



УДК 687.016:159.9

Гаєвая И. Л.

Київський державний університет технологій та дизайну

ЛИЧНОСТЬ КАК БАЗОВАЯ КАТЕГОРИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОСТЮМА

Гаєвая И. Л. Личность как базовая категория в процессе проектирования костюма. Исследование касается социальной значимости костюма и роли дизайнера в формировании внешнего образа индивида.

В работе акцентируется проблема современного шаблонного подхода в моде. В данном аспекте определены предпосылки возникновения подсознательного коммуникативного барьера. Также анализируются некоторые механизмы психологии касательно темы. Глубокий социальный конфликт — «неприятие себя» — рассматривается как основная причина, осложняющая процесс коммуникации.

Внешним фактором в этой связи выступает односторонняя концепция дизайнера, часто неспособного противостоять консервативному подходу. В итоге некоторые методы современного дизайна рассматриваются как малоперспективные в эстетическом и экономическом ракурсе.

В исследовании предлагаются практические разработки и методы с целью обогащения образных характеристик и поддержания идеи персонификации.

Ключевые слова: дизайнер, костюм, мода, образ, имидж, имиджология, коммуникативная функция костюма.

Гайова І. Л. Особистість як базова категорія у процесі проектування костюма. Дослідження стосується соціальної значущості костюма і ролі дизайнера у формуванні зовнішнього образу індивіда. У роботі акцентується проблема сучасного шаблонного підходу в моді. У цьому аспекті визначено передумови виникнення підсвідомого комунікативного бар'єра. Також аналізуються деякі механізми психології відносно теми. Глибокий соціальний конфлікт — «неприйняття себе» — розглядається як основна причина, що ускладнює процес комунікації.

Зовнішнім чинником у цьому контексті виступає одностороння концепція дизайнера, часто нездатного протистояти консервативному підходу. У підсумку деякі методи сучасного дизайну розглядаються як малоперспективні в естетичному та економічному ракурсі.

У дослідженні пропонуються практичні розробки та методи з метою збагачення образних характеристик і підтримки ідеї персоніфікації.

Ключові слова: дизайнер, костюм, мода, образ, імідж, іміджологія, комунікативна функція костюма.

Haiova I. Personality, as a basic category in the process of designing a costume. Currently, the problem of an individual's self-identification as well as the study of an image role in building successful communications attracts more and more scientific interest.

For the moment, the fashion industry's market is overfilled with stereotyped clothing. Extremely narrow range of style solutions of the offered assortment can satisfy only a small part of the consumer demand.

The study concerns the social significance of the costume and the role of the designer in creating an external image of the individual. The costume, in this aspect is presented as one of the fundamental characteristics of the image.

The focus is put on the personality with its internal contradictions. The object of the study is a dialogue of the individual that carries information through external attributes and a contemplator, capable to refract and interpret such external attributes.

The goal of the study is to prove the relevance and advantages of a truthful image that reflects uniqueness, and imperfection of currently existing system of fashion stereotypes. The practical task is to determine the prospects for a creative search for a designer, with an emphasis on the informative basis of the individual, which often remains unexpressed in clothing.

The object of the study, the individual expressing itself in a costume, is part of a multi-level social sphere. The accented psychological-spiritual aspect of the topic required identification of its most relevant components. The most productive methods in this study were theoretical ones, such as abstraction, analysis and synthesis, induction and deduction.

As a result of studying the psychological phenomena of the image, the reasons of emergence of a subconscious communicative barrier on the part of the individual, the so-called internal factor, were established. In the course of work it became clear that fear of self-expression is a consequence of a deeper conflict in the society — rejection of oneself, such as we are, the discrepancy of our desires with real conditions and possibilities for their implementation.

Рецензент статті: Ніколаєва Т. В., кандидат технічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну

Стаття надійшла до редакції 10.07.2017

An external factor in this regard is one-sided concept of the designer, who for the same and other reasons is incapable to resist a conservative approach.

