

CLOTHES FORMING IN THE LIGHT OF PERCEPTUAL PSYCHOLOGY

Kateryna Kyselova,
<https://orcid.org/0000-0002-1580-287X>
PhD, Associate Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
katerinakyselova@gmail.com

ФОРМОТВОРЕННЯ ОДЯГУ З УРАХУВАННЯМ ПСИХОЛОГІЇ СПРИЙНЯТТЯ

Кисельова Катерина Олександрівна,
<https://orcid.org/0000-0002-1580-287X>
кандидат технічних наук, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
katerinakyselova@gmail.com

Abstract

The aim of the research is to study the connection between the features of human perception and his needs in terms of self-expression through clothing, the awareness of himself as an individual and as a part of society at the same time. There is also an attempt to develop a coherent classification of the basic types of perception and observation with the thirteenth main psychotypes of a person with an emphasis on forming characteristics of clothing. **Methodology.** The basic method of research is a method of theoretical design, or idealization. The idealization method is supplemented by the method of comparative analysis, which allows combining the classification system of psychotypes and the basic types of perception and observation. **Scientific novelty.** For the first time it was suggested combining the classification of the basic types of perception and observation with the thirteenth basic psychotypes of a person in the context of consideration of the main forming characteristics of clothing. **Conclusions.** It is found that people of different types of perception perceive clothes and relate to them in different ways. Personalities of synthetic type pay more attention to the general form of clothes, their content load. Lines of division, texture and decorative finish are not important for them. The quality of performance is also not a determining factor. Such psychotypes as a paranoic, a schizoid, a sensitive type person, a hypotim belong to this type of perception. Personalities of analytical type, on the contrary, appreciate the quality, technological processing, decoration. The form of clothing is not a priority.

Анотація

Мета роботи полягає у дослідженні зв'язку між особливостями сприйняття людини та її потребами у питанні самовираження через одяг, усвідомлення себе як індивідуальності та складової соціуму водночас. А також – у спробі розробки сумісної класифікації основних типів сприйняття та спостереження з тринадцятьма основними психотипами людини з акцентом на формотворчих характеристиках одягу. **Методи дослідження.** Основним методом роботи є метод теоретичного конструювання, або ідеалізація. Метод ідеалізації доповнюється методом порівняльного аналізу, що дозволяє об'єднати систему класифікації психотипів та основних типів сприйняття та спостереження. **Наукова новизна.** Вперше запропоновано сумістити класифікацію основних типів сприйняття та спостереження з тринадцятьма основними психотипами людини в розрізі розгляду основних формотворчих характеристик одягу. **Висновки.** Виявлено, що люди різного типу сприйняття сприймають одяг та відносяться до нього по-різному. Особистості синтетичного типу більше уваги приділяють загальній формі одягу, його змістовному навантаженню. Їм неважливі лінії членувань, фактура та декоративне оздоблення. Якість виконання також не є визначальним фактором. До цього типу сприйняття можна віднести такі психотипи: параноїк, шизоїд, сензитив, гіпотим. Особистості аналітичного типу, навпаки, цінують якість, технологічну обробку, декоративне оздоблення. Форма одягу не є пріоритетною.

The analytical type includes an epileptoid, a psychasthenic, a conformal type of a person and an asthenic. Personalities of the analytical-synthetic type are the most demanding, such people appreciate the unity of style, correlate the form and the lines of division, color and decoration. This type includes a hysteroid and a labile type of person. Emotional types most of all appreciate color, expressiveness of the form, the perception of decorative details and elements. Quality is not taken into account at all. This emotional type includes a hyperthim, an unstable type of a person and a cycloid.

Creating an adequate visual image plays an important role in a man's life. The task of the designer is not only to feel, but also to examine a person who the clothes are designed to, taking into account all his features and at the same time to avoid creating a projection of your own «identity», identity of a designer. Studying the basics of psychology, the use of psychological tests in the selection of clothing will definitely help the designer to move in the right direction.

До аналітичного типу належать: епілептоїд, психостеноїд, конформний, астенік. Особистості аналітико-синтетичного типу є найбільш вимогливими, такі люди цінують єдність стилю, співвідносять форму та лінії членувань, колір та декоративне оздоблення. До них відноситься істероїд, лабільний. Особистості емоційного типу найбільше цінують колір, виразність форми, помітність декоративних деталей та елементів. Якість взагалі не береться до уваги. До емоційного типу належать гіпертим, нестійкий та циклоїд.

