия, смелость и др.);
- 2) симптомы процессов (погруженность в себя, динамичность); модальные знаки-симптомы (сочувствие, уважение, официальность, традиционность)
- 3) знаки-регуляторы (фатические, конативные, завершающие, побудительные);
- 4) знаки-информаторы (принадлежность к определенной профессии, национальности, полу, возрасту и пр.) [5].

Рассмотрим, каким образом социально-демографические и личностные особенности представлены в костюме человека. Один из наиболее важных информативных признаков костюма является его указание на возраст владельца. До 19 века не существовало понятия детской одежды, как, впрочем, и понятия детства. В античном мире одежда была удобной для всех возрастных категорий, и поэтому там проблема детской одежды не возникала. Но в 16-17 веках детей заставляли носить туфли на каблуках, тугие корсеты такие же, как и у взрослых. После создания специальной детской одежды, ребенок стал проходить ряд возрастных этапов, пока достигал права на ношение взрослой одежды. Еще в начале XX века сохранялся обычай одевать мальчиков в платьице до 4-5 лет, и в короткие штанишки до школьного возраста.

В настоящее время проявилась тенденция носить молодежную одежду людьми, вышедшими из этого возраста, что связано со стремлением современных людей выглядеть энергичными и молодыми. Это проявляется в ношении одежды спортивного стиля или джинсовой одежды, а также в использовании облегающих или очень открытых моделей.

Второй важной характеристикой, проявляющейся в одежде, является пол. Для каждого человека очень важна идентификация с собственным полом, поэтому принадлежность к определенному полу в одежде более очевидна, чем принадлежность к определенной возрастной группе. Мужской и женский костюмы существенно различались во все времена и у всех народов по многим параметрам: силуэту, тканям, цветовой гамме, аксессуарам. Мужчины, как правило, носят одежду из более плотных и темных тканей, их костюмы имеют меньше украшений.

В середине двадцатого века наметилась тенденция к маскулинизации женского гардероба, которая к настоящему времени привела к захвату женщинами всех аксессуаров мужского костюма. В настоящее время появилась тенденция к феминизации мужской одежды. Это является отражением нарастающего либерализма в идентификации человека с представителями своего биологического пола, признанием прав сексуальных меньшинств на нетрадиционное оформление своей

внешности. Появилась также мода на унисекс, представляющую собой одежду, не имеющую признаков пола (кроссовки, джинсы, рубашки, куртки и пр.). Она наиболее популярна в молодежной среде, поскольку удобна и не требует тщательного ухода.

В зависимости от ситуации (деловое общение, отдых, домашнее общение) человек может подчеркивать свой пол или одеваться нейтрально. Большие возможности для этого имеют женщины, поскольку они прочно вторглись на мужскую территорию, завоевав право носить практически все виды мужской одежды, вплоть до военной формы. Женщина в мужском костюме давно ни у кого в европейских странах не вызывает удивления или смеха. Мужчина в женском одеянии вызывает смех. Если проанализировать одежду клоунов, то она представляет собой вариант детской одежды: банты, цветные рубашки, штаны на подтяжках. Смех вызывает одежда, не соответствующая размеру, возрасту, полу человека или ситуации. Интересно в этой связи отметить, что детская одежда ближе по фактуре, фасонам и расцветкам к женской одежде. Это связано с тем, что в 17-18 веках одежда девушек была близка к одежде детей, что подчеркивало их инфантильность и зависимость от мужчины.

Третьим фактором, существенно влияющим на стиль одежды, является национальная принадлежность ее владельца. Национальная одежда в каждой стране складывалась под влиянием ее климатических условий, экономических возможностей и культурных традиций. Благодаря культурному обмену модели одежды одних стран распространялись на другие страны, в результате чего их ассортимент расширялся и обогащался. В настоящее время национальная принадлежность мало прочитывается в европейской одежде, но до сих пор широко представлена в одежде жителей стран Азии и Африки, что свидетельствует об их большем консерватизме. Выражением национальных традиций является, так называемый, этнический стиль одежды, который основан на модифицированных элементах национальной одежды какого-либо народа. Периодически возникает мода на ношение элементов одежды какой-либо страны: мексиканского пончо, русских сапожек и шуб, американских кожаных жилетов, шотландских клетчатых юбок и т.д.

Высокий социальный статус владельца костюма представлен в основном через высокое качество одежды и сопутствующих аксессуаров, а также через силуэт, приближающийся к вытянутому прямоугольнику. Богатые мужчины в официальной обстановке обязаны носить дорогие часы, очки, иметь дорогую ручку. Хотя сейчас в силу демократизации общества может возникать и такая ситуация, когда человек со средним достатком носит дорогие вещи, а миллионер позволяет себе ходить в дешевой одежде.