Work on appearance is not limited to accenting of our "strong" points and veiling of "weak" ones. Otherwise it leads to a cliché in creation of an artificial and incomplete image, often copying others. Rejecting the "weak" sides, we are deprived of an integral part of our "I", we destroy the integrity of the character.

Analyzing current trends regarding the principles of forming a personal image, there is a feeling that every new opportunity to change oneself is used to get closer to the external "ideal", to be like someone. At the same time, desire to match tastes of society leads to a loss of what distinguishes us, what we are worth with and are interesting to others. Such a formalism in clothing leads to the same formality of relations, not involving sincere attention to each other.

Perceiving the image as a protective mechanism that guarantees predictable evaluation and recognition in society, we create nothing else but a mask behind which the uniqueness that we reject is hidden.

Eventually, we get a closed spiral, where both links, the designer and the individual, function as the conductors of ideas of false convenience. Truthfulness of the image has high spiritual and moral significance, and also creates a healthy economic perspective for design.

The material basis that embodies the idea of this research is the costume, as a multifaceted, powerful tool for self-expression. The costume actively participates in creating an external image, often the first and most vivid impression of a person.

Further research on the subject of the costume contains an analysis of its potential in the aspect of the topic. Attention is focused on the mobile properties of the costume, which can be a method of psychologizing the character.

Influence of the costume extends not only over our appearance. The ideas, enshrined in stylistic and image decision, affect significantly self-awareness and manners of the individual.

Behind the outer cultural cover a deep moral idea of the subconscious is lying. In the complex branched out structure of human thinking, external attributes indisputably play a leading role.

When preparing the costume designers, it is necessary to pay attention to the formation of a deeply responsible attitude to the person individuality, where there is no accident, minor details and everything serves for holistic harmony. Along with this, the problem of lacking professional competences in the field of psychology is raised.

The creator of the costume, as an outer cover, closely interacting with the inner individual, is obliged to take into account not only innate characteristics, but also an outlook, spiritual and cultural foundations of the represented individual.

The activity of the designer initially assumes creation of comfort in the object environment used by us, in contrast to the artist, whose works bear exclusively spiritual and cultural value, expressing the author's individual outlook.

As for changes in the individual's appearance, there arises a sharp question of determining the line that should not be crossed by rough introduction of characteristics alien to the individual. This requires an individual, differentiated approach.

Defects of appearance require correction really often. First of all, the individual has a tendency to look better. The second reason has a moral and psychological root. Disadvantages of the figure and costume inevitably attract attention, disrupting harmony of the appearance and thus distracting from perception of the most important thing – individuality. Effective ways of harmonization are working with form and color, creating corrective illusions in the costume.

When talking about the essential quality perceived by us as a weakness or a defect, only because it differentiates us from the given "ideals", we are not obliged to reject it with the goal of creating a false harmony.

The designer acts as an intermediary in the complex "society-individual" structure, intended to improve the quality of communication. Ideally, subtlety and responsibility of methods approach it closer to the skill of art restorer who restores integrity of the image. Rejected traits of character can find a worthy interpretation, if their creative meaning will be found in creative search. Thus, one can see gentleness and femininity behind "dullness", and "dryness" of the image may conceal a high potential for humility and spirituality.

Keywords: *designer, costume, fashion, appearance, image, imagology, communicative function of costume.*

Постановка проблемы в общем виде и связь работы с важнейшими научными или практическими задачами. В современной моде продолжает развиваться тенденция отказа от индивидуализации. Сформировалось некое клише популярных образов, концептуально не предназначенных для передачи отличительных личностных характеристик. Рынок переполнен однотипными образцами одежды, не удовлетворяющей важных потребностей индивида.

Внешний образ выстраивается на основе поставленных перед человеком карьерных или личных задач. Такая односторонность трактовки сужает функцию костюма до обозначения социальных ролей. Бесспорно, что смыслообразующая значимость костюма как внешнего признака многогранной человеческой природы способна решать и другие важные задачи. Согласно теории К. Г. Юнга [13], одной из важнейших потребностей личности является индивидуация — достижение целостности, раскрытие своей сокровенной природы. Костюм как проявление самосознания индивида выступает в качестве инструмента самовыражения, образующего пространственно-временную связь.