Створення адекватного візуального образу відіграє важливу роль у житті людини. Завдання дизайнера — не тільки відчутти, а й дослідити того, на кого проектується одяг, врахувати усі його особливості і при цьому не створити проекцію власного «Я». Ознайомлення з основами психології, використання психологічних тестів при доборі одягу допоможуть дизайнеру рухатися у правильному напрямку.

Key words: **Ключові слова:**

clothes forming; fashion design; perceptual psychology of clothing

формотворення одягу; дизайн одягу; психологія сприйняття одягу.

Вступ ■ 1

Життя людини проходить у постійних контактах з іншими людьми, і вміння виразити себе в зовнішньому вигляді відповідно до наявного уявлення про власне «Я» є однією з найважливіших передумов спілкування. В сучасному швидкому темпі отримання та освоєння інформації костюм часто відіграє роль однієї з найвиразніших візуальних характеристик людини. Згадаємо відомий вираз: «По одязі зустрічають...». За різними психологічними теоріями, перше враження від людини ми отримуємо не через зміст розмови, який надає близько 7% інформації, а через голосові характеристики та зовнішність людини (близько 38% та 55%). Саме зовнішність та одяг людини несе максимальну наочну інформацію про її смаки та уподобання, економічні можливості та приналежність до певної професійної, формальної чи неформальної групи, виражає ставлення до присутніх та світу, і, зрештою, демонструє роль самого одягу в житті людини. Й оскільки зовнішній вигляд неподільно пов'язаний з внутрішніми відчуттями, костюм створює наочну оболонку «Я», фіксує та маскує всі модифікації, виражаючи базові характеристики особистості й слугуючи «засобом гармонізації недосконалої людини з недосконалим світом» (Липская, 2010, с. 66). Зовнішня форма та внутрішній зміст взаємовпливові, і в нашому зовнішньому вигляді проявляються всі внутрішні психологічні смисли. Одяг, що складає костюм, створює маленький особистий простір для людини, він є складною системою самоідентифікації особистості з тією чи іншою спільні-

стю, засобом її пристосування до довколишніх умов. За допомогою костюму людина «передає повідомлення» про себе суспільству, а суспільство його сприймає й трансформує. Без освоєння цієї складної системи неможливе формування навичок розуміння суспільства або іншого індивіда.

Мета дослідження **2**

Мета цієї роботи полягає у дослідженні зв'язку між особливостями сприйняття людини та її потребами у питанні самовираження через одяг, усвідомлення себе як індивідуальності та складової соціуму водночас. А також – у спробі розробки сумісної класифікації основних типів сприйняття та спостереження з тринадцятьма основними психотипами людини з акцентом на формотворчих характеристиках одягу.

Методологія та аналіз джерельної бази **3**

Вивчення особистості завжди було і продовжує залишатися однією з найбільших таємниць і найважливіших проблем людства. Фактично, всі соціально-психологічні теорії вносять свій внесок у розуміння особистості: що її формує, чому існують індивідуальні відмінності, як відбуваються її розвиток і зміна впродовж життя людини. Але більшість напрямів психології лише мінімально представлені в сучасних теоріях особистості, отже теорія особистості ще далека від завершеності.

Зовсім недостатньо розглянуті питання психологічного комфорту сприйняття одягу як щодо його власника, так і стосовно інших. Вираженню особистості через костюм як найважливішого джерела інформації, присвячені праці Фреда Девіса (1992) та Діани Крейн (2000) з Чиказького університету. Костюм як засіб самоідентифікації розглядає Р. М. Кирсанова (2006). Вивченню сприйняття одягу з погляду створення власного іміджу присвячені праці Олени Петрової та Надії Коробцевої, відомих як сестри Соріни (2000). Розгляд моди в ракурсі психології представлений монографією М. Кілошенко (2014).

Оскільки метою дослідження є встановлення зв'язку між особливостями сприйняття людини та її потребами у питанні самовираження через одяг, то основним методом роботи є метод теоретичного конструювання, або ідеалізація. Метод ідеалізації доповнюється методом порівняльного аналізу, що дозволяє об'єднати систему класифікації психотипів та основних типів сприйняття та спостереження.