Профессиональная принадлежность также находит выражение в стиле одежды ее владельца. Некоторые

профессии связаны с ношением рабочей униформы. Это в первую очередь относится к работникам сферы обслуживания (продавцам, официантам и пр.), и рассчитано на то, чтобы окружающие могли их отличать от клиентов. Форму также носят военные, полицейские, летчики, священнослужители, судьи. Ношение формы позволяет им демонстрировать свой особый статус во время исполнения своих служебных обязанностей, что облегчает их взаимодействие с людьми.

Кроме того, в каждой профессиональной среде существуют типичные виды одежды, которые закрепились традицией (например, свитер или джемпер у художников, классический костюм у чиновников). Иногда профессиональная принадлежность может быть представлена только отдельными элементами одежды (шапочки выпускников определенного вуза или значки).

Каждый костюм транслирует большое количество информации о своем владельце, независимо от того, осознает он эту информацию или нет. Человек при выборе одежды ориентируется на многие факторы, к числу которых относятся национальные и семейные традиции, мода, индивидуальные предпочтения, связанные со стратегиями общения.

Подводя итог рассмотрению роли оформления внешности в самовыражении личности, отметим, что костюм выполняет многие функции самовыражения. На первое место необходимо поставить идентификационную функцию, поскольку с помощью определенного костюма человек, прежде всего, стремится вписаться в определенную социокультурную среду. В зависимости от того, какую роль человек собирается выполнять в определенной ситуации, он облачается в соответствующий наряд. В данном случае он подобен актеру, который одевается в соответствии со своей ролью. Отсутствие достаточного набора одежды на разные случаи жизни может поставить человека в затруднительную ситуацию. Например, наши советские актеры часто рассказывали истории о добывании смокинга для церемонии получения премии на престижном зарубежном кинофестивале.

На второе место по значимости можно поставить функцию саморегуляции. Для тех людей, которые в одежде ценят, прежде всего, удобство, она может стоять на первом месте. Каждый человек мог заметить, что одежда заставляет вести себя в соответствии с ее назначением. Домашняя одежда расслабляет, официальная одежда заставляет подтянуться, нарядная одежда создает праздничный настрой. Человек с помощью одежды может существенно повлиять на свое настроение, собранность, самоощущение, создать у себя определенную установку на предстоящее взаимодействие.

На третье место по значимости можно поставить функцию регуляции межличностных отношений,

поскольку с помощью одежды человек может сигнализировать о своей закрытости или открытости, о стремлении доминировать или подчиняться, проявлять активность или быть пассивным. Е.А. Петрова выделяет отдельную категорию знаков-регуляторов, которые направлены на привлечение внимания окружающих, определение степени интимности общения, поддержание внимания собеседника, побудительные и запретительные сигналы. Конечно, далеко не всякий человек может владеть искусством управления окружающими через собственную одежду. Этим в гораздо большей степени владеют женщины, поскольку они менее прямолинейны в выражении чувств и более изобретательны в одежде.

В этой связи интересно отметить, что телесная открытость и психологическая открытость связаны между собой. Нетрудно заметить, что мода на протяжении всей ее истории предписывала обнажение женщины и глухую одежду для мужчин. Некоторые исследователи связывают это с проявлением мужского сексизма, поскольку моду творят мужчины. Аналогично можно проследить и большую психологическую открытость женщин по сравнению с мужчинами. В современном мире начинает возникать мода на обнажение мужчин, а также пересматриваются установки в воспитании мальчиков в сторону поощрения большего выражения своих чувств.

Каждый человек своим видом оказывает влияние на окружающих. Чем больше его авторитет, и чем удачнее он отражает себя в манере одеваться, тем большее число людей стремится ему подражать. Особенно это касается публичных людей, чей облик видят и обсуждают миллионы людей. Костюм больше, чем другие средства самовыражения, позволяет отобразить индивидуальность человека. Для этого не обязательно иметь много денег, достаточно иметь фантазию и стремление быть уникальным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богуславский В.М. Оценка внешности человека: Словарь. М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – 254 с.
2. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: изд-во МГУ, 1982. – 200 с.
3. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Агентство «Издательский сервис», 2000. – 232 с.
4. Килошенко М.И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты. СПб.: СПГУТ, 2001. – 192 с.
5. Петрова Е.А. Знаки общения. М.: изд-во ГНОМ и Д, 2001. – 256 с.
6. Попов С.В. Визуальное наблюдение. СПб.: изд-во «Речь», 2002. – 320 с.