При этом открываются два ключевых аспекта: особенности самовосприятия индивида и роль дизайнера как творческого создателя модных образов. Стереотипный, формальный подход к личному имиджу провоцируются как социально-психологическими факторами, так и недостаточным выбором современной модной палитры. В результате потребления предлагаемых модных шаблонов и отказа от уникальности, костюм превращается в маску, часто не имеющую ничего общего с содержанием.

Процесс творческого роста дизайнера неразрывно связан с развитием глубокого понима-

ния индивида и его потребностей в костюме. Исходя из этого, возникает необходимость дальнейшего двустороннего анализа данной проблемы.

Анализ последних исследований и публикаций. В последнее время возрастает научный интерес к проблеме самоидентификации личности в костюме, а также к изучению важной роли имиджа в процессе коммуникаций.

В статьях Н. М. Блиновой [1] и В. М. Липской [7] подробно рассматриваются понятие «имидж», история развития имиджологии и некоторые психологические механизмы процесса имиджирования. Авторы исследуют возможности рефлексии, самонаблюдения и осознания собственного имиджа индивидом, а также понятия естественного и искусственного компонентов имиджа.

В статьях А. В. Дубровиной [4; 5] проводится анализ знаковой системы костюма в социокультурном коммуникативном пространстве, предлагаются к рассмотрению типы кодов: традиционные этнические, традиционные универсальные, модные универсальные, модные концептуальные. В материале приводится обзор примеров культурных кодов в информационной системе знаков костюма.

Н. А. Коробцева в статье «Формирование индивидуального имиджа и проектирование одежды: актуальные проблемы и направления исследований» [6] говорит о необходимости изменения подхода к проблеме проектирования одежды, учитывая ее коммуникативные функции.

На основе данного анализа тема представляется перспективной для дальнейших разработок и изучения феномена имиджа, в связи с его значением для многих сфер жизнедеятельности человека.

Формулирование целей статьи. Задача статьи — противопоставить преимущества правдивого образа, отражающего индивидуальность, несовершенству существующей сегодня системы модных шаблонов. При этом важно определить перспективный ракурс творческого поиска дизайнера, направляя его внимание на ценные черты личности, которые остаются невыраженными в костюме.

Изложение основного материала исследования. Объектом исследования является диалог индивида, несущего информацию посредством внешних атрибутов, и созерцателя, способного преломлять и интерпретировать внешние признаки. Полнее представить данную проблематику нам поможет обращение к шедеврам живописи. Продуманность деталей и глубина образов великих полотен — свидетельство высочайшего разума, тонкого вкуса и таланта психологического наблюдения их творца. Нас же интересует в первую очередь не мастерство художника, а пример отношения к человеческой сути. Художник в своих картинах использует костюм для выявления скрытых душевных и духовных ценностей и подчиняет его этой цели, иногда намеренно лишая выразительности, обобщая форму, убирая отвлекающие детали. Костюм находится в подчи-

нении основной идеи, где все составные — цвет, форма, отдельные элементы — служат раскрытию неповторимых граней личности. Именно внутренняя красота человека, передаваемая в портрете, делает его уникальным.

Ярким примером минимизации костюма с целью укрупнения внутренних качеств являются портреты итальянского художника-экспрессиониста А. К. Модильяни. Рассмотрим иллюстрацию портрета женщины (рис. 1) и варианты фотомонтажа (рис. 2–5), где соединены части двух различных работ (один и тот же персонаж представлен в разных костюмах). В измененных вариантах детали костюма акцентируют внимание на себе, увлекая наше воображение в сторону предполагаемой ситуации (домашние будни, торжество, встреча и так далее). В данном случае костюм выступает как яркий социальный знак.

В оригинале, где единственной яркой деталью является остроугольный вырез, лаконичность и в то же время продуманность костюма помогает переключить внимание с формы на содержание. Минимизация знаковых характеристик открывает перспективу свободного восприятия личности вне каких-либо условностей, позволяя каждому трактовать ее по-своему, избегая шаблонов и формул. В мировой палитре костюма встречаются также и многочисленные примеры успешной передачи естества множественностью деталей. В связи с тем, что искусство портрета лишено взаимобратной связи, как это имеет место в искусстве моделирования, нам интересен не метод, а глубинный аналитический подход.