Результати дослідження **4**

Кожна людина прагне бути сприйнятою соціумом як самодостатня сформована особистість, з правом на власне бачення тих чи інших речей. Сприйняття – це початок формування світогляду людини, фундамент взаємодії людини із соціумом (Величковский, Зинченко, & Лурия, 1973). «Сприйняття відбувається на основі чуттєвих даних відчуттів. Під час сприйняття всі відчуття синтезуються, створюючи цілісні образи предметів та явищ» (Варій, 2009, с. 287). Сприйняття містить у собі відтворення минулих образів та осмислення сприйнятого, а також – почуття та емоції з цього приводу. Відображаючи об'єктивну дійсність, наше сприйняття не просто віддзеркалює її, а водночас «переформатує» під життя тієї людини, що сприймає.

У психіці людини закладається відображення навколишнього середовища загалом, та дії цього середовища на органи чуття. Цими образами оперує надалі наша увага, наше мислення, пам'ять, почуття та емоції. Таким чином відбувається структурування інформації, що надходить. Сприйняття та аналіз сприйнятого формує людську особистість. У кожній особистості індивідуальні особливості сприйняття. Точність, динаміка, глибина, емоційність, рівень узагальнення може бути зовсім різним.

Ми створенні таким чином, що будучи складовою суспільства, прагнемо до індивідуалізації. Тягнемось до ідеалів, використовуємо власні особливості, вміння, таланти. Прагнемо продемонструвати світу свою унікальність та несхожість через самовираження. Самовираження найбільше реалізується через зовнішній вигляд. Більшості людей індивідуальність характеру не заважає жити в суспільстві і дотримуватися його законів і правил. В деяких випадках людина не може адаптуватися в суспільстві, але сама вона цього не усвідомлює і оцінює свою поведінку як єдино правильну. Часто для того, щоб зрозуміти поведінку та вчинки людини, необхідно зазирнути у глибину її особистості, у глибину її свідомості. Для цього створено багато методик та тестів, що можуть допомогти. Один із прикладів такої праці – тест швейцарського психіатра і психолога Германа Роршаха. Ілюстративний матеріал та шляхи «прочитання» його плям допомагають усвідомити проблеми чи потреби індивідуума. Даний тест допомагає розкрити справжнє «я», виявляє приховані особливості, які можуть сприяти знаходженню правильного місця у житті, впевнитися у призначенні людини. Важлива інформація про потреби особистості, про те, що робить людину щасливою чи сумною, що хвилює її, що вона змушена придушувати і переводити у форму підсвідомих фантазій, може бути видобута зі змісту або «сюжету» асоціацій, що викликаються чорнильними плямами. Виявлення певних особливостей, які людина не завжди усвідомлює, може допомогти їй самовизначитися в костюмі та зовнішньому образі. Так само ці плями можуть надати інформацію про смаки, пріоритетність завдань, які людина ставить, підбираючи одяг. Використання деяких аспектів тесту, на нашу думку, може допомогти у створенні загального візуального образу та відпрацювання підходів до індивідуального формотворення одягу.

Теоретичні основи трактування тесту, які можуть бути покладені в основу індивідуального підходу до створення образу та гардеробу, засвідчують: якщо людина оперує всією плямою в цілому, то вона здатна сприймати основні взаємозв'язки і схильна до систематизованого мислення. Якщо фокусується на дрібних деталях, отже, вона прискіплива і дріб'язкова, якщо на рідкісних – значить, схильна до «надзвичайного» і здатна до загостреної спостережливості. Зосередження уваги на білому тлі свідчить про наявність опозиційної установки, про схильність до дискусій, про впертість і свавілля, іноді про негативізм і дивацтва в поведінці. Здатність до чіткого сприйняття форми плям вважається індикатором стійкості уваги і однією з найважливіших ознак інтелекту. Відповіді про рух, що виникають при сприйманні уявлень, можна розглядати як по-

казник внутрішнього життя (інтроверсії) і емоційної стабільності. Велика кількість колірних відповідей розцінюється як прояв емоційної лабільності. Співвідношення відповідей щодо руху і кольору Роршах назвав «типом переживання». Переважання відповідей про рух він пов'язував з інтроверсивним типом переживання, переважання колірних відповідей – з екстратензивним. Головну відмінність інтроверсії від екстратензії він вбачав у більшій залежності від внутрішніх переживань, ніж від зовнішніх вражень. Отже, змістовна сторона відповідей, що відображає переживання випробовуваних, впливає й на вибір одягу, через який створюється проекція свого «Я». Краще зрозумівши себе, людина чіткіше усвідомлює свої вподобання, уявляє, що їй дійсно необхідно, чому її приваблюють певний стильовий напрям, певні форми і види одягу, кольорові поєднання та присутність деталей. Такі тести можуть допомогти більш чітко сформулювати особистість, що буде мати сталі уявлення свого образу.

Вдало підібраний одяг відображає внутрішній стан людини, не суперечить її смакам, та при цьому дає їй можливість самовираження, допомагає людині розкрити свій творчий потенціал. Навпаки, якщо одяг не відображає внутрішній стан людини, вона стає схильною до сумнівів та невпевненості, до формування комплексів. Відволікаючись на думки стосовно зовнішнього вигляду, неможливо бути стовідсотково відданим своїй роботі чи творчості. Тому надзвичайно важливим фактором у формуванні особистості є впевненість у собі, яка формується на основі власного сприйняття свого образу та формування правильного сприйняття свого образу присутніми.

Присутні сприймають нас, роблять певні судження та висновки стосовно нашої особистості через візуальний образ. Спираючись на зовнішній вигляд, ми можемо дати характеристику людині, її способу життя, захопленням, особливостям характеру, життєвим принципам тощо. Не будучи знайомими, ми сприймаємо людину за зовнішніми ознаками, та вже робимо певні висновки щодо неї, формуємо її психологічний портрет. Усі наші вподобання, смаки, погляди, моральні та етичні принципи та норми, думки, прагнення, емоції, усе, приховане всередині, відображається у зовнішньому вигляді. Ми починаємо сприймати людину і робити висновки ще до особистого контакту з нею, спираючись лише на її образ. Ми звертаємо увагу як на образ в цілому, так і на окремі його складові: стильовий напрямок, форма, вид одягу, кольорова гама, наявність чи відсутність оздоблювальних елементів та інше. Це все відіграє важливу роль у сприйманні кожного з нас.

Спираючись на спостереження, можна визначити не лише типи ставлення людини до моди чи одягу в цілому (Сестры Сорини, 2000, с. 14), а також дійти висновків щодо психотипу людини, яких виділяють тринадцять (с. 172). У кожного типу є свої особливості і потреби, що притаманні саме йому. Розглянемо для прикладу декілька з них. Сензитив – це психотип дуже сором'язливих та чуттєвих людей, з розвинутим почуттям відповідальності. Вони уважні та добрі у ставленні до інших, зі стійкими моральними цінностями. Одя-

гаються скромно, намагаються не виділятися, зайвий раз не повертати до себе увагу, не люблять ультра-модний чи авангардний одяг. Істероїд – повна протилежність. Цим людям необхідно бути у центрі уваги, щоб усі ними захоплювалися. Активні, енергійні, артистичні, вони полюбують все яскраве, надсучасне, екстравагантне. Оперуючи достатньою мірою цими факторами та враховуючи інтереси людини, можна сформувати образ, що буде комфортним, і водночас влучно відобразатиме індивідуальні особливості і потреби в самовираженні людини. Це сприяє формуванню «вільної» людини, без комплексів, сумнівів, невдоволень власним зовнішнім виглядом. Такі знання допоможуть у проектуванні одягу з урахуванням індивідуальних особливостей психологічного портрету людини.

У психології склалася така класифікація основних типів сприйняття та спостереження: синтетичний, аналітичний, аналітико-синтетичний та емоційний (Сергеєнкова, Столярчук, Коханова, & Пасека, 2012, с. 68). Люди синтетичного типу схильні до узагальненого відображення явищ, до визначення основної суті, незважаючи на деталі. Люди аналітичного типу меншою мірою узагальнюють явища дійсності. Вони вирізняють та аналізують, насамперед, деталі, подробиці. Зрозуміти загальну суть явища для них іноді буває проблемою. Люди аналітико-синтетичного типу сприйняття намагаються зрозуміти основну суть явища і фактично його підтвердити. Вони завжди співвідносять аналіз окремих частин з висновками, встановлення фактів – з їх поясненням. Особистостям емоційного типу сприйняття притаманна підвищена емоційна збудливість до різноманітних подразників (Варій, 2009, с. 307).