Мы не можем знать, насколько правдиво передает художник внутреннюю суть человека, однако мы видим его стремление именно в этом.

Что представляет собой «исторический человек» — носитель эмоций, до конца не выраженных в портрете? Каковы были отношения индивида с окружающим его миром, его реакции в соприкосновении с внешней средой? Даже глубоко изучая историю живописи, мы не получаем ответы на многие вопросы. Великий Пушкин сказал о своем портрете: «Себя как в зеркале я вижу, Но это зеркало мне льстит».

В разговоре об искренности и элементах фальши мы подходим ближе к психологической стороне нашей работы — трактовке имиджа. Возможно, каждому дизайнеру следует честно утвердиться в целях, которые он для себя ставит. Творец костюма продолжает общую гуманную направленность — проводить линию добра, гармонии и совершенства. Иногда следует уточнить и выверить свои идеи и методы.

Принятие концепции искривленного образа приводит к «ложному» удобству и неправильному выбору [13, с. 16–18]. На этом пути нас подстерегает масса нравственных, философских и социальных проблем. Путь их осмысления прошел через источ-

ники нравственно-духовной, философской, физиологической и медицинской сфер знаний человечества [13, с. 35–36].

Идея подсознательного барьера в коммуникации, построенного самим человеком, не нова. Здесь открывается дополнительная проблема боязни самовыражения [14, с. 173]. Следы ее прослеживаются в мировой психологии, в диагностических обозначениях (невроз, психосоматический сбой, массовый психоз, фобии, мании) [13; 15]. Обращает внимание тот факт, что в научных трудах современности, как и в теологическом духовном наследии всех времен, тема боязни узнается через описание страдающей личности. К. Юнг [13], В. Л. Леви [8], А. Шопенгауэр [12], Энтони де Мелло [3], а также известные богословы, такие как Хильдегарда Бингенская [15] и Ансельм Грюн [2; 14], в своих работах неоднократно указывают на общий «недуг» человечества — неприятие себя такими, какие мы есть, несоответствие наших желаний реальным условиям и возможностям их осуществления. Отсюда неизбежно возникают страх, подавленность, нежелание признать самого себя и открыться другим. В книге «Раздираание. От раздвоения к целостности» Ансельм Грюн пишет: «Мы раздираемы между желанием быть подлинными, жить как велит нам наше сокровенное — и стремлением овладеть как можно большим и иметь как можно больше успеха» [2, с. 27–32].

Все наши мелкие поиски непременно сводятся к выведению «сильных» сторон и вуалированию «слабых». Именно так рождается клише в создании искусственного и неполного образа, часто копирующего других. При этом, отвергая в себе «слабые» стороны, мы лишаемся неотъемлемой части своего «я», разрушаем целостность характера [2; 3; 14].

Здесь мы вплотную подошли к проблематике «имиджа». Решение данного конфликта лежит в плоскости честного отношения к себе. На этом пути модельера подстерегают бесчисленные ловушки во взаимодействии с современной модой и с индивидом. мода не способна отвечать индивидуальным потребностям человека, поскольку она диктуется извне. Тактика модельера должна быть глубоко продуманной. Обожжение острых углов приводит к односторонней эгоцентрической концепции моделирования, упорная манифестация правдивого элемента способна активизировать противоположные тенденции. Модельер часто призван быть психологом, способным на компромисс в своем творческом поиске, учитывающим психологию индивида, который не желает идти революционным путем обретения своего «я» и правдивости. Реальность диктует свои жесткие законы реализации человека, способного принести в жертву высокие идеалы, следуя банальному нежеланию выделяться. Таким образом, практическое поле деятельности модельера, к сожалению, интегрирует идею самоидентификации естества лишь в виде слаботамеченных

тенденций. Воспринимая имидж как защитный механизм, гарантирующий предсказуемую оценку и признание в обществе, мы создаем не что иное, как маску, за которой прячется отвергнутая нами уникальность [3, с. 256].

Анализ современных тенденций относительно принципов формирования личного имиджа [1; 4; 11] показывает, что каждая новая возможность изменить себя используется для того, чтобы приблизиться к внешнему «идеалу», быть таким, как кто-то. В этом и раскрывается функция моды, которая создается в элитной среде и служит внешнему выражению принадлежности к обособленной группе. Данная закономерность впервые была открыта Георгом Зиммелем (1895). Здесь прослеживается основное противоречие: раскрытие своего собственного содержания с одной стороны и искусственно созданного — с другой.

При этом стремление соответствовать вкусам общества приводит к утрате того, что нас отличает, чем мы ценны и интересны для других. Подобный формализм в костюме приводит к такой же формальности отношений, не подразумевающих искреннее внимание друг к другу [10, с. 248].

Главная задача имиджа — обеспечение взаимопонимания как неотъемлемой части полноценного, комфортного общения. Найти решение возможно лишь при условии правдивого выражения индивида понятным, актуальным в современных условиях языком, где роль внешних атрибутов неоспорима.

Костюм — это многогранный, мощнейший инструмент самовыражения. Он создает внешний образ, часто являющийся первым и самым ярким впечатлением о человеке [11]. В отличие от голоса или осанки, костюм является наиболее подвижной характеристикой, легко изменяемой нами соответственно ситуации и самоощущению. Изменение костюма и даже привнесенный мелкий штрих — другой шарф, подвернутые рукава, застегнутая или расстегнутая пуговица — способны заметно изменить образ и моментально привести костюм в соответствие с нашим внутренним состоянием.

Здесь мы возвращаемся к творчеству великих художников, которые, сознательно упрощая костюм или насыщая его деталями, раскрывали неповторимость и глубину образа.

Неслучайно эти картины излучают гармонию, несущую добродетель. В процессе осмысления портрета, из множества компонентов в нашем сознании воссоздается целостный образ, способный оказывать длительное эмоциональное влияние. Мастерски созданный костюм способен производить подобный эффект. В нашей практике костюм можно использовать как инструмент психологизации характера. Более того, одежда активно взаимодействует не только с внешностью человека — заложенные в его стилевом и образном решении идеи заметно влияют на самоощущение и манеру поведения (рис. 6).

На данном этапе исследования уместно отметить важную неординарную функцию дизайна. Специфика моделирования костюма раскрывается в синтезе искусства и ремесла. Деятельность дизайнера изначально предполагает создание комфорта и эстетического удовлетворения в используемой нами предметной среде, в отличие от художника, чьи произведения несут исключительно духовно-культурную ценность, выражая индивидуальное мировоззрение автора. Соответственно и методы в дизайне должны подчиняться интересам потребителя. Односторонняя концепция дизайнера приводит к обеднению образа и неудовлетворенности индивида. В выборе палитры дизайнер не только открывает перспективы для своего видения, но и учитывает последующую возможную индивидуальную интерпретацию или трансформацию.

В ходе дальнейшего исследования встает острый и неоднозначный вопрос коррекции внешности. Широко известные способы гармонизации — приемы работы с формой и цветом, применение корректирующих иллюзий в костюме — способны существенно изменить первоначальный облик.

В нашей проблематике сущностного поиска личности требуется более взвешенный подход в решении данной задачи. Уважительный подход к личности предполагает определение той грани, которую не следует пересекать грубым внедрением чуждых данному индивиду характеристик [7; 8]. Речь идет о дифференцированном подходе. Дефекты внешности действительно часто требуют коррекции. Во-первых, человеку свойственно стремление выглядеть лучше. Вторая причина имеет нравственно-психологический корень. Недостатки фигуры и костюма неизбежно обращают на себя внимание, нарушая гармонию внешнего вида, и этим отвлекают от восприятия индивидуальности.

Когда речь идет о сущностном качестве, воспринимаемом как слабость или порок, отличающий нас от заданных «идеалов», не всегда правильно отвергать его с целью создания ложной гармонии. Еще менее продуктивным будет создание видимости того, чего нет в человеке [13].