Отже, було виявлено, що люди різного типу сприйняття сприймають одяг та ставляться до нього по-різному. Особистості синтетичного типу більше уваги приділяють загальній формі одягу, його змістовному навантаженню. Їм неважливі лінії членувань, фактура та декоративне оздоблення. Якість виконання також не є визначальним фактором. До цього типу сприйняття можна віднести такі психотипи: параноїк, шизоїд, сензитив, гіпотим. Особистості аналітичного типу, навпаки, цінують якість, технологічну обробку, декоративне оздоблення. Форма одягу не є пріоритетною. До аналітичного типу належать: епілептоїд, психостеноїд, конформний, астенік. Особистості аналітико-синтетичного типу є найбільш вимогливими, такі люди цінують єдність стилю, співвідносять форму та лінії членувань, колір та декоративне оздоблення. До них відноситься істероїд, лабільний. Особистості емоційного типу найбільше цінують колір, виразність форми, помітність декоративних деталей та елементів. Якість взагалі не береться до уваги. До емоційного типу належать гіпертим, нестійкий та циклоїд.

Висновки **6**

Створення адекватного візуального образу, спираючись на особливості психології сприйняття, відіграє важливу роль у житті людини. Завдання дизайнера – не тільки відчувати, а й дослідити того, на кого проектується одяг, врахувати усі його особливості і при цьому не створити проекцію власного «Я». На нашу думку, розуміння психології споживача надзвичайно важливе. Всі успішні дизайнери від природи є психоаналітиками, що є одним з головних факторів у досягненні високого рівня майстерності. Тому в сучасній освіті цьому питанню повинно бути приділено достатньо уваги. Ознайомлення з основами психології, використання психологічних тестів при доборі одягу допоможуть дизайнеру рухатися в правильному руслі, щоб створити образ, який допоможе споживачу розкритися і почувати себе комфортно.

Список посилань

- Варій, М.Й. (2009). *Загальна психологія*. Київ: Центр учбової літератури.
- Величковский, Б.М., Зинченко, В.П., & Лурия, А.Р. (1973). *Психология восприятия*. Москва: Издательство Московского Университета.
- Килошенко, М. (2014). *Психология моды*. Санкт-Петербург: Питер.
- Кирсанова, Р.М. (2006). Костюм как средство самоидентификации. В *Культура сквозь призму идентичности* (с. 72-82). Москва: Индрик.
- Липская, В.М. (2010). Костюм как поступок. В *Мода в контексте культуры* (Вып. 4, с. 66-71). Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный институт культуры.
- Сергеенкова, О.П., Столярчук, О.А., Коханова, О.П., & Пасека, О.В. (2012). *Загальна психологія*. Київ: Центр учбової літератури.
- Сестры Сорины. (2000). *Язык одежды или Как понять человека по его одежде*. Москва: Гном и Д.
- Crane, D. (2000). *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender and Identity in Clothing*. Chicago: University of Chicago Press.
- Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: University of Chicago Press.

References

- Crane, D. (2000). *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender and Identity in Clothing*. Chicago: University of Chicago Press [in English].
- Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: University of Chicago Press [in English].
- Kiloshenko, M. (2014). *Psihologiya modyi* [Fashion psychology]. St. Petersburg: Piter [in Russian].
- Kirsanova, R.M. (2006). Kostyum kak sredstvo samoidentifikatsii [Costume as a means of self-identification]. In *Kultura skvoz prizmu identichnosti* [Culture through the prism of identity] (pp. 72-82). Moscow: Indrik [in Russian].
- Lipskaya, V.M. (2010). Kostyum kak postupok [Suit as an act]. In *Moda v kontekste kul'turyi* [Fashion in the context of culture] (Vol. 4, pp. 66-71). St. Petersburg: St. Petersburg State Institute of Culture [in Russian].
- Serhieienkova, O.P., Stoliarchuk, O.A., Kokhanova, O.P., & Pasiaka, O.V. (2012). *Zahalna psykholohiia* [General Psychology]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
- Sisters Sorinyi. (2000). *Yazyk odezhdyy ili Kak ponyat cheloveka po ego odezhde* [Language of clothes or How to understand a person by his clothes]. Moscow: Gnom i D [in Russian].
- Varii, M.Y. (2009). *Zahalna psykholohiia* [General Psychology]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
- Velichkovskiy, B.M., Zinchenko, V.P., & Luriya, A.R. (1973). *Psihologiya vospriyatiya* [Psychology of perception]. Moscow: Izdatelstvo Moskovskogo Universiteta [in Russian].