При воспоминании феномена Бетховена с его грандиозным несоответствием «внутреннего» и «внешнего», в сознании всплывают строки: «Довольно для тебя благодати Моей, ибо сила Моя совершается в немощи» (2 Кор. 12:9). Музыкальному гению было суждено лишиться слуха и провести всю сознательную жизнь на гребне двух противоборствующих тенденций: пророческого озарения в музыке и мрачного начала подавленной, страдающей личности.

Для нас в поэтике самого слова «Бетховен» заложена эволюция портрета художника в ее всемирном размахе. Мы видим искаленную грубостью отца детскую душу, постепенно гаснущий слух, нелепости поведения низкорослого и неуклюжего человека — творца грандиозных музыкальных ба-

талей. Лиши сложный образ гения одного из этих важных условий — и перед нами уже не Бетховен, а совершенно другая личность.

В каждом человеке в той или иной степени может проявиться феномен Бетховена. Раскрыть его возможно лишь при условии уважительного отношения к личности и стремления к самопознанию [14, с. 173].

В сложной структуре «социум — индивид» дизайнер выступает в роли посредника, призванного улучшать качество коммуникации. В идеале, тонкость и ответственность методов сближают его с мастерством реставратора, восстанавливающего целостность образа. Отвергаемые черты характера могут найти достойную трактовку, если в творческом поиске будет найден их созидательный смысл [9, с. 397]. Таким образом, обращаясь к духовной основе личности, можно рассмотреть за «серостью» кротость и женственность, за «сухостью» — высокий потенциал смирения и духовности.

Например, за кажущейся внешней грубостью женского образа часто скрывается неумело выраженный сильный, волевой характер — неотъемлемая черта материнства. Покровительственное начало в женщине выходит далеко за рамки семьи и имеет множественные формы выражения. В широком спектре вариантов преломления материнского начала могут встречаться самые различные оттенки — от грубоватого до величественного. Некоторые из этих характеристик не лишены подчеркнуто-мужского или феминистического компонентов. Попытка сбалансировать это качество, перестраивая образ в более мягкий и женственный, создаст еще больший диссонанс. В то же время чрезмерное усиление присутствующей жесткости также уводит от эстетики. Гармонизация в данном случае может быть достигнута средствами тонкой коррекции, где на месте изменения стоит дополнение или смещение акцентов.

Подводя итог, можно отметить, что только гармоничный костюм, позволяющий оставаться собой, создает для нас максимально благоприятные условия общения и, что самое главное, дарит возможность «быть, а не казаться».

Выводы из данного исследования. В ходе работы были изучены социально-психологические причины, которые приводят индивида к потреблению неадекватного костюма — «маски».

Недостаток концептуального стержня проектирования сказывается на содержательной стороне одежды — костюм не способен удовлетворить важных для человека потребностей самовыражения и самоидентификации личности, что призывает к поиску нового подхода в постановке проектных задач.

В результате исследования был определен вектор творческого поиска в дизайне костюма, выводящий личность человека на уровень базовой категории. В связи с этим возникает необходимость углубления образно-содержательного ком-



Рис. 1. Амедео Модильяни.
Портрет мадам Рейнуар.
1916



Рис. 2. Фотомонтаж
(совмещение двух работ А. Модильяни:
«Портрет мадам Рейнуар»,
«Портрет Жанны Эботерн»)

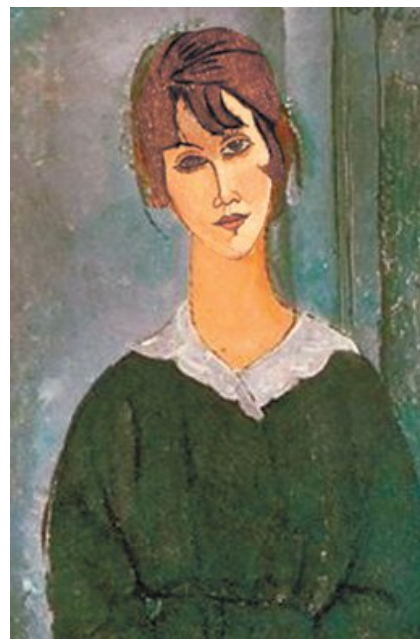


Рис. 3. Фотомонтаж (совмещение
двух работ А. Модильяни:
«Портрет мадам Рейнуар»,
«Девушка-служанка»)



Рис. 4. Фотомонтаж (совмещение
двух работ А. Модильяни:
«Портрет мадам Рейнуар»,
«Женщина с красными волосами»)



Рис. 5. Фотомонтаж
(совмещение двух работ
А. Модильяни: «Портрет мадам
Рейнуар», «Девочка в голубом»)



Рис. 6. Фредерик Уильям Бертон.
Ребенок Миранда.
1864

понента костюма с целью более точной передачи личностных характеристик. Путь неосознанного следования тенденциям широкой моды здесь видится малоперспективным. Идея индивидуализации требует более глубокого анализа личности с учетом культурного, религиозного и этнического аспектов.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с развитием нового методологического подхода к проведению предпроектного

анализа, который будет эффективен в определении задач и тематики будущего костюма.

Новый ракурс темы открыл необходимость дальнейшего анализа и систематизации материала. Дальнейшие исследования необходимо направить на разработку темы в двух направлениях: индивидуальном и массовом. Первый из них выдвигает приоритет психоанализа, второй предполагает расширение рамок классификаций целевых аудиторий с включением новых критериев.

Литература:

1. Блинова Н. М. Научные подходы к пониманию имиджа [Электронный ресурс] / Н. М. Блинова // Психология, социология и педагогика : электронный научно-практический журнал. — 2014. — № 3. — Режим доступа : <http://psychology.snauka.ru/2014/03/2887> (дата обращения : 26.05.2017).
2. Грюн А. Раздирание. От раздвоения к целостности [Текст] / Ансельм Грюн ; пер. с нем. Е. Рериг. — М. : Волшебный фонарь, 2014. — 144 с.
3. Де Мелло Э. Осознание [Текст] / Энтони де Мелло ; пер. В. Ковальчук. — М. : София, 2004. — 256 с.
4. Дубровина А. В. Костюм как знак в коммуникативной системе общества [Текст] / А. В. Дубровина // Вестник культуры и искусств челябинского государственного института культуры. — 2013. — № 4 (36). — С. 81–86.
5. Дубровина А. В. Художественный и нехудожественный образ костюма [Текст] / А. В. Дубровина // Вестник Костромского государственного университета. — 2014. — Т. 20. № 7. — С. 265–268.
6. Коробцева Н. А. Формирование индивидуального имиджа и проектирование одежды : актуальные проблемы и направления исследований [Текст] // Имиджелогия-2005 : феноменология, теория, практика. Материалы Третьего международного симпозиума / под ред. Е. А. Петровой. — М. : РИЦ АИМ, 2005. — С. 323–325.
7. Липская В. М. Костюм как знак и концепция личности [Текст] / В. М. Липская // Вестник СПбГУ. Сер. 17. — 2013. — Вып. 1. — С. 19–27.
8. Леви В. Искусство быть собой [Текст] / Леви Владимир. — М. : Знание, 1991. — 256 с.
9. Свешников В. Очерки христианской этики [Текст] / Владислав Свешников. — М. : Паломник, 2001. — 624 с.
10. Сурожский А. Пути христианской жизни [Текст] : беседы / Антоний (Блум) (митрополит Сурожский) ; ред.-сост. Е. Л. Майданович. — К. : Дух і Літера, 2001. — 280 с.
11. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям [Текст] : учеб. пособие / Шепель Виктор Максимович. — М. : Народное образование, 2002. — 576 с.
12. Шопенгауэр А. Мир как воля и представление [Текст] / Артур Шопенгауэр ; перевод с нем. — М. : Эксмо, 2015. — 160 с. — (Великие идеи).
13. Юнг К. Г. Йога и Запад [Текст] / Карл-Густав Юнг ; пер. П. Максима ; сост. П. Максима. — Львов ; К. : Инициатива ; Львов ; К. : Airland, 1994. — 232 с. — (Паломничество в страну Востока).
14. Grün A. Wege der Verwandlung [Текст] / Anselm Grün. — Freiburg : Verlag Herder, 2016. — 189 s.
15. Strickerschmidt H. Vergiss nicht, dass du Flügel hast : Heilende Gedanken [Текст] / Hildegard Strickerschmidt. — Leipzig : St. Benno, 2014. — 125 s.

References:

1. Blinova, N. M. (2014). Nauchnyye podkhody k ponimaniyu imidzha [Scientific Approaches to Understanding the Image]. *Psikhologiya, sotsiologiya i pedagogika — Psychology, Sociology and Pedagogy*, 3. Retrieved from <http://psychology.snauka.ru/2014/03/2887>. (In Russian).
2. Gryun, A. (2014). *Razdiraniye. Ot razdvoyeniya k tselostnosti* [The Tearing. From Difference to Integrity]. (Ye. Rerig, trans.). Moscow : Volshebnyy fonar. (In Russian).
3. De Mello, E. (2004). *Osoznaniye* [Awareness]. (V. Kovalchuk, trans.). Moscow : Sofiya. (In Russian).
4. Dubrovina, A. V. (2013). Kostyum kak znak v kommunikativnoy sisteme obshchestva [Costume as a sign in the communicative system of society]. *Vestnik kultury i iskusstv chelyabinskogo gosudarstvennogo instituta kultury — The Bulletin of Culture and Arts of the Chelyabinsk State Institute of Culture*, 4 (36), 81–86. (In Russian).
5. Dubrovina, A. V. (2014). Khudozhestvennyy i nekhudozhestvennyy obraz kostyuma [Artistic and Non-artistic Image of a Suit]. *Vestnik kostromskogo gosudarstvennogo universiteta — Bulletin of the Kostroma State University*, 20 (7), 265–268. (In Russian).
6. Korobtseva, N. A. (2005). Formirovaniye individualnogo imidzha i proyektirovaniye odezhdyy : aktualnyye problemy i napravleniya issledovaniy [Formation of an Individual Image and Designing of Clothes : Actual Problems and Directions of Researches]. *Imidzhelogiya-2005 : fenomenologiya, teoriya, praktika : Proceedings of Tretiy mezhdunarodnyy simpozium — Third International Symposium* (Ye. A. Petrova, ed.). (pp. 323–325). Moscow : RITS AIM. (In Russian).
7. Lipskaya, V. M. (2013). Kostyum kak znak i kontseptsiya lichnosti [Costume as a Sign and the Concept of Personality]. *Vestnik SPbGU — Bulletin of St. Petersburg State University. Ser. 17, 1*, 19–27. (In Russian).
8. Levi, V. (1991). *Iskusstvo byt soboy* [The Art of Being Yourself]. Moscow : Znaniye. (In Russian).
9. Sveshnikov, V. (2001). *Ocherki khristianskoy etiki* [Essays on Christian ethics]. Moscow : Palomnik. (In Russian).
10. Surozhskiy, A. (2001). *Puti khristianskoy zhizni* [Ways of the Christian Life]. (Ye. L. Maydanovich). Kiev : Dukh i Litera. (In Russian).
11. Shepel, V. M. (2002). *Imidzhelogiya. Kak nravitsya lyudyam* [Imageology. How to Please People]. Moscow : Narodnoye obrazovaniye. (In Russian).
12. Shopengauer, A. (2015). *Mir kak volya i predstavleniye* [The World as Will and Representation]. Moscow : Eksmo. (In Russian).
13. Yung, K. G. (1994). *Yoga i Zapad* [Yoga and the West]. (P. Maksim, trans. & compl.). Lvov ; Kiev : Initsiativa ; Lvov ; Kiev : Airland. (In Russian).
14. Grün, A. (2016). *Wege der Verwandlung*. Freiburg : Verlag Herder. (In German).
15. Stickerschmidt, H. (2014). *Vergiss nicht, dass du Flügel hast : Heilende Gedanken*. Leipzig : St. Benno. (In